



„Selfies ungeschminkt“

Eine tiefenpsychologisch-repräsentative Studie von Lönneker & Imdahl rheingold salon im Auftrag des IKW — Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V.

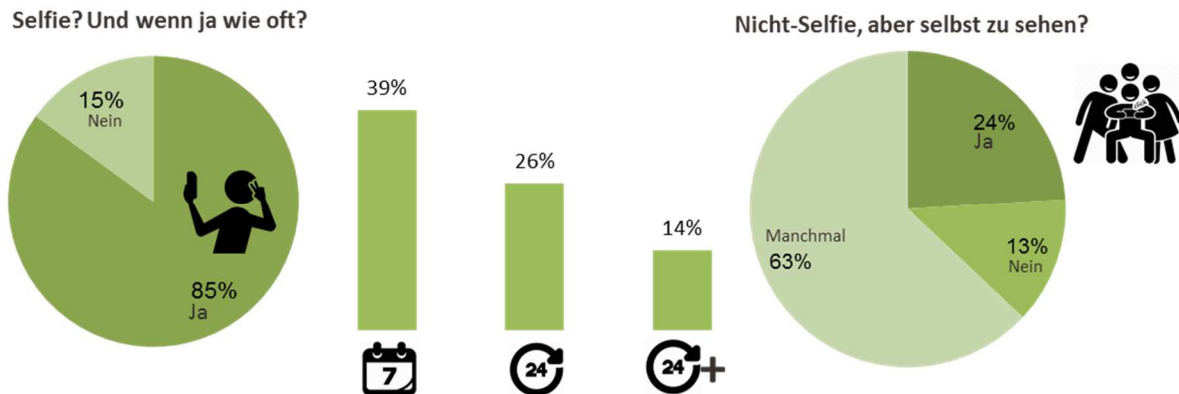
85 Prozent der Jugendlichen machen Selfies. Aber nur 27 Prozent geben zu, dass Selfies eine zentrale Bedeutung für sie haben. Die tiefenpsychologische Befragung bringt die Wahrheit jedoch ans Licht: Den meisten ist das Selfie-Machen zunächst schlicht peinlich. Sie interpretieren die Bilder daher um: „*Ich mache keine Selfies, das sind Porträts.*“

Das Geheimnis der Selfie-Manie hat der IKW in Zusammenarbeit mit Lönneker & Imdahl rheingold salon in einer tiefenpsychologisch-repräsentativen Studie entschlüsselt. Hierzu wurden Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 21 Jahren nach der großen IKW Jugendstudie „Jugend ungeschminkt“ aus dem Jahr 2016 erneut auf die Couch gelegt. Im Anschluss wurden die Ergebnisse in einer nationalen Online-Befragung repräsentativ untermauert.

Ungeschminkt und offen zeigt die Studie, warum junge Menschen manchmal kaum noch ohne Selfies leben können, wie eine ganze Generation sich über Selfies definiert, welche Codes sie dabei verwendet und wie sehr sie in sich selbst verliebt ist. Die Generation Selfie kontrolliert jedes einzelne Bild bis ins Detail – und erlebt sich selbst vor allem in der Rückblende. Kosmetik und Make-up sind dabei wichtige Helfer, um gut auszusehen und das Äußere bewusst zu steuern.

1. Generation Selfie – Junge Menschen zwischen Anpassung und Abgrenzung

85 Prozent machen Selfies, 39 Prozent wöchentlich, 26 Prozent täglich, 14 Prozent sogar mehrmals täglich! Nur 15 Prozent der Online-Befragten geben an, keine Selfies zu machen. Bei diesen ist es aber eine Frage der Interpretation des Begriffs. Denn 87 Prozent sagen, dass sie durchaus selbst auf den Fotos zu sehen sind.



