

21



Thesis_ART

Wiss. Hausarbeiten/Abschlussarbeiten

auf

www.fabrico-verlag.com

Herausgeber /Editor:

Manfred Blohm | info@fabrico-verlag.de



Auf der Web-Seite www.fabrico-verlag.com/thesis_art erscheinen in unregelmäßigen Zeit- abständen für interessierte Leser*innen kostenfrei wissenschaftliche Hausarbeiten, BA-Thesis, MA-Thesis, geschrieben an unterschiedlichen europäischen Hochschulen.

Die Vision ist, dass diese Sammlung allmählich wächst, so dass ein großes Spektrum der Vielfalt dessen, was an europäischen Hochschulen geschrieben wird (und leider meist unsichtbar bleibt) anderen als Denkanstöße dienen kann. So kann hier vielleicht allmählich eine Vielfalt des Denkens im Feld der Kunst und der Kunstpädagogik sichtbar werden, das die bestehenden Publikationsformate erweitert.

Die Rechte für die hier erscheinenden Texte verbleiben bei den Autorinnen und Autoren.

Die Klärungen, Kennzeichnungen und ggf. Einholung der Bildrechte liegen bei den Autorinnen und Autoren. Für die Abbildungen und die damit verbundenen Rechte sind ausschließlich die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Der Herausgeber der Reihe übernimmt dafür keinerlei Haftung. Diese liegt mit der Freigabe der Texte im Einvernehmen zwischen Herausgeber und Autor/innen ausschließlich bei den Autor/innen.

Es gilt darüber hinaus der Disclaimer auf der Seite <http://fabrico-verlag.com/impressum>

Sarah Pirker

Die schönste Zeit des Jahres

Urlaubskonzepte im Spiegel privater Fotografien

Diplomarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades Magistra Artium
im Studienfach 590 UF Bildnerische Erziehung
an der Universität
MOZARTEUM SALZBURG

Eingereicht in der Abteilung für bildende Künste, Kunst- und Werkpädagogik
bei Univ. Prof. Billmayer Franz

Rennweg am Katschberg, März 2015

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	3
1.1 Urlaubsreise: eine Begriffserklärung	5
2 Instagram	6
3 Die Untersuchung	8
3.1 Die Urlaubsorte	8
3.2 Die ausgewählten Fotos	9
4 Männer und Frauen auf Fotos	11
4.1 Verschiedene Erklärungsmuster	12
4.1.1 Die Rolle der Blogs	13
4.2 Männer- und Frauenfotos im Vergleich	16
4.2.1 Frauen gestalten, Männer dokumentieren	16
4.2.2 Stimmungen auf Urlaubsfotos	18
4.2.3 Die Darstellung des Körpers	19
4.3 Fazit	21
5 Die Darstellung des Körpers und die Körpersprache	22
5.1 Der Anteil der Ganzkörperfotos	23
5.2 Erklärung für den Überschuss an Ganzkörperfotos	23
5.3 Die Körperhaltung	25
5.3.1 Standfotos	25
5.3.2 Ausgestreckte Arme	26
5.3.3 Sprungfotos	27
5.3.4 Bein- und Fußfotos	30
5.4 Fazit	33

6 Einsamkeit und Gemeinsamkeit	34
6.1 Die Anzahl der Personen am Foto	35
6.1.1 Liebespaare	35
6.1.2 Einzelne Personen	37
6.1.3 Blickrichtung	39
6.2 Fazit	40
7 Die Urlaubsbekleidung	41
7.1 Einzelfotos und Ganzkörperfotos	42
7.1.1 Overdressed und Underdressed	43
7.2 Relevanz der Urlaubskleidung an verschiedenen Urlaubszielen	44
7.2.1 Magazine und Blogs als Ratgeber	46
7.3 Fazit	48
8 Nacktheit	49
8.1 Nacktheit an verschiedenen Orten	50
8.2 Nacktheit auf Fotos von verschiedenen Geschlechtern	53
8.3 Fotos von leicht bekleideten Körpern und daraus entstehende Trends	55
8.3.1 Die Thigh Gap	55
8.3.2 Die Bikinibridge	58
8.3.3 Hot Dog Legs	59
8.4 Fazit	60
9 Schluss	62
10 Nachwort	64
11 Literaturverzeichnis	65
12 Abbildungsverzeichnis	72
13 Tabellenverzeichnis	77

1 Einleitung

Aufmerksam auf das Thema „Touristen und deren Verhalten“, wurde ich im Zuge einer früheren Arbeit, die sich mit dem Thema angemessene Kleidung beschäftigte. In diesem Zusammenhang habe ich mich mit angemessener Kleidung während einer Urlaubsreise auseinandergesetzt. Dabei hatte ich immer das Bild vom Urlauber mit weißen Sportsocken, Sandalen, bunten Rucksäcken und Schildkappen im Hinterkopf. Daraus entstand die These, dass sich Menschen im Urlaub anderes kleiden, verhalten und fühlen, als sie es im normalen Leben, im gewohnten Umfeld tun.

Durch direkte Beobachtungen lies sich diese These schwer festmachen. Diese Arbeit wird während der Wintermonate verfasst. Da man in kühleren Monaten wärmer bekleidet ist und eine Jacke den Großteil des darunter liegenden verdeckt, kann man sich die Kleidung der Urlauber nicht genauer anschauen. Ebenso ist es aus zeitlichen und finanziellen Gründen nicht machbar, in verschiedene Gebiete zu reisen, um einen Vergleich zwischen verschiedenen Zielgruppen einer Urlaubsregion und deren Verhaltensweisen aufzustellen.

Einen möglichen Ausweg bietet hier die Analyse von privaten Urlaubsfotos. Reisewerbungen kamen nicht in Frage. Sie werden von Profis gemacht und weisen dadurch bestimmte Inszenierungen auf. Sie wären folglich für diese Untersuchung unbrauchbar.

Um eine große Auswahl von privaten Aufnahmen zur Verfügung zu haben, habe ich mich entschieden, mit dem Bloggingdienst „Instagram“ zu arbeiten. Auf diese Webseite können Privatpersonen weltweit Fotos stellen, die für jeden zugänglich sind.

Durch das Betrachten vieler verschiedener Urlaubsfotos kam ich zu folgenden Thesen:

- Urlaubsfotos werden nicht von beiden Geschlechtern gleichermaßen aufgenommen.

Es fiel rasch ins Auge, dass Fotos, welche Frauen abbilden, in der Mehrzahl sind. Daraus lässt sich schließen, dass das Verhalten der Geschlechter beim Fotografieren und fotografiert werden sich in mehreren Punkten voneinander unterscheidet.

- Urlaubsfotos aus verschiedenen Reisezielen unterscheiden sich voneinander.

Dadurch, dass sich gewisse Personengruppen von bestimmten Reisezielen angesprochen fühlen, kann man davon ausgehen, dass sich auch die Urlaubsfotos der verschiedenen betrachteten Orte voneinander unterscheiden. Beim Sammeln der Aufnahmen wird dies schon offensichtlich, jedoch kann man nicht auf Anhieb festmachen, in welcher Weise sich diese Aufnahmen unterscheiden.

- Urlaubsfotos sind auf Grund von Körperhaltungen als solche erkennbar.

Da in der Stadt Salzburg sehr viele Touristen unterwegs sind, hat man öfter die Möglichkeit diese zu beobachten, wenn ein Foto von ihnen gemacht wird. Viele nehmen eine andere Körperhaltung ein oder machen Zeichen mit den Fingern. Zum Beispiel das Victory-Zeichen. Ob solche Körperhaltungen und Zeichen einfach nur besonders ins Auge stechen oder ob sie wirklich auf dem Großteil der Fotos vertreten sind, lässt sich mit einer quantitativen Auswertung feststellen.

- Urlaubsfotos wollen Menschenleere und Ruhe, oder Gesellschaft und Trubel präsentieren.

Aufgrund von Gesprächen mit Verwandten und Bekannten bin ich zur Erkenntnis gelangt, dass Menschen unterschiedliche Auffassungen von einer perfekten Urlaubsreise haben. Während einige von tollen Bars, Partys, etc. erzählen, schwärmen andere von einem menschenleeren Strand. In dieser Arbeit möchte ich herausfinden, ob man diese These anhand der Fotos festmachen kann.

- Im Urlaub kleidet man sich anders als im Alltag.

Diese These ergibt sich durch das Bild, von Urlaubern in Socken und Sandalen, das sich in vielen unserer Köpfe verankert hat. Ich gehe also davon aus, dass sich Menschen im Urlaub kindlicher und unbedachter kleiden als in ihrem gewohnten Umfeld.

- Im Urlaub hat man weniger Scham, seinen nackten Körper zu zeigen.

Ich wurde vor einiger Zeit während einer Studienreise gefragt, warum Frauen Probleme damit haben, sich vor Freunden oder Bekannten in Unterwäsche zu zeigen,

sich jedoch nicht schämen, mit diesen Menschen nur mit Bikini bekleidet baden zu gehen. Spontan wusste ich keine Antwort darauf. Angeregt durch diese Frage, habe ich mir Gedanken zum Thema Nacktheit im Urlaub gemacht. Dadurch entstand auch diese Behauptung.

Durch folgende Untersuchung werde ich versuchen diese Thesen zu belegen oder zu widerlegen. Womöglich werde ich durch diese Fragestellungen noch auf andere interessante Aspekte stoßen, die in Beziehung zum Reiseurlaub und dessen Gefühle und Verhaltensweisen stehen.

1.1 Urlaubsreise: eine Begriffserklärung

Das Wort Urlaubsreise setzt sich aus den beiden Wörtern Urlaub und Reise zusammen.

Unter Urlaub versteht man laut dem Fachanwalt für Arbeitsrecht WICHER (o.J.) eine „Bezahlte Freistellung zur Wiederherstellung und zum Erhalt der Arbeitskraft.“ Es handelt sich um ein berechtigtes Fernbleiben vom Arbeitsplatz während einer Zeit, in der im Normalfall gearbeitet wird. (WIKIPEDIA (HRSG.). 2015)

Der Begriff Reise bedeutet „der Erreichung eines bestimmten Ziels dienende Fortbewegung über eine größere Entfernung“ (DUDEN (HRSG.). 2013)

Eine Reise dient demnach nicht zwangsläufig dem eigenen Vergnügen oder der Erholung. Sie kann auch unfreiwillig als Teil des Berufes oder Ähnlichem erfolgen.

Fügt man diese beiden Bedeutungen zusammen, kommt man zum Ergebnis, dass eine Urlaubsreise eine Reise ist, also eine Überwindung einer bestimmten Entfernung, die in der arbeitsfreien Zeit unternommen wird. Sie dient im Normalfall dem Reisenden selbst. Dieser kann über das Ziel in der Regel frei entscheiden.

2 Instagram

Instagram ist die Quelle der Bilder, die für die Untersuchung genutzt wurden.

Bei Instagram handelt es sich um einen Micro-Blogging-Dienst, welcher sich auf das Posten von Fotos spezialisiert hat. Dabei werden die Bilder im Regelfall mit der Instagram Smartphone-App aufgenommen und anschließend im eigenen Instagram-Kanal hochgeladen.

Die Bilder stehen damit unzähligen anderen Usern zur Verfügung und können auch geteilt werden. Instagram ist in diesem Bereich als Marktführer zu betrachten, welcher durch simple Funktionen eine enorm große Nutzerbasis begeistern konnte. (TECHFACTS (HRSG.). o.J.)

Dieser Blogging- Dienst ging 2010 online. (GREIVE. 2012) Der ehemalige Wirtschafts- und Ingenieur Student Kevin Systrom und der Computerwissenschaftler Mike Krieger sind Gründer dieser Plattform. (LINDNER. 2012) Im Dezember 2014 verzeichnete Instagram bereits 300 Millionen Nutzer. (SPIEGEL ONLINE (HRSG.). 2014)

Instagram ist eine App. Der Zugriff über den Computer ist genauso möglich.

Verschiedene Filter die man über die Aufnahmen legen kann bewirken, dass diese Bilder verändert bzw. verfremdet werden. Durch die Anlehnung an die Polaroid Fotos und die Kodak Instamatic Fotos haben diese Fotos und Videos immer ein quadratisches Format. (WIKIPEDIA (HRSG.). 2015)

Jeder Benutzer von Instagram hat einen virtuellen Speicherplatz. Dieser nennt sich Profil. Auf dieses Profil werden die Fotografien und Bilder hochgeladen. Diese Aufnahmen kann man im Anschluss freigeben. Sie werden dadurch für andere Benutzer (User) sichtbar gemacht. Ebenso ist das Senden von Fotos an bestimmte Mitglieder möglich. Die öffentlichen Aufnahmen können von anderen Usern kommentiert, oder mit einem „gefällt mir“ versehen werden. (KONRAD. 2014) Diese Fotos können gleichzeitig auf anderen sozialen Plattformen wie zum Beispiel „Facebook“ oder „Twitter“ geteilt werden.

Es gibt auch die Möglichkeit Mitgliedern zu folgen. Sei es Bekannten, oder von Instagram empfohlene Nutzer. Durch dieses Folgen wird man auf neue Aktivitäten dieser Person aufmerksam gemacht. Jene Menschen, die einem Benutzer folgen, werden als „Follower“ bezeichnet.

Die Bilder können mit gewissen Tags, also Markierungen, Beschreibungen oder Verlinkungen versehen werden. Ein Tag hat immer die Form einer Raute und eines Wortes im Anschluss. Zum Beispiel #ballermann. Nach diesen Markierungen kann gesucht werden. Gibt man also in das Suchfenster #ballermann ein, werden alle Fotos von verschiedenen Nutzern mit dieser Markierung aufgelistet.

3 Die Untersuchung

Grundlage der Untersuchung sind die bereits aufgelisteten Thesen. Es wurden verschiedene Gesichtspunkte festgesetzt, auf welche hin die Fotos untersucht wurden. Auf Grund dieser Punkte wird versucht, eine Annahmen zu bestätigen oder zu widerlegen. Hinzu kommen Beispielfotos, die gewisse Phänomene näher erläutern.

3.1 Die Urlaubsorte

Für die Untersuchung wurden Aufnahmen auf der Seite „Instagram“ mit den Tags "Nordsee, Ballermann, Kreta, Ibiza" für die Kategorie „Urlaub am Meer“ ausgewertet, und für die Kategorie „Städteurlaub“ wurden Fotos der Städte „London, Paris, Amsterdam und Rom“ ausgewertet.

Die Urlaubsregion Nordsee wurde ausgewählt, da man dieses Gebiet mit einem ruhigen entspannten Urlaubsort, ohne Massentourismus verbindet.

Das Meer ist mal ganz still und wirkt einfach nur beruhigend auf Körper, Geist & Seele. In einem anderen Moment können die Wellen auch mal ganz hoch schlagen und Mutter Natur zeigt uns, wieviel Kraft in ihr steckt. Ob Sonne, Wind oder Regen: Ein Spaziergang entlang der Deiche und Strände ist Entspannung pur. (NORDSEE TOURISMUS GMBH (HRSG.). 2015)

Im Gegensatz dazu steht das Reiseziel Ballermann, ein Abschnitt des Strandes auf der Insel Mallorca, welches für ausgelassene Partys bekannt ist.

Kaum ein Ort auf der Welt zieht jährlich mehr Spaßmeier an. ...In den großen Discos wie Bierkönig, Riu Palace oder Megapark wird Tag und Nacht Party gemacht. Die Discos am Ballermann sind perfekt auf die Partyurlauber eingestellt, denn hier geht es nur um die Party. Getränke gibt es in allen Größen vom Kölsch über die Mass bis hin zur eigenen Zapsäule inklusive Tisch. In den Partytempeln wird täglich zu Happy Hour und Freibier gerufen, was für viele auch den Tagesablauf vorgibt. (MALLEBZ (HRSG.). o.J.)

Ebenso gilt die Insel Ibiza als Partyinsel. Mit Kreta sollte ein Gebiet dazu kommen, dass weder für Ruhe und Menschenleere noch für wilde Partys berühmt ist. So ergibt sich ein großes Spektrum an verschiedenen Urlaubern.

In der Rubrik Städteurlaub wurden Gebiete ausgewählt, die im eigenen Bekanntenkreis viel bereist und allgemein bekannt sind. Es wurde darauf geachtet, pro Land nur eine Stadt auszuwählen.

3.2 Die ausgewählten Fotos

Von den erwähnten Gebieten, wurden jeweils die aktuellsten 100 Fotos des 3. Jänners 2015, der Seite Instagram mit den entsprechenden Markierungen der Zielgebiete betrachtet.

Fotos wurden nicht in die Untersuchung aufgenommen, wenn:

- mehrere Fotos von einem Benutzer am selben Tag hochgeladen wurden.
Diese Bilder sind sich oft ähnlich und würden die Untersuchung verfälschen.
- es sich um Fotocollagen handelt.
Auf Fotocollagen sind häufig mehrere Fotos zu sehen, welche zusammen geschnitten wurden. Auch diese Bilder ähneln sich.
- sie Werbezwecken dienen.
Diese Bilder wurden von Experten inszeniert und aufgenommen, und sind daher für die Untersuchung irrelevant.
- sie in Innenräumen aufgenommen wurden.
Es geht dabei in erster Linie um Selbstportraits, die sich sehr ähnlich sind.
Diese sind nicht Ziel dieser Ermittlung.
- sie nur eine Hand oder Finger zeigen, die etwas festhalten.
Das Interesse des Fotografen galt in diesem Falle offensichtlich dem abgebildeten Gegenstand.

Betrachtet wurde:

- ob die abgebildete Person männlich oder weiblich ist
- der Urlaubsort
- die Anzahl der Personen auf dem Foto
- ob auf der Aufnahme nur das Gesicht bzw. der Torso oder der ganze Körper zu sehen ist
- ob das Gesicht am Foto sichtbar ist, oder im Dunkeln oder außerhalb des Fotorandes
- der Anteil der bekleideten Körperfläche

Die Untersuchung gliedert sich in zwei Teile. In den Teil „Urlaub am Meer“ und den Teil „Städteurlaub“. In beiden Bereichen wurde die Untersuchung gleichermaßen vorgenommen.

Zu Beginn wurden die ersten 100 Fotos der bereits benannten Gebiete in separate Ordner am Computer gespeichert. Benannt wurden sie mit den Zahlen von eins bis hundert, um später die Ergebnisse überprüfen zu können.

Mithilfe des Statistikprogramms PSPP, eine offene Version des bekannten Programms SPSS, wurden die verschiedenen genannten Ermittlungsgebiete untersucht. Dabei wurde jedes Foto in jeder Region angeschaut, und die untersuchte Eigenschaft in das Programm PSPP eingegeben.

Beispiel „Geschlecht“: Zu allererst wurden Kategorien gebildet: männlich, weiblich, gemischt, nicht ersichtlich. Diese Kategorien wurden mit Zahlen versehen. Ist die Person auf dem Bild „männlich“, wurde in eine Tabelle in der alle Fotos mit Hilfe von Zahlen eingetragen waren, die Zahl eins eingefügt, für „weiblich“ zwei, für „gemischt“ drei und für „nicht ersichtlich“ vier. Dieser Vorgang wurde bei allen gespeicherten Fotos wiederholt.

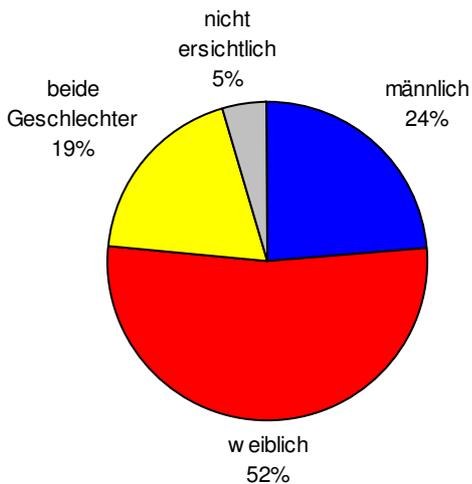
Ebenso wurde in den anderen Kategorien vorgegangen. Alle Ergebnisse wurden in dieselbe Tabelle eingetragen.

