

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien

Paradoxien und Pseudoindividualisierung in der Kosmetikbranche

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer
Bachelor-Kulturwissenschaftlerin (Medien) an der Fakultät Medien der
Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier
Dipl. Kulturwissenschaftlerin [Medien] Nancy Richter

Eingereicht von:

Christin Hoffmann

Weimar, den 29.08.2008

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	iii
TABELLENVERZEICHNIS	iv
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	v
1. EINLEITUNG	1
2. ÜBERBLICK ÜBER DIE KOSMETIKBRANCHE	4
2.1 DEFINITION KOSMETIK	4
2.2 MILLIARDENUMSÄTZE FÜR DIE SCHÖNHEIT	5
2.3 FÜHRENDE KOSMETIKHERSTELLER	6
2.4 HIDING THE FACTORY	8
3. JEAN BAUDRILLARDS SOZIALE LOGIK DES KONSUMS	10
3.1 KONSUM ALS SOZIALISierter AUSTAUSCH VON ZEICHEN	10
3.2 KONSUM ALS ABSOLUT IDEALISTISCHE PRAXIS	11
4. DAS GESCHÄFT MIT DER SCHÖNHEIT	13
4.1 WAS IST SCHÖNHEIT?	13
4.2 DER KÖRPER ALS OBJEKT DER ERLÖSUNG	15
4.3 SCHÖNHEIT ALS KONSUMOBJEKT	16
5. DIE PERSONALISIERUNG DES KONSUMS	20
5.1 DER VERKAUF VON PERSÖNLICHKEITEN	20
5.2 VON DER NATÜRLICHKEIT DES SCHMINKENS	22
5.3 DIE INDUSTRIELLE PRODUKTION VON UNTERSCHIEDEN	24
5.4 DIE QUAL DER WAHL	27
5.5 DIE STRUKTURELLEN MODELLE	28
5.5.1 Die Frau als Opfer der Genusssucht	28
5.5.2 Der Wählerische - Das maskuline Modell	30
6. MEDIEN ALS VERMITTLER DER WARE SCHÖNHEIT	33
6.1 WERBUNG	33
6.1.1 Die persönliche Beziehung zur Werbung	33
6.1.2 Die Produktion von Bedürfnissen	36
6.1.3 „Weil Sie es sich wert sind“ – Die persönliche Ansprache	37
6.1.4 Stars in der Werbung	39
6.1.5 Medien als Vermittler der wahren Schönheit!?	44
6.2 FRAUENZEITSCHRIFTEN	47
7. FAZIT	51
7.1 PARADOXIEN	51
7.2 PSEUDOINDIVIDUALISIERUNG	53
LITERATURVERZEICHNIS	vi

LITERATURVERZEICHNIS

- Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften** [Hrsg.] (1976): Richtlinie 76/768/EWG des Rates vom 27. Juli 1976 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über kosmetische Mittel. In: Amtsblatt Nr. L 262 vom 27/09/1976. S. 0169 – 0200. Luxemburg
- Baudrillard, Jean** (1991a): Das System der Dinge: Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen. Aus dem Franz. von Joseph Garzuly. Frankfurt/Main / New York : Campus Verlag
- Baudrillard, Jean** (1991b): Der symbolische Tausch und der Tod. Aus dem Franz. von Gerd Bergfleth. München : Matthes&Seitz
- Baudrillard, Jean** (2006): The consumer society: myths and structures. Translated by Chris Turner. Reprinted. London [u.a.] : Sage Publ.
- Bauer Media** [Hrsg.] (2007): Beauty Guide 2007. Dekorative Kosmetik. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.bauermedia.com/fileadmin/user_upload/pdf/studien/branchen/kosmetic/08-01-07_Beauty_Guide_2007_DEKORATIVE_KOSMETIK.pdf [Stand 02.06.2008]
- Beiersdorf** [Hrsg.] (2008): Geschäftsbericht 2007. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.beiersdorf.de/Area-IR/Financial-Reports/Annual-Reports/2007.aspx?l=1> [Stand: 03.06.2008]
- Benjamin, Walter** (1934/35): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Pias, Claus / Vogl, Joseph / Engell, Lorenz et al. (Hrsg.) (2004): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. 5. Auflage. Stuttgart : Deutsche Verlags-Anstalt. S. 18-33
- Bolz, Norbert** (2001): Die Expedition ins Virtuelle und die Entdeckung des Körpers. In: Zurstiege, Guido / Schmidt, Siegfried J. [Hrsg.] (2001): Werbung, Mode und Design. 1. Auflage. Wiesbaden : Westdeutscher Verlag. S. 17-34
- Bovenschen, Silvia** (1986): Über die Listen der Mode. In: dies. [Hrsg.](1986): Die Listen der Mode. Frankfurt am Main : Suhrkamp Verlag. S. 10-30
- Dove** [Hrsg.] (2006): Dove – Evolution. Initiative für wahre Schönheit. Imagewerbepspot. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.youtube.com/watch?v=vX9A3GRpzsU> [Stand: 21.07.2008]
- Dove / Etcoff, Nancy / Orbach, Susie** [Hrsg.] (2005): “Real Truth About Beauty – A Global Report”. Ergebnisse der globalen Dove Studie zum Schönheitsbegriff. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.initiativefuerwahreschoenheit.de/uploadedfiles/de/Dove_Global_Report.pdf [Stand: 02.08.2008]