Trotz dieser besonderen Relevanz möchten sich die meisten Jugendlichen nicht als Selfie-Macher outen. Es ist ihnen peinlich, die Bedeutung dieser speziellen Fotos für ihr Leben zuzugeben. In der tiefenpsychologischen Befragung „verleugnen“ sie zum Teil ganz, dass sie überhaupt Selfies machen.

Woran liegt das? Was ist den jungen Menschen so peinlich am Offensichtlichen? Immerhin posten sie die Selfies und machen sie so für jedermann sichtbar.

Selfies dienen dazu, wie der Name schon nahelegt, „sich selbst zu finden“. Und **Selbstfindung** findet aus psychologischer Sicht fast immer in **Abgrenzung** zu anderen statt: zu den Eltern, den Freunden oder Lehrern; Hauptsache anders sein als die anderen und etwas Besonderes. Gleichzeitig wollen die jungen Menschen dazu gehören: zu ihrer Gruppe, den Freunden oder der Community im Netz. Sie wollen sich an Trends anpassen, wissen was angesagt ist und möchten das auch zeigen. **Anpassung** ist ebenso ein Teil ihrer Selbstfindung.

Der Selfie-Hype bewegt sich ebenso zwischen diesen Polen: Eigentlich möchten die Jugendlichen mit dem Selfie-Hype nichts zu tun haben, sich also abgrenzen. Gleichzeitig wollen doch alle daran beteiligt sein und sich ihm – oft unbewusst – anpassen.

Kaum ein Jugendlicher hält die Aussage „*Ich mache gar keine Selfies.*“ lange durch. Als echter Selfie-Junkie will sich aber auch keiner outen. Die Selfies werden schlicht „umgedeutet“: Gesichter werden zu „Portraits“, als „Fotos mit Freunden und mir“ bezeichnet oder als „Fotos von meinen Erlebnissen / Reisen“ gesehen – alles „Selfies“, die nicht mehr Selfies heißen. **Umdeutung** als perfekte Möglichkeit, Selfies zu machen und sich doch davon abzugrenzen.

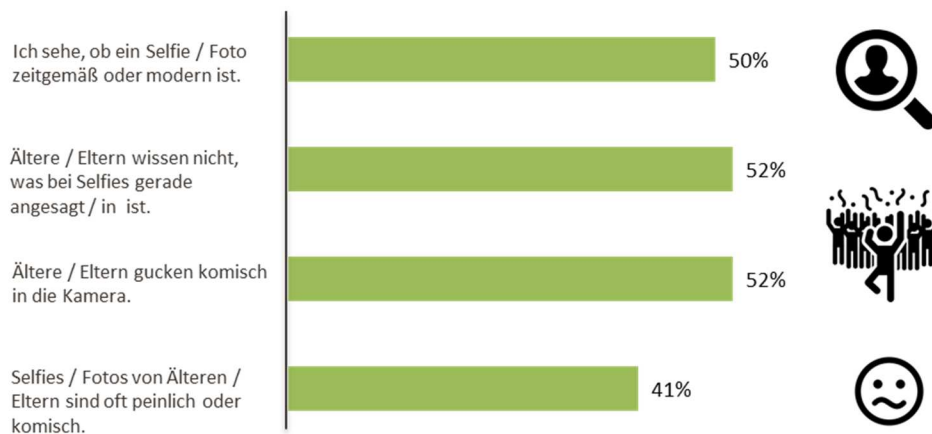
2. Selfie-Codes – Die Geheimsprache der Jugend

Beim Selfie-Schießen wollen die jungen Menschen einerseits einen **individuellen Stil** finden und ihre Persönlichkeit ausdrücken. Gleichzeitig kennen und befolgen sie die **geheimen Codes** ihrer Generation. Sie wissen, was bei den Selfies gerade in oder out ist und grenzen sich gegenüber Älteren ab.

