

# Kosmetik im Wandel der Jahrtausende

ERNST G. JUNG & JOACHIM FUNKE

Universitäts-Hautklinik Mannheim  
und  
Psychologisches Institut der Universität Heidelberg<sup>1</sup>

## Zusammenfassung

Die Kosmetik sowohl in ihrer dekorativen als auch in den invasiv persistierenden Formen ist Kultur begleitend dokumentiert, also stabil über Jahrtausende. Sie bereichert maßgeblich die Darstellung von Macht, Rang und Funktion in den herrschenden Schichten. In den Zeiten florierender Hochkulturen findet Kosmetik zudem Eingang in weitere Gesellschaftsschichten. Selbstdarstellung und Attraktivitätsgestaltung treten in den Vordergrund. In Mittelalter und früher Neuzeit ist eine wellenförmige Bedeutung der Kosmetik festzustellen. Neben Kriegen und Seuchen werden ursächlich auch christliche Wertvorstellung diskutiert. Der Wandel ist frappierend. Seit dem 20. Jahrhundert erlebt die Kosmetik, zunächst als Hygienemaßnahme und zur Körperpflege einen ungeahnten Aufschwung. Zunehmend wird Schönheit und Jugendlichkeit (anti aging) als Ziel und Zweck in den Vordergrund gestellt und persistierende Ausschmückungen (Tattoo, Piercing) nehmen überhand. Kosmetik ist gleichsam allgegenwärtig und gestaltet die persönliche Attraktivität im Wechselspiel von Schönheit und Hässlichkeit. Partnerwahl, einst der frühen Erwachsenenzeit vorbehalten, wird zur lebenslangen Herausforderung und ist weitgehend entkoppelt von der Fortpflanzung. Ohne kosmetische Bemühungen geht es kaum mehr.

## 6.1 Vorspann

Schönheit und deren Inhalte werden von den Ästhetikern und den Kunstwissenschaftlern eifrig und unter allen möglichen Aspekten diskutiert, ohne eine dauerhafte und allgemein akzeptierte Formulierung zu finden. Einst war Schönheit die möglichst originalgetreue Abbildung nach der Natur. Später beanspruchten die schaffenden Künstler (und vielgestaltete Experten) die Kompetenz, Schönheit zu definieren und zu diktieren. Und weit verbreitet

---

<sup>1</sup>Dieses Manuskript ist unter gleichem Titel erschienen in *Aktuelle Dermatologie*, 41(5), 200–206. Nachdruck mit freundlicher Erlaubnis des Thieme-Verlags.

steht immer noch die Meinung, Schönheit sei vor allem das was gefällt, „das, was mich aus den Socken haut“ (Sabrina von der Ley, in 1). James Elkins spricht gar von einer Bankrotterklärung seiner Fachrichtung (1). Die Debatte geht weg von der Frage „was ist schön?“ weiter zu „was empfinden wir als schön?“. Die Vorgabe war einst als Kreatur von der Schöpfung vorgegeben, dann wird die Deutungshoheit vom schöpferischen Menschen als Kreator beansprucht und dennoch ist die Sicht des Empfängers (Fachleute und Laien) noch immer und in vielen Beziehungen kraftvoll (2-4).

Die Kosmetik ist seit jeher bestrebt Schönheit darzustellen, zu betonen und korrigierend einzugreifen, um individuelle Abweichungen der natürlichen Idealausprägung anzunähern. Schönheit allgemein ist ein Ziel der dekorativen Kosmetik. Dem steht zur Seite, und gewinnt an Bedeutung, dass auch Persönlichkeit, individueller Anspruch, sowie Attraktivität mit besonderen Effekten befriedigt werden möchten. Invasive und operative Methoden werden nicht gescheut, besondere Wirkungen und eine gewisse Dauerhaftigkeit zu erlangen. Dekorative und vor allem invasive, in die Haut gebrachte Symbole, mittels Tattoo und Piercing, finden seit jeher reiche Verwendung zur Kennzeichnung von Stellung, Rang und Zugehörigkeit, wobei einerseits diese belegt oder andererseits die Einordnung in eine Randgruppe dauerhaft festgeschrieben wird. Zusätzlich kommen neuerdings Bestrebungen hinzu, mit persistenter Symbolik auch individuelle Attraktivität besonders auszudrücken (5).

## 6.2 Kosmetik im Wandel der Zeiten

Seit wir überliefernde Dokumente der frühen Hochkulturen einsehen können, sind menschengefertigte und ausdrucksstarke Veränderungen und Eingriffe in die äußere Erscheinungsstruktur bekannt. Es sind dies sichtbare Zeichen der nonverbalen Kommunikation, also das, was wir heute als Kosmetik bezeichnen. Das griechische Wort „kosmetikos“ hat doppelte Bedeutung; ordnen und schmücken. Mit „ordnend“ sind Darstellungen, Zeichen und Symbole zu verstehen, die Zugehörigkeit oder Zuordnung zu Macht, Rang und Funktion vermitteln. Mit „schmückend“ hingegen ist das Streben nach Schönheit und Attraktivität sowie die individuelle Darstellung gemeint.

Kosmetik ist sowohl in den dekorativen, wie auch in den persistenten Formen seit früherer Kulturation, über Jahrtausende bis heute, weit verbreitet und vielseitig eingesetzt.

Kosmetik ist Kultur begleitend, stabil und omnipräsent über alle Zeiten. Variabel allerdings ist, über die Epochen gesehen, die Verbreitung und die Bedeutung, ebenso wie die eingesetzten Mittel und ganz speziell die anvisierte Zielrichtung kosmetischer Bemühungen. Darum geht es im Folgenden.

## 6.3 Die ersten Darstellungen von Menschen

Sie stammen aus den Höhlen in Frankreich und Spanien und sind 15- bis 30-tausend Jahre alt (6). Neben vielfältigen und künstlerisch wertvollen Darstellungen von Tieren, deren Charakteristika und deren Jagd, kommen die Menschen als Jäger, und auch dies

nur selten, zur Darstellung. Zudem erscheinen sie als Mischwesen mit Tierköpfen oder Masken, den divinen Anspruch andeutend, und mit Betonung der Geschlechtsteile. Frauendarstellungen aus denselben frühen Epochen finden sich als Motivfiguren (Schnitzereien in Stein, Elfenbein oder Holz) und werden wegen der Überbetonung weiblicher Attribute als Venusfiguren bezeichnet. Ritualinsignien sind nicht dargestellt. Ausschmückungen der Personen, ihren Gesichtern oder Betonung von Augen oder Lippen fehlen. Allenfalls können Einfärbungen von Gesichtern als frühes Zeichen von Schmücken gedeutet werden

In den frühen Stammeskulturen der Steinzeit waren die rituellen und die therapeutischen Markierungen Aufgabe der Priesterschaft; also rituelle Handlungen in engem Zusammenhang mit den Göttern und deren Diensten. Bei zunehmender Differenzierung und Spezialisierung haben die Heiler (Medizinmänner) die therapeutischen Riten ausgefeilt und auch Körperpflege, Reinigung und rituale Waschungen einbezogen. Die Heiler waren also auch die ersten Träger kosmetischer Kompetenz. Dazu kommen auch die speziellen Ausschmückungen zum Kampf (Kriegsbemalung), zur Jagd und für Partnerwahl und Fortpflanzung.

Im 5. Jahrtausend v. Chr. kommt es in Europa zu einer ersten Welle von dekorativen Bemühungen mit Schneckenhäusern, Muscheln und mit Henna zum Einfärben von Haut und Haaren. Es ist dies die Zeit fortgeschrittenen Ackerbaus, ersten astronomischen Kultanlagen und der „Bandkeramik“ als Schmuck an Tongefäßen. Die eindeutigen Ausschmückungen am Körper sind passagerer Art und werden zusätzlich, ja ergänzend aufgetragen zu den permanenten rituellen (tribal) Zeichnungen auf und in der Haut durch Tätowierungen und Piercings. Diese Durchmischung von rituellen Marken und passageren Ausschmückungen hält sich bis heute bei den Indianern, sowie in den traditionellen Völkern und Stämmen in Afrika (7), Polynesien und auch im asiatischen Raum.

So zeigt die über 5-tausend Jahre alte Gletschermumie des Ötzi über 50 teils gruppiert stehende Kohlenstoff-Tätowierungen, denen rituelle und möglicherweise auch therapeutische Bedeutung zugemessen wird (8).

## 6.4 Ein Höhepunkt im alten Ägypten

In den frühen Hochkulturen der fruchtbaren Flusstäler in Mesopotamien, an Nil, Indus und in China findet sich schon sehr früh eine hochentwickelte und differenzierte Kosmetik im ritualen Bereich, aber zusätzlich auch schon zur Darstellung von Schönheit und Attraktivität. Dokumentiert ist dies in großer Vielfalt in den Fürstenhäusern und deren Hofstaat. Die weite Verbreitung von Salbenreibepaletten (teils mit eingravierten Rezepturen) und anderen Gegenständen sowie von Instrumenten zur dekorative Kosmetik aber lassen vermuten, dass diese auch in der urbanen Bevölkerung weit verbreitet war und differenziert zur Anwendung kam. Eine Vielzahl von Farbstoffen mineralischer und organischer Art waren bekannt, darunter auch giftige! Neben manchen streichfähigen Grundlagen (Salben, Cremen, Öle etc.) zum flächigen Auftragen auf die Haut, wurden reichlich Düfte verwendet und alles zusammengesetzt mit Akzessoirs wie Haarkonstrukte, Kopfschmuck und Symbolzeichen aller Arten. Im Papyros Ebers aus dem Jahre 1552 v. Chr. sind sowohl medizinische wie auch kosmetische Rezepturen und auch die Anleitungen zu deren

Anwendung verewigt und legen nahe, dass Medizin und Kosmetik in einer Hand lagen (9).

Die Gesichtskosmetik konzentrierte sich auf die Hervorhebung der Augenpartie (Vorbild Horusauge) und des Mundes, also eine Betonung derjenigen Gesichtspartien, die der Fokussierung, dem Blickfang und der erotischen Attraktivität dienen. Schönheit und Attraktivität waren erklärte Ziele. Die Besonderheit der sozialen Stellung wurde schon damals, wie heute, bei Mann und Frau durch das gepflegte Äußere ausgedrückt.

