

Österreichische Post AG; PZ 182041372 P; Biber Verlagsgesellschaft mbH, Museumsplatz 1, E 1.4, 1070 Wien

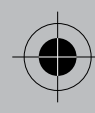
# biber

MIT SCHARF

SOMMER  
2020

[www.dasbiber.at](http://www.dasbiber.at)

+  
SCHWARZES WIEN  
+  
FAVORITEN: WER  
IST SCHULD?  
+  
NGOSSO IN  
ZAHLEN  
+



**MANNSBILDER**  
**WARUM AUCH MÄNNER**  
**BODY POSITIVITY BRAUCHEN**



# WIR SIND BODY-POSITIVE.

Sie haben behaarte Rücken, dünne Oberschenkel, einen löchrigen Bart und sind 160 cm groß. Body-Positivity ist in aller Munde – aber gilt sie auch für Männer? Die biber-Models Cedric, Sahil, Ernan, Denis, Alex und Damir finden: „Jeder Mann ist anders und das soll auch gezeigt werden.“ Hier kommen die Badehosen-Trends 2020 abseits von Sixpacks und glattrasierten Brustmuskeln.



FOTOS: Julie Brass  
TEXT: Emiliy Zens und Magdalena Zimmermann  
PRODUKTION: Ivana Cucujkić-Panić  
CASTING: Emiliy Zens und Magdalena Zimmermann  
STYLING: Mirza Sprecaković  
MODELS: Alex, Denis, Ernan, Damir, Sahil, Cedric  
LOCATION: Eventhotel Pyramide, [www.eventhotel-pyramide.com](http://www.eventhotel-pyramide.com)



**E**ndlich passt die Welt – und der Werbeslogan. In der neuesten Kampagne des Dessous-Herstellers Palmers präsentieren Frauen mit rundem Popo, vollen Hüften, kleineren und größeren Brüsten die neue Bikini-Mode. Body Positivity at its best. Auch ein „Person Of Colour“-Model ist vertreten. Gut gemacht, möchte man loben. Und doch, eine leise Stimme empört sich. Sie gehört einem Mann. „Warum dürfen Frauen in der Modewerbung nun ‚echt‘ aussehen, den Männern wird allerdings weiterhin der Waschbrettbauch abverlangt – sogar als Mid-Ager mit grauen Haaren?“

Stimmt. Denn der einzige Herr zwischen den Palmers-Nixen sieht aus, wie alle männlichen Bademoden-Models aussehen, ob alt oder jung: Breite Schultern, braune Haut und dazu ein makel- und haarloses Waschbrett als Bauch. Diese Schiefelage kann man auch auf der H&M-Website abrufen: Während die Bikini-Mode ganz im Trend von Body Positivity präsentiert wird, ist Körper-Diversität in der Badehosenwelt nicht vorhanden. Da reiht sich ein muskulöser Jüngling an den anderen. Ist Body Positivity bei Männern also kein Thema?

### MÄNNERKÖRPER ALS MANGELWARE

Der eigene Körper soll so akzeptiert werden, wie er ist. Dabei muss er nicht dem von der Gesellschaft und der Modewelt diktierten Schönheitsideal entsprechen. Das ist die Grundidee der Body Positivity Bewegung. Durch Hashtags wie #allbodiesarebeautiful und #embraceyourcurves hat die Bewegung in den letzten Jahren auch auf Instagram hohe Wellen geschlagen. Dabei zeigt jedoch nur einer kleiner Teil der fast fünf Millionen Posts unter dem Hash-tag #bodypositivity Männerkörper.

Das ist bereits auf die Ursprünge der Bewegung zurückzuführen. Das, was wir heute „Body Positivity“ nennen, entstand in der ersten Feminismus-Welle zwischen den Jahren 1850 und 1890. Damals legten die Frauen ihre Korsette ab, um gegen die ihnen aufgezwungenen Körperideale zu demonstrieren. Auch 100 Jahre später sind es noch Frauen, die den Ton innerhalb der Debatte angeben. Im Fokus steht die Normalisierung von dicken Körpern, alltäglichen Körperfunktionen wie der Menstruation sowie Körperbehaarung. Große Modehäuser wie Zara und H&M greifen genau das auf und verzichten auf das Retuschieren ihrer Models. Sucht man nun dort nach einem neuen Bikini, sieht man auch Frauen mit Dehnungstreifen oder Hängebrüsten. Das ist richtig und wichtig. Aber warum endet die Diversität in Badehosenkampagnen bei Sixpacks in unterschiedlichen Hauttönen?