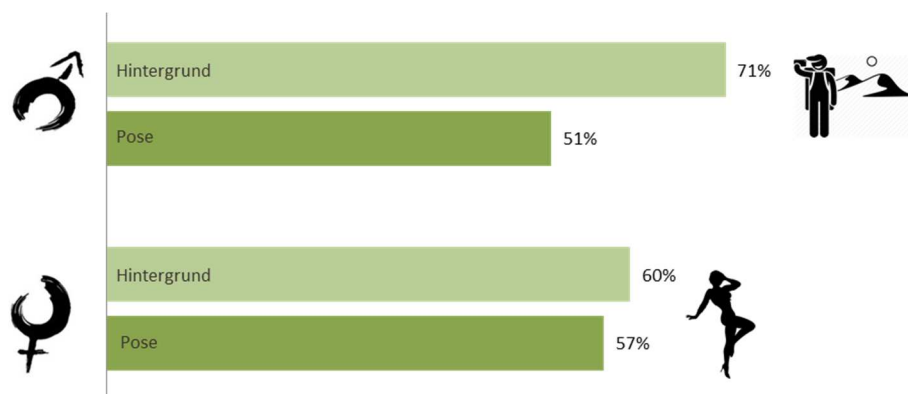
50 Prozent aller Befragten glauben gut zu erkennen, ob ein Selfie zeitgemäß ist oder eher „voll 2015“. Für 52 Prozent ist klar, dass Eltern die Zeitgeistcodes nicht kennen und zudem komisch in die Kamera gucken. 41 Prozent sind Selfies der Eltern sogar peinlich.

Der Geheimcode eines perfekten Selfies findet sich, wie die Selbstfindung auch, als Mittelweg zwischen Individualisierung und Anpassung. Hier einige „decodierte“ Codes eines zeitgemäßen Selfies:

- Hintergrund muss sichtbar sein
- Blick geht neben die Kamera
- Schnappschuss oder Inszenierung?
Beides ist möglich, Offenheit ist wichtig!
- Individuelle Idee – die aber nicht zu extrem



Auch das **Posing** gehört zu den Codes: 57 Prozent der Mädchen und 51 Prozent der Jungs achten genau darauf, wie sie sich in Szene setzen. Den **Kontext oder Hintergrund** ansprechend zu inszenieren, ist darüber hinaus 71 Prozent der Jungs und 60 Prozent der Mädchen sehr wichtig.



Junge Menschen decodieren nicht nur die Codes der Selfies anderer. Sie gehen noch ein ganzes Stück weiter: **52 Prozent glauben, die Persönlichkeit des Gegenübers anhand eines Selfies ablesen** zu können – zumindest den Grad der Selbstverliebtheit.

3. Selfie-Verliebtheit – Sehnsucht nach Anerkennung und Berühmt-Sein

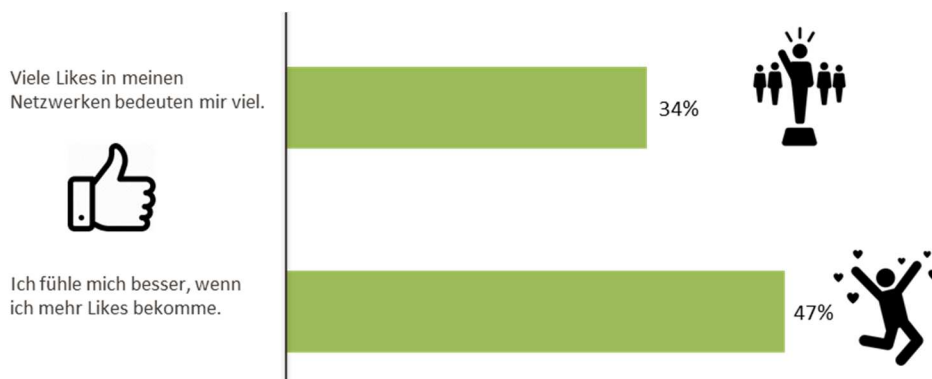
An Art und Anzahl der Selfies kann man erkennen, wie „peinlich“ selbstverliebt die anderen sind und wie sehr sie nur auf Likes und Anerkennung aus sind. 65 Prozent sehen entsprechend die Anzahl der Selfies als Indikator für eine übersteigerte Selbstliebe. 75 Prozent kritisieren den starken Wunsch nach Anerkennung durch andere.