Und das Schönheitsideal wurde dargestellt und überliefert in Nofretete (die Schöne), der Gattin des Pharaos Echnaton, und in Nefertari (die Allerschönste), Gattin des Pharaos Ramses II.

Also schon eine idealtypische oder gar individuelle Note in der Gestaltung der äußeren Erscheinungsform. Dies kam aber nicht nur den lebenden Personen zu Gute, sondern auch den Verstorbenen, die für ihren Weg durch die Totenwelt, und allenfalls eine erwartete Auferstehung, erkennbar und reich geschmückt wurden. Im alten Ägypten ist dies gut dokumentiert und oblag hochrangigen Spezialisten am Hofe, einer für den Körper (Vorseher beider Bäder), einer für die Haartracht und ein weiterer für die Nagelpflege.

Die **Griechen und später die Römer** übernahmen die gepflegte Kosmetikkultur vorwiegend von den Ägyptern und verfeinerten die zur dekorativen Kosmetik eingesetzten Mittel und deren Kombinationen.

Die Waschungen und Bäder wurden rituell und zunehmend auch zur Reinigen und Hygieneprophylaxe gepflegt. Heilquellen wurden zu Volksbädern ausgebaut, Kultstädten einst, aber immer mehr auch soziale Kondensationsorte.

Die Rohstoffe und die Manufaktur wurden kommerzialisiert, die Importe vor allem aus dem vorderen Orient gesichert und die Massenproduktion dem Bedarf angepasst. Reichhaltige Sortimente von Geräten und kosmetischen Instrumenten wurden hergestellt und imperiumweit verbreitet. Aber immer noch gehören Kosmetik und Körperpflege zur Medizin. Der römische Arzt Galenus aus Pergamon (129-201 n. Chr.) gilt als der Begründer der wissenschaftlichen Zubereitung von Arzneimitteln und Kosmetika, jetzt „Galenik“ genannt. Zeitlos blieb seine als „Kaltcreme“ bezeichnete Zubereitung zur Pflege trockener und juckender Haut mit einer Rezeptur aus Olivenöl, Bienenwachs und Rosenwasser.

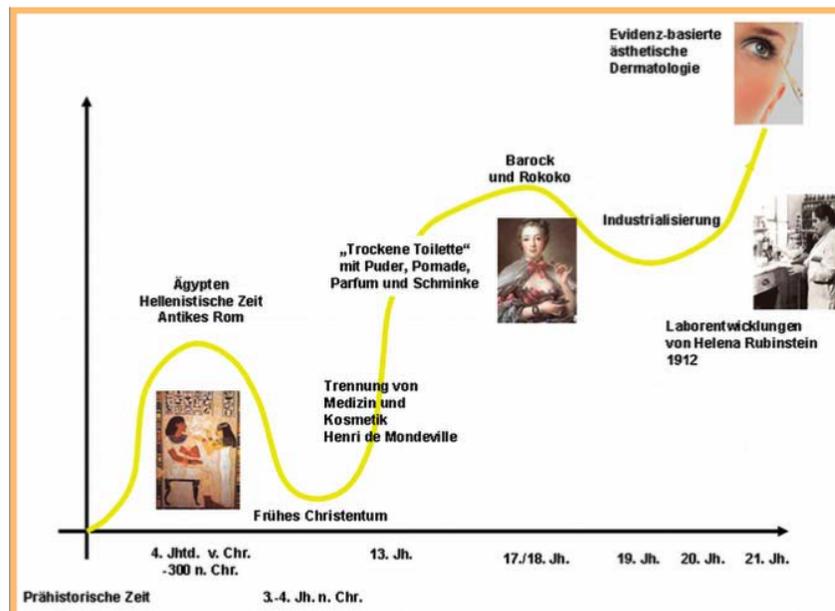
In der Spätromischen Zeit mehren sich dann Stimmen, welche vor übermäßiger Nutzung von Kosmetika warnten. Hier anknüpfend erhoben auch die frühen christlichen Autoren Vorbehalte gegen Kosmetik. Dies führte im frühen Mittelalter zu einer deutlich abnehmenden Nutzung von Schönheit fördernder Kosmetik. Die innere Schönheit vor Gott, nicht die sündhafte, also nicht „gottgefällige“ Eitelkeit wurde propagiert. Eine Frau, die ihr Gesicht bemalte und die Lippen schminkte, geriet in Gefahr, als Hure diffamiert zu werden. So hat das Christentum wesentlich zum Niedergang der Kosmetikkultur im Mittelalter beigetragen.

## 6.5 Mittelalter und Neuzeit

Im römischen Reich wurde die Kultur, und damit auch die Kosmetik, im ganzen Mittelmeerraum und sogar darüber hinaus standardisiert und hochgehalten. Mit dem Zu-

sammenbruch des Imperium Romanum ist die römische Organisation, die Reichsstruktur und auch die Kultur, weitgehend zusammen gebrochen; und damit auch die Kosmetik. Dazu kommt, dass mit dem Aufkommen des Christentums ein grundsätzlicher Wertewandel eintritt. Die Schönheit wird als Eitelkeit (Vanitas) diskriminiert. Das gottgefällige Leben erfordert die Reinheit von Körper und Seele, weshalb die dekorative Kosmetik zurücksteckt, während dem Badewesen zur Gewährung von Sauberkeit und Reinlichkeit des Körpers, und symbolisch auch der Seele, besondere Bedeutung zu kommt. Allerdings bricht die gemeinsame Badekultur gewaltig ein, da sie bald als Brutstätte zur Ansteckung mit der ab 1495 neu in Europa aufkommenden epidemischen Syphilis eruiert wurde.

Der wellenförmige Verlauf von Bedeutung und Verbreitung der Kosmetik über alle Zeiten und Epochen ist von der Arbeitsgruppe von Frau Prof. Dr. Martina Kerscher an der Universität Hamburg (10) in vorbildlicher Weise aufgearbeitet und bildhaft dargestellt worden (Abb. 1).



**Abbildung 1:** Entwicklungsgeschichte der Kosmetik in Wellen [10].

Diese und die folgenden Überlegungen beziehen sich auf den Europäischen Raum und die USA, also auf „hellhäutige Menschen (Caucasiens). Bei Menschen mit stark pigmentierter oder gar schwarzer Haut sind ähnliche, aber doch spezifisch andere Beobachtungen und Reaktionsweisen zu registrieren, insbesondere die Probleme mit den Versuchen, den Hauttyp artifiziell zu verändern (Strecken der Kraushaare, Aufbleichung der schwarzen Haut und deren Gegenreaktion „black is beautiful“).

Die mehrere Jahrhunderte lang gehaltenen Kosmetikkarenz wurde nur sehr langsam aufgelockert. Dies geschah vorerst durch neue Farben und verführerische Düfte aus dem Orient infolge des aufkommenden Handels und mächtig befördert durch die Kreuzzüge vom 11. bis 13. Jahrhundert. Sinnesfreudige Diesseitigkeit kommt auf und wird vorerst von der Ritterschaft getragen. Die verfeinerten Sitten wurden alsbald und freudig von den

Stadtbürgerschaften übernommen. Dazumal erfolgte auch die Herauslösung der kosmetischen Maßnahmen aus dem Bereiche der Medizin. Dies wird dem französischen Hofchirurgen Henri de Mondeville (1260-1320) zugeschrieben (10). Diese Trennung wurde erst vor einigen Jahrzehnten durch die gegenseitige Annäherung im operativen Bereich wieder gelockert.

## 6.6 Aufschwung im 14.-18. Jahrhundert

In der **Renaissance** kam die dekorative Kosmetik wieder in Schwung, nicht zuletzt durch Impulse aus dem Orient und einem neuen, von den damals aufkommenden anatomischen Studien geprägten Körperverständnis. Das Schönheitsideal wurde, wie in der Kunst, aus der Antike übernommen. Die vornehme Blässe wurde durch Bleichmittel und Puder vermittelt, wobei leider auch giftige Chemikalien (Blei, Quecksilber und Arsen etc) mit ihren Folgen zur Anwendung kamen.

Im **Barock** wurde Kosmetik wichtiger und verbreitete sich über die Länder Europas. Die Körperpflege wurde weitgehend ohne Wasser verrichtet. Allenfalls wurde Weinessig zum abreiben des Körpers verwendet. Wasser diente eher zur Wäsche der Kleidung. In den höfischen Gesellschaften und bald auch im Stadtbürgertum derjenigen Territorien, die von Kriegshandlungen verschont blieben, kam die sogenannte **trockene Kosmetik** auf. Mit Puder, Schminken, Pomaden, mit phantasievollen Perücken und üppiger Kleidung bemühten sich alle, Frauen und Männer, jung und alt, dem neuen Ideal zu entsprechen. Mit den in großer Vielfalt aufkommenden Duftstoffen und Parfüms soll die mangelhafte Körperpflege kompensiert oder wenigsten überduftet werden. Die vornehme Blässe soll, wie schon einmal bei Salomon (AT, H.L.,1,3-6. 11). deutlich abheben von der umweltbedingten Bräunung, welche vor allem den Landarbeiter zeichnet.

Im Zuge der Aufklärung im 19. Jht. wurde die Natürlichkeit wieder entdeckt und rational angepriesen. Luft Wasser und Licht wurden als jedermann zugängliche Mittel zur Ertüchtigung von Körper und Geist propagiert. Bergsteigen und Schwimmen wird angepriesen zur Ertüchtigung des Volkes. Die dekorative Kosmetik hingegen wurde eindrücklich reduziert, ja teilweise als „Unsitte“ verschrien.

## 6.7 Die neue Zeit

Die Kosmetik hat im 20. Jahrhundert und bis jetzt einen gewaltigen Aufschwung genommen und in mehreren Beziehungen einen Wandel der Ziele und der Mittel durchgemacht. Der Boom ist unvergleichlich und betrifft alle, Männer und Frauen und alle Lebensalter.

Zum ersten hat eine **Kosmetikindustrie** sich etabliert. Feine Rezepturen sowie artifizielle Düfte wurden bereitgestellt, die Großproduktion von Massenartikel sowie differenzierter Serien für jede Hauttyp und für individuelle Ansprüche in Angriff genommen. Den Anfang machten L’Oreal 1909, Helena Rubinstein 1912 und Coco Chanel 1913 in Paris. Diesen folgten bald viele weitere. Auch alteingesessene Kulturgüterproduzenten eröffneten eigene Fachbereiche für Körperpflege, Kosmetik, Haarpflege und Düfte.

