

# Selbstverpflichtungen zur Prävention von Essstörungen in Europa

(Stand 03.07.2008)

## England

In England sind das Ministerium für Kultur, Medien und Sport, das British Fashion Council und zahlreiche Expertinnen und Experten, unter ihnen die internationale Essstörungsexpertin Susie Orbach, im Kampf gegen den Schlankeitswahn aktiv. 2007 wurde die Kommission '*Model Health Inquiry*' vom British Fashion Council ins Leben gerufen, um die Gesundheit von Fotomodells auf den Catwalks der zweimal jährlich stattfindenden Londoner Modewoche zu untersuchen. Der Kommission gehören Modelagenturen, Modedesignerinnen und -designer, Models, Vertreterinnen und Vertreter der Modeindustrie und Medien sowie Gesundheitsexpertinnen und -experten an. Sie hat vierzehn unverbindliche Empfehlungen zur Verbesserung der Gesundheits- und Arbeitssituation von Fotomodells mit folgenden Kernpunkten erarbeitet:

- Mindestalter von 16 Jahren für Modells
- Vorlage ärztlicher Attests sowie die Beschäftigung über eine britische Modelagentur als Voraussetzung für die Arbeit bei der Londoner Modewoche
- Einführung von Bildungs- und Beratungsprogrammen für Models und Etablierung eines "gesunden" Umfelds hinter der Bühne
- Finanzierung wissenschaftlicher Studien zum Thema

## Frankreich

Die französische Gesundheitsministerin hat im April 2008 zusammen mit Vertreterinnen und Vertreter aus Mode, Medien, Werbung und dem Gesundheitswesen eine "Charta gegen Magersucht" unterschrieben. Mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung verpflichten sich die Unterzeichnenden unter anderem, keine Bilder mehr zu verbreiten, die den Schlankeitswahn fördern.

Die wesentlichen Eckpfeiler der Charta sind:

- Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Akzeptanz der körperlichen Vielfalt

- Schutz der Gesundheit der Bevölkerung im Allgemeinen, der Personen mit speziellen Einschränkungen in der Ernährung und der mit ihrem Körperbild arbeitenden Menschen im Rahmen der bereits bestehenden gesetzlichen Bestimmungen sowie Durchführung von Kommunikationsaktionen zur Verbreitung von gezielten Informationen für jede Bevölkerungsgruppe
- Bessere Information der Öffentlichkeit über den Einsatz des Körperbilds zur Vermeidung von Stigmatisierungsphänomenen und Förderung der Magerkeit

## **Italien**

Die Regierung in Italien hat 2006 eine nationale Informationskampagne gestartet. Im Dezember 2006 wurde eine "Nationale Selbstverpflichtungserklärung der italienischen Modewelt gegen Magersucht" von Vertreterinnen und Vertretern des Ministeriums für Jugend und Sport, der Modekammer Italien (in der u.a. die Modehäuser Valentino, Biagiotti, Fendi, Max Mara vertreten sind) und der Regierung in Rom verfasst. Hiernach sollen u.a. nur solche Models zu Werbezwecke auftreten, die mit ärztlichem Attest nachweisen können, dass sie nicht unter Essstörungen leiden.

Die Unterzeichnenden verpflichten sich u.a.,

- ein gesundes Schönheitsideal zu fördern und die Durchführung von Informationskampagnen zu unterstützen
- die Gesundheit der Fotomodelle auf Laufstegen zu schützen (u.a. Pflicht zu Vorlage ärztlicher Atteste) und Modelle auf Laufstegen und Fotos nicht zuzulassen, denen eindeutige Essstörungen bescheinigt wurden,
- ein Mindestalter von 16 Jahren auf Laufstegen einzuhalten,

## **Österreich**

Anfang 2007 hat die Stadt Wien die "Initiative S-O-Ess" gegen unerreichbare Schlankheitsideale ins Leben gerufen. Ein Netzwerk von prominenten Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Mode, Werbung, Wirtschaft, Industrie und Show-Business setzt sich unter dem Motto "Nobody is Perfect!" für ein gesundes Frauenbild ein. Im Februar 2007 wurde ein "Manifest gegen ungesunde Schlankheitsideale zur Prävention von Essstörungen" vorgestellt.

U.a. sollen

- "Magermodels" auf Laufstegen und Fotos nicht mehr zugelassen,
- keine Models unter 15 Jahren eingesetzt und
- nur Kleidungsstücke ab Konfektionsgröße 34 in den Kollektionen geführt werden.

Das österreichische Gesundheitsministerium unterstützt die Kampagne finanziell. Darüber hinaus sollen in Österreich mit der Kampagne "Wenn die Seele hungert" (ab Mai 2007) die negativen Auswirkungen von gesundheitsschädigenden Schönheitsidealen durch Spots und Anzeigen verdeutlicht werden.

## **Spanien**

Spanien hat bereits 1999 einen runden Tisch mit Vertreterinnen und Vertretern aus Medizin, Wissenschaft, Werbung, den Medien, der Textilbranche, von Verbraucherorganisationen und Betroffenenverbänden eingesetzt, die freiwillige Vereinbarungen u.a. zur Sensibilisierung von Jugendlichen getroffen hat. Das Parlament hat Empfehlungen gegen Essstörungen erarbeitet.

Die Gemeinschaft der Modeschöpfer und die spanische Gesellschaft für Endokrinologie und Ernährung haben 2006 einige Mindestparameter für die Laufstegmodels aufgestellt, um ein gesundes Bild zu vermitteln. Models müssen einen Mindest BMI von 18 erreichen, die physischen Eigenschaften müssen adäquat für die Modeshow sein. Eine 2007 getroffene Vereinbarung der spanischen Konsumbehörde mit den größten Konfektionsmarken des Landes (u.a. Zara und Mango) verbietet zu dünne Schaufensterpuppen, schafft die Spezialabteilung „große Größen“ in den Kaufhäusern ab und schreibt einheitliche Größen vor. Die großen Kleidermarken sollen sich beim Entwurf ihrer Größen ab 2008 an den Maßen der real existierenden Kundinnen orientieren. Diese sollen in einer großen Studie vom spanischen Gesundheitsministerium ermittelt werden: 8500 Frauen und Mädchen zwischen zwölf und 70 Jahren in 60 verschiedenen Gemeinden sollen bis dahin vermessen werden.