Im Anschluss wurden Grafiken erstellt. Relevante Eigenschaften wurden ausgewählt, und in einer Grafik wurde das Ergebnis sichtbar. Hauptsächlich relevant waren Kreisdiagrammen und Kreuztabellen.

Für einige Themenbereiche war diese Art der Untersuchung nicht zielführend. Das Bilden von gewissen Kategorien, wie zum Beispiel „männlich, weiblich, gemischt, nicht ersichtlich“ war einerseits nicht möglich und andererseits auch nicht hilfreich um zu Ergebnissen zu gelangen. Quantitative Analysen wurden in solchen Fällen nicht angewendet, stattdessen wurden Fotos aus Instagram exemplarisch ausgewählt. Diese dienten anschließend zur Grundlage der Untersuchung.

4 Männer und Frauen auf Fotos

Bei der Gegenüberstellung der Geschlechter der Personen am Foto in den zwei Gruppen (Meer und Stadt), lässt sich kein signifikanter Unterschied zwischen den Häufigkeiten feststellen.



Tab.1: Geschlecht (Meer)



Tab.2: Geschlecht (Stadt)

Wertet man die Fotos nach dem Aspekt des Geschlechts aus, fällt ins Auge, dass in beiden Kategorien, der Anteil der weiblichen Personen mehr als doppelt so hoch ist als jener der männlichen Personen. Wenn man Fotos betrachtet, auf denen zwei Personen zu sehen sind, die nicht offensichtlich in einer Liebesbeziehung zueinander stehen, stellt man fest, dass der Anteil der Fotos auf denen zwei Frauen zu sehen sind auch hier fast doppelt so hoch ist wie jener, der zwei Männer ablichtet.

Auch hier gibt es zwischen den zwei Kategorien „Meer“ und „Stadt“ keinen nennenswerten Unterschied. Deswegen wird folgend nur die Tabelle der Kategorie „Städteurlaub“ gezeigt.

Geschlecht der Personen am Bild * Anzahl der Personen am Bild [Anzahl].

Geschlecht der Personen am Bild	Anzahl der Personen am Bild					Gesamt
	eine Person	zwei Personen	zwei Personen (verliebt)	kleine Gruppe	große Gruppe	
männlich	73,00	15,00	,00	10,00	2,00	100,00
weiblich	158,00	30,00	,00	17,00	2,00	207,00
beide Geschlechter	1,00	20,00	41,00	18,00	9,00	89,00
nicht ersichtlich	4,00	,00	,00	,00	,00	4,00
Gesamt	236,00	65,00	41,00	45,00	13,00	400,00

Tab.3: Kreuztabelle: Anzahl der Personen am Bild/ Geschlecht (Stadt)

Betrachtet man die Unterscheidung der Geschlechter, gibt es die Ordnung „nicht ersichtlich“. Hierbei handelt es sich um Personen, die so klein oder verschwommen abgelichtet sind, dass es nicht möglich ist, das Geschlecht zu identifizieren. Ebenfalls in diesen Bereich fallen Aufnahmen, die eine Person zeigen, bei der man sich auf Grund äußerer Merkmale, wie zum Beispiel Körperbau, Kleidung, Haarschnitt, nicht sicher sein kann, ob es sich um eine männliche oder weibliche Person handelt.

Bei der Kategorie „kleine Gruppe“ handelt es sich um Fotos, auf denen maximal fünf Personen abgebildet sind. Dies ist die Anzahl der Personen, die in einen gewöhnlichen PKW passt, und oft eine Familie darstellt. Zur Kategorie „große Gruppe“ zählen jene Aufnahmen, auf denen mehr als fünf Personen zu sehen sind.

4.1 Verschiedene Erklärungsmuster

Laut einer Studie von acht Forschern, aus den Bereichen Software, Design, Medieninformatik und Kunst, die sich mit „Selfies“ (Fotos die man von sich selbst macht) im Internet aus verschiedenen Städten auseinander setzt, ist der Anteil der Aufnahmen auf denen Frauen zu sehen sind, in allen Städten wesentlich höher als der Anteil der fotografierten Männer. (BAUR ET. AL. 2014)

Dieses Phänomen steht demnach nicht im Zusammenhang mit dem Urlaub, sondern ist ein allgemeiner Trend.

Ein Online Frageforum, auf welchem jeder Internetnutzer Fragen an andere Nutzer stellen kann, hat sich auch diese Frage gestellt, warum sich Frauen häufiger fotografieren als Männer. Die als hilfreichste bewertete Antwort der User lautete wie folgt: „...Frauen wollen immer eine Bestätigung haben, wie hübsch sie sind. Sie

mögen es, wenn Männer um sie werben, auch wenn sie vergeben sind. Für sie ist es ein Spiel...“ (GUTEFRAGE.NET (HRSG.). 2011)

Historisch gesehen waren Frauen zunächst weitgehend Modelle. Der Siegeszug der Digitalkamera und deren einfache Bedienung änderte dies aber. Heute geben 30% der Frauen an, gerne zu fotografieren. (ADLER. o.J.) Durch das Smartphone und die Möglichkeit der Selfies, hat sich jedoch nicht allzu viel daran geändert, dass die Frau häufiger auf Fotos vorkommt als der Mann.

4.1.1 Die Rolle der Blogs

Ein weiterer Aspekt, der ausschlaggebend für die Überzahl an Frauen auf Fotos ist, könnte das Medium des Onlineblogs sein.

Blogs sind eine Art virtuelles Tagebuch. Diese können von Privatpersonen oder von Firmen betrieben werden. Laut einer Studie des Medienwissenschaftlers Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, der Universität Leipzig, finden Blogs einen sehr hohen Anklang, da man unverfälschte Meinungen vorfindet denen auch vertraut wird. Dabei sind vor allem private Blogs beliebt. Zwei Drittel der befragten Personen gaben an, dass diese Seiten zur Grundlage ihrer Meinungsbildung beitragen. (Wiedemann. 2007) Diese Studie wurde bereits vor fast acht Jahren durchgeführt. Der Trend zu bloggen hat sich in diesen Jahren weiter entwickelt und dadurch noch mehr an Bedeutung gewonnen.

Blogs beschäftigen sich in vielen Fällen mit dem „Lifestyle“, also dem guten Lebensstil unserer Zeit. Dieser besteht offensichtlich aus Mode (fashion), Schönheit (beauty), Ernährung (food), Sport (fitness) und Reisen (travel). Die englischen Wörter in den Klammern waren dabei jene Wörter, nach denen in der Suchmaschine Google im Zusammenhang mit Blogs gesucht wurde. Mit den deutschen Übersetzungen gelangt man zu weitaus weniger Ergebnissen.

Wenn man sich verschiedene Lifestyleblogs anschaut, bemerkt man schnell, dass diese überwiegend von Frauen oder Mädchen geführt werden. Die Themen der Beiträge auf diesen Blogs sprechen auch vorwiegend das weibliche Publikum an.

Diese Art von Lifestyle wird versucht zu kopieren, oder zumindest der Schein eines solchen Lebensstils spielt eine Rolle. Beim Vergleichen der Urlaubsfotos von

bekannten Bloggerinnen mit denen von Instagram Nutzerinnen wird die Relevanz solcher Blogs sichtbar.



Abb.1: Beifoto vom Blog

Dieses obere Bild stammt von einer Internetseite, welche nach eigenen Angaben die beliebtesten „fashion and travel“ Blogs vorstellt. (JOURNELLES (HRSG.). 2014)

Bei der Suche auf Instagram mit dem Hashtag (#) „Meer“ stößt man sehr schnell auf ähnliche Fotos. Die folgenden Bilder kommen von dieser Seite.

Auch unter den ausgewerteten Fotos der verschiedenen Orte lassen sich etliche Bilder in diesem Stil finden. Die fotografierten Beine sind dabei hauptsächlich von Frauen. Dies erkennt man an der Anatomie der Beine, daran, dass sie haarfrei sind und häufig lackierte Fußnägel haben.



Abb.2: Kopie Blogfoto



Abb.3: Kopie Blogfoto

Solche Ähnlichkeiten lassen sich häufig finden. Auch die Posen, welche Mädchen und Frauen auf Instagram einnehmen, ähneln häufig den Posen der Frauen auf Blogs.

Eine sehr beliebte Haltung scheint jene zu sein, welche die Person mit ausgebreiteten Armen von hinten zeigt. Diese Pose lässt sich ebenfalls nur bei weiblichen Personen finden.

In einem folgenden Kapitel wird dezidiert auf die Bedeutungen von bestimmten Haltungen eingegangen.



Abb.4: Foto vom Blog. Ausgebreitete Arme.

Abbildung vier stammt von einem Modeblog, während man die unteren zwei Bilder in Instagram unter dem Suchbegriff „Meer“ findet. Diese Beiden von Instagram stammenden Fotos sind jedoch nur die ersten zwei in der Liste des Suchbegriffes #Meer, die dem Bild des Blogs ähnelten. Blättert man in der Auflistung weiter nach unten, findet man weitere Fotos in diesem Stil.



Abb.5: Kopie Blogfoto ausgebreitete Arme

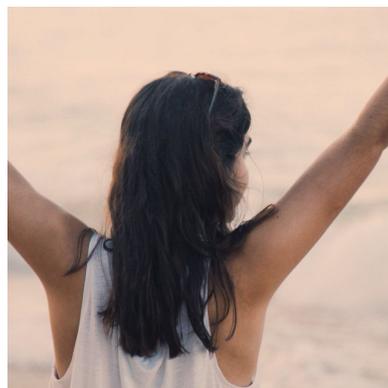


Abb.6: Kopie Blogfoto. ausgebreitete Arme

4.2 Männer- und Frauenfotos im Vergleich

4.2.1 Frauen gestalten, Männer dokumentieren

Frauen stellen häufiger ein gewisses Lebensgefühl auf Fotos dar.

Betrachtet man die Bilder, auf denen männliche Personen zu sehen sind, bemerkt man schnell, dass es in diesen Fällen weniger wichtig ist auf einem Foto „gut“ auszusehen, als dies bei Frauenfotos der Fall ist (Abb. 8).

So findet man auf Instagram keine Fotos, auf denen Frauen zu sehen sind, die sich in einer offensichtlich unvorteilhaften Haltung befinden. Es gibt zum unter den ersten paar hundert Fotos keine Aufnahmen, die Frauen mit einem Doppelkinn zeigen.

Bei Männern ist dies anders. Diese scheinen sich nicht dafür zu schämen, wenig vorteilhaft auf Fotos abgelichtet zu sein. So findet man einige Fotos, auf denen Männer mit Doppelkinn zu sehen sind. Solche eher unvorteilhaften Fotos werden unter anderem von den Modellen selbst gepostet. Es ist ihnen also bewusst, dass ein solches Bild online ist.

Dieser Umstand zeigt, dass Frauen und Männer verschiedene Ziele beim Knipsen von Urlaubsfotos verfolgen.

Auch Stimmungen und die Qualität der Hintergründe scheinen bei Männerfotos eine nicht so gewichtige Rolle zu spielen wie dies bei Frauenfotos der Fall ist. Bei vielen Fotos, auf denen Männern zu sehen sind, geht es darum zu zeigen, dass man Urlaub macht. (Abb. 7). Wichtig ist dieser Aspekt bei Frauen auch, aber im Gegensatz zu Männern merkt man auf Frauenbildern häufiger, dass auch gezeigt werden will, dass man den Aufenthalt genießt, dass man in einem bestimmten Stil Urlaub macht, dass man dabei gut aussieht, etc

Dieser Sachverhalt wird deutlich, wenn man die untersuchten Fotos im Hinblick auf den Hintergrund betrachtet.



Abb.7: Hintergrund unwichtig



Abb.8: unvoreilhaftige Haltung

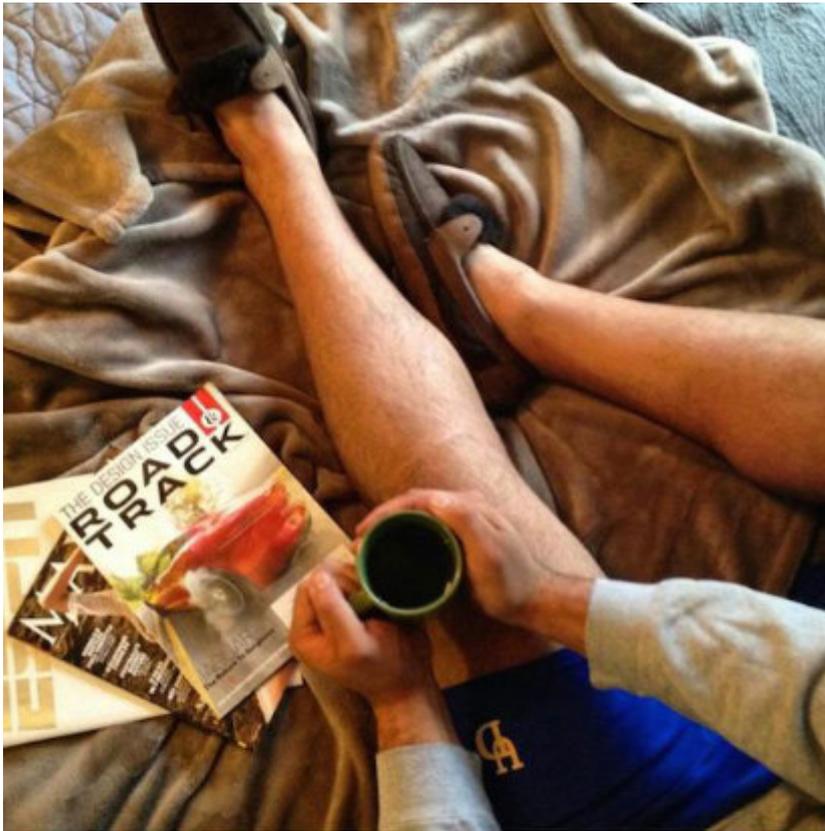


Abb.9: arrangiertes Foto



Abb.10: Hintergrund mit bildbestimmender Rolle

Diese Gegebenheit, dass Frauen bewusster Bilder gestalten als Männer, scheint auf sozialen Netzwerkseiten keine Neuigkeit darzustellen. So tauchen auf solchen Webseiten immer wieder Fotos von Männern auf, die ein Frauenfoto nachstellen. Diese Fotos beschränken sich jedoch nicht auf Urlaubsfotos. Nachgemacht werden Fotos aus verschiedenen Situationen. Die Bildunterschriften dieser Fotos wirken dabei häufig ironisch.



[matthess87](#) Coffee, new Ugg slippers, and a stack of mags on a chilly day. #heaven #happyguy #morecaffeineplease #legsfordays .

Abb.11: Parodie von Frauenfotos

4.2.2 Stimmungen auf Urlaubsfotos

Instagram zeigt viele Urlaubsbilder, auf denen Personen von hinten zu sehen sind. Viele dieser Fotos sind sehr stimmungsvoll. Es geht nicht hauptsächlich um die Person, sondern darum, einen schönen Ort oder eine gewisse Atmosphäre zu zeigen. Diese Fotos bilden größtenteils Frauen ab.

Man findet auf Instagram ebenfalls Aufnahmen, die bei Sonnenuntergang gemacht wurden. Auch bei diesen Bildern sind die Gesichter auf Grund der eintretenden Dunkelheit häufig nicht sichtbar. Diese Fotos sind von der Aufmachung und der Stimmung ähnlich den Fotos, die Menschen von hinten zeigen.

4.2.3 Die Darstellung des Körpers

Eine weitere Kategorie stellt jene dar, die nur den Körper ohne Kopf zeigt. Auf diese wird in einem folgenden Kapitel näher eingegangen.

Die große Zahl der Fotos, auf denen Frauen ohne sichtbares Gesicht abgelichtet sind, stärkt die Hypothese, dass es Frauen wichtiger ist gewisse Stimmungen und Gefühle, die man mit Urlaub verbindet, darzustellen.

Geschlecht der Personen am Bild * Sichtbarkeit des Gesichts [Zeile %].

<i>Geschlecht der Personen am Bild</i>	<i>Sichtbarkeit des Gesichts</i>		
	sichtbar	unsichtbar	gemischt
männlich	91,00%	8,00%	1,00%
weiblich	73,91%	25,60%	,48%
beide Geschlechter	82,02%	13,48%	4,49%
nicht ersichtlich	25,00%	75,00%	,00%
Gesamt	79,50%	19,00%	1,50%

Tab.4: Kreuztabelle: Sichtbarkeit des Gesichts/ Geschlecht (Stadt)

Auf den Strandbildern werden – unabhängig von der Geschlechtszugehörigkeit – leicht, bzw. kaum bekleidete Körper gezeigt. Frauen zeigen ihre leicht bekleideten Körper jedoch nur, wenn sie dünn, schmal, oder trainiert sind. Fülligere Körper werden bei Männern hingegen auch leicht bekleidet fotografiert, jedoch in anderen Posen (Abb. 13). Ist ein Frauenkörper molliger, wird dieser eher bedeckt gezeigt. Trainierte männliche Körper werden meist aufrecht und von vorne gezeigt und der Fokus liegt auf dem Körper. Ist ein Körper fülliger oder wenig athletisch ist er zwar zu sehen, aber nebensächlich für das Bild.

Frauen hingegen zeigen ihre Körper entweder stehend von vorne oder hinten, oder liegend bzw. halbliegend. Selten jedoch aufrecht sitzend.



Abb.12: Aufnahme von trainiertem Körper



Abb.13: Körper nicht bewusst in Szene gesetzt

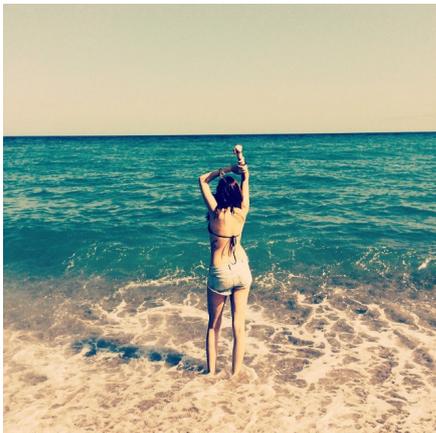


Abb.14: bewusste Körperhaltung



Abb.15: Körper im Fokus

Frauen zeigen sich auf Fotos im Internet also seltener unvoreteilhaft als Männer. Laut einer Studie der Universität Landau, bei der 1400 Frauen und Männer zum Thema Schönheit befragt wurden, fühlt sich jede vierte Frau unter gesellschaftlichen Druck gesetzt, hübsch und schlank sein zu müssen. Bei den Männern ist dieser Anteil geringer. Nur 18% der männlichen Befragten leiden unter diesem Druck. (FORSCHUNGSSTELLE UNI LANDAU. 2002)

Man könnte diese Art der Darstellung von Frauen auch so erklären, dass einem gewissen Bild von Frau nachgeeeifert wird, nämlich jenem, das in den Medien als Schönheitsideal präsentiert wird.

Jedoch sind in den Medien ebenfalls Männer in einer bestimmten Art und Weise dargestellt. Die Fotos aus Instagram machen dennoch nicht den Eindruck, als wolle

ein Großteil der Männer einem solchen Bild nahe kommen. Eine Studie, die sich mit der Beeinflussbarkeit von Menschen beschäftigt, fand heraus, dass Frauen leichter beeinflussbar sind als Männer. 56% der Männer sind laut den befragten Personen wenig beeinflussbar. Bei Frauen sind es nur 44%. (ARONSON ET. AL. 2008)

4.3 Fazit

Es gibt mehr Fotos von Frauen als von Männern. Die Gründe dafür sind vielseitig. Jedoch ist es beiden Geschlechtern wichtig, der Gesellschaft zu zeigen, dass Urlaub gemacht wird. Frauen legen mehr Wert darauf, den Urlaub genauer zu beschreiben und Stimmungen auszudrücken. Dies passiert mit überlegten Hintergründen, dem Gesichtsausdruck etc. Männern ist es wichtig zu präsentieren, dass Urlaub gemacht wird. Manchmal wirken Männerfotos dabei wie Beweise oder Notizen für die anderen Benutzer dieser Internetseiten.

5 Die Darstellung des Körpers und die Körpersprache

Bei folgenden Grafiken wurden wieder von Fotografien der bereits erwähnten Urlaubsgebiete Gebrauch gemacht. Auf diese werde ich mich im weiteren Verlauf der Arbeit immer wieder beziehen. Dabei gibt es wieder die zwei Kategorien Urlaub am Meer und Urlaub in der Stadt. Die insgesamt 800 Fotos wurden im Bezug auf die Sichtbarkeit des Körpers ausgewertet. Bei der Analyse gibt es einerseits die Optionen des Portraits (Abb. 16) bzw. Torsos (Abb. 17). Auf diesen Fotos ist entweder nur das Gesicht oder ein Teil des Oberkörpers mit Gesicht zu sehen. Andererseits gibt es Bilder, die den ganzen Körper oder den Großteil des Körpers zeigen (Abb. 18, 19). Dazu zählen auch Fotos, auf denen nur Beine zu sehen sind. Es gibt auch Fotos mit mehreren abgebildeten Personen, die beide Optionen zeigen: das Portrait und den ganzen Körper



Abb.16: Doppelportrait.



Abb.17: Portrait/Torso.

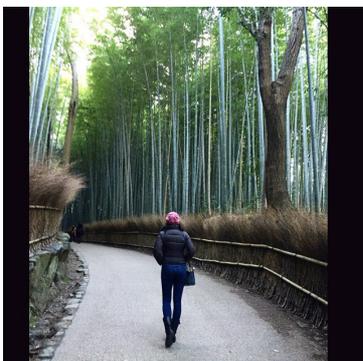
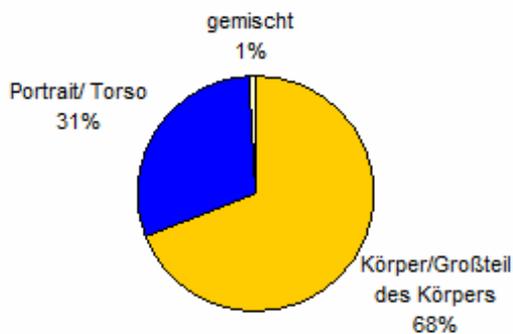


Abb.18: Ganzkörperfoto von hinten

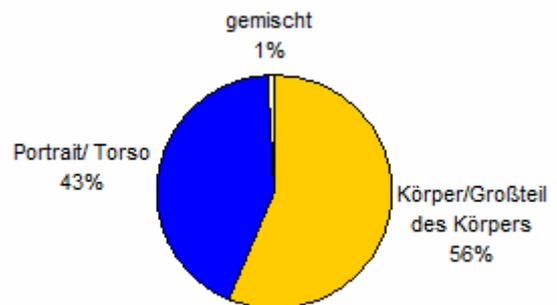


Abb.19: Ganzkörperfoto.

5.1 Der Anteil der Ganzkörperfotos



Tab.5: Sichtbarkeit des Körpers (Meer)



Tab.6: Sichtbarkeit des Körpers (Stadt)

Deutlich sticht ins Auge, dass der Anteil der Fotos, auf denen ein großer Teil des Körpers oder der ganze Körper zu sehen ist (folgend werden diese Fotos als Ganzkörperfotos betitelt), in beiden Kategorien größer ist. Bei Fotos, die am Mittelmeer aufgenommen wurden, beträgt dieser Teil fast zwei Drittel und bei den Fotos, welche in Städten gemacht wurden, mehr als die Hälfte der gesamten betrachteten Bilder.

Der zweitgrößte Teil setzt sich aus Portraits und Torsofotos zusammen. In einigen Fällen ist auch nur ein Teil des Kopfes zu sehen. Der letzte Teil, jener, auf denen Portraits und ganze Körper gezeigt werden, beträgt in beiden Kategorien nur ein Prozent, weshalb auf diesen nicht weiters eingegangen wird.

5.2 Erklärung für den Überschuss an Ganzkörperfotos

Laut einer Internetseite (STAUFENBIEL. 2014), die Tipps für eine gelungene Jobbewerbung gibt, wirken Ganzkörperfotos weniger seriös als Portraits. Bei Ganzkörperfotos ist die Gefahr größer, in verschiedenen Bereichen Fehler zu machen. Kleidung und Körpersprache sind dafür besonders anfällig. Ganzkörperfotos weisen auch darauf hin, dass das Bild nicht von einem Profi gemacht wurde. (BENIG ET. AL. 2014)

Was für Bewerbungsfotos gilt, gilt analog auch für die untersuchten Urlaubsfotos. Sei es ein Bewerbungsfoto oder ein Urlaubsfoto - Fehlerquellen gibt es bei einem Ganzkörperfoto mehr. Bei einem Portrait kann beispielsweise die Frisur als störend, die Haut als unrein und die Zähne als schief empfunden werden. Sieht man sich jedoch ein Ganzkörperfoto an, kommen zu den genannten Aspekten, welche als unschön, unpassend oder störend empfunden werden könnten, noch einige andere hinzu. Die Kleidung kann unpassend gewählt sein, die Figur entspricht womöglich nicht dem Geschmack der Zeit, die Haltung erscheint krumm, die Beine sind zu kurz. Man könnte diesen Gedanken noch weiter führen, aber der springende Punkt ist, dass ein Ganzkörperfoto mehr Fehlerquellen bietet, als ein Portrait. Man würde für einen offiziellen oder seriösen Anlass demnach kein Ganzkörperfoto von sich wählen. Anders scheint die Situation im Urlaub zu sein. Die Tragweite von Fehlern ist geringer. Wenn diese gemacht werden, ist es in dieser Situation, dem Urlaub, sogar möglich, sie der Öffentlichkeit zu zeigen.

HENNIG (S93: 1999) beschreibt, dass es im Urlaub möglich ist, sich kurzzeitig aus dem Alltag auszuklinken und eine Regelaufhebung zu erfahren.

Im Urlaub gelten andere Regeln. Fehler dürfen passieren, und auch gezeigt werden.

Weiteres schafft ein Ganzkörperfoto auch mehr Möglichkeiten, Gefühle und Ähnliches auszudrücken, als es ein Portrait tut. Möchte man eine bestimmte Laune darstellen, ist dies leichter mit Hilfe des gesamten Körpers machbar, als wenn man nur das Gesicht zur Verfügung hat. Und gerade der Urlaub ist für viele eine Möglichkeit, zu zeigen, dass man sich glücklich, frei, friedlich, lebendig etc. fühlt.

Um dieses Ergebnis mit Fotos aus dem Alltag zu vergleichen, wurde bei Instagram der Begriff „live“ eingegeben. Unter dieser Rubrik findet man kaum Fotos, welche den ganzen Körper der Person ablichten. Die wenigen Ganzkörperfotos, die es unter diesem Suchbegriff gibt, zeigen Menschen, die sich offensichtlich viele Gedanken um ihre Kleidung gemacht haben, oder ich die Kleidung deutlich von Alltagsbekleidung unterscheidet. So zeigen diese Ganzkörperfotos zum Beispiel Menschen in Anzügen oder Abendkleidern oder Trachtenmode.

5.3 Die Körperhaltung

5.3.1 Standfotos

In erster Linie sind Bilder vorzufinden, auf denen die abgebildeten Personen stehen. Immer in aufrechter Haltung. Männer stehen eher breitbeinig. Der Brust- Hals- und Gesichtsbereich ist nicht durch Arme oder Hände geschützt.

Laut BIERACH (1996) ist eine Person die breitbeinig steht, jemand, der sich im Leben nicht so leicht aus dem Gleichgewicht bringen lässt.



Abb.20: Standfoto Männer

Die Frauenärztin ANGELIKA BARTH (2013) äußert, dass Frauenhaltungen generell geschwungener und weniger symmetrisch sind als jene der Männer. Dies liegt einerseits am Körperbau, andererseits an den unterschiedlichen Körpersprachen. Frauen lagern öfter die Hüfte aus oder überkreuzen die Beine.

Sucht man in der Suchmaschine „Google“ nach der Phrase „auf Fotos gut aussehen“, wird man schnell fündig. Es gibt zum Beispiel zahlreiche Onlinezeitschriften, die sich diese Thematik zum Thema gemacht haben. (JOLIE (HRSG.). 2014, STEIN. 2012, WILK. O.J.)

Ein Hinweis, den man in mehreren verschiedenen Quellen finden kann, besagt, dass man sich als Frau nicht komplett frontal ablichten lassen soll.

Um schlank auszusehen, wird empfohlen sich etwas von der Kamera weg zu drehen, und die Füße zu kreuzen oder das Gewicht auf einen Fuß zu lagern. „Entspannt euch! Und blickt nie frontal in die Linse, sondern – auch bei Ganzkörperaufnahmen – nur zu drei Vierteln. Im Stehen könnt ihr euer Gewicht dann auf nur ein Bein verlagern – alter Modeltrick für eine schlankere Silhouette.“ (JOLIE (HRSG.) 2014)

Viele Frauen, die Urlaubsfotos von sich auf Instagram hoch laden, scheinen sich dessen bewusst zu sein. Eine Vielzahl von ihnen zeigt sich auf den Bildern in ähnlichen Haltungen.



Abb.21: Standfoto Frau. Von der Kamera weggedrehte Haltung.

5.3.2 Ausgebreitete Arme

Im Alltagsleben verläuft die Gestik einer Frau eng am Körper. Die Bewegungen die gemacht werden, bleiben näher am Körper als die Bewegungen eines Mannes. Dadurch wird ihrerseits weniger Raum eingenommen und eine Frau wirkt daher weniger dominant als ein Mann. (BARTH. 2013)

Schaut man sich Urlaubsfotos der Instagram User an, bemerkt man, dass Frauen diejenigen sind, die sich strecken. Es wirkt bei diesen Fotos sogar so, als wollte man so viel Platz im Raum wie nur möglich für sich beanspruchen (Abb. 22,23).

Dadurch, dass Hände und Beine weit vom Brustkorb entfernt sind, ist man ungeschützt. Je weiter der Schutz entfernt ist, umso länger dauert es, im Ernstfall einen Schutzwall zu errichten.

Es scheint so, als wäre im Urlaub wenig zu befürchten. Man befreit sich von Regeln. Diese Haltung könnte man auch mit Freiheit assoziieren.



Abb.22: ausgebreitete Arme



Abb.23: ausgebreitete Arme

Diese Pose findet man bereits im vorigen Kapitel unter „der Einfluss von Blogs“. Da diese Posen auch auf Blogs zu sehen sind, könnten sie auch teilweise aus Gründen der Nachahmung gemacht werden.

5.3.3 Sprungfotos

Ein weiteres Phänomen, das sich unabhängig vom Geschlecht zeigt, ist das Sprungfoto. Ebenso ist dieses Motiv unabhängig von der Anzahl der abgebildeten Personen. Man findet springende Menschen in der Gruppe, zu zweit, aber auch auf Einzelfotos.



Abb.24: Gruppensprungfoto



Abb.25: Einzelsprungfoto

Der Hintergrund

Wichtig bei dieser Art des Fotos ist der Hintergrund. Menschen springen nicht auf einem Bürgersteig mit einer Straße im Hintergrund oder vor einem Bürogebäude, oder im Badezimmer, sondern vor einer Sehenswürdigkeit, auf einer Bergspitze, am Strand mit Meer im Hintergrund, usw.

Diese Art sich auf Fotos zu zeigen, scheint bereits ein Trend zu sein. Es gibt eine Internetseite, (LIFE@KAPLAN (HRSG.). 2014) die erklärt, wie man das beste „Jumping Photo“ schießt.

Ein Punkt der erwähnt wird, ist der Hintergrund. *„Ein Detail, das dazu beiträgt, dass ein Sprungfoto heraus sticht, ist der Hintergrund. Landschaften oder der Himmel im Hintergrund sind immer ein Hingucker. Besonders dann, wenn es den Effekt hat, dass die Springer sehr klein vor einer großen, weiten Kulisse aussehen.“* (SIMYONI. 2014)

Das Aufnehmen des Sprungfotos

Macht man ein normales Stehbild vor einer Sehenswürdigkeit, zieht man kaum die Aufmerksamkeit der anderen Passanten auf sich. Anders ist die Situation beim Sprungbild. Dieses Bild ist mit viel Bewegung und einigen Versuchen der Aufnahme verbunden, wodurch jeder im unmittelbaren Umfeld mitbekommt, dass ein Foto gemacht wird.

Abgesehen von der Tätigkeit am Bild, wird durch den Zeitaufwand und die Auffälligkeit der Bewegung, diese Art des Fotos zu etwas Besonderem für die Modelle und den Fotografen. Das Knipsen des Bildes wird zu einem Erlebnis, an das man sich später erinnert.

Es muss also eine besondere Situation sein, damit es sich auszahlt, ein solches Bild zu machen. Es handelt sich um eine Art spielerische Aktion. Für einen solchen Akt bietet der Urlaub Zeit und Lust.

Man könnte nun sagen, auch eine Hochzeit oder ein Ball ist eine besondere Situation. Jedoch gelten bei einem solchen Anlass besondere Regeln und eine solche Art der Ausgelassenheit würde unpassend erscheinen.

Ausgelassenheit

Ausgelassenheit ist ein Merkmal, das durch Gestik sichtbar wird.

„Ein stark Depressiver spricht mit einem Minimum an Mimik und Gestik. Er fühlt sich so schwach und elend, dass weder Gedanken noch Gefühle seinen Körper in Schwingungen versetzen können.“ (BIERACH, 1996: S19)

Geht es einem also schlecht, bewegt er sich wenig. Man krümmt sich im Bett zusammen, man macht sich klein. Man nimmt wenig Raum ein.

Das Gegenteil wäre demnach, wenn man raumgreifende Bewegungen macht. Sie demonstrieren Ausgelassenheit.

Man kann sich nahezu keine andere Form der Bewegung oder Körpersprache vorstellen, die so viel Platz einnimmt wie der Sprung. Häufig werden zudem noch die Arme in die Höhe gestreckt oder ausgebreitet. Dies beansprucht zusätzlich Raum.

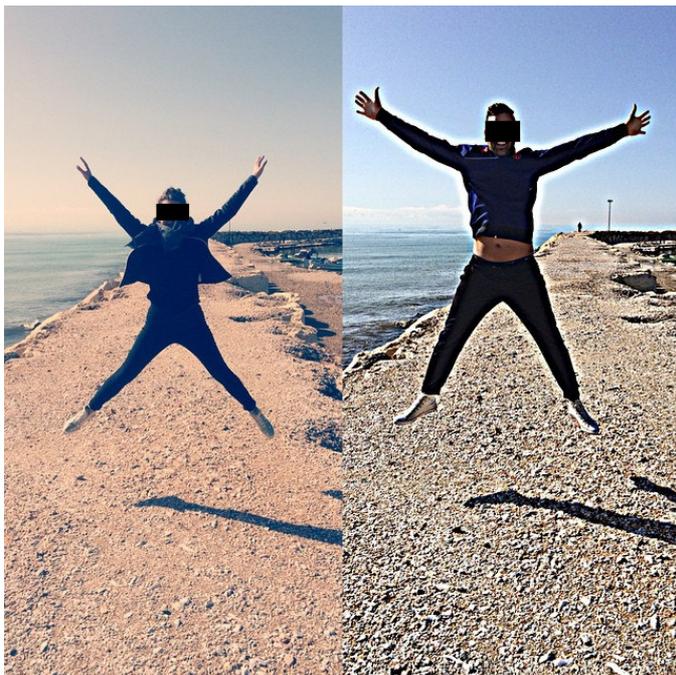


Abb.26: Sprungfoto. ausgestreckte Arme und Beine

Man kann den Sprung demnach als Ausdruck von Glück, Freude oder Ausgelassenheit deuten. Nicht umsonst heißt es, man könnte vor Freude Luftsprünge machen. Eine Internetseite, welche Redensarten auflistet und erklärt, beschreibt die Redensart „Luftsprünge machen“, wie folgt: „sich freuen; begeistert sein; jubeln; vor Freude in die Luft springen“ (REDENSARTEN. INDEX (HRSG.). o.J.)

Die Präsenz eines Sprungfotos

Hüpft man aus Freude spontan in die Luft, sehen das nur Menschen, die sich unmittelbar in der Nähe befinden und gerade in diesem Moment den Springer anschauen. Es dauert nur einen kurzen Moment und ist dann wieder vorbei. Dieses impulsive Zeichen der Freude hält nicht so lange an wie es Lächeln zum Beispiel tut. Ein Foto von einem solchen Akt bietet die Möglichkeit mehreren Menschen über einen längeren Zeitraum zu zeigen, wie sehr man sich freut, bzw. gefreut hat.

Wie bereits erwähnt, hat der Raum, der bei Gestiken beansprucht wird, etwas mit Dominanz zu tun. Je mehr Raum er für sich einnimmt, desto dominanter wirkt ein Mensch. Bei diesen Fotos macht es den Eindruck, als würden die Menschen darauf sagen wollen, dass ihnen keiner was anhaben kann. Sie sind Herr der Situation.

5.3.4 Bein- und Fußfotos

Eine Kategorie von Fotos, welche man auch fast ausschließlich nur in Urlaubssituationen macht, ist das Fuß- oder Beinfoto.

Dieses Foto wird vom Modell selbst geschossen. Es ist demnach eine Art Selfie. Man fotografiert Füße, die sich in den Sand graben, Füße die hochgelegt sind, Füße die schicke Schuhe tragen, Beine die auf dem Liegestuhl liegen, Beine die sich ausstrecken.

Auch diese Art des Fotos liegt gerade im Trend. Man findet sie auf Blogs und auf Social Networking Sites.

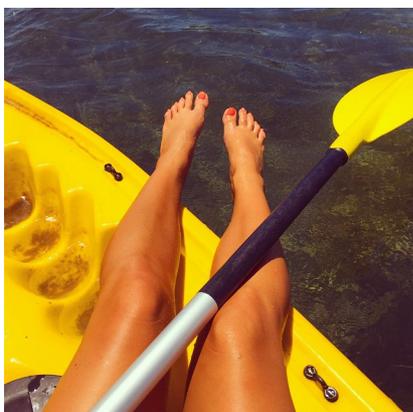


Abb.27: Beinfoto

Diese Art von Foto signalisiert: ich bin auf Urlaub, oder einem Ort, der sich wie Urlaub anfühlt.

Häufig sind es auf gewöhnlichen Fotos gerade die Beine oder die Füße, die nicht mehr auf der Aufnahme zu sehen sind. Sie werden abgeschnitten, weil sie von vielen als nebensächlich empfunden werden.

RAAB (2015) schildert die Situation des Fußfotos in der ZEIT ONLINE (Hrsg.) folgendermaßen:

Reisende fotografieren ihre Füße in Sandalen, in Sneakers, in Wanderschuhen und besonders häufig nackt, am tropischen Strand, bei der Sommerfrische am Badensee und vor dem Taj Mahal; häufig im Stehen, etwas seltener im Sitzen. Und plötzlich ist der Fuß kein Beiwerk mehr, er ist von Bedeutung.

