

Weiß muss sein

Ein Wahn, der teuer bezahlt wird

Mittags in der indonesischen Hauptstadt Jakarta: 35 Grad im Schatten und kein bisschen Wind. Vielen westlