

Der Realität folgen - Markierung von Schönheitsverzerrungen in Social Media

1 Es ist nicht neu, dass es in unserer Gesellschaft unrealistische Schönheitsideale gibt. Verstärkt wird dies
2 allerdings vor allem durch soziale Medien, wie zum Beispiel Instagram. Influencer:innen verzerren durch
3 das Retuschieren des Körpers oder Körperteile, Schönheit und das Wohlbefinden bei vor allem jungen
4 Menschen. Junge Menschen werden so angehalten einem Ideal nachzueifern, das nicht realistisch ist,
5 welches die Influencer:innen selbst in der Realität auch nicht darstellen können.

6 Der Körperdruck, der dadurch bei jungen Menschen zunimmt, erhöht die Gefahr von psychischen Proble-
7 men oder führt eben zu diesen. Mehrere Länder sind schon deutlich weiter, als wir hier in Deutschland, so
8 gibt es in Israel ein „Photoshop-Gesetz“ und in Frankreich mit dem „Photographie retouchée“ ein Gesetz
9 seit 2017, welches auf retouchierte Fotos aufmerksam macht.

10 Die Studie von „Kinder und Medien 2020“, die von der norwegischen Medienbehörde in Auftrag gege-
11 ben wurde, zeigt ein klares Bild von Körperdruck auf Jugendliche durch Werbung in Social Media. Im
12 Zuge dessen, stimmt das norwegische Parlament über einen Gesetzentwurf ab, der die Markierung von
13 Werbe-Posts, -Videos und -Reels vorsieht, die durch Face und Bodytuning verändert wurden. Durch die
14 Einführung eines solchen Gesetzes wäre ein wichtiger Schritt getan, dem psychischen Druck den Men-
15 schen auf Social Media ausgesetzt sind, entgegen zu wirken. Auch wenn einem oftmals die unechte Re-
16 präsentation in Sozialen Netzen bewusst ist, so ist die Suggestionwirkung für junge Menschen sehr stark
17 und diese äußert sich oftmals leider erst später und dann sehr Mittelbar, eben in Form von psychischer
18 Belastung bis hin zu psychischen Erkrankungen wie Essstörungen. Eine solche Kennzeichnung führt auch
19 dazu, dass dem Unterbewusstsein permanent die unechte Darstellung der Menschen aufgezeigt wird.
20 Mit einem solchen Gesetz allein ist es natürlich nicht getan, weiter braucht es Ausklärungsarbeiten im
21 Umgang mit Sozialen Medien, insbesondere für Jugendliche. Diese Transparenz soll jungen Menschen
22 ermöglichen, unrealistische Darstellungen wahrzunehmen und Werbetreibenden und Influencer:innen
23 anhalten realistisch zu werben.

24 **Wir fordern deshalb**

25 die Einführung einer Kennzeichnungspflicht von retuschierten Körpern oder Körperteilen auf Werbefotos,
26 – Videos, – Reels oder ähnlichem in sozialen Netzwerken. Diese soll in Form einer einheitlichen Kennzeich-
27 nung mithilfe eines Symbols erfüllt werden.

28 Hierfür soll eine Liste von markierungspflichtigen Face- und Bodytuning-Veränderungen eingeführt wer-
29 den. Diese Liste soll regelmäßig überprüft und aktualisiert werden, um neuste Werkzeuge zum Face- und
30 Bodytuning abzudecken. (Unter Körperteilen wird hierbei der gesamte Körper verstanden, dies bedeutet
31 inklusive der Darstellung der Haut, der Größe eines Models oder auch dessen Figur.) Weiterhin soll die
32 Bildbearbeitung in Form von Kontrastveränderung oder Aufhellung möglich sein, solange diese nicht das
33 Aussehen der Personen verändert.

34 Bei Verstoß gegen das Gesetz muss ein Bußgeld entrichtet werden. Darüber hinaus fordern wir, dass bei
35 großen Digitalunternehmen und Social-Media-Konzernen darauf hingewirkt werden soll, entsprechende
36 einheitliche Markierungsmöglichkeiten – zumindest innerhalb einer Plattform, wenn möglich sogar platt-
37 formübergreifend – anzubieten und einzubinden.