Der Aufschwung der permanenten Tätowierungen, aber auch von Piercing und Branding gehört dazu. Waren **Tattoos** Jahrhunderte lang ein Charakteristikum von Randgruppen oder Ausgestoßenen; der Vogelfreien (Fleur de Lyss), die lebenslang gezeichnet waren und dauerhaft in einer Nische verbannt blieben, so hat sich dies grundsätzlich geändert. Tattoos sind in Mode gekommen, je nach Erhebung tragen 30% und mehr der jungen Leute solche. Es sind dies vielgestaltete „tribal tattoos“, deren Motive den Mustern der rituellen Zeichen im Altertum und der traditionellen archaischen Stämme in Afrika (7) sowie in der Südsee entnommen sind. Manche sind auch als Blickfang, als Schmuck, andere als Bildergeschichten und weitere als Beschwörung zu verstehen. Sie alle dienen nicht dem Ausschluss, sondern bezeichnen oft die Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder einer besonderen Person. Sie werden stolz und sichtbar getragen, dienen also dem Ausdruckswillen und der Attraktivität der Träger. Sie sind zusammen mit dekorativer Kosmetik, Haartracht und Kleidung gefügte Instrumente zum Ausdruck von Gesinnung und Absicht des Trägers oder der Trägerin. Dies erlaubt eine besondere und individuelle Gestaltung der Körpersprache. Der Körper wird gelegentlich sogar zur Installation, wird „Kunstobjekt“, zuweilen auch mit Marktwert.

Die Entwicklung der Gesellschaft mit ihren Gruppen und Werten, nicht unwesentlich mitbewegt durch Kriege und Migration, führt zwangsläufig auch zu einer ganz anderen und neuen Stellung der Kosmetik. Die Voraussetzungen hierfür sind vielfältig.

Es sind dies die Umwertung zur Ego-Gesellschaft (12) mit Selbständigkeit und Selbstverwirklichung in vorderer Linie. Die neue Rollenverteilung in Partnerschaften spielt eine Rolle, von denen es viel gibt, zusätzlich zur traditionellen Ehe. Die zeitliche Befristung derselben sowie die finanziellen und sozialen Absicherungen von Alleinerziehenden, von getrennt Lebenden und von Benachteiligten wirken sich aus. All dies und noch viel mehr führt zu einer neuen, offenen Gesellschaft mit neuer Verteilung der Rollen. Die vielen „Singels“, vermehrter Partnerwechsel, frühe Hilfe zur Kinderbetreuung und der Anspruch aller, in den Arbeitsprozess und dessen soziale Infrastruktur eingebunden zu werden, führen zu neuen Bedürfnissen. Dazu dient, unter anderem, die Kosmetik in besonderer Weise. Gleichzeitig änderten sich auch die biologischen Bedingungen und Möglichkeiten. Die zuverlässige und der Kontrolle der Frauen überstellte Verhütung und die Geburtenregelung hormoneller Art (Antibaby Pillen), also die Trennung von Sex und Fortpflanzung, sowie die zeitlich befristeten Partnerschaften führen dazu, dass die Partnerwahl eine lebenslange und immer wieder vordringliche Aufgabe geworden ist. Attraktivität und erotische Kommunikation wird dominierendes Anliegen von Männern und Frauen, jederzeit und überall. Dies bringt auch für die Kosmetik neue Aufgaben und Ziele und fordert von dieser neue Möglichkeiten und Angebote. In solchem Zusammenhang entwickelten sich in der Kosmetik eine Fülle von dekorativen und vor allem invasiven, also bleibende Veränderungen bewirkenden Verfahren und Methoden. Es wird nicht nur dekoriert und geschmückt, mit Accessoires versehen und mit Düften ausgestattet, nein es wird auch operiert, abgesaugt, unterspritzt, Falten gefüllt und Muskeln sowie Hautdrüsen mit Botox vorübergehend gelähmt. Dazu wird die Hautoberfläche geschliffen, geschält, bestrahlt und mit präzisen Wachstumsstimuli angeregt. Und es wird auch geschützt vor den schädlichen Anteilen der natürlichen Sonnenbestrahlung. Geschützt vor der lichtbedingten vorzeitigen Alterung der

Haut und vor lichtinduzierten Hautkrebsen. Der „Jugendwahn“ umfasst auch die Haut. „Anti Aging“ heisst die Devise und Verjüngung (*rejuvenation*) ist Anspruch (13)