Interessant ist, dass vorwiegend nackte Füße präsentiert werden. Bei der Arbeit trägt man Schuhe. Großteils sind diese geschlossen und man sieht nichts vom nackten Fuß. Zu Hause trägt man Latschen oder Strümpfe. Und sind einige Tage im Sommer so heiß, dass man barfuss laufen könnte, gibt es immer noch Biene, die im Rasen hocken, oder Asphalt, der piekst. Viele Möglichkeiten bleiben demnach nicht, um seine nackten Füße zu präsentieren.

Nackte Füße stellen eine Ausnahme dar- genau wie der Urlaub. Nackte Füße können als Zeichen von Freiheit gedeutet werden. Man wird weder vom Arbeitgeber noch von physikalischen Einflüssen zum Tragen von Schuhen gezwungen.

Ähnlich ist es mit nackten Beinen. Auf vielen Arbeitsstellen ist es unerwünscht, zu viel nacktes Bein zu zeigen. Im Urlaub ist dies aber ohne weitere Bedenken möglich.

Füße können auch gewisse Signale aussenden. Hochgelagerte Füße signalisieren, dass man sich entspannt. Dies tut man auch im Urlaub. Füße die gehen, also nicht gleichzeitig flach am Boden stehen, signalisieren, dass man geht oder beschäftigt ist. RAAB (ebenda) meint, dass der Fuß eine Bedeutungsverschiebung erfahren hat. Früher war das Reisen mühselig und mit Fußmärschen verbunden. Heute bringt uns das Flugzeug, der Bus, der Zug oder das Auto bequem von A nach B. Auch in der Arbeitswelt werden die Füße weniger gebraucht als früher. Heute gehen sie in vielen Berufen lediglich zur Toilette oder Kaffee hohlen. Viel mehr wird ihnen nicht abverlangt.

Es ist also nicht so, dass der Urlaub die einzige Möglichkeit darstellt, um seine Füße nicht zu belasten. Trotzdem versteht jeder den Code der hochgelegten Füße. Sie signalisieren, dass man es sich gut gehen lässt.

Solche Fotos wirken häufig wie eine Brücke zwischen Betrachter und Bild. Es wirkt, als würde man durch die Beine in den Urlaubsort hinein gezogen werden.

Diese Art der Fußfotos, hochgelagert, nackt, entspannt, lässt sich vor allem in der Kategorie „Meer“ finden.



Abb.28: entspannte Beine/Füße

In der Kategorie „Stadt“ findet man entweder Füße die sagen „ich bin aktiv“, oder Füße die sagen „ich habe Stil“. Aktive Füße tragen häufig Turnschuhe die auf einem Untergrund stehen oder gehen (Abb. 30). Manchmal sind auch Füße der Passanten zu sehen. Man bekommt den Eindruck übermittelt, dass sich etwas tut oder sich etwas bewegt.

Füße mit Stil können verschiedene Tätigkeiten ausüben. Diese sind nebensächlich. Man merkt sofort, dass sich die Aufnahme um die Kleidung und die Schuhe dreht. (Abb. 29) Der Hintergrund ist dabei eher schlicht und lenkt nicht von den Füßen und Beinen ab. Viele dieser Bilder zeigen einen größeren Teil des Beines, als es die Fotos von aktiven Füßen tun. Man möchte die Kombination der Kleidungsstücke präsentieren.



Abb.29: Präsentation der Kleidung



Abb.30: aktive Füße

Auffällig ist, dass sich diese Beinfotos in den Kategorien „Urlaub am Meer“ und „Städteurlaub“ voneinander unterscheiden. Beim Urlaub am Strand will man zeigen, dass man sich im Gegensatz zum Alltag entspannt. Die Fotos des Städteurlaubes zeigen, dass man sich nun Zeit nimmt um Kultur, Mode oder Ähnliches zu erfahren. Man merkt, dass es sich um zwei verschiedene Urlaubskonzepte handelt.

5.4 Fazit

Alleine die Tatsache, dass der Anteil der Ganzkörperfotos überwiegt, zeigt, dass es sich um eine außergewöhnliche Situation handelt, in der die Aufnahme gemacht wurde. Auch die Haltungen die eingenommen werden, unterscheiden sich von denen, die man auf Alltagsfotos aufnimmt. Wobei verschiedene Körperhaltungen mit verschiedenen Codes behaftet sind.

Der Urlaub lässt sich als eine körperbewusste Zeit verstehen.

Bewegungen auf Urlaubsfotos sind Raum beanspruchend. Man benötigt mehr Platz für sich, und zeigt, dass man vital und selbstbewusst ist.

Körperteile die sonst vernachlässigt werden, bekommen im Urlaub eine neue Bedeutung zugemessen.

6 Einsamkeit und Gemeinsamkeit

Viele Menschen klagen über Stress. Im Schnitt haben 66% der deutschen Männer und 40% der deutschen Frauen im letzten Sommerurlaub ihre E-Mails beantwortet. Das Abschalten und Entspannen wird immer mehr zur Ausnahmesituation. Sogar in der arbeitsfreien Zeit. (NUBER. 2011)

Nicht umsonst werben viele Reiseportale mit Angeboten, die einen ruhigen und entspannten Urlaub versprechen. Die Wörter Ruhe und Entspannung kommen bei den Angeboten direkt in der Überschrift vor. Ein Wort, welches in diesem Zusammenhang auch relevant zu sein scheint, ist „Kraft“. Es wird häufig beigefügt. So heißt eine Überschrift von der Website URLAUB- ANBIETER (O.J.): „Hütten-Urlaub im Hirschaldm Dorf - Eine Oase der Ruhe und Kraft aus dem Wald“

Die Kraft, die jemand im Arbeitsleben verliert, soll dem gestressten Menschen durch einen ruhigen Urlaub zurückgegeben werden. Einen großen Anklang finden auch kinderfreie Hotels. Scheinbar werden Geräusche, die von Kindern verursacht werden, bereits als zu laut und störend empfunden.

Dieses Konzept des Urlaubs steht dem Partyurlaub gegenüber. Dieser scheint die andere Art zu sein, den Alltagsstress abzubauen. Viele Anbieter locken mit dem Wort „Party“ in den Überschriften.

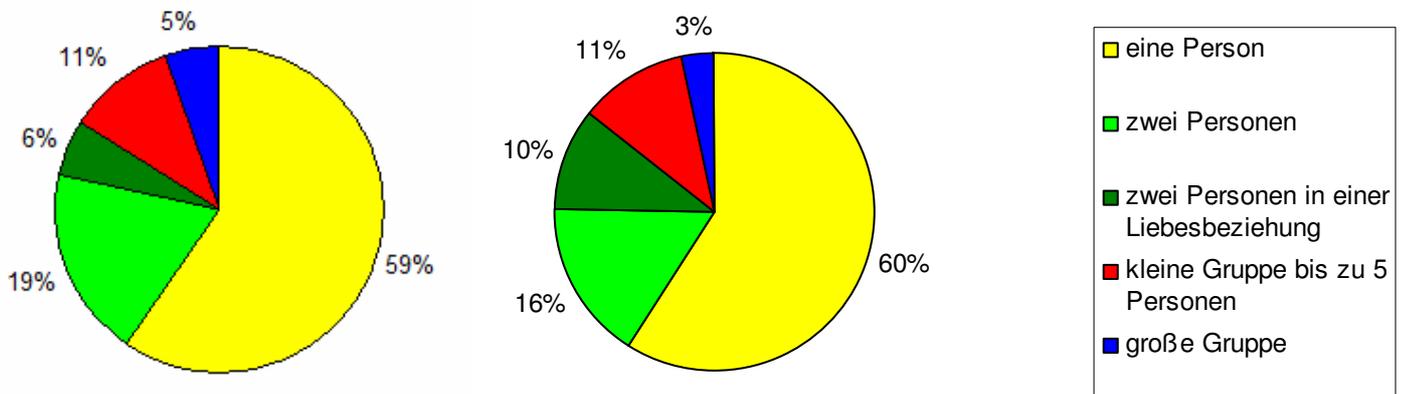
Untersucht wird, ob diese Ruhe-, Party- und Erlebnisstimmung auch auf Urlaubsfotos sichtbar ist.

Um festzustellen, ob in gewissen Urlaubsgebieten Einsamkeit, Menschenleere und Ruhe gesucht wird, während in anderen Gebieten Beisammensein und Trubel im Vordergrund stehen, wurde die Anzahl der Personen in verschiedenen Gebieten ausgewertet. Es wird verglichen, in welchen Gebieten wie viele Personen auf der Aufnahme zu sehen sind.

Weiters wurden die Fotos auf die Sichtbarkeit des Gesichtes untersucht.

Beide Parameter wurden mit dem Geschlecht gekreuzt.

6.1 Die Anzahl der Personen am Foto



Tab.7: Anzahl der Personen (Meer)

Tab.8: Anzahl der Personen (Stadt)

6.1.1 Liebespaare

Der signifikanteste Unterschied zwischen diesen beiden Auswertungen ist in der Kategorie „zwei Personen in einer Liebesbeziehung“ und „zwei Personen“ zu finden.

Reisen, welche das Meer als Ziel haben, scheinen laut dieser Untersuchung weniger interessant für Paare zu sein. Dieses Ergebnis kann jedoch auch von den ausgewählten Gebieten beeinflusst sein. Schaut man sich die Tabelle an, in der die Werte der Personenanzahl mit den Gebieten in Beziehung treten, zeigt sich, dass an der Nordsee mit Abstand die meisten Paare Urlaub machen. Ballermann und Ibiza belegen gemeinsam den letzten Platz. Paarfotos werden dabei meist von den Paaren selbst geschossen. Dazu wird die Hand, welche die Kamera hält ausgestreckt, um beide Personen am Foto zu haben.

Im Forum der Internetseite von ELITEPARTNER (HRSG.) (2013) wird auf die Frage nach dem perfekten Urlaubsort geantwortet, dass es abgesehen vom Urlaubsort wichtig ist, die Beziehung von äußeren Einflüssen zu schützen. Damit ist gemeint, dass es weniger Gefahrenquellen für die Beziehung gibt, wenn man ohne Freunde oder Familie verreist. Man sollte demnach die Zweisamkeit bewahren.

Der Ballermann und Ibiza sind in erster Linie als Partyziele bekannt. Ein wesentliches Merkmal von Partys ist der Kontakt zu anderen Menschen. Dieser sollte laut online Foren jedoch gemieden werden. Dieser Trend ist auch anhand der Kreuztabelle ersichtlich.

Deutlich mehr Paare besuchen die Nordsee. Laut der Urlaubsbroschüre NORDSEEURLAUB ((Hrsg.). 2014) bereisen dieses Gebiet vor allem Familien in denen die Kinder jünger als 14 Jahre sind, so genannte „best Ager“ (Singles und Paare zwischen 65 und 75 Jahren) und anspruchsvolle Reisende (jung gebliebene Reisende mit hoher Bildung).

Wer Ausgelassenheit und viele Partys sucht, wird folglich nicht an die Nordsee reisen. Partygebiete sind oft Ziele von Singles. Dort wird auf Grund der vielen Menschen mit denen man in Kontakt tritt, die Chance gesehen, einen potentiellen Partner zu finden, oder zumindest kurzfristige Zuneigung. Paare haben weniger Interesse an Partys und bevorzugen ruhigere Gebiete.

In der Kategorie „Meer“ könnte man also die Anzahl der Paare als Indikator für Ruhe unter die Lupe nehmen.

Ort der Aufnahme	1 Person	2 Personen	Liebespaar	Kl. Gruppe	Gr. Gruppe
Nordsee	55%	14%	13%	13%	1%
Ballermann	50%	22%	3%	15%	10%
Ibiza	62%	14%	3%	13%	8%
Kreta	67%	25%	4%	2%	2%

Tab.9: Kreuztabelle. Anzahl der abgebildeten Personen und Ort der Aufnahme (Meer)

Anders ist die Situation jedoch wenn man Städteurlaube betrachtet.

In Internetforen (GOFEMININ (HRSG.). 2010, ELITEPARTNER (HRSG). 2012, PLANET LIEBE (HRSG). 2013) wird als Partnerurlaub der Städteurlaub empfohlen. Es wird betont, dass es von Vorteil ist den ganzen Tag eingespannt zu sein, um keine Langeweile aufkommen zu lassen. Ebenfalls als positiv wird die Vielseitigkeit an Städten hervorgehoben. Durch sie ist für jeden etwas dabei.

Ort der Aufnahme	1 Person	2 Personen	Liebespaar	Kl. Gruppe	Gr. Gruppe
London	61%	15%	8%	12%	4%
Paris	67%	16%	12%	4%	1%
Amsterdam	63%	18%	5%	11%	3%
Rom	45%	16%	16%	18%	5%

Tab.10: Kreuztabelle. Anzahl der abgebildeten Personen und Ort der Aufnahme (Stadt)

Auch hier gibt es deutliche Unterschiede, wenn man den Prozentsatz der Liebespaare betrachtet. Diese Studie zeigt, dass die Stadt Rom dreimal interessanter für Paare ist als Amsterdam. Auch hier greift wieder das Argument, dass eine hohe Anzahl von Paaren ein Zeichen für ruhigen Urlaub ist.

Amsterdam hat eine geringe Dichte an Liebespaaren, verglichen mit Rom und Paris, wenn man sich auf die Bilder, auf denen ein Paar sichtbar ist bezieht.

Amsterdam ist durch den gesetzlich erlaubten Marihuana-Erwerb und -Konsum, seine zahlreichen Coffeshops, seine Bars und Clubs und das große Rotlichtviertel für Partyurlaube und Wochenendtrips besonders attraktiv. (PARTYURLAUB (HRSG.). o.J.) Diese Attraktionen greifen bei Paaren wenig. Sie versprechen Gesellschaft und Aktion, jedoch nicht Ruhe und Entspannung.

6.1.2 Einzelne Personen

Den größten Anteil macht jener der Einzelpersonen aus. Auf ihnen ist nur ein Mensch zu sehen. Dieser Anteil ist in beiden Kategorien etwa gleich hoch. Jedoch gibt es bei den Einzelfotos sehr große Unterschiede innerhalb der Gruppe. Ein Einzelbild überbringt häufig verschiedene Botschaften, wie zum Beispiel „Party“ oder „Einsamkeit/Menschenleere“ oder „Erlebnis“. Jene Bilder, die nur einzelne Personen zeigen, unterschieden sich in ihrer Aussage am deutlichsten voneinander. Auf Fotos die mehrere Personen zeigen, sind diese Unterschiede weniger offensichtlich.

Viele Aufnahmen sind zu finden, welche die Menschenleere demonstrieren wollen. Das Statement „ich bin gegen Massentourismus und Massenabfertigung“ scheint im Moment ein sehr beliebtes zu sein. Hennig erkennt bereits den Trend, dass Touristen sich nicht als Massentouristen outen wollen. Sie versuchen dort hin zu gehen, wo

sonst keiner ist, um andere Dinge zu erleben und zu sehen, als dies die Massentouristen tun.

Viele Menschen auf den Aufnahme vermitteln den Eindruck, als lege man Wert auf eine „alternative Form“ des Reisens. Dies gilt vor allem für Bilder die am Meer aufgenommen werden.

In der Stadt lassen sich Menschen am Foto schwerer vermeiden, da eine Vielzahl an Menschen eine Stadt gerade ausmacht.

Es existieren Internetseiten, welche Tipps geben, wie man ein gelungenes Urlaubsfotos schießt. Ein Tipp lautet, dass man früh aufstehen soll, und zwar so früh, dass die Gefahr, andere Menschen am Foto zu sehen, noch gering ist. (FOTOCOMMUNITY (HRSG.). 2014, COMPUTERBILD (HRSG.). 2013, MÜLLER o.J.)

Dies weist darauf hin, dass es gesellschaftlich als gut befunden wird, eine Art des ruhigeren und einsameren Urlaubs zu bevorzugen.

Man wird schnell fündig, wenn man nach Fotos sucht, die diesen Trend widerspiegeln. Eine wichtige Komponente bei Einzelfotos, welche Ruhe und/oder Einsamkeit demonstrieren, ist der Hintergrund (Abb.31). Ist nicht viel von diesem zu sehen, ist dies kein Beweis dafür, dass man auf eine Art Urlaub macht, die dem Massentourismus widerspricht.

Umso mehr menschenleere Fläche gezeigt wird, umso stärker wird der Eindruck von einem ruhigen oder einsamen Urlaub



Abb.31: menschenleerer Hintergrund

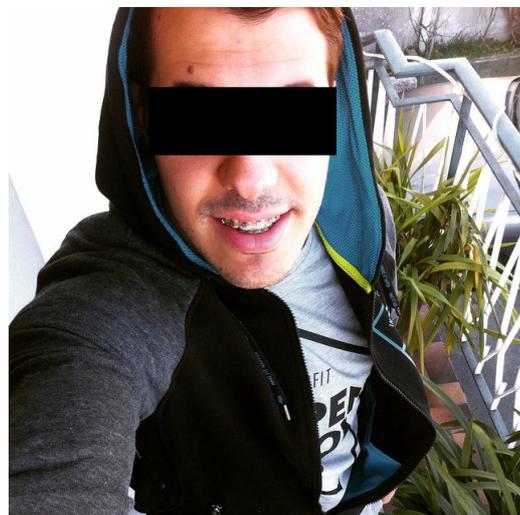


Abb.32: wenig vom Hintergrund sichtbar

6.1.3 Blickrichtung

Ein weiterer Punkt, der Einsamkeit oder Menschenleere darstellt, ist die Blickrichtung. Schaut man direkt in die Kamera, wirkt man eher zugänglich und kommunikativ. Ist das Gesicht hingegen abgewandt, oder im extremsten Fall gar nicht mehr sichtbar, deutet das eher auf Einsamkeit hin (Abb. 33). In einem Online-Fotografieforum schreibt jemand, dass Fotos erst interessant werden, wenn zwischen Blickrichtung des Modells und Blickrichtung der Kamera mindestens 90° Abstand besteht. (FELZL. 2006)



Abb.33: Aufnahme von hinten



Abb.34: abgewandtes Gesicht

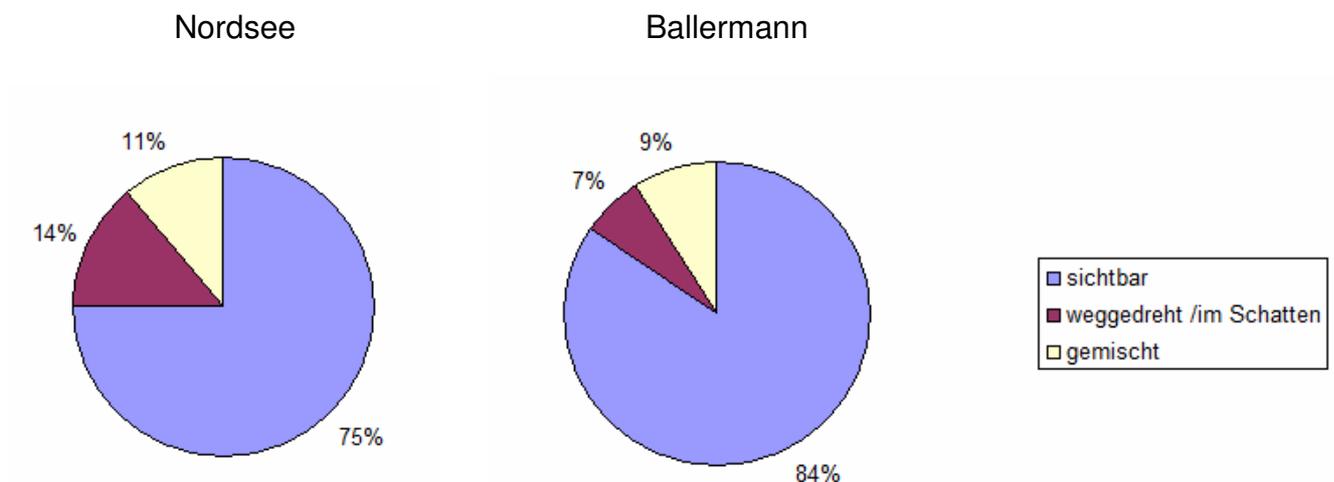
Um festzustellen, ob das weg gedrehte Gesicht ein Parameter oder ein Code für Einsamkeit ist, wurden die Einzelfotos, auf denen der Kopf auf der Aufnahme nicht abgeschnitten wurde erneut genauer betrachtet. Zuerst wurde die Kategorie „Nordsee“ ausgewertet. Dieses Reiseziel wirbt gezielt mit Ruhe und Endspannung. Gezählt wurde, wie oft das Gesicht sichtbar ist, und wie oft es weggedreht wurde, oder sich so stark im Schatten befand, dass man es nicht mehr als solches erkennen kann. Von 55 Fotos an der Nordsee, auf denen nur eine Person zu sehen ist und der Kopf auch Platz auf dem Bild findet, ist bei 45% das Gesicht nicht sichtbar und bei 55% schon.

Ebenso betrachtet wurde die Kategorie „Ballermann“. Der Ballermann ist bekannt für die Möglichkeit zu feiern. Und feiern geht, wie bereits erwähnt mit Gemeinsamkeit einher.

Hier sieht man auf 16% der Fotos kein Gesicht, während auf 84% das Gesicht deutlich sichtbar ist. In den meisten Fällen schaut die Person am Foto direkt in die Kamera.

Nach demselben Prinzip wurden alle Fotos der zwei Gebiete ausgewertet, welche zwei Personen, Paare, kleine Gruppen und große Gruppen zeigen. Hier ist der Unterschied zwischen beiden Orten weniger einschlägig als er es bei den Einzelfotos ist.

Dies führt zu dem Schluss, dass Stimmungen, vorzugsweise über Einzelfotos kommuniziert werden.



Tab.11: Weggedrehte/unsichtbare Gesichter Nordsee/Ballermann

6.2 Fazit

Die Auswertung der Fotos zeigt zwei verschiedene Konzepte von Urlaub. Einerseits wird Gemeinschaft, Action und Party gezeigt, andere Fotos präsentieren Ruhe, Entspannung oder Menschenleere.

Paarfotos, die Blickrichtung oder die Personenanzahl können Aufschluss darüber geben, welches Konzept des Urlaubes verfolgt wird.

Leichter ist dies an Aufnahmen welche am Meer gemacht werden erkennbar. Hier ist die Menschenanzahl auf Fotos eher beeinflussbar als in der Stadt.

Durch das immer stärker werdende Gefühl der Verpflichtung der Umwelt gegenüber, wird ein Foto welches grünen Tourismus präsentieren wird nicht als langweilig, sondern umweltbewusst aufgefasst.

7 Die Urlaubsbekleidung

Betrachtet man die Fotos von Urlaubsreisenden auf Instagram, bemerkt man, dass Kleidung auf diesen Fotos eine wichtige Rolle einnimmt. Jedoch gibt es hier wieder zwei verschiedene Konzepte, wenn man die zwei Bereiche Urlaub in der Stadt und Urlaub am Meer vergleicht.

Man könnte erwarten, dass man im Urlaub die Kleidung als nebensächlicher betrachtet. Durch eingeschränkten Platz in Koffern, durch weniger strenge Dresscodes und durch die Anonymität könnte man dazu bewegt werden, die Kleidung als unwichtig zu betrachten. Auch Bilder, die sich in unseren Köpfen festgesetzt haben, von Touristen in weißen Kniestrümpfen und Sandalen, tragen zu dieser Annahme bei.

Sieht man jedoch eine Vielzahl von Urlaubsbildern, schwindet dieses Vorurteil.

Wie man im Urlaub gekleidet ist, scheint bei jüngeren Leuten eine große Rolle zu spielen. Von den 800 Aufnahmen die betrachtet wurden, gibt es so wenige Bilder, auf denen außergewöhnliche und auffällig unpassende Kleidung zu sehen ist, dass man diese fast an einer Hand abzählen könnte.

Ein Anliegen vieler Urlauber ist es, nicht als Tourist aufzufallen. Die Gründe dafür sind vom Zielort abhängig. In einigen Gebieten wird mit „Tourist“ automatische „wohlhabender Mensch“ assoziiert. Fällt man also als Tourist auf, ist man eher kriminellen Übergriffen ausgesetzt. Eine Internetseite, die Tipps gibt, um nicht als Reisender aufzufallen, gibt den Hinweis, sich ähnlich den Personen am Urlaubsort zu kleiden. Ebenfalls sollte man offensichtliche Urlaubsutensilien wie zum Beispiel Reiseführer und Kamera in einer Tasche verstauen. (RUNDREISENKATALOG (HRSG.). 2012) Im Onlineforum TALKTERIA ((HRSG.). 2011), in welchem über verschiedenen Themen diskutiert wird, ist man der Meinung, dass es von Vorteil ist, nicht als Tourist erkannt zu werden, um Orte und Menschen kennen zu lernen, die typischen Touristen normalerweise verwehrt bleiben. Auch Unterkünfte in privaten Haushalten haben genau aus diesem Grund im Moment enormen Zuspruch. THIELE, die Geschäftsführerin der Regensburg Tourismus GmbH bemerkt in einem Interview, dass der Tourist nicht mehr Tourist sein möchte. „Er will in das Stadtleben

eintauchen und Bürger auf Zeit sein. Der Urlaubertyp, den „Airbnb“ anspricht, will dort unterkommen, wo normale Stadtbewohner leben. Er will nicht als typischer Tourist auffallen und sich wie Einheimische in der Stadt bewegen.“ (WOLF. 2015)

7.1 Einzelfotos und Ganzkörperfotos

Bilder, deren Hauptthema offensichtlich der Kleidungsstil ist, zeigen in den meisten Fällen einzelne Personen. Die Fotos sind meistens Ganzkörperfotos oder Bein/Fuß Fotos. Die Personen sind stehend oder sitzend abgebildet (Abb. 35,36). Der Hintergrund ist zurückhaltend und unauffällig. Dass es bei solchen Aufnahmen um Kleidung geht, wird durch beigefügte Hashtags, also Markierungen bestätigt. Unter dem Bild liest man Wörter wie #outfit #fashion #shopping und so weiter. Es wird kein Geheimnis daraus gemacht, dass der Zuschauer auf diesem Bild die Kleidung betrachten soll. Dies gilt bei meiner Untersuchung in erster Linie für Fotos, welche in Städten aufgenommen wurden.

Bei solchen Aufnahmen ist nicht auf den ersten Blick sichtbar, dass es sich um eine Urlaubssituation handelt. Viele Indikatoren, welche auf Urlaubsfotos hinweisen, fehlen. Diese Bilder könnten auch zu Hause aufgenommen worden sein. Die Hashtags, die aus Städtenamen bestehen, weisen aber darauf hin, dass nicht eine gewohnte Situation oder Umgebung abgebildet wird. Würde die Person, die ein solches Foto online stellt, wirklich aus einer solchen Stadt kommen, würde sie es vermutlich nicht für notwendig erachten, dies in der Bildbezeichnung anzuführen.



Abb.35: Ganzkörperfoto stehend



Abb.36: Ganzkörperfoto sitzend

Besonders deutlich zeigt sich, dass es bei diesen Aufnahmen Kleider das Hauptmotiv sind), wenn man auf Fotos stößt, welche die Person vom Hals abwärts zeigt (Abb. 37). Zu sehen ist nur der bekleidete Körper oder Teile davon. Hintergrund und andere Personen sind auch hier nebensächlich oder nicht vorhanden.



Abb.37: abgeschnittener Kopf



Abb.38: Gesicht nur zum Teil sichtbar

7.1.1 Overdressed und Underdressed

In fast allen Alltagssituationen und Berufen gibt es einen Dresscode. Auch in der Schule ist nicht jede Art von Kleidung angemessen.

Bei der Arbeit oder in der Schule hat man eher die Befürchtung overdressed (zu vornehm oder elegant gekleidet) zu sein. Gibt man in die Google Suchmaschine die zwei Wörter „Overdressed im“ ein, sind die ersten zwei Suchvorschläge, die man bekommt „Overdressed im Büro“ und „Overdressed in der Schule“. Dies verdeutlicht, dass diese Angst existiert. Sucht man sich durch die Ergebnisse, die man für die Suchphrase „Overdressed in der Schule“ bekommt, wird ersichtlich, dass dies ein Thema zu sein scheint, dass viele junge Menschen beschäftigt.

Eine Forumdiskussion auf der Internetseite ERDBEERLOUNGE kommt zu dem Ergebnis, dass es weitaus peinlicher ist, overdressed zur Schule zu erscheinen, als underdressed. Overdressed und underdressed (zu legere gekleidet) wird dabei von verschiedenen Usern unterschiedlich definiert.

Die Benutzerin MADONAAAA (2012) schreibt: „over- und underdressed ist ja immer ansichtssache..aber overdressed zur schule und uni finde ich wesentlich peinlicher als underdressed.“ Einige Forenmitglieder vertreten die Meinung, dass underdressed zu sein in der Schule oder der Universität gar nicht möglich ist.

Versucht man auf der Suchmaschine Google unter der Eingabe „Overdressed im Ur...“ fündig zu werden, gibt es keine Vorschläge, die zum Ergebnis „Overdressed im Urlaub“ gelangen. Das zeigt, dass dies weit weniger eine Sorge zu sein scheint, als zu herausgeputzt in der Arbeit oder der Schule zu erscheinen. Es lassen sich auf Anhieb auch keine Foreneinträge finden, die sich mit diesem Thema beschäftigen. Tipps für eine angemessene oder modische Urlaubsbekleidung gibt es aber sehr wohl.

Der Urlaub scheint demnach für viele eine Möglichkeit darzustellen, sich in Schale zu werfen. Was im gewohnten Umfeld bezüglich Kleidung peinlich erscheinen kann, ist im Urlaub erlaubt.

7.2 Relevanz der Urlaubsbekleidung an verschiedenen Urlaubszielen

Um festzustellen, ob sich verschiedene Urlaubskonzepte, im Bezug auf die Bedeutung von Kleidern unterscheiden, wurden Ganzkörperfotos von einzelnen Personen, an verschiedenen Orten genauer betrachtet.

Diese Aufnahmen wurden unterschieden zwischen Bildern, auf denen die Kleidung eindeutig eine Nebenrolle einnimmt, und Bildern, auf denen der Fokus auf der Bekleidung liegt. Sieht man eine Sehenswürdigkeit oder eine außergewöhnliche Landschaft im Hintergrund, wird das Bild zur Kategorie „Kleidung unwichtig“ gezählt. Ebenso wenn Körperhaltungen eingenommen werden, die man hauptsächlich auf Urlaubsfotos findet.

Aufnahmen auf denen keine Köpfe zu sehen sind, Aufnahmen bei denen der Hintergrund neutral oder unauffällig ist, und Bilder bei denen man auf Anhieb durch den Fokus des Bildes erkennt, dass das Modell seine Kleidung präsentieren möchte, wurden zur Kategorie „Kleidung im Vordergrund“ gezählt.

Als erstes wurden die Aufnahmen, die mit dem Hashtag Paris markiert wurden, ins Auge gefasst. Paris gilt als Modemetropole, und darum könnte man ein einschlägiges Ergebnis erwarten.

Auf 43% der Fotos steht die Kleidung im Vordergrund, während auf 57% die Kleidung eine nebensächliche Rolle einnimmt.

Ebenso wurden Fotos die in Amsterdam, London und Rom und an der Nordsee aufgenommen wurden, nach diesen Kriterien ausgewertet.

Weniger Sinn macht es, Fotos von den Reisezielen Ballermann, Ibiza und Kreta nach diesen Kriterien zu bewerten. Auf den Bildern, die den gesamten Körper oder Beine und Füße der Person zeigen, ist der Anteil der Kleidung sehr gering. Meist ist nur Bademode sichtbar. Es geht dabei eher um das Präsentieren des Körpers. In diesem Bereich ist die modische Bandbreite eher gering.

Dadurch, dass beim Urlaub an der Nordsee nicht das Baden und Sonnen im Vordergrund steht, kann man diesen Ort genauer auf Urlaubskleidung überprüfen. Hinzu kommt, dass auch im Winter Fotos mit der Markierung „Nordsee“ hochgeladen werden, da man in dieser Zeit auch ohne weiteres dorthin verreisen kann. Dadurch ist der Anteil der Personen in Bademode gering. Man kann dieses Reiseziel in der Kategorie Bekleidung folglich mit Städten vergleichen.

Die Auswertung dieser Fotos kam zum Ergebnis, dass der Anteil der Fotos, bei denen Kleidung im Vordergrund steht bei fünf Prozent liegt, während der Anteil der Aufnahmen bei denen Kleidung keine entscheidende Rolle einnimmt bei 95% liegt.

	Kleidung wichtig	Kleidung unwichtig
Paris	43%	57%
Amsterdam	27%	73%
London	31%	69%
Rom	19%	81%
Nordsee	5%	95%

Tab.12: Kreuztabelle: Wichtigkeit der Kleidung

Man kann große Unterschiede zwischen verschiedenen Gebieten feststellen. Die beiden Modemetropolen Paris und London weisen die höchsten Dichten an Fotos auf, auf denen die Kleidung im Vordergrund steht.

Wenn man sich hingegen die Ergebnisse für das Gebiet „Nordsee“ ansieht wird klar, dass es sich hierbei um ein anderes Urlaubskonzept handelt. Die Begriffe Nachhaltigkeit und Nordsee werden bei Onlinereiseangeboten häufig in einem Atemzug genannt. Ebenso wichtige Schlagwörter bei solchen Angeboten sind Ruhe und Entspannung. Erwähnt wurden bereits Zielgruppen des Nordseeurlaubes: Familien, ältere- und gebildete Menschen. All diese Eigenschaften der Nordseeurlauber lassen sich nur schwer mit einer Vorliebe für Mode vereinbaren. Die Negativschlagzeilen einiger Modeketten tragen nicht zum Ruf der Textilindustrie, nachhaltig zu wirtschaften, bei. Die Zielgruppe, die nachhaltigen Tourismus nachfragt, deckt sich nicht mit der Gruppe jener Urlauber, denen modische Bekleidung im Urlaub besonders wichtig ist.

Auch die Zielgruppe der Modeblogs, Mode- Lifestyle- und Frauenzeitschriften, wie zum Beispiel „Jolie“, „Cosmopolitan“ oder „Maxi“ und der Sozialen Medien ist eine andere als die Zielgruppe der Nordseeurlauber. (NORDSEEURLAUB (Hrsg.). 2014)

Auch die Herkunftsländer unterscheiden sich in Sachen Modebewusstsein. Laut einer internationalen Umfrage der Reisesuchmaschine Momondo, sind die Deutschen Europas bestgekleideten Urlauber, gefolgt von den Norwegern. Die letzten Plätze belegen Schweden Finnland und Russland. (DIE WELT (HRSG.). 2015)

Die Existenz solcher Studien zeigt zusätzlich, dass die Mode im Urlaub ein Thema ist, das eine breite Masse interessiert.

7.2.1 Magazine und Blogs als Ratgeber

Über die Relevanz von Blogs wurde bereits im ersten Kapitel berichtet. Wenn es um Mode im Urlaub geht, wird diese tragende Rolle erneut sichtbar. Ebenfalls Magazine und Moderatgeber sind Grundlage zur Meinungsbildung, was Mode im Urlaub betrifft.

Ein Thema, das Reisende besonders zu beschäftigen scheint, ist das Packen des Koffers. Viele Blogs haben sich dieses Problem zum Thema gemacht.

Es wird beschrieben, welche Teile in welchen Farben eingepackt werden müssen, um trotz knappen Platzes im Urlaub gut gekleidet zu sein. Geraten wird zu dezenten Grundfarben, welche mit Accessoires aufgepeppt werden. Dem Stoff muss ebenfalls Beachtung geschenkt werden. Dieser darf nicht knittern. (KERR, POWER. 2011: S125) Zerknitterte Kleidung könnte darauf hinweisen, dass die Person, die sie trägt, ein Urlauber oder eine Urlauberin ist.

Ebenso sollte man sich über die Orte und Sehenswürdigkeiten, welche man zu besuchen gedenkt, im Vorhinein informieren. Geraten wird, sich Fotos von den Zielen anzusehen um zu wissen, wie Leute dort aussehen. Kleidungsstücke sollten im Optimalfall bereits zu Hause kombiniert werden. Man sollte „in Outfits“ denken, und nicht jedes Stück für sich alleine sehen. (FASHION ON BLOG BY DANA. 2014) Das Packen des Koffers ist folglich eine Art eigene Wissenschaft.

Das Hauptaugenmerk beim Packen eines Urlaubskoffers liegt nicht in einer Art Checkliste, welche verhindern soll, wichtige Utensilien wie den Reisepass etc. zu vergessen. Wichtigster Bestandteil des Urlaubskoffers ist laut diesen Blogs die Kleidung (und ihre Kombinierbarkeit), die darin Platz findet.

Googelt man „Kleidung Urlaub“, findet man Kleidungstipps für viele verschiedene Reiseziele und Reisearten. Zum Beispiel für Irland, Marokko, Vietnam und den Badeurlaub. Es scheint großes Interesse darin zu bestehen, sich im Urlaub angemessen zu kleiden, um in verschiedenen Ländern oder Regionen nicht durch Modedauxpas aufzufallen. Hier wird wieder die unterschiedliche Rolle der Kleidung im Urlaub in verschiedenen Gebieten sichtbar.

Laut dem Reisemagazin CHECKFELIX ist es besonders in Paris wichtig, sich modisch zu kleiden, um nicht unter den Einheimischen heraus zu stechen. Pariser scheinen demnach für ihren modischen Geschmack bekannt zu sein. Kurze Hosen und Sportsocken in Sandalen outen den Träger in Paris als Urlauber. Dieser Reisetipp deckt sich mit der Untersuchung, die hervorbringt, dass in Paris von den Urlaubern am meisten Wert auf Kleidung gelegt wird, verglichen mit den anderen untersuchten Destinationen.

7.3 Fazit

Modische oder angemessene Kleidung ist im Urlaub von Bedeutung.

Dies wird durch das Betrachten von Ganzkörperfotos sichtbar. Oft spielt die Kleidung bei solchen Fotos eine zentrale Rolle.

Die Wichtigkeit von modischer Kleidung im Urlaub ist jedoch vom besuchten Gebiet abhängig. In einigen Gebieten ist es wichtiger gut gekleidet zu sein, um nicht als Tourist aufzufallen. Man will aus der Rolle des typischen Urlaubers ausbrechen.

Tipps für angemessene Urlaubsbekleidung kommen oft von Modeblogs oder Onlinezeitschriften. Wichtig ist in diesem Zusammenhang das Packen des Koffers. Durch den beschränkten Platz muss man seine Kleidung klug wählen, um im Urlaub passend kombinieren zu können.

8 Nacktheit

Erwischt uns jemand, wenn wir gerade nur Unterwäsche tragen, wird dies von den Meisten als peinlich oder zumindest unangenehm angesehen. Laufen wir jedoch am Strand, umringt von vielen Menschen, im Bikini oder der Badehose auf und ab, haben wir kein Problem damit.

HENNIG (1997: S27) beschreibt die Situation am Strand wie folgt: „Die Körper rücken sich näher als im Alltag. Sie sind durch Kleidung nicht bedeckt, den Blicken der anderen ungeschützt ausgesetzt.“

Während wir sonst darauf bedacht sind, keine zu kurzen Hosen oder keinen zu tiefen Ausschnitt zu tragen, macht es uns im Urlaub keine Probleme, uns halbnackt, einen Meter entfernt von einem Unbekannten, auf unser Handtuch zu legen.