- Draculic, Slavenka** (2006): Schlachtfeld Frauenkörper. In: EMMA. Das politische Magazin von Frauen. 2006. Nr. 5. September/Oktober. S. 50-54
- Drolshagen, Ebba D.** (1995): Des Körpers neue Kleider. Die Herstellung weiblicher Schönheit. 2. Auflage. Frankfurt am Main : Krüger
- Duske, Dagmar** (1989): Und ewig lockt das Gleiche. Strategien und Inhalte kommerzieller Frauenzeitschriften. In: Schmerl, Christiane [Hrsg.] (1989): In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenbild in den Medien. Böhlau Verlag : Köln. S. 101-118
- Etcoff, Nancy** (2001): Nur die Schönsten überleben. Die Ästhetik des Menschen. Aus dem Englischen von Heinz Tophinke. München : Diederichs Verlag
- ffr/ddp/AFP** (2007): Schöner Schein. Penélope Cruz und das Wimperndebakel.. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.spiegel.de/panorama/leute/0,1518,496521,00.html> [Stand: 29.07.2008]
- Freedman, Rita** (1989): Die Opfer der Venus. Vom Zwang, schön zu sein. Aus dem Englischen von Olga Rinne. Zürich : Kreuz-Verlag
- Fricke, Dorothee** (2007): Dove-Produktmanagerin Nicole Ehlen. Wahre Schönheit. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/koepfe/wahre-schoenheit;1326562> [Stand: 02.08.2008]
- Glamour** [Hrsg.] (2007): Die neuen Düfte, Make-ups, Hair-Styles. Das macht mich schöner. In: Glamour. 2007. Nr. 25. November. S. 1/116-119
- Glamour** [Hrsg.] (2008): Make-up nach Maß von James Kaliardos. Glamour Promotion. In: Glamour Stylebook (Beiheft). Glamour. 2008. Nr. 18. August. S. 116
- G+J Mediasales** [Hrsg.] (2008): G+J Branchenbild Pflegende Kosmetik. Gruner+Jahr Marktanalyse. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.gujmedia.de/services/marktdaten/> [Stand: 13.07.2008]
- Guggenberger, Bernd** (1997): Einfach schön. Schönheit als soziale Macht. München : Deutscher Taschenbuch-Verlag
- Henkel** [Hrsg.] (2008): Geschäftsbericht 2007. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.henkel.de/de/content_data/2008.02.27_FY_2007_annualreport_de.pdf [Stand: 03.06.2008]
- Hermanns, Arnold** (2001): Stars als Träger von Werbebotschaften. In: Gaitanides, Michael / Kruse, Jörn [Hrsg.] (2001): Stars in Film und Sport: Ökonomische Analyse des Starphänomens. Hamburger Forum Medienökonomie, Band 3. München : R. Fischer. S. 99-110