„Jeden Tag ein Foto. Das ist eine extreme Selbstverliebtheit – auch wenn man sich selbst so gerne anguckt. Peinlich ist das.“

Die Kritik an Anzahl und Art der Selfies anderer kann recht harsch ausfallen.

„Da schreibt dann jemand: ‚Danke für 500 Follower.‘ Das ist lächerlich, ich meine 500, das ist doch nix.“

Solche Aussagen zeigen, wie Jugendliche nach außen abwehren, was sie selbst antreibt. Denn der eigene Selfie-Umgang hat meist extrem selbstverliebte Züge. Besonders, wenn ein Selfie so gelungen ist, dass es die eigenen Ideale erfüllt. Dementsprechend bedeutet die Anzahl der Likes den Befragten sehr viel: Likes und Kommentare steigern noch die eigene Selbstverliebtheit und werden zu Motivatoren für noch mehr Selfies.



Die Zahl der Likes muss daher ständig gesteigert werden, um die nötige Bestätigung zu spüren. Mit dem Wunsch als Influencer oder durch Postings berühmt zu werden, wird versteckt oder offen kokettiert:

„Ach ich hatte ja mal mehr als 2.000 Follower auf Insta. Da war ich 12. Aber na ja, jetzt habe ich halt nichts mehr gepostet.“

Und 30 Prozent der jungen Menschen sehen **das Berühmtwerden** als explizites Lebensziel (vor 10 Jahren waren es 14 Prozent!).

4. Selfie-Erfahrung: Leben in der Rückblende

Ein Selfie hält einen Moment für später fest – man will sich an das vermeintlich Erlebte erinnern. Allerdings kann man sich mit einer Selbstfotografie auch aus dem unmittelbaren Erleben herausziehen. Man ist nicht richtig im Geschehen. So finden 68 Prozent, dass so viele Selfies gemacht werden, dass man gar nicht mehr mitbekommt, was um einen herum passiert.

Viele junge Menschen trauen sich gar nicht mehr, sich auf das unmittelbare Geschehen einzulassen. 66 Prozent schätzen besonders, dass sie durch das nachträgliche Betrachten ihres Selfies erst sehen können, was sie erlebt haben. Ebenso finden 44 Prozent, dass das Erlebte erst dann toll war, wenn viele andere es liken.

Ohne die Bestätigung durch Likes scheint das eigene Erleben wertlos: *„Bei meinen Urlaubsbildern gab es nur 25 Likes – die anderen hatten über 50 – da waren die Ferien für mich gelaufen.“* Beim Betrachten der Selfies wird nicht das tatsächlich Erlebte erinnert, sondern das, was man gern erlebt hätte. So können Jugendliche über Selfies definieren, was sie erleben wollen und wer sie sein möchten.

5. Selfie-Control

Junge Menschen kontrollieren durch Selfies **ihr Erleben im jeweiligen Moment**. Die paradoxe Situation, das Selfie selbst zu machen und sich beim Selfie zugleich aus dem Blickwinkel der Betrachter zu sehen, schafft zusätzliche Distanz zum eigenen Erleben – und zusätzliche Kontrolle.

Hinter dem Selfie-Hype verbirgt sich ein extremer Wunsch nach Kontrolle. Wie bereits in der IKW Jugendstudie „Jugend ungeschminkt“ aufgezeigt, fühlen sich viele junge Menschen häufig ausgeliefert und suchen daher nach Sicherheit. Ihr eigenes Leben und Erleben wollen sie stark im Griff behalten. Selfies bieten hierzu eine weitere gute Möglichkeit.