Taucht auf einer Sozialen Netzwerkseite wie Facebook ein Foto von einem Mädchen im Bikini auf, wird interessiert nachgefragt, wo man denn in Urlaub war, oder es wird mit Komplimenten geantwortet. Auf Instagram hingegen bleiben solche Fotos oft kommentarlos, werden aber mit Likes versehen.

Lädt ein Mädchen hingegen ein Foto von sich in Unterwäsche auf eine soziale Netzwerkseite, kann man darunter weniger nette oder aber auch anzügliche Kommentare lesen (Abb. 39). Solche Fotos werden auf öffentlichen Seiten und in der Öffentlichkeit weit aus weniger akzeptiert.

Die Kinder- und Jugendnotruforganisation RAT AUF DRAHT ((HRSG.). O.J.) brachte aus einer Umfrage hervor, dass 35% der Jugendlichen zwar ein Bikinifoto von sich auf Soziale Netzwerkseiten wie zum Beispiel Facebook laden würden, nur zwei Prozent hingegen könnten sich vorstellen, ein Foto von sich in Unterwäsche auf solchen Seiten öffentlich zu machen.

Auf dem Onlineforum GUTEFRAGEN ((HRSG.). 2013), stellte jemand die Frage, ob es schlimm ist, ein Foto im Bikini von sich auf Facebook zu stellen. Die Antwort, die von den meisten Benutzern als hilfreich markiert wurde lautete: „Nein, es ist nicht schlimm. Ich will gar nicht drüber nachdenken, was es alles für´nen Mist auf Facebook gibt- da ist ein Bikini-Bild doch noch verhältnismäßig harmlos.“ (ANTIDEVIL95. 2013)

Bedeckt sind in beiden Fällen dieselben Stellen des Körpers. Der Kontext ist hingegen ein anderer. Unterwäsche wird unter der Kleidung getragen. Bademode ist die Bekleidung. Ebenso verbindet man Bademode mit bestimmten Orten, wie dem Strand oder dem Schwimmbad. Unterwäsche wird eher mit Orten wie dem Schlafzimmer assoziiert. Für beide Umgebungen gelten verschiedene Regeln. Der Urlaub ist ein Raum, in dem andere Regeln betreffend der Freizügigkeit gelten.

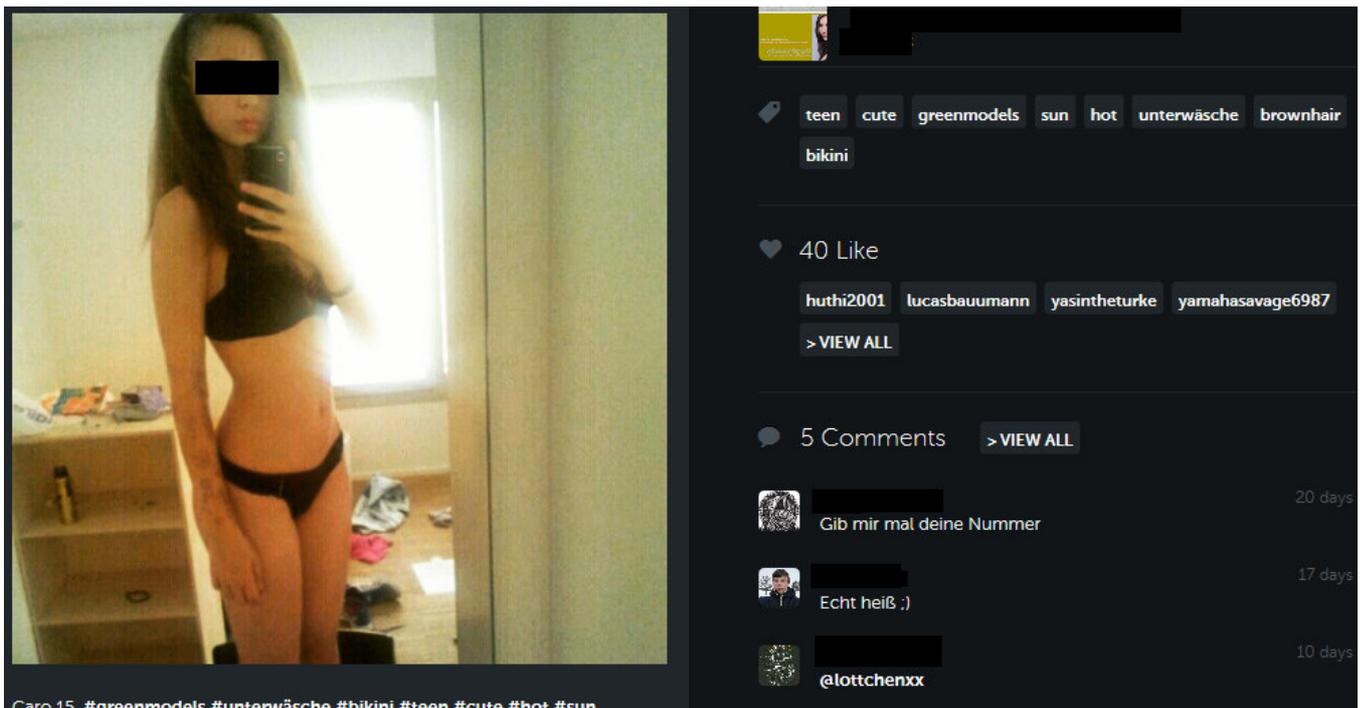


Abb.39: Unterwäschefoto mit anzüglichen Kommentaren

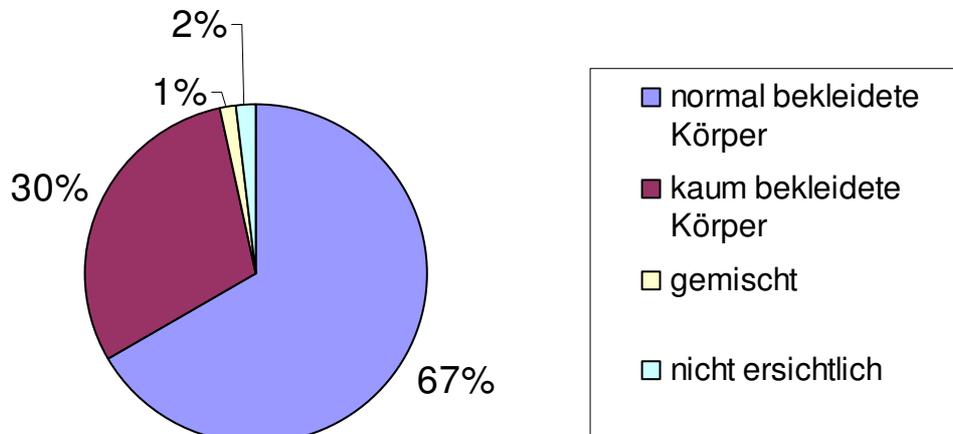
8.1 Nacktheit an verschiedenen Orten

Auch in dieser Kategorie besteht die Annahme, dass sich an den verschiedenen untersuchten Gebieten eine unterschiedliche Dichte an Nacktheit feststellen lässt. Um diese These zu belegen oder zu widerlegen, wurden die Orte Ballermann, Ibiza und Kreta untersucht. Eine Voraussetzung für leichte Bekleidung ist warmes Wetter. Da sich die Untersuchung auf Fotos, die draußen aufgenommen wurden, beschränkt, werden nun nur Fotos der Kategorie Meer zur Grundlage der Ermittlung herangezogen. Das Urlaubsziel Nordsee wurde ausgelassen, da unter diesen untersuchten Aufnahmen sehr viele im Winter gemacht wurden.

Diese Gegebenheit würde somit das Endergebnis verfälschen. Der Anteil der Aufnahmen die in den anderen drei Orten im Winter gemacht wurden, ist hingegen so gering, dass er vernachlässigt werden kann.

Betrachtet wurden alle aufgenommenen Bilder der Orte Ballermann, Ibiza und Kreta. Dabei wurde unterschieden zwischen „normal bekleideten Körper“, bei der der Bauch und die Hälfte der Oberschenkel zumindest bedeckt sind, „leicht bis kaum bekleidete Körper“ (Bademode und Ähnliches), zwischen „gemischt bedeckten Körper“ (mehrere Personen sind am Foto) und „nicht ersichtlich“. Beim letzten Punkt handelt es sich um Portraits oder Aufnahmen, bei denen aus einiger Entfernung die Silhouette aufgenommen wurde.

Zuerst wurden die Anteile „normal bekleidete Körper“, „kaum bekleidete Körper“, „gemischt“ und „nicht ersichtlich“ an allen untersuchten Fotos in den genannten Reisezielen ausgewertet.



Tab.13: Anteil der kaum bekleideten Urlauber

Aus dieser Grafik wird ersichtlich, dass sich doch der Großteil der Urlauber in normaler Kleidung zeigt. Kleidung, die zumindest dem Wetter und der Situation angemessen ist.

Der Anteil der kaum bekleideten Personen ist relativ gering. Er beträgt weniger als die Hälfte des Anteils der normal bekleideten Personen.

Die Gruppen der „nicht ersichtlich“ und „gemischt“ bekleideten Körper kann auf Grund der niedrigen Prozentsätze vernachlässigt werden.

Im Anschluss wurden die untersuchten Reiseziele miteinander verglichen, um festzustellen, ob es verschiedene Dichten an freizügigen Fotos in verschiedenen Orten gibt.

Ort der Aufnahme * Nacktheit der Körper [Zeile %].

Ort der Aufnahme	Nacktheit der Körper			
	nackt halbnackt	bekleidet	nicht ersichtlich	gemischt
Ballermann	42,00%	53,00%	1,00%	4,00%
Ibiza	23,00%	76,00%	1,00%	,00%
Kreta	25,00%	71,00%	4,00%	,00%
Gesamt	30,00%	66,67%	2,00%	1,33%

Tab.14: Kreuztabelle: Nacktheit der Körper.

Hier sticht der Urlaubsort Ballermann ins Auge.

Wie bereits erwähnt, wirbt diese Region mit Partyurlaube und Ausgelassenheit. Diese beiden Punkte lassen sich mit Freizügigkeit kombinieren.

Erinnert man sich an die Tabelle (Tab. 9), in welcher die Personenanzahl und die Urlaubsregion in Verbindung gesetzt werden, stellt man fest, dass der Anteil der Nacktheit und der Anteil der Gruppenfotos jeweils in denselben Gebieten hoch bzw. niedrig sind.

Ort der Aufnahme	1 Person	2 Personen	Liebespaar	Kl. Gruppe	Gr. Gruppe
Nordsee	55%	14%	13%	13%	1%
Ballermann	50%	22%	3%	15%	10%
Ibiza	62%	14%	3%	13%	8%
Kreta	67%	25%	4%	2%	2%

Tab.9: Kreuztabelle. Anzahl der Personen und Ort der Aufnahme (Meer)

Der Ballermann weist sowohl im Bezug auf die Nacktheit, als auch im Bezug auf Gruppen am Urlaubsbild die höchsten Prozentsätze auf.

Daraus kann man schließen, dass Gemeinsamkeit, Ausgelassenheit und ein sinkendes Schamgefühl bezüglich der Nacktheit miteinander einhergehen.

8.2 Nacktheit auf Fotos von verschiedenen Geschlechtern

Um festzustellen, ob sich Männer oder Frauen lieber leicht bekleidet präsentiert oder eher zu Ausgelassenheit neigen, wurde die Anzahl der Geschlechter der Personen am Foto mit der Nacktheit des Körpers gekreuzt.

Der Unterschied zwischen den nackten bzw. halbnackten Männerkörpern und den nackten/halbnackten Frauenkörper ist laut der Untersuchung zwar gegeben, jedoch eher gering.

<i>geschlecht</i>	<i>Nacktheit der Körper</i>				
	nackt	halbnackt	bekleidet	nicht ersichtlich	gemischt
männlich	33,33%	62,67%	1,33%	2,67%	
weiblich	28,99%	68,05%	2,96%	,00%	
beide Geschlechter	26,53%	69,39%	,00%	4,08%	
nicht ersichtlich	42,86%	57,14%	,00%	,00%	
Gesamt	30,00%	66,67%	2,00%	1,33%	

Tab.15: Kreuztabelle: Nacktheit und Geschlecht

Ins Auge sticht jedoch, dass sich Männer und Frauen in verschiedener Art und Weise leicht bekleidet ablichten lassen, bzw. sich selbst ablichten.

Im ersten Kapitel, als die Unterschiede zwischen Frauen- und Männerfotos behandelt wurden, wurde bereits erwähnt, dass Frauen und Männer verschiedene Posen auf Fotos einnehmen.

Konzentriert man sich auf die Freizügigkeit, bemerkt man, dass Männer die Tatsache, dass sie leicht bekleidet fotografiert werden, weniger beachten als Frauen. Es wirkt in den meisten Fällen so, als würde es für sie keinen Unterschied machen, ob sie auf diesem Foto normal bekleidet sind, oder nur leicht bis kaum bekleidet.

Anders hingegen ist die Situation bei Frauenfotos. Nackte Körper wirken im Bild oft bewusst als solchen eingesetzt.

Man muss hier jedoch bei Männerfotos zwischen Einzel- und Gruppenfotos oder Fotos auf denen zwei Männer zu sehen sind, unterscheiden.

Fotos, die einen leicht bekleideten Mann alleine abbilden (Abb. 41), sind den Bildern von leicht bekleideten Frauen ähnlicher als Bilder auf denen mehrere leicht bekleidete Männer zu sehen sind.

Auf den Bildern, auf denen nur ein leicht bekleideter Mann abgelichtet ist, wirkt es ebenfalls so, als wäre der nackte Körper das Hauptaugenmerk am Foto.



Abb.40: mehrere leicht bekleidete Männer



Abb.41: ein Männerkörper im Fokus

Fotografien, auf denen mehrere leicht bekleidete Frauen zu sehen sind, gibt es weniger als solche, auf denen mehrere leicht bekleidete Männer zu sehen sind. Selbst auf den Aufnahmen auf denen mehrere Frauen mit einem Minimum an Kleidung zu sehen sind, wirkt es, als hätte man die Nacktheit bewusst in den Fokus gestellt (Abb. 42).



Abb.42: zwei leicht bekleidete Frauen



Abb.43: eine leicht bekleidete Frau

8.3 Fotos von leicht bekleideten Körpern und daraus entstehende Trends

Durchsucht man Fotos auf Instagram mit dem Hashtag Ballermann, Kreta oder Ibiza, findet man zahlreiche Fotos, welche speziell auf den Körper aufmerksam machen wollen. Dies geschieht häufig auf eine bestimmte Art und Weise.

Dadurch, dass zahlreiche Aufnahmen leicht bekleidete Personen in ähnlichen Haltungen ablichten, sind Vergleiche zwischen den einzelnen Körpern leichter möglich, als auf Fotos, welche angezogene Menschen in verschiedenen Haltungen zeigen.

Durch solche Bilder, die fast ausschließlich im Urlaub aufgenommen werden, entstehen Trends bezüglich einiger Körpermerkmale.

Ob ein Körper solche Merkmale aufweist oder nicht, ist in den meisten Fällen nur im Urlaub von Bedeutung, da diese Merkmale im Alltag oft nicht sichtbar sind.

Auffallend ist, dass sich diese Trends auf die Zielgruppe der weiblichen Personen beschränken lassen. Im ersten Kapitel wurde bereits die Rolle der Blogs und deren Zielgruppen, sowie die Beeinflussbarkeit des weiblichen Geschlechts erwähnt. Auch in diesem Punkt greifen diese Begründungen.

8.3.1 Die Thigh Gap

Hierbei handelt es sich um eine Mode, die durch Reiserlaubsfotos entstanden ist. Tigh gap bedeutet Oberschenkellücke. „Als Thigh Gap, auch Oberschenkellücke, wird bei Frauen ein durchgängig auftretender Freiraum zwischen den Innenseiten der Oberschenkel bezeichnet, der auftritt, wenn sich die Knie beim aufrechten Stehen berühren.“ (WIKIPEDIA (HRSG). 2015)

Dieses Phänomen ist bei vielen untersuchten Aufnahmen sichtbar.

Diese Lücke wird in erster Linie auf Fotos sichtbar, auf denen die Beine unbekleidet abgelichtet werden. Man findet die Lücke zwischen den Oberschenkeln auf Fotos, auf denen verschiedene Posen gezeigt werden. Am häufigsten wird die thigh gap auf Fotos gezeigt, auf dem die abgelichtete Person mit angewinkelten Beinen liegt, sowie auf Fotos, welche stehende Personen zeigen.



Abb.44: Thigh gap liegend

Dieser Trend hat bereits solche Ausmaße angenommen, dass er sich nicht mehr auf Bikinifotos beschränken lässt. Mädchen lichten sich mit dieser Lücke inzwischen auch in Unterwäsche im Schlafzimmer, Badezimmer usw. ab.

Der Bikini ist inzwischen kein „Muss“ mehr. Bei dieser Art des Fotos ist es folglich weniger unangemessen, sich in Unterwäsche zu fotografieren, als in anderen Situationen.

Es gibt viele dieser Fotos, die nicht vom Kontobenutzer stammen, der sie hochlädt. Durch Benutzernamen und Bildunterschriften kann man in einigen Fällen darauf schließen, dass diese Bilder von einer anderen Quelle stammen. In vielen Fällen dienen diese Fotos als Vorbilder. Auf den Profilen jener Mädchen, die solche Fotos hochladen, befindet sich in vielen Fällen eine Art Sammlung von Fotos dieser Art. Auffällig ist noch, dass ein großer Anteil dieser Fotos schwarz-weiß Aufnahmen sind. (I_JUST_WANT_TO_BE_THIN. 2015; WESTKOAST.XO. 2015; MARILOUSERVAIS. 2015)

Sucht man auf Instagram nach Fotos mit der Markierung #thightgap, stößt man auf viele Benutzernamen, die das Wort thin, anorexia, starving etc. beinhalten (zu Deutsch: dünn, Magersucht, hungern) (Abb. 45). Ungesund dünn zu sein, scheint demnach eine Eigenschaft zu sein, die durch gewisse Bikinifotos als modern oder erstrebenswert gilt.

Vielen Menschen ist es anatomisch nicht möglich, eine solche Lücke zu bekommen. Vor allem Menschen mit einem schmalen Körperbau ist es verwehrt eine solche Lücke zu bekommen, ohne extrem zu hungern. (SPITCZOK VON BRISINSKI. 2014)

Dieser Trend geht folglich mit gesundheitlichen Schäden einher.