- IKW** [Hrsg.] (2008a): Wirtschaftliche Entwicklung. Elektronisch veröffentlicht unter: [http://www.ikw.org/pdf/broschueren/Wirtschaftliche_Entwicklung_07\(i\).pdf](http://www.ikw.org/pdf/broschueren/Wirtschaftliche_Entwicklung_07(i).pdf) [Stand: 29.06.2008]
- IKW** [Hrsg.] (2008b): Marktzahlen 2007. Körperpflegemittel, Hygieneerzeugnisse, Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittel. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.ikw.org/pdf/broschueren/IKW_Marktzahlen_2007.pdf [Stand: 29.06.2008]
- Janecke, Christian** (2006): Einleitung. In: ders. [Hrsg.] (2006): Gesichter auftragen: Argumente zum Schminken. Marburg : Jonas-Verlag. S. 9-44
- Jazdzewski, Catherine** (2000): Die Frauenmagazine. In: Schefer Faux, Dorothy et. al (2000): Schönheit. Beauty. Beauté. Eine Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts. Schirmer/Mosel : München. S. 306-323
- Jolie** [Hrsg.] (2008a): Neues Jahr – Neuer Look. Haircuts, die Ihr Leben verändern. Sexy, cool, stylish: So finden Sie den Richtigen. In: Jolie. Der Beautiful Life Guide. 2008. Nr. 2. Februar. S. 1/114-120
- Jolie** [Hrsg.] (2008b): In vierzehn Tagen zum Hollywood Body. In: Jolie. Der Beautiful Life Guide. 2008. Nr. 4. April. S. 1/138-146
- Klawitter, Nils** (2005): L'Oréals großer Bluff. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,345224-2,00.html> [Stand: 26.06.2008]
- L'Oréal** [Hrsg.] (2008a): 2007 Annual Report. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.lorealfinance.e-loreal.com/site/us/contenu/rapport/rapport2007/pdf/2007_Annual_Report_Volume_1.pdf [Stand 02.06.2008]
- L'Oréal** [Hrsg.] (2008b): Annual Report. 2007 Financial Statements. Management Report of the Board of Directors. Additional Information for the Reference Document. Elektronisch veröffentlicht unter: http://www.lorealfinance.e-loreal.com/site/us/contenu/rapport/rapport2007/pdf/2007_Annual_Report_Volume_2.pdf [Stand 02.06.2008]
- L'Oréal Paris** [Hrsg.] (2008): Elvital Anti-Schädigung. Werbespot von L'Oréal Paris. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.youtube.com/watch?v=bbhV5lwsPUw> [Stand: 26.07.2008]
- Nielsen** [Hrsg.] (2007): TrendNavigator Körperpflege. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://de.nielsen.com/news/documents/TrendnavigatorKoerperpflegeKurzfassungfinal.pdf> [Stand: 06.07.2008]
- OANDA** [Hrsg.] (2008): FXHistory®: historical currency exchange rates. Umrechnungstabelle: USD zu EUR (Interbank Kassakurs). Zeitabschnitt: 01.01.07 bis 31.12.07. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.oanda.com/convert/fxhistory> [Stand: 09.07.2008]

- Posch, Waltraud** (1999): Körper machen Leute: Der Kult um die Schönheit. Frankfurt/Main [u.a.] : Campus-Verlag
- Procter & Gamble** [Hrsg.] (2008): 2007 Annual Report. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://thomson.mobular.net/thomson/7/2481/2801/print/print.pdf> [Stand: 03.07.2008]
- Redler, Elisabeth** (1994): Der Körper als Medium zur Welt : eine Annäherung von außen: Schönheit und Gesundheit. Frankfurt am Main : Mabuse-Verlag
- Riesman, David** (1964): Abundance for What? And Other Essays. London : Chatto and Windus
- Ritte, Jürgen** (2007): Der Schein der Wirklichkeit und das Dickicht der Zeichen: Der französische Soziologe Jean Baudrillard ist gestorben. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.nzz.ch/2007/03/07/fe/article7Y0SF.html> [Stand: 09.08.2007]
- Ritzer, Georg** (1998): Introduction. In: Baudrillard, Jean (2006): The consumer society: myths and structures. Reprinted. London [u.a.] : Sage Publ. S. 1-22
- Rodin, Judith** (1994): Die Schönheitsfalle. Was Frauen daran hindert, sich und ihren Körper zu mögen. Aus dem Amerikanischen von Maria Zybak. München : Droeme Knauer
- Roggenkamp, Viola** (1984): Meine Freundin Brigitte. Oder: Der alltägliche Diät-Terror. In Schwarzer, Alice [Hrsg.] (1984): Durch dick und dünn. Köln: Emma-Sonderband Nr. 4. S. 26-31
- Scheithauer, Marion** (2008): Star-Style. Beauty-News. In: Joy. Das Trendmagazin für Frauen. 2008. Nr. 8. August. S. 28
- Schimank, Uwe** (2000): Die individualisierte Gesellschaft – differenzierungs- und akteurstheoretisch betrachtet. In: Kron, Thomas [Hrsg.] (2000): Individualisierung und soziologische Theorie. Opladen : Leske + Budrich. S. 107-127
- SevenOne Media** [Hrsg.] (2008): Werbemarkt Report. Analyse des deutschen Brutto-Werbemarktes 2007. Elektronisch veröffentlicht unter: http://appz.sevenonemedia.de/download/publikationen/WerbemarktReport_20071.pdf [Stand. 14.07.2008]
- Sommer, Carlo Michael** (1997): Stars als Mittel der Identitätskonstruktion. In: Faulstich, Werner / Korte, Helmut [Hrsg.] (1997): Der Star. München : Fink. S. 114-124.
- Trapp, Wilhelm** (2001): Wie viel Schönheit braucht der Mensch? In: Randow, Gero von [Hrsg.] (2001): Wie viel Körper braucht der Mensch? Hamburg : Edition Körper Stiftung. S. 65-74

- Unilever** [Hrsg.] (2008a): Annual Review 2007. Elektronisch veröffentlicht unter: http://annualreview07.unilever.com/downloads/Unilever_07_annual_review_en.pdf [Stand: 03.07.2008]
- Unilever** (2008b): Dove – eine Marke für wahre Schönheit. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.unilever.de/ourbrands/personalcare/dove.asp> [Stand: 03.07.2008]
- Weiß, Markus** (2007): Star-Werbung. Starwerbung wirkt. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.max.de/pop-kultur/people/star-werbung/8297,1,,Starwerbung+wirkt+.html> [Stand: 14.07.2008]
- Wilk, Nicole M.** (2002): Körpercodes: die vielen Gesichter der Weiblichkeit in der Werbung. Frankfurt/Main [u.a.] : Campus-Verlag
- Winkler, Sandra** (2005): Hautnahe Kampagne. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.stern.de/lifestyle/mode/:Kosmetik-Hautnahe-Kampagne/542163.html> [Stand: 01.07.2008]
- Wissen Media Verlag** [Hrsg.] (2007): Kosmetik. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://wissen.spiegel.de/wissen/dokument/99/39/dokument.html?titel=Kosmetik&id=54379399&top=Lexikon&suchbegriff=kosmetik> [Stand: 29.06. 2008]
- Wolak, Magdalena** (2007): Schönheit als Konsumobjekt. Schönheitswahn als Massenphänomen. 1. Auflage. Berlin : VDM Verlag Dr. Müller
- Wolf, Naomi** (1996): Der Mythos Schönheit. Deutsch von Cornelia Holfelder-von der Tann, Sabine Hübner, Ursula Locke-Groß. 18. - 20. Tsd. - Reinbek bei Hamburg : Rowohlt
- Young** [Hrsg.] (2007): Ich will schön sein. Vorher-Nachher. 5 Leserinnen strahlen im neuen Look. In: Young. Woman's Magazine. 2007. Nr. 2. Februar. S. 1/98-107
- Zurstiege, Guido / Schmidt, Siegfried J.** (2001): Werbung, Mode und Design. In: dies. [Hrsg.] (2001): Werbung, Mode und Design. 1. Auflage. Wiesbaden : Westdeutscher Verlag. S. 9-14
- Zwahr, Annette** (2006): Brockhaus: Enzyklopädie in 30 Bänden. Brockhaus. Band 15. Kind - Krus. 21., völlig neu bearb. Auflage. Leipzig [u.a] : Brockhaus