Nach wie vor dient Kosmetik in ihrer schmückenden Bedeutung der Schönheit, der Attraktivität und der individuellen Darstellung. Kriterien zur Bemessung der Schönheit eines Gesichtes sind Ausgewogenheit, regelmäßige Haut-Oberfläche, sowie rötliche Tönung. Die experimentelle Psychologie nimmt diese Kriterien auf, um Selbsteinschätzung mit der Fremdbeurteilung zu vergleichen. Nachdem Evidenz besteht, dass die kosmetischen Anwendungen im Gesicht (Puder, Schminke und Tönung, Lippenrot) Effekte auf den Träger selbst und auf die Fremdbewertung haben (14), ist man auf der Spur derselben ins Gehirn gegangen (15). Vergleicht man in homogenen Gruppen (Studenten) auf Grund dieser Kriterien Männer und Frauen in der Selbst- und Fremdwirkung, so zeigt sich regelmäßig eine Fehlschätzung, Geschemkte Gesichter wirken attraktiver als ungeschminkte. Dies wird „*pluralistic ignorance*“ (16) genannt. Bei Frauen ist dieser Effekt etwas geringer als bei Männern. Frauen überschätzen die Annahme, dass Männer verstärkte Kosmetik bei Frauen besonders attraktiv finden. Dies gilt umgekehrt auch, wenngleich in geringerem Ausmaß. Diese weit verbreitete Fehleinschätzung, dass mehr Kosmetik zu höherer Attraktivität führe, verhindert die Beschränkung auf ein optimales Ausmaß. Solches gilt nicht nur für Männer und Frauen in der Selbst- und Fremdbeurteilung, sondern verleitet auch die Medien und die Industrie zu Propagierung ungezügelter, das Optimum verfehlender Anwendung. Soviel zu Attraktivität, welche die dekorative Kosmetik zur Angleichung der Gesichter an die idealtypische Schönheitsidee verwendet.

Dies aber scheint in der neuen Zeit nicht mehr zu genügen. Im Zuge der Selbstverwirklichung und der lebenslangen Partnersuche ist eine ebenso permanente wie wirksame Selbstanpreisung und „Zurschaustellung“ angesagt. Dazu sind drastischere Effekte nötig, um die individuelle Attraktivität zu erhöhen, ja bisweilen ins Extreme zu steigern. Dieser Prozess umfasst den ganzen Körper, schließt Kleidung, Schmuck und Putz, Farbe, Düfte und ganz besonders Kosmetik ein und fasst alles zur Präsentation und „Eigenwerbung“ zusammen.

Die **besondere Attraktivität** wird, ausgehend von der allgemeinen Schönheitsvorstellung, durch besondere Betonung oder Herausarbeitung der Blickfänger im Gesicht gesucht. Seit Karl Rosenkranz 1853 das Hässliche als wissenschaftlich interessante Gegenposition zur Schönheit berief (17), wird sie als solche verstanden. Im Jahre 2004 setzte Umberto Eco mit einem wunderbaren Bildband die Schönheit (18) in Szene und ergänzte 2007 mit einem ebenso reichhaltigen Band über die Hässlichkeit (19). Schönheit und Hässlichkeit sind auf einer affektiven Skala diametral ent-



**Abbildung 2:** Alemanische Narrenmaske mit übergroßer Nase und verbreiteter Mundhorizontale, wulstigen Lippen und massivem Zahnsatz, sog. „Rottweiler Biss“ (aus 21).

gegengesetzt, bilden also ein richtiges Gegensatzpaar.

Die Hässlichkeit orientiert sich einerseits an der antiken Medusa-Figur (20), als Sinnbild der schrecklichen Hässlichkeit, und andererseits an den traditionellen Masken der Alpenländer (20, Abb. 2).

So ist die Kosmetik seit jeher eng mit der Mythologie und deren in die Neuzeit transferierten Relikte verbunden (22). Auf dieser Achse zwischen Schönheit und Hässlichkeit ist also die neue Attraktivität zu suchen. Es ist dies die Attraktivität des Eros, sie ist rücksichtslos, egoistisch und zielorientiert. Sie bedient sich der Kosmetik und schafft spezielle Blickpunkte. Denn Schönheit ohne individuelle Merkmale ist nicht attraktiv genug. Es bedarf der Blickfänger, die den Betrachter „auf einen Blick“, in den ersten knapp 3 Sekunden also, anlocken und zu fesseln vermögen (23). Dies geschieht durch kosmetische Herausarbeitung der beiden Blickfang-Horizontalen im Gesicht:

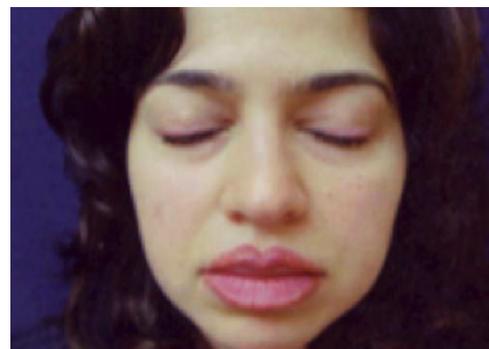
Die *Lippenpartie*: wird verbreitert, wulstig durch „Filler“ aufgespritzt, wobei kleine Unregelmäßigkeiten toleriert oder sogar als besonderer Blickfang genutzt werden. Optisch wird das Lippenrot ausgeweitet und vergrößert (Abb. 3, 4), mit grellem Rot und anderen, atypischen Farben knallig hervorgehoben (Abb. 4, 5).

Eine erweiterte Randbetonung durch Tätowierung mit Farbpigmenten ergibt einen besonderen Touch (Abb. 6). Dekorative und auch permanente Lippenkosmetik in größter Vielfalt.

Die *Augenpartie*: wird ausgearbeitet durch teilweise oder komplette Entfernung der Augenbrauen und deren Neuzeichnung in Schwarz oder anderen Tönungen. Augenlider und Augenhöhlen werden in den Dekor mit einbezogen. Die Stärke der Betonung und deren Ausdehnung zur Stirne hin und zur Schläfe erinnert oft an das ägyptische „Horusauge“. Artificielle Wimpern kommen als auswechselbare Elemente, Lidoperationen zur Öffnung, Straffung oder Verformung als bleibende Eingriffe dazu.