### TOXISCHE KÖRPERIDEALE

Immerhin betrifft Body Positivity auch Männer. In der Gay-Community gibt es bereits verstärkt Ansätze, ein anderes Männerbild als das von Adonis zu bewerben. Laut des Body Image Reports von 2019, durchgeführt von der britischen Mental

Health Foundation, hat ein Drittel der befragten queeren Personen Selbstmordgedanken aufgrund ihres Erscheinungsbildes. Demzufolge leiden Männer sexueller Minderheiten vermehrt unter toxischen Körperidealen. Body Positivity soll dem entgegenwirken und zeigen, dass die sexuelle Identität nicht von einem athletischen Körper definiert wird.

Den Druck, den perfekten Körper zu erreichen, erleben auch heterosexuelle Männer. Muskulöse Arme, die einen beschützen. Einen weichen, aber trotzdem durchtrainierten Bauch, an den man sich kuscheln kann. Körperbehaarung bitte nur an den richtigen Stellen – Gott bewahre vor dem Rücken. Und vor allem, größer als die Frau solle der Traummann mit-teschön sein. Die Plattformen der sozialen Medien sind voll mit Influencern, durch deren Adern nicht nur Blut, sondern

auch haufenweise Eiweißshakes fließen. Der erfolgreichste Fitness-Influencer Österreichs – Johannes Bartl – zählt 1,9 Millionen AbonnentInnen auf Instagram. Dort teilt er mit seinen FollowerInnen Trainingsroutinen sowie Ernährungstipps für einen perfekt gestählten Körper, ganz ohne Aufputzmittel. Im Zuge unserer Recherche sprechen wir Männer auf ihr „Körpergefühl“ bei einer Straßenumfrage in Wien an. Darunter ist der 19-jährige Dario, der sich aus Selbstschutz von Instagram abmeldete: „Ich wollte genauso aussehen wie die Sportler. Das hat mich extrem gestresst.“ Wer dem Druck nicht entkommt, legt sich unters Messer. Im Vergleich zum Vorjahr haben sich 2019 die Zahlen der operativen Eingriffe bei

Männern verdoppelt. Auf den ersten Plätzen liegt hier die Fettabsaugung, wie der Verein der Deutschen Ästhetisch-Plastischen Chirurgie angibt.

### ABNEHMGEDANKEN UND DIÄTPLÄNE SIND NICHT FEMINISTISCH

Bei Frauenkörpern ist Body Positivity mittlerweile so verbreitet, dass „frau“ unnormale ist, wenn sie etwas an sich selbst kritisiert, anstatt es hinzunehmen. Die 20 Kilo, die während der Schwangerschaft dazugekommen sind, hat man zu lieben. Abnehmgedanken und Diätpläne sind nicht feministisch. Die Männermodels des biber-Shootings hingegen geben ehrlich zu, was sie gerne an sich ändern würden. „Eine Haartransplantation“ kann sich Ernan vorstellen, „10kg weniger“ wünscht sich Damir. Das zu sagen fällt ihnen leicht. Sie stehen zu sich und sind selbstbewusst, wenn es um ihre vermeintlichen Makel geht. „Schlimmer ist es, wenn man etwas haben will, aber nicht bekommen kann“, so Cedric.

Die Körper der biber-Adonisse sind klein, haarig, dünn oder dick. Die Fotos, die wir von ihnen gemacht haben, könnte man genauso gut in der Zara-Werbung zeigen wie das hundertste Sixpack. Body Positivity sollte endlich auch in der Männerwelt Einzug finden. Damir, Sahil, Cedric, Ernan, Alex und Denis sind die body-positive Vielfalt, die wir uns wünschen. ●

## DER MANN IST DRAN.

Warum Body Positivity bei Männern längst mehr Thema sein sollte.

Von Emily Zens und  
Magdalena Zimmermann

### Denis, 24

Was magst du an dir?  
Meine Augen. Für die bekomme ich auch die meisten Komplimente.

„Vor fünf Jahren habe ich beschlossen, abzunehmen. Ich habe mich selbst nie so übergewichtig gesehen, wie ich es war. Sechs Monate später hatte ich schon 40kg weniger. 2018 habe ich dann eine Bauchstraffung durchführen lassen. Ich musste die Kosten dafür selbst übernehmen. Jetzt trainiere ich regelmäßig und halte mein Gewicht konstant. Es ist ein tolles Gefühl, etwas für sich selbst zu tun.“



Denis trägt:  
Short von Just Cavalli custom made  
Socken von COS: 7,00 Euro  
Sneaker von Nike: 104,95 Euro





### Damir, 32

Was magst du an dir?  
Ich mag mein Gesicht und ich bekomme viele Komplimente für meine schlanken Beine.

„Dass jeder Mann wie ein Model aussieht und ein Six-pack hat, ist nicht die Wahrheit. Jeder sieht anders aus – am besten so, wie er sich wohlfühlt. Früher habe ich in der Bundesliga Basketball gespielt, da war ich sehr schlank. Seitdem sind ein paar Kilos dazugekommen.“

Damir trägt:  
Badeshort von Colmar: 76,46 €



### Cedric, 33

Was magst du an dir?  
Ich mag meine Augen irrsinnig und mein Gesicht.

„Ich war früher Model und merke jetzt, nachdem ich ein paar Kilo zugenommen habe, wie mich die Menschen anders wahrnehmen. Jetzt wirke ich eher vertrauensstiftender und sanfter als früher. Zu einem bestimmten Körper gehört auch immer ein bestimmter Lebensstil, daraus entsteht auch ein anderes Wesen.“

Cedric trägt:  
Sonnenbrille von Smith: 199 €  
Hemd von H&M: 9,90 €  
Leinen-Short von H&M: 14,90 €



## Ernan, 23

Was magst du an dir?  
Eindeutig meine Waden. Die sind austrainiert und schön.

„Ich habe eine große Nase und buschige Augenbrauen. Ändern würde ich nichts daran, weil man dadurch sieht, dass ich vom Balkan komme. Ich würde bloß gerne etwas abnehmen, um mich einfach wohler zu fühlen.“



Ernan trägt:  
Badeshort von Colmar: 76,46 €



## Sahil, 20

Was magst du an dir?  
Meine Brust und meinen Bauch. Vor allem, dass sich nichts daran ändert, egal wie viel ich esse oder trinke.

„Aufgrund meiner Größe von 1,60 m hatte ich noch nie einen Nachteil. Außer bei den Klamotten, da nervt es manchmal. Andererseits zahle ich weniger, weil ich Sachen aus der Kinderabteilung tragen kann.“

Sahil trägt:  
Short von H&M: 9,90 €

BEZAHLTE ANZEIGE



## KEINE ERBSENZÄHLEREI

Nach den letzten Quarantänemonaten graut es wahrscheinlich sogar Langzeitstudenten vor Pasta. Insbesondere, wenn doch „low carb“ seit einiger Zeit schon unter den beliebtesten Ernährungstrends steht. Deswegen habe ich für alle, die Nudeln lieben, und trotzdem im Schnelldurchlauf zum Sommerbody kommen wollen einen ganz besonders heißen Tipp: Die Erbsenpasta von „More Than Pasta“ – erhältlich bei Spar Gourmet. Damit schlägt man nämlich gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Den Hunger auf Nudeln stillen, bei erhöhter Eiweißaufnahme. Durch die Erbsen haben die Nudeln einen etwas süßlicheren Geschmack. Kombiniert mit den herben Geschmäckern von frischem Rucola, Rotkraut oder Radieschen entfalten sie ihr volles Potential. Dazu empfehle ich ein köstliches Dressing aus Sauerrahm, Feta, Olivenöl, Chili und einem Schuss Zitrone – und die sommerliche Verführung ist komplett. Der Salat eignet sich hervorragend als Mittagsproviant für's Büro – oder als leckeres Mitbringsel zum Picknick im Park. So wird aus low carb keine Erbsenzählerei mehr. Mahlzeit!



Präsentiert von

**SPAR**  
Gourmet





### Alex, 26

Was magst du an dir?  
Meine Waden.

„Wir haben uns alle schon so daran gewöhnt, dass wir nur Männer mit Sixpacks in der Werbung sehen. Ich hatte eine Phase, in der ich mehr Muskeln haben wollte, aber es hat über Monate hinweg nichts funktioniert. Jetzt bin ich zufrieden mit meinem Körper.“

Alex trägt:  
Short von H&M: 39,90 €  
Socken von COS: 7,00 €



## „Männer sind verletzlich“

Interview mit Romeo Bissuti, Psychologe und Leiter des Männergesundheitszentrums MEN

**Ist Body Positivity bei Männern ein Thema?**  
Männer sind genauso verletzlich, wenn ihnen gesagt wird, ihr Körper sei nicht gut genug. Es ist aber kein Zufall, dass die Auseinandersetzung von Body Positivity bei Männern so weit hinterherhängt. Das Sprechen über sich selbst ist riskant, man macht sich angreifbar. Männer reden über körperliche Themen auch nicht so häufig wie Frauen.