Kontrolle und ideale Selbstdarstellung sind Hauptmotive der Selfie-Produktion. Hier erleben sich die jungen Leute als alleinige Autoren ihres Lebens.

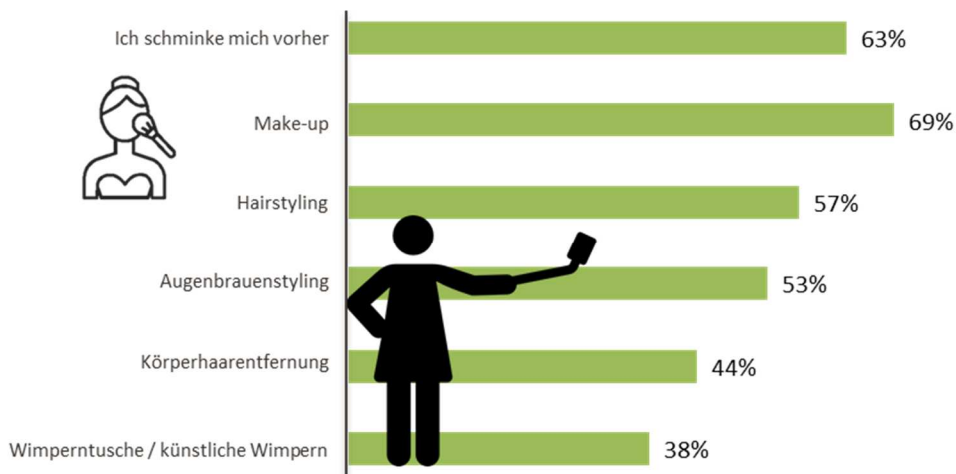
Dabei wird nicht nur die eigene Mimik und Gestik kontrolliert, sondern auch die Freunde, Kollegen und Partner werden richtig auf dem Foto positioniert.

Um die Selfies wirklich gut zu inszenieren und damit die Selbstfindung, Selbsterfahrung und die Selbstverliebtheit zu kontrollieren, nutzen die jungen Menschen viele Hilfsmittel wie u. a. Filter, Schminktechniken oder Perspektiven. Die große Sorge ist, anders gesehen zu werden, als man will. Oder noch schlimmer: nicht gemocht zu werden.

6. Selfie-Making-Off – Die konstruierte Natürlichkeit

Bevor ein Selfie gepostet wird, muss es perfekt sein. Nichts wird hier dem Zufall überlassen: 45 Prozent der Mädchen geben zu, mehr als 50 Selfies zu machen, bevor eins gepostet wird. Bei 18 Prozent sind es sogar mehr als 100. Auch 22 Prozent der Jungs machen mehr als 50 Selfies, 16 Prozent ebenfalls mehr als 100.

Ebenso ist der zeitliche Aufwand enorm und zeigt das hohe Kontrollbedürfnis: 40 Prozent der Mädchen brauchen mindestens 30 Minuten für ein Selfie, 15 Prozent sogar eine Stunde oder mehr.



Dieser Aufwand soll aber beim Selfie selbst nicht sichtbar werden. Trotz der Überkontrolle eines jeden Details soll das Bild am Ende „ganz natürlich aussehen“. Denn Mädchen und Jungs bewerten sich gegenseitig danach, ob ein Selfie gestellt oder authentisch wirkt.

Paradox ist, Natürlichkeit ist von Jungs und Mädchen gewünscht – wird aber in einem aufwändigen Prozess durch Styling und Schminken erst konstruiert.

62 Prozent der Mädchen stylen und schminken sich demgemäß so, dass es im Anschluss nicht auffällt. 65 Prozent der Mädchen behaupten, dass sie ein Selfie, auf dem sie ungeschminkt sind, auch posten würden. Aber der Aufwand hinsichtlich Styling, Make-up und Schminken, den sie für ein Selfie betreiben, beweist das Gegenteil. Das Gefühl für ungeschminkte Natürlichkeit ist dabei in der Zeit von Filtern und dem Wunsch, makellos zu erscheinen, verloren gegangen. Jungen glauben z. B. bei manchem ungeschminktem Foto, dass es sich um ein krankes Mädchen handeln muss.