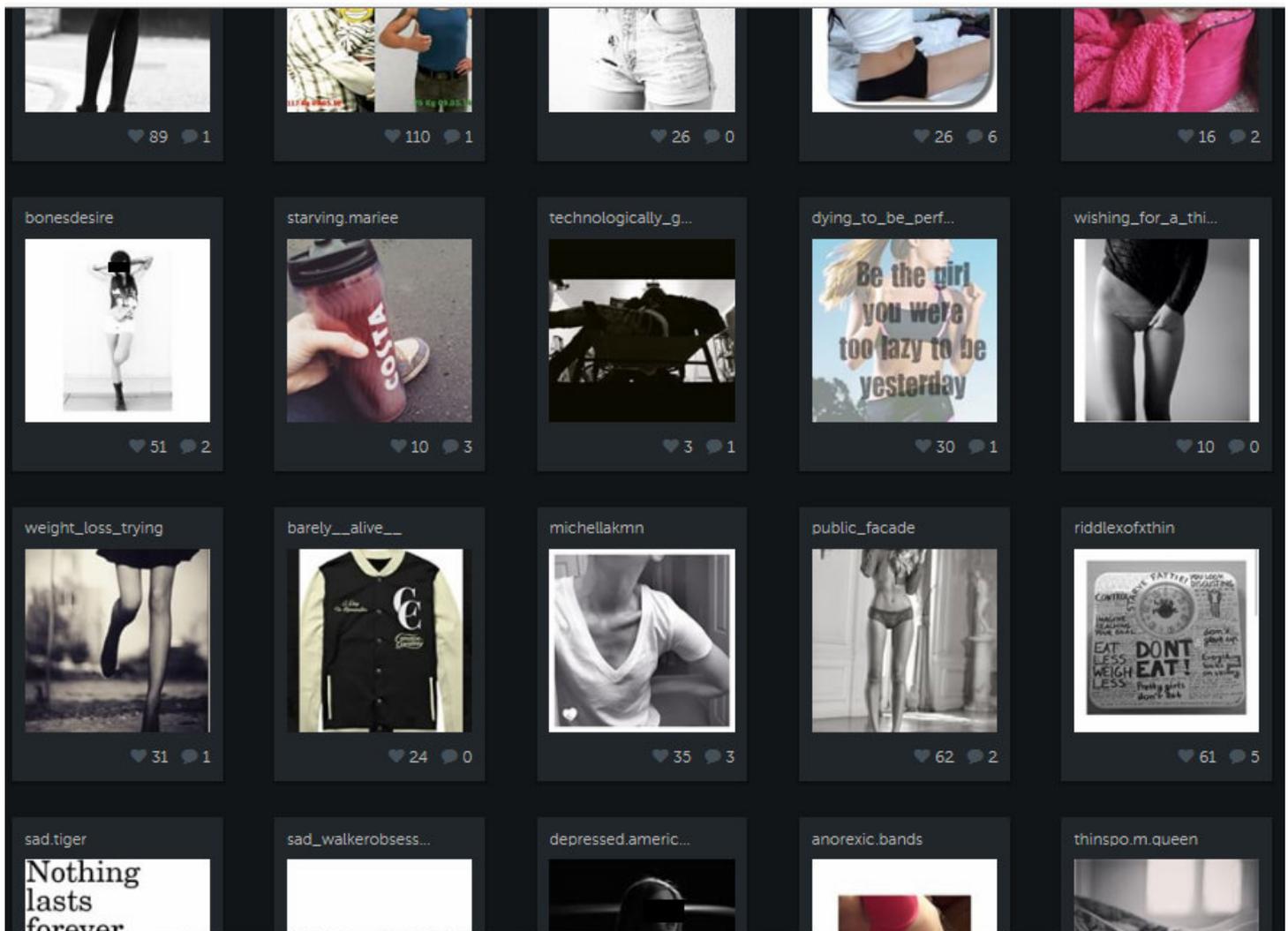


Abb.45: Screenshot „#thightgap“

8.3.2 Die Bikinibrücke

Der Körper wird häufig vom Modell selbst fotografiert. Dies passiert oft liegend. Die Kamera oder das Handy wird dabei auf der Höhe des Kopfes gehalten und der Körper wird Richtung Fuß fotografiert.

Durch diese Ansicht kommt ein Körpermerkmal zu Tage, welches ansonsten kaum beachtet wird. Die Bikinibrücke, zu Deutsch: Bikinibrücke.

Es handelt sich hierbei um eine Lücke, die zwischen Bikinihose und Bauchdecke entsteht. Dies ist durch hervorstehende Hüftknochen möglich.



Abb.46: Bikinibrücke

Laut der Website Vorarlberg online, auf welcher WALTER (Hrsg.) (2014) von diesem Phänomen berichtet, wurde dieser Trend bewusst in die Welt gesetzt. Ein User der anonymen Onlineplattform 4chan.org wollte beweisen, wie einfach es ist unter jungen Leuten einen neuen Trend zu schaffen.

Diese Art von Foto wird von vielen Benutzern Instagrams explizit mit der Markierung #bikinibrücke versehen. Das zeigt, dass die Brücke zwischen Bauch und Bikinihose eine Art Statussymbol oder Schönheitsideal ist, auf welches man stolz ist.

Auf der Sozialen Netzwerkseite Facebook findet man eigene Seiten, welche dieses Körpermerkmal zelebrieren. Benutzer der Seite können hier eigene Bilder hochladen. Die Verwalter der Fanseite „bikinibridge“ küren phasenweise die schönsten Brücken eines gewissen Zeitabschnitts. Wie zum Beispiel in der „February 2015 collection“. (FACEBOOK/BIKINIBRIDGE (HRSG.). 2015)

Ebenso lassen sich viele Internetseiten finden, die Übungen beschreiben welche zu einer solchen Bikinibridge führen sollen.

Gibt man in die Suchmaschine Google „bikinibridge“ ein, wird sogleich die Phrase „Bikinibridge bekommen“ gefolgt von der Phrase „Bikinibridge Übungen“, vorgeschlagen.

8.3.3 Hot Dog Legs

Dieser Trend beruht auf jenen Fotos, auf denen von der abgelichteten Person nur angewinkelte nackte Beine sichtbar sind. Relevant für diese Mode ist dabei das Geschlecht. Es handelt sich um weibliche Beine, was sich daran erkennen lässt, dass diese in der Regel im Urlaub haarfrei sind. Typisch für diese Art von Foto ist auch der Hintergrund. Dieser soll demonstrieren, dass sich die Besitzerin der Beine im Urlaub befindet.

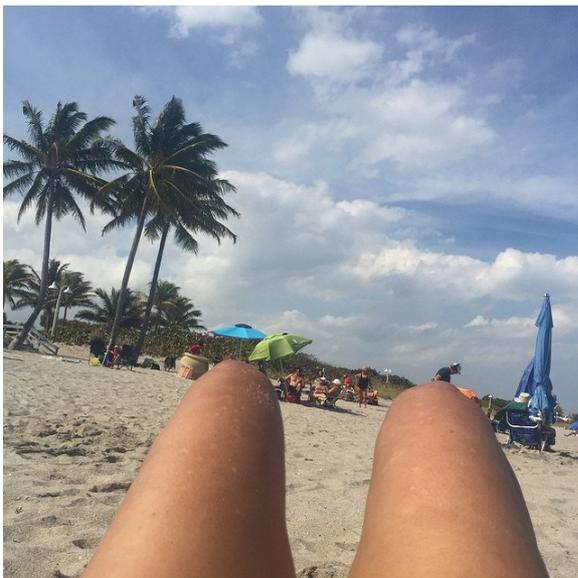


Abb.47: Hot dog legs

Diese Art des Fotos bekommt, durch die Vielzahl dieser Bilder auf sozialen Netzwerkseiten, einen eigenen Namen.

Die Phrase „Hot Dog Legs“ kommt durch die Tatsache zu Stande, dass sich Beine und Hotdogwürstchen optisch sehr ähnlich sind.

Die Bloggingplattform Tumblr, auf welcher User Fotos, Sprüche, etc online stellen können, gründete die Seite „hot-dogs-legs“, auf welcher solche Beinfotos mit Hotdogwürstchen nachgestellt werden. Auch andere Plattformen zogen nach. So gibt es auch auf Facebook und anderen Seiten eine extra Fangruppe zu diesem Thema.

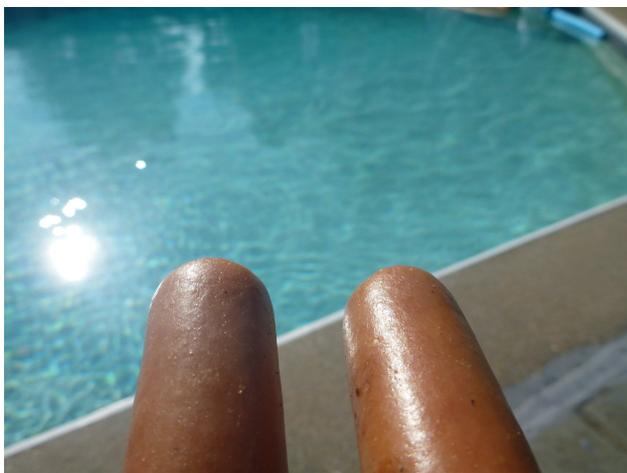


Abb.48: Parodie hot dog legs

Die Thigh Gap und der hot dog legs Trend gehen Hand in Hand. Ohne den Hype um die thigh gap gäbe es diese Masse an Beinfotos nicht. Erst durch diese Vielzahl solcher Fotos, wurde eine Art Spaß oder Spiel aus dieser Fotogattung gemacht.

8.4 Fazit

Im Urlaub ist es erlaubt, sich nur sehr leicht bekleidet zu zeigen, bzw. zu fotografieren. Jedoch ist der Großteil der Touristen auf Fotos, die am Mittelmeer aufgenommen wurden, normal und angemessen gekleidet.

Die Freizügigkeit und die damit zusammenhängende Abnahme des Schamgefühls sind vom Reiseziel abhängig. An Orten, die mit Partys und Ausgelassenheit werben, findet man mehr Fotos, auf denen leicht bekleidete Menschen zu sehen sind.

Es lässt sich kein markanter Unterschied bezüglich der Häufigkeit an freizügigen Fotos zwischen den Geschlechtern feststellen. Die Art und Weise, wie die nackten Körper präsentiert werden, unterscheidet sich aber zwischen Mann und Frau.

Durch diese Urlaubsfotos entstehen gewisse Trends. Diese kann man auf Bildern aus dem Urlaub festmachen, jedoch haben einige davon auch im gewohnten sozialen Umfeld ihre Gültigkeit.

9 Schluss

Um die Ergebnisse dieser Untersuchung zusammen zu fassen, wird in diesem Teil, den am Anfang aufgestellten Thesen erneut Aufmerksamkeit geschenkt. Dabei wird erläutert, ob diese bestätigt oder widerlegt wurden und mit welcher Begründung dies geschah.

Urlaubsfotos werden nicht von beiden Geschlechtern gleichermaßen geschossen.

Diese Annahme konnte bestätigt werden. Die Analyse hat gezeigt, dass der Anteil der Frauen, die sich im Urlaub fotografieren, bzw. fotografieren lassen, erheblich größer ist, als jener der Männer.

Dabei unterscheiden sich auch die Arten der Aufnahmen. Zwar ist es Männer und Frauen wichtig zu zeigen, dass man Urlaub macht, jedoch sind verschiedene Aspekte des Urlaubs von Bedeutung. Während Frauen ihre Fotos arrangieren und demonstrieren, dass sie in einem gewissen Stil Urlaub machen, dokumentieren Männer. Ihre Fotos wirken wie Beweise dafür, dass sie tatsächlich auf einer Urlaubsreise waren.

Urlaubsfotos sind auf Grund von Körperhaltungen erkennbar.

Bei dieser Untersuchung überwiegen Ganzkörperfotos. Auffallend ist, dass ähnliche Körperhaltungen auf den Bildern erkennbar sind. Diese Posen sind häufig raumbeanspruchend, was auf Ausgelassenheit und Freiheit hinweist.

Ebenso werden gewisse Körperteile in Szene gesetzt, wie zum Beispiel Beine und Füße. Der Urlaub kann als eine Zeit, in der dem Körper große Aufmerksamkeit gewidmet wird, aufgefasst werden.

Urlaubsfotos wollen Menschenleere und Ruhe oder Gesellschaft und Trubel präsentieren.

Es gibt tatsächlich zwei Konzepte von Urlaubsreisen: Der Urlaub der Entspannung und Menschenleere, und der aktionsreiche, gesellschaftliche Urlaub.

Auf den Aufnahmen ist durch die Anzahl der Personen im Fokus des Fotos, die Blickrichtung, und die Zahl der Menschen im Hintergrund erkennbar, welches dieser Konzept kommuniziert wird.

Fotos, die am Meer gemacht wurden, sind in dieser Hinsicht leichter zu steuern, da man Einfluss auf die Anzahl der Menschen im Hintergrund hat. Städtefotos sind nur wenige zu finden, auf denen bloß eine Person oder ein Liebespaar abgebildet ist.

Im Urlaub kleidet man sich anders als im Alltag.

Es wurde angenommen, dass man sich im Urlaub weniger modisch als im gewohnten Umfeld kleidet. Dies trifft laut dieser Untersuchung nicht zu. Vielmehr nutzt eine große Zahl an Touristen die Situation der Urlaubsreise aus, um sich herauszuputzen. Es wird als peinlich und unangenehm empfunden, sich in einem fremden Land unpassend zu kleiden. Ein Grund dafür ist, dass man nicht als Tourist auffallen möchte.

Im Urlaub ist es legitimer seinen nackten Körper zu zeigen

Auch diese These trifft zu. Für Nacktheit gibt es unter den Umständen des Reisens eine andere Akzeptanz. Am Konzept des Bikinifotos wird das sichtbar. Dieses ist in der Gesellschaft akzeptiert.

Durch die Fülle der Aufnahmen, die leicht bekleidete Menschen während der Urlaubsreise zeigen, entstehen gewisse Körpertrends, die auch außerhalb des Urlaubs gelten, und auf Grund derer im sozialen Umfeld Bewertungen getroffen werden.

Urlaubsfotos aus verschiedenen Reisezielen unterscheiden sich voneinander.

Dieser Punkt findet in einigen untersuchten Gebieten seine Gültigkeit, in anderen jedoch nicht. Die Überzahl der Frauen auf Fotos gilt für alle untersuchten Reiseziele. Ob jedoch ein Konzept der Ruhe oder ein Konzept der Geselligkeit vertreten wird, hängt sehr stark von den verschiedenen Regionen ab. Ebenso die Wichtigkeit der passenden Urlaubskleidung. Betrachtet man die Ausgelassenheit der abgebildeten Personen, anhand ihrer Körperhaltung, lassen sich keine Unterschiede zwischen den Zielorten feststellen.

10 Nachwort

Anfangs fiel es mir schwer, in diese Thematik einzutauchen. Es war mir nicht ganz klar, wie ich zu Ergebnissen gelangen könnte. Durch das Einlesen in den Gegenstand und das Betrachten zahlreicher Fotos, sowie die Hilfestellungen von meinem betreuenden Professor, wurde die Sicht auf mein Untersuchungsgebiet klarer.

Ebenso war ich mit Computerprogrammen, die mir helfen sollten Auswertungen zu machen und Tabellen zu erstellen, nicht vertraut. Die Zeit die aufgewendet wurde, um Herr über diese Programme zu werden hat sich jedoch gelohnt. Nun bin ich froh, über die neu erworbene Kompetenz des Auswertens. Sie wird mir bestimmt noch öfter von Nutzen sein.

Mit der Zeit begann es mir Spaß zu machen, Tabellen und Grafiken zu vergleichen und daraus Schlüsse zu ziehen. Dass ich mir gerne Lösungsvorschläge für alle kleinen Problemchen im Internet suche, war für diese Arbeit auch nicht von Nachteil. Es begeisterte mich, wie mich eine Internetseite zur nächsten führte, um zu Erklärungen für manche Beobachtungen zu gelangen. Dass ich zum ersten Mal während meines Studiums Zeit hatte, mich über einen längeren Zeitraum mit einem Gebiet zu beschäftigen, half mir das Interesse immer weiter aufzubauen.

Wertvoll waren auch die vielen Tipps bezüglich der Formalitäten des wissenschaftlichen Arbeitens, die mir in meiner Zukunft als Lehrerin helfen werden, Vorwissenschaftliche Arbeiten zu betreuen.

Diese Arbeit hat mir in vielerlei Hinsicht geholfen, und ich bin froh, dass ich diese Thematik und diese Arbeitsweise gewählt habe.

Momente des Zorns und der Lustlosigkeit gab es dabei freilich auch, jedoch habe ich eine liebe Familie, Freunde und einen Freund, die mich in solchen Momenten mit Engelszungen wieder besänftigt haben.

Danke an dieser Stelle an sie alle. Ebenso bedanken will ich mich bei dem Korrekturleser, meinem Papa Michael, und bei Herrn Billmayer für die zuverlässige und kompetente Betreuung dieser Arbeit.

11 Literaturverzeichnis

ADLER A.(o.J.): Frauen hinter der Kamera. Sie sehen und fotografieren anders.
<<http://www.experto.de/b2c/fotografie/frauen-fotografieren-anders.html>> (Zugriff: 11.2.2015)

ANTIDEVIL95 (2013): Bikinifoto am Meer auf Facebook? :/.
<[http://www.gutefrage.net/frage/bikinifoto-am-meer-auf-facbook->](http://www.gutefrage.net/frage/bikinifoto-am-meer-auf-facbook-) (Zugriff: 9.3.2015)

ARONSON ELLIOT, TIMOTHY WILSON, ROBIN AKERT (2008⁶): Sozialpsychologie. Addison-Wesley Verlag. München.

BARTH ANGELIKA (2013): Typisch Frau, typisch Mann. Das verrät die Körpersprache.
<<https://de.lifestyle.yahoo.com/blogs/leben/typisch-frau-typisch-mann-das-verr%C3%A4t-die-k%C3%B6rpersprache-085713171.html>> (Zugriff: 13.2.2015)

BAUR DOMINIKUS, L. MANOVICH, N. STEFANER, N. YAZDANI (2014): Selfiecity.
<<http://www.selfiecity.net/>> (Zugriff: 10.2.2015)

BENIG BÄRBEL, KARIN MAIGUT, WERNER WIRTH (2014): Bewerbungsfotos: Does und Dont´s
<<https://www.staufenbiel.de/ratgeber-service/bewerbung/bewerbungsfoto/beispiele/ganzkoerper-portraet.html>> (Zugriff: 12.2.2015)

CHECKFELIX (HRSG) (o.J.): 10 Fauxpas. Diese Fehler sollten sie in Paris niemals begehen.
<<http://www.checkfelix.com/reisemagazin/10-fauxpas-diese-fehler-sollten-sie-in-paris-niemals-begehen/>> (Zugriff: 23.2.2015)

Computerbild (Hrsg.) (2013): 100 Tipps für perfekte Urlaubsbilder.
<<http://www.computerbild.de/artikel/avf-Ratgeber-Foto-88-Tipps-fuer-beste-Urlaubsbilder-4430576.html>> (Zugriff: 5.3.2015)

DAS MÄNNERMAGAZIN (Hrsg.) (2014): Warum Frauen sich gerne selbst fotografieren. <<http://www.das-maennermagazin.com/blog/frauen-fotografieren-sich-sehr-gerne-und-laden-in-facebook-hoch-und-lechzen-nach-bestaetigung>> (Zugriff: 11.2.2015)

DIE WELT (HRSG.) (2015): Deutsche sind die bestgekleideten Urlauber. <<http://www.welt.de/reise/deutschland/article130052840/Deutsche-sind-die-bestgekleideten-Urlauber.html>> (Zugriff: 23.2.2015)

DUDEN (HRSG.) (2013): Reise, die. <<http://www.duden.de/rechtschreibung/Reise#Bedeutung1>> (Zugriff: 5.3.2015)

ELITEPARTNER (HRSG.) (2013): Schöner Urlaub mit dem Partner- wohin verreisen? <<https://www.elitepartner.at/forum/frage/schoener-urlaub-mit-dem-partner-wohin-verreisen.35239/>> (Zugriff: 17.2.2015)

FACEBOOK/BIKINIBRIDGE (HRSG.) (2015): Bikini Bridge. <<https://www.facebook.com/BikiniBridge?fref=ts>> (Zugriff: 26.2.2015)

FASHION ON BLOG BY DANA (2014): Urlaubskoffer packen: Acht Tipps für den perfekten Urlaub. <<http://fashion.onblog.at/urlaubskoffer-packen-acht-tipps-fuer-den-perfekten-urlaubskoffer>> (Zugriff: 23.2.2015)

FELZL NORBERT (2006): Blickrichtung. <<http://fotografie.at/forum/fotografie-allgemein-technik/11-grundlagen-der-fotografie/6629-blickrichtung/>> (Zugriff: 18.2.2015)

FORSCHUNGSSTELLE UNI LANDAU (2002): Schönheit wird für Frauen immer wichtiger. <<http://eheseelsorge.net/Seite163.htm>> (Zugriff: 12.2.2015)

FOTOCOMMUNITY (HRSG.) (2014): 10 Tipps für bessere Urlaubsfotos. <<http://www.fotocommunity.de/blog/fotowissen-tipps-und-tricks/10-tipps-fuer-bessere-urlaubsbilder>> (Zugriff: 18.2.2015)

GOFEMININ (HRSG) (2010): Urlaub mig Freund- <Wohin??
<http://forum.gofeminin.de/forum/f718/___f571_f718-Urlaub-mig-Freund-Wohin.html>
(Zugriff: 5.3.2015)

GREIVE MARTIN (2012): 1000.000.000 Dollar für zwei Jahre Arbeit.
<<http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article106184527/1-000-000-000-Dollar-fuer-zwei-Jahre-Arbeit.html>> (Zugriff: 6.3.2015)

GUTEFRAGE.NET (Hrsg.) (2011): Warum haben Frauen den Drang sich selbst zu fotografieren. <http://www.gutefrage.net/frage/warum-haben-frauen-den-drang-sich-selbst-zu-fotografieren>> (Zugriff: 11.2.2015)

HENNIG CHRISTOPH (1999): Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Insel Verlag. Frankfurt am Main.