**Warum gibt es zwischen den Geschlechtern einen solch gravierenden Unterschied?**  
Männer haben das Privileg, dass sie nicht von der Gesellschaft gezwungen werden, sich mit ihrem Körper auseinandersetzen zu müssen. Am Körper der Frau werden hingegen ganze gesellschaftliche Diskurse ausgetragen, angefangen bei Diäten, über das Kopftuch bis hin zu Mutterschaft. Der männliche Körper reicht hingegen, wenn er männlich ist.

**Wie gehen Sie im Männergesundheitszentrum damit um?**  
In Workshops für Burschen ab 13 Jahren zeigen wir, wie sich das Idealbild männlicher Körper verändert hat, angefangen bei der Frisur bis hin zum Körperbau. Wir schaffen für die teilnehmenden Jugendlichen erstmals einen Raum, über ihren Körper zu sprechen. Das machen wir in Schulen und Jugendeinrichtungen.

**Welche Reaktionen kommen?**  
Die Jungs merken, wie absurd manche Idealbilder sind, egal ob breitschultrig oder muskulös, weil die meisten Männer dem gar nicht entsprechen können. Daran würde auch eine OP nichts ändern. Schon 14-Jährige gehen mehrmals wöchentlich ins Fitnessstudio. Ein absurdes Phänomen, wenn man bedenkt, dass man in diesem Alter noch gar nicht sämtliche Muskelgruppen aufbauen kann, die die Burschen bei Älteren sehen. Diese Hypersexualisierung wird ausgelöst durch den Druck sozialer Medien oder Zeitschriften.

# „Perfektion ist nur ein Marketing-Gag.“

Das sagen die ExpertInnen zu Body Positivity bei Männern.

**Roberta Manganelli, Managing Director Stella Models**



„Die Werbung soll ein Spiegel der breiten Gesellschaft

sein. Body Positivity bei Männern ist sozial gesehen längst notwendig. Bereits 2004 fanden unterschiedlichste Frauen ihren Platz in der Werbebranche. Bei den Männern geht diese Entwicklung schlepender voran, wohl auch weil sie weniger über Körper sprechen. In der Modewelt werden andere ästhetische Ansprüche gestellt und nicht erwartet, dass sich jeder darin wiederfindet.“

**Julian Wiehl, Chefredakteur von Vanguardist Magazine**



„Bereits 2016 hatten wir die Ausgaben „ugly“ und „fat“, in denen wir

Menschen zeigten, die man sonst nicht in Modestrecken sieht. Es ist schwer, solche Menschen zu finden, die sich vor die Kamera trauen. Es ist also ein Teufelskreis: Es gibt gesellschaftliche Normen, wie man auszusehen hat und Menschen lassen sich nur ablichten, wenn sie diesen Normen entsprechen. Interessant ist aber, dass Themen wie Body Positivity oder Fat Shaming bei uns am besten geklickt werden.“

**Marko Mestrovic, Werbe- und Fashion-Fotograf**



„Bei Werbefotos entsprechen Männer immer Stereotypen.

Agenturen können sich gar nicht vorstellen, dass auch ein festerer Typ Werbung fürs Radfahren machen kann. Dickere spielen dann entweder den Bauarbeiter oder essen gerne. Es sind immer ähnliche Typen im gleichen System, so erkennen sich Männer nicht selbst in der Werbung wieder.“

**Christl Clear, Lifestyle Bloggerin**



„Wenn es nach mir ginge, würden wir dieses Bodypositivity-Movement

abhaken und gleich mit der Body-Neutrality weitermachen. Das würde bedeuten, dass wir unsere Körper so hinnehmen, wie sie sind. Unser aller Leben wäre so viel leichter. Egal welchen Geschlechts, egal welcher Sexualität. Denn es gibt immer etwas am eigenen Äußeren, das nicht „perfekt“ scheint. Dabei ist Perfektion nur ein Marketing-Gag, der uns oftmals den Spaß an der Sache nimmt.“

bmlrt.gv.at

## Umsatzsteuersenkung in der Gastronomie auf 5 %



BILD: © BMLRT/PIXABAY

**Bundesministerium Landwirtschaft, Regionen und Tourismus**

Um Gastronomie- und Tourismusbetriebe schnell und spürbar zu entlasten, senkt die Bundesregierung die Umsatzsteuer bei allen Speisen sowie alkoholfreien und alkoholischen Getränken auf 5 %. Erfasst sind alle gastgewerblichen Betriebe sowie Schutzhütten und Buschenschänke. Der ermäßigte Steuersatz wird für den Zeitraum von 1. Juli 2020 bis zum 31. Dezember 2020 gelten. Weitere Informationen unter: [www.sichere-gastfreundschaft.at](http://www.sichere-gastfreundschaft.at)