Das Make-up dient der Kontrolle des Selfies – es darf selbst nicht in den Mittelpunkt rücken – außer bei Beauty-Bloggerinnen oder YouTuberinnen. Es soll die Szene mit kontrollieren – und die zu erfüllenden Codes bedienen.

Wahre (Selfie-)Schönheit kommt aus Sicht der jungen Menschen von außen und ist machbar. So werden auch Schönheitsoperationen akzeptiert. Aktuell würde jeder 4. befragte Jugendliche eine Schönheitsoperation machen, wenn das Geld dazu vorhanden wäre.

Fazit

Die Generation Selfie kontrolliert das äußere Erscheinungsbild zum „kontrollierten in Kontakt kommen“ – mit sich selbst und anderen.

Selfies gehören heute zur Selbstfindung der Jugendlichen – zwischen Anpassung und Abgrenzung. Die jungen Menschen verwenden dabei Selfie-Codes wie eine Art Geheimsprache – und grenzen sich damit von der Elterngeneration ab. Dabei sind Selfies Ausdruck extremer Selbstverliebtheit – und gleichzeitiger Sehnsucht nach Anerkennung durch andere. Für viele – immerhin 30 Prozent aller jungen Menschen – beinhalten sie das Versprechen, berühmt zu werden.

Mit Selfies verschaffen sich die Jugendlichen Kontrolle über Leben und Erleben. Denn beim Selfie wird nichts dem Zufall überlassen. Die perfekte Inszenierung beinhaltet ein sorgfältiges Styling, ein gekonntes Posing, den optimalen Hintergrund genauso wie den richtigen Blick in die Kamera. Kosmetik hilft dabei, sich vor der Kamera gekonnt in Szene zu setzen und sich gut zu fühlen. Das unmittelbare Erleben kann so durch das Selfie kontrolliert werden. Erst durch die Anzahl der Likes „erfahren“ die Jugendlichen im Nachhinein, ob das, was sie erlebt haben, gut war. Ein (Er-)Leben in der Rückblende ist ein kontrolliertes, schönes und sicheres Leben, das man weitestgehend selbst gestalten kann. Über die Selfies gelingt es, sich mit seinen Gefühlen, seinem Äußeren und anderen Menschen auf kontrollierte Weise auseinanderzusetzen.

Die Studie vertieft hierbei zentrale Erkenntnisse der großen IKW Jugendstudie „[Jugend ungeschminkt](#)“ von 2016, die bereits herausstellte, wie wichtig es den Jugendlichen ist, Kontrolle über ihr eigenes Leben zurückzugewinnen.

Denn anders als vorherige Generationen verspüren die Jugendlichen auf mindestens drei Ebenen einen Kontrollverlust: auf der physischen, der gesellschaftlichen und der familiären. Durch Pflege und Kosmetik können sie ihr Selbstbewusstsein stärken und einen Teil ihres Lebens wieder selbst in die Hand nehmen. Das ist heute für Jungs und Mädchen gleichermaßen elementar.



Fakten zur Studie:

- 1.000 Befragte zwischen 14 und 21 Jahren im repräsentativen Online-Panel.
- 20 Befragte in tiefenpsychologischen Face-to-Face-Befragungen.

Diese Studie wurde durchgeführt von Lönneker & Imdahl rheingold salon im Auftrag des IKW



Ansprechpartner zur Studie

Ines Imdahl
Geschäftsführerin Lönneker & Imdahl rheingold salon
Imdahl@rheingold-salon.de

Birgit Huber
Kompetenzpartner Schönheitspflege im IKW
bhuber@ikw.org