I_JUST_WANT_TO_BE_THIN__ (2015): ohne Titel.
<http://iconosquare.com/i_just_want_to_be_thin__> (Zugriff: 9.3.2015)

JOLIE (HRSG.) (2014): Fotogen werden: Besser aussehen auf Fotos.
<<http://www.jolie.de/artikel/fotogen-1922.html>> (Zugriff: 5.3.2015)

JOURNELLES (HRSG.) (2014): Fernweh? Das sind die TOP 5 Fashion & Travel Blogs!
<<http://www.journalles.de/na-fernweh-das-sind-die-top5-fashion-travel-blogs/>>
(Zugriff: 3.3.2015)

KERR HILLARY, KATHERINE POWER (2011): What to Wear, Where. The how-to handbook. For any style situation. Abrams. New York.

KONRAD THOMAS (2014): Was ist Instagram?
<<http://www.giga.de/apps/instagram-ios/specials/was-ist-instagram-app-direkte-nachrichten-videos-wir-erklaeren-die-foto-community/page/2/>> (Zugriff: 6.3.2015)

LIFE@KAPLAN (HRSG.) (2014): Wie mache ich das beste Jumping Photo? <<http://kaplaninternational.com/de/blog/wie-mache-ich-das-beste-jumping-photo-sprungfoto/>> (Zugriff: 16.2.2015)

LINDNER ROLAND (2012): Die Gründer von Instagram. Völlig aus dem Häuschen. <<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/menschen-wirtschaft/die-gruender-von-instagram-voellig-aus-dem-haeuschen-11713423.html>> (Zugriff: 6.3.2015)

MADONAAAA (2012): Overdressed oder Underdressed- was ist schlimmer? <http://fashion.erdbeerlounge.de/Modeforum/Overdressed-oder-Underdressed--was-ist-schlimmer-_t2109140s1> (Zugriff: 19.2.2015)

MALLEBZ (HRSG.) (o.J.): Urlaub am Ballermann auf Mallorca. <<http://www.mallebz.net/urlaub-am-ballermann.html>> (Zugriff: 21.3.2015)

MARILOUSERVAIS (2015): ohne Titel. <<http://iconosquare.com/marilouservais>> (Zugriff: 9.3.2015)

MÜLLER JULIA (o.J.): Die Profi-Tipps für schöne Urlaubsfotos. <<http://www.brigitte.de/reise/reiseberichte-und-infos/urlaubsfotos-570203/>> (Zugriff: 5.3.2015)

NORDSEE GMBH (HRSG.) (2015): Best of Nordsee. <<http://www.nordseetourismus.de/>> (Zugriff: 21.3.2015)

NORDSEEURLAUB (HRSG.) (2014): Nordseeurlaub. Erleben. Entdecken. Entspannen. <<http://nordsee-urlaub.de/Portals/0/Mediadaten-Nordsee-Urlaub.pdf>> (Zugriff: 19.2.2015)

NUBER URSULA (2011): Stressige Zeiten. <http://www.psychologie-heute.de/ph-compact/detailansicht/news/stressige_zeiten> (Zugriff: 17.2.2015)

PARTYURLAUB (HRSG.) (o.J.): Partyurlaub in Amsterdam. Holland.

<<http://www.partyurlaub-reisen.de/niederlande/amsterdam-holland>> (Zugriff: 19.2.2015)

PLANET LIEBE (Hrsg) (2012): Erster gemeinsamer Urlaub/Was beachten? Wohin?

<<http://www.planet-liebe.de/threads/erster-gemeinsamer-urlaub-was-beachten-wohin.298667/>> (Zugriff: 5.3.2015)

RAAB KLAUS (2015): Füße auf dem Vormarsch. <<http://www.zeit.de/reisen/2015-01/selfie-reisefotos-fuss>> (Zugriff: 16.2.2015)

RAT AUF DRAHT (HRSG.) (o.J.): Auswertung- Umfrage Sexting.

<<http://rataufdraht.orf.at/?story=20982>> (Zugriff: 9.3.2015)

REDENSARTEN- INDEX (HRSG.) (o.J.): Luftsprünge machen. <http://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=~~vor%20Freude%20in%20die%20Luft%20springen&bool=relevanz&suchspalte%5B%5D=erl_ou> (Zugriff: 16.2.2015)

RUNDREISENKATALOG (HRSG.) (2012): Auf Reisen nicht als Tourist auffallen.

<<http://rundreisenkatalog.de/auf-reisen-nicht-als-tourist-auffallen/>> (Zugriff: 9.3.2015)

SIMYONI IDO (2014): Wie mache ich das beste Jumping Foto? <<http://kaplaninternational.com/de/blog/wie-mache-ich-das-beste-jumping-photo-sprungfoto/>> (Zugriff: 5.3.2015)

STEIN SVEN (2012): So sehe ich auf Fotos gut aus.

<<http://www.bild.de/digital/multimedia/fotografie/so-sehe-ich-auf-fotos-gut-aus-26282916.bild.html>> (Zugriff: 5.3.2015)

SPIEGEL ONLINE (HRSG.) (2014): Nutzerzahlen: Instagram überholt Twitter.

<<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/instagram-und-twitter-300-millionen-nutzer-bei-fotodienst-registriert-a-1007792.html>> (Zugriff: 6.3.2015)

SPITCZOK VON BRISINSKI INGO (2014): Gefährliche Magertrends aus dem Internet. Experten über die dramatischen Folgen.

<<http://www.bild.de/ratgeber/gesundheit/essstoerung/bikini-bridge-und-high-gap-experten-erklaeren-was-daran-so-gefaehrlich-ist-34233492.bild.html>> (Zugriff: 27.2.2015)

TALKTERIA (HRSG.) (2011): Wie die Gegend erkunden, ohne als Tourist aufzufallen? <<http://www.talkteria.de/forum/topic-166979.html>> (Zugriff: 9.3.2015)

TECHFACTS (HRSG.) (o.J.): Was ist Instagram? <<http://www.techfacts.de/ratgeber/was-ist-instagram>> (Zugriff: 5.3.2015)

URLAUB-ANBIETER (Hrsg.) (o.J.): Hütten-Urlaub im Hirschaldorf - Eine Oase der Ruhe, Kraft aus dem Wald. <<http://www.urlaub-anbieter.com/Huettenurlaub-im-Hirschaldorf.htm>> (Zugriff: 17.2.2015)

WALTER JANINE (2014): „Bikini Bridge“: sensibilisiert der Trend oder verleitet er zum Hungern? <<http://www.vol.at/bikini-bridge-sensibilisiert-der-trend-oder-verleitet-er-zum-hungern/3822635>> (Zugriff: 26.2.2015)

WEASTKOAST.XO (2015): ohne Titel. <<http://iconosquare.com/westkoast.xo>> (Zugriff: 9.3.2015)

WICHERT JOACHIM (O.J.): Urlaub. <<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/urlaub.html>> (Zugriff: 5.3.2015)

WIEDEMANN TOBIAS (2007): Studie: Wer sind Blogger und wer liest Blogs? <<http://www.pcwelt.de/news/Typologie-welcher-Typ-sind-Sie-30273.html>> (Zugriff: 11.2.2015)

WIKIPEDIA (HRSG.) (2015): Instagram. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Instagram>> (Zugriff: 6.3.2015)

WIKIPEDIA (HRSG.) (2015): Thigh Gap. <http://de.wikipedia.org/wiki/Thigh_Gap> (Zugriff: 26.2.2015)

WIKIPEDIA (HRSG.) (2015): Urlaub. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Urlaub>> (Zugriff: 5.3.2015)

WILK NATHALIE (o.J.): Auf Fotos besser aussehen- So werden auch Sie fotogen. <<http://www.derberater.de/knigge-etikette/in-gesellschaft/umgangsformen/auf-fotos-besser-aussehen-so-werden-auch-sie-fotogen.htm>> (Zugriff: 5.3.2015)

WOLF JANA (2015): Touristen wollen „Bürger auf Zeit“ sein. <<http://www.mittelbayerische.de/region/regensburg/regensburg/artikel/touristen-wollen-buerger-auf-zeit-sein/1194093/touristen-wollen-buerger-auf-zeit-sein.html>> (Zugriff: 9.3.2015)

12 Abbildungsverzeichnis

Abb.1: VON HEYDEN ALEXA (2014): Beifoto vom Blog. <<http://www.journalles.de/na-fernweh-das-sind-die-top5-fashion-travel-blogs/>> (Zugriff: 11.2.2015)

Abb.2: ZEITGEISTWANDERLUST (2015): Kopie Blogfoto.
<http://iconosquare.com/p/917863915610026922_1417821387> (Zugriff: 1.2.2015)

Abb.3: LAURA_.KIM (2015): Kopie Blogfoto.
<http://iconosquare.com/p/917633729597600092_1671081339> (Zugriff:11.2.2015)

Abb.4: VON HEYDEN ALEXA (2014): Foto vom Blog. ausgebreitete Arme.
<<http://www.journalles.de/na-fernweh-das-sind-die-top5-fashion-travel-blogs/>>
(Zugriff: 11.2.2015)

Abb.5: LAURAKNIRSCH (2015): Kopie Blogfoto. ausgebreitete Arme.
<http://iconosquare.com/p/918092355754410288_262403983> (Zugriff: 1.2.2015)

Abb.6: RIKESARAH (2015): Kopie Blogfoto. ausgebreitete Arme.
<http://iconosquare.com/p/917571175020370935_231598717> (Zugriff: 11.2.2015)

Abb.7: UNNIII (2015): Hintergrund unwichtig.
<http://iconosquare.com/p/918115683371697676_255626392> (Zugriff: 11.2.2015)

Abb.8: MERITON_2210 (2015): unvorteilhafte Haltung.
<http://iconosquare.com/p/917924037081520136_465755597> (Zugriff: 11.2.2015)

Abb.9: ES_RA91 (2015): arrangiertes Foto.
<http://iconosquare.com/p/918065334494418292_1605552292> (Zugriff: 12.2.2015)

Abb.10: STEPH_QMINI (2015): Hintergrund mit tragender Rolle
<http://iconosquare.com/p/917274787614391410_473367910> (Zugriff: 12.2.2015)

Abb.11: MATTHESS87 (o.J.): Parodie von Frauenfotos.
<<http://www.schleckysilberstein.com/2014/11/manner-stellen-typische-frauenfotos-nach-der-neue-trend-auf-instagram/>> (Zugriff: 3.3.2015)

Abb.12: SKYYLOFT (2015): Aufnahme von trainiertem Körper.
<http://iconosquare.com/p/917977843194648019_1292999852> (Zugriff: 12.2.2015)

Abb.13: BMOREKNOX89 (2015): Körper nicht bewusst in Szene gesetzt.
<http://iconosquare.com/p/816203281992647226_1505817943> (Zugriff: 12.2.2015)

Abb.14: BECK.S__ (2015): bewusste Körperhaltung.
<http://iconosquare.com/p/918257465996969215_1700701632> (Zugriff: 12.2.2015)

Abb.15: ALEXHOZ_ (2015) Körper im Fokus.
<http://iconosquare.com/p/837063302073799394_212412035> (Zugriff: 12.2.2015)

Abb.16: S.YOUNG_CHOI (2015): Doppelportrait.
<http://iconosquare.com/p/933706717621840890_1655614025> (Zugriff: 5.3.2015)

Abb.17: EMIBUNNY (2015) Portrait/Torso.
<http://iconosquare.com/p/933872911252105525_52530681> (Zugriff: 5.3.2015)

Abb.18: PAN_PIMAPA (2015): Ganzkörperfoto von hinten.
<http://iconosquare.com/p/933850112310569149_5723769> (Zugriff: 5.3.2015)

Abb.19: ISHTAR_CW (2015): Ganzkörperfoto.
<http://iconosquare.com/p/933888530079164322_27492952> (Zugriff: 5.3.2015)

Abb.20: CINCUGA (2015): Standfoto Männer.
<http://iconosquare.com/p/918945666467727396_307378169> (Zugriff: 13.2.2015)

Abb.21: CARINANI_X (2015): Standfoto Frau. Von der Kamera weggedrehte Haltung.
<http://iconosquare.com/p/919074555316434085_1231878868> (Zugriff: 13.2.2015)

Abb.22: BWOXXX (2015): ausgebreitete Arme.

<http://iconosquare.com/p/919210913805123425_52410270> (Zugriff: 13.2.2015)

Abb.23: DIANA2516 (2015): ausgebreitete Arme.

<http://iconosquare.com/p/919471400879133773_1029345516> (Zugriff: 13.2.2015)

Abb.24: LIVELOVENTRAVEL (2015): Gruppensprungfoto

<http://iconosquare.com/p/921554676764545037_1509987467> (Zugriff: 16.2.2015)

Abb.25: Zero_tree_two (2015): Einzelsprungfoto.

<http://iconosquare.com/p/921726576755670267_1542370958#/detail/921726576755670267_1542370958> (Zugriff: 16.2.2015)

Abb.26: SLOBODAN1102 (2015): Sprungfoto. Ausgestreckte Arme und Beine.

<http://iconosquare.com/p/921587274491658814_182546567> (Zugriff: 16.2.2015)

Abb.27: CHRYSTALLACOSTI (2015): Beinfoto.

<http://iconosquare.com/p/889515425489337932_22495366> (Zugriff: 16.2.2015)

Abb.28: GERGOGYULAI (2015): entspannte Beine/Füße.

<http://iconosquare.com/p/768117933721949032_539681699> (Zugriff: 16.2.2015)

Abb.29: FASHIONGEO92 (2015): Präsentation der Kleidung.

<http://iconosquare.com/p/921717442679339807_205863005> (Zugriff: 16.2.2015)

Abb.30: KRMSKR (2015): aktive Füße.

<http://iconosquare.com/p/921720886397732298_1590039832> (Zugriff: 16.2.2015)

Abb.31: HANAH_AN (2015): menschenleerer Hintergrund.

<http://iconosquare.com/p/923151556031399917_8451648> (Zugriff: 18.2.2015)

Abb.32: CARLAODABOSS (2015): wenig vom Hintergrund sichtbar.

<http://iconosquare.com/p/923151587823737466_648486173#/detail/923151587823737466_648486173> (Zugriff: 18.2.2015)

Abb.33: KAITAI824 (2015): Aufnahme von hinten.

<http://iconosquare.com/p/923150103401463742_1663476790> (Zugriff: 18.2.2015)

Abb.34: HANEUL.BEN (2015): abgewandtes Gesicht.

<http://iconosquare.com/p/922138154263073590_530023027> (Zugriff: 18.2.2015)

Abb.35: DMAX_GIADA (2015): Ganzkörperfoto stehend.

<http://iconosquare.com/p/923849987364668353_713001967> (Zugriff: 19.2.2015)

Abb.36: ellefashionlady (2015): Ganzkörperfoto sitzend.

<http://iconosquare.com/p/884215329193026486_1064900087> (Zugriff: 19.2.2015)

Abb.37: FASHIONHOTLIST (2015): abgeschnittener Kopf.

<http://iconosquare.com/p/923239644360112522_295407333> (Zugriff: 19.2.2015)

Abb.38: MISLINSJ (2014): Gesicht nur teilweise sichtbar.

<http://iconosquare.com/p/783860071026096482_51672013> (Zugriff: 19.2.2015)

Abb.39: PIRKER SARAH (2015): Screenshot. Unterwäschefoto mit anzüglichen

Kommentaren. <http://iconosquare.com/p/920227180613016455_1502456605>

(Zugriff: 9.3.2015)

Abb.40: TIM_RAB (2015): mehrere leicht bekleidete Männer.

<http://iconosquare.com/p/926984676108170911_1320527588> (Zugriff: 24.2.2015)

Abb.41: GIVELOVEBECOMELOVE (2015): ein Männerkörper im Fokus.

<http://iconosquare.com/p/925655248632544281_1717548582> (Zugriff: 24.2.2015)

Abb.42: AMELIEE_SMN (2015): zwei leichtbekleidete Frauen.

<http://iconosquare.com/p/926586746690647340_1415391324> (Zugriff: 24.2.2015)

Abb.43: 19_ALISHIA_3 (2014): eine leichtbekleidete Frau.

<http://iconosquare.com/p/726089976827897844_1093414888> (Zugriff: 24.2.2015)

ABB. 44: MEAGHSY (2015): Thigh gap liegend.

<http://iconosquare.com/p/925078273990478135_21622193> (Zugriff: 26.2.2015)

Abb.45: PIRKER SARAH (2015) Screenshot „#thightgap“

Abb.46: GEORGIE_GOGH (2015): Bikinibridge.

<http://iconosquare.com/p/932080826294334385_1036253707> (Zugriff: 10.3.2015)

Abb.47: TENEISHAC (2015): hot dog legs.

<http://iconosquare.com/p/928392524895883936_104760771> (Zugriff: 27.2.2015)

Abb.48: TUMBLR (o.J.): Parodie hot dog legs. <<http://hot-dog-legs.tumblr.com/>>

(Zugriff: 27.2.2015)

13 Tabellenverzeichnis

Tab.1: PIRKER SARAH (2015): Geschlecht (Meer)

Tab.2: PIRKER SARAH (2015): Geschlecht (Stadt)

Tab.3: PIRKER SARAH (2015): Kreuztabelle: Anzahl der Personen am Bild/ Geschlecht (Stadt)

Tab.4: PIRKER SARAH (2015): Kreuztabelle: Sichtbarkeit des Gesichts/ Geschlecht (Stadt)

Tab.5: PIRKER SARAH (2015): Sichtbarkeit des Körpers (Meer)

Tab.6: PIRKER SARAH (2015): Sichtbarkeit des Körpers (Stadt)

Tab.7: PIRKER SARAH (2015): Personen am Foto (Meer)

Tab.8: PIRKER SARAH (2015): Personen am Foto (Stadt)

Tab.9: PIRKER SARAH (2015): Kreuztabelle. Anzahl der Personen und Ort der Aufnahme (Meer)

Tab.10: PIRKER SARAH (2015): Kreuztabelle. Anzahl der Personen und Ort der Aufnahme (Stadt)

Tab.11: PIRKER SARAH (2015): Weggedrehte/unsichtbare Gesichter Nordsee/Ballermann.

Tab.12: PIRKER SARAH (2015): Kreuztabelle: Wichtigkeit der Kleidung.

Tab.13: PIRKER SARAH (2015): Anteil der kaum bekleideten Urlauber.

Tab.14: PIRKER SARAH (2015): Kreuztabelle: Nacktheit der Körper.

Tab.15: PIRKER SARAH (2015): Kreuztabelle: Nacktheit und Geschlecht.