**Abbildung 3:** Der Clown Ronald McDonald. Der komische Ausdruck wird erreicht durch Reduzierung der Augenhorizontalen auf die zwei Augen, durch eine weiße Gesichtsabdeckung und die rote Überzeichnung der Lippen. Komischer Gesichtsausdruck als ein gewisser Gegensatz zu schön und gerade noch nicht hässlich (Bild: Chris Brown, <https://www.flickr.com/photos/zoonabar/>).



**Abbildung 4:** Überzeichnung des Lippenrot mit starker Betonung der geschwungenen Form und besonderer Rottönung (Bild: Prof. Chr. Bayerl, Wiesbaden).

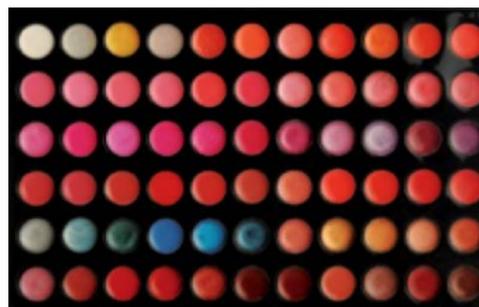
Diese vorwiegend durch dekorative Kosmetik, nicht selten ergänzt durch persistente Eingriffe, erreichten Akzente werden abgerundet durch Haartracht und Kleidung, sowie durch spezielle Duftnoten bestärkt.

Es sei erinnert, dass diese angestrebte erotische Attraktivität sich auf der Skala zwischen Schönheit und Hässlichkeit deutlich von der idealtypischen, ausgewogenen Schönheit abweicht und Elemente als Blickfang nützt, die auf dem Weg zur Hässlichkeit schon recht weit unterwegs sind. Es entstehen Verzerrungen, die als Blickfang intendiert, ganz leicht zum Komischen, zum lächerlich Clownesgen (Abb. 2), und bald zu Hässlichkeit tendieren und eher abschrecken. Die Hässlichkeitfalle ist zuweilen eher erreicht als geplant. Auch hier besteht zudem eine Diskrepanz zwischen der Selbst- und der Fremdbewertung.

Die Schönheit von Gesichtern ist nach Erkenntnissen der Psychologie interessanterweise eine Frage der Durchschnittlichkeit: Je mehr man verschiedene Gesichter miteinander verschmelzen lässt, umso attraktiver werden sie von Testpersonen eingeschätzt (24). Eine Erklärung dafür liefert der Prototypikalitäts-Ansatz (25): je prototypischer ein Gesicht ist (je „gesichtsartiger“ also es wirkt), umso attraktiver wird es bewertet. In diesem Sinn kann Kosmetik dazu beitragen, mehr Durchschnittlichkeit zu erzielen und damit individuelle Abweichungen vom Prototypen zu verdecken.

Selbstverwirklichung, lebensbegleitende erotische Attraktivität und zuweilen eigentliche Körperinstallationen sind die Herausforderungen an die neuen und sehr vielfältigen Möglichkeiten der dekorativen und der invasiv-persistenten Kosmetik.

Die beinahe unbegrenzten Variationsmöglichkeiten der dekorativen Kosmetik lädt zu innovativen Versuchen ein, die neue Reaktionen erproben, Fehlversuche korrigieren und Abenteuerlust zu wecken vermögen. Diesem Spiel der Fremd- und Eigenwirkung ist keine Grenze gesetzt. Es wird also weiter gespielt und eine Grenze ist nicht abzusehen. Anders verhält es sich mit den bleibenden Eingriffen, deren Missgriffe eine Umkehr oder Korrektur benötigen, die oft nicht das Missratene einfach zu löschen vermag, sondern zudem die Gefahr weiterer unerwünschter Effekte birgt. Hier ist vorsorgliche Beratung und Selbstkritik von Nöten und Zurückhaltung geraten. Eine hehre Aufgabe.



**Abbildung 5:** Palette von 66 kommerziellen Lippenstiftfarben (aus 22).



**Abbildung 6:** Markierung des Lippenrandes als permanentes „Make-up“ zur Betonung der Mundpartie. Sekundäre granulomatöse Fremdkörperreaktion als unerwünschter Nebeneffekt (Bild: Prof. Chr. Bayerl & Dr. G. Feller-Heppt).

## Literatur

1. Widmer, Rudi, Hg. Laienherrschaft. 18 Exkurse zum Verhältnis von Künsten und Medien. Diaphanes Verlag, Zürich 2014, 320 Seiten
2. Umbach, Wilfried. Hg. Kosmetik und Hygiene von Kopf bis Fuß. 3. Aufl. Wiley-CH Weinheim 2004
3. Jung Ernst G. Hg. Kleine Kulturgeschichte der Haut. Steinkopff. Darmstadt 2007
4. Jung Ernst G. Körperform und Erscheinungsbild. Kosmetische Medizin, 2009, Heft 5, S.15-18
5. Jung Ernst G. Tätowierung und Tattoo. Akt. Dermatol. 2005; 31:527-531
6. Bataille Georges. Lascaux, oder die Geburt der Kunst. Ed. d'Art. A. Skira S.A., Genf 1986
7. Schwarz Markus. Von der Sprache unserer Haut (Afrika). Akt. Dermatol. 2005; 31: 46-51
8. Ötzi, der Mann aus dem Eis. Die Tätowierungen. Südtiroler Archäologiemuseum Bozen 3013, Katalog zur Sonderausstellung 2014
9. Papyros Ebers. Das hermetische Buch über die Arzneimittel der alten Ägypter in hieratischer Schrift, Leipzig 1875. Biblio 1987, Osnabrück.
10. Wietig Christina, S. Williams, T. Reuther, M. Davids & M. Kerscher. Zum ästhetischen Wertewandel in Kultur und Kosmetik. Akt. Dermatol. 2005; 31:38-41
11. Jung Ernst G. Pigment. Akt. Dermatol. 2006; 32:300-403
12. Schirmacher Frank. EGO, das Spiel des Lebens. Frankfurt a. M. Büchergilde Gutenberg 2013
13. Jung Ernst G. Sonne und Sonnenkult. Akt. Dermatol. 2014; 40:303-305
14. Cash Thomas, Dawson K., Davis P., Bowen M. & Gahmbeck C. Effect of Cosmetics use on the physical attractiveness and body image on American College Women. J. Soc. Physiology 1988; 129:349-355
15. Aya Ueno et 9 coll. Neural activity associated with enhanced facial attractiveness by cosmetics use. Neuroscience Letters 2014; 566:142-146
16. Jones Axel L., S.S. Robin & Ward R. Miscalibration in judgement of attractiveness with cosmetics. Quarterly J. Exptl. Psychology 2014; 67(10):2060-2068
17. Rosenkranz Karl. Ästhetik des Hässlichen. Königsberg: Borntträger 1853, neu: Stuttgart: Reclam TB Nr. 21555
18. Eco Umberto. Die Geschichte der Schönheit. München: Hanser 2004
19. Eco Umberto. Die Geschichte der Hässlichkeit. München: Hanser 2007
20. Jung Ernst G. Perseus, Medusa und die Darstellung der Hässlichkeit. Akt. Dermatol. 2010; 36:488-491
21. Jung Ernst G. Masken, vom Mythos zur Zeitkultur, Akt. Dermatol. 2013; 39:11-5.

22. Jung Ernst G. Mythologie und Kosmetik. *Akt. Dermatol.* 2013; 39:476-481
23. Jung Ernst G. Das Phänomen Blickdiagnose. *Akt. Dermatol.* 2011; 37:214-217
24. Langlois Judith H., & Roggman Lori A. Attractive faces are only average. *Psychological Science* 1990; 1(2):115–121. doi:10.1111/j.1467-9280.1990.tb00079.x
25. Halberstadt Jamin. The generality and ultimate origins of the attractiveness of prototype. *Personality and Social Psychology Review* 2006; 10(2):166–183. doi:10.1207/s15327957pspr1002\_5

## Über die Autoren

Prof Dr. med. Ernst G. Jung studierte Medizin an den Universitäten Lausanne, Zürich und Kiel. Promotion 1960 an der Universität Zürich. Die Ausbildung zum Dermatologen erfolgte an den Universitäten Zürich und Heidelberg, dort Habilitation 1968. Von 1975 - 2000 war er Ordinarius der Dermatologie an der Universität Heidelberg und gleichzeitig Direktor der Universitäts-Hautklinik Mannheim. 1995-1997 diente er der Universität Heidelberg als Prorektor. Seine Arbeitsgebiete waren die klinische und experimentelle Dermatologie, die Photobiologie, die klinische Genetik und die Onkologie. Er ist Autor von 10 Büchern und über 400 Originalarbeiten. Seit 1981 ist er Mitglied der Heidelberger Akademie der Wissenschaften und seit 1997 korrespondierendes Mitglied der Schweizerischen Akademie der medizinischen Wissenschaften.

### **Korrespondenz:**

Prof. Dr. med. Ernst G. Jung  
Maulbeerweg 20  
D-69120 Heidelberg  
E-Mail: ernst.g.jung@t-online.de

Prof. Dr. Dr. h.c. Joachim Funke studierte Philosophie, Germanistik und Psychologie an den Universitäten Düsseldorf, Basel und Trier. Promotion 1984 an der Universität Bonn, Habilitation 1990 an der Universität Bonn. Nach Stationen Bonn und Greifswald arbeitet er seit 1997 als Ordinarius für Allgemeine und Theoretische Psychologie an der Universität Heidelberg. Seine Arbeitsgebiete sind Denken und Intelligenz, Kreativität und Problemlösen. Er ist Autor/ Co-Autor von mehr als 10 Büchern und über 200 Originalpublikationen. Seit 2010 Sprecher des Akademischen Senats der Uni Heidelberg. Von 2009-2014 Chairman der internationalen „PISA Problem Solving Expert Group“ der OECD.

### **Korrespondenz:**

Prof. Dr. Dr. h.c. Joachim Funke (ORCID ID 0000-0001-9129-2659)  
Universität Heidelberg  
Psychologisches Institut  
Hauptstr. 47-51  
69117 Heidelberg  
E-Mail: joachim.funke@psychologie.uni-heidelberg.de  
Homepage: <http://funke.uni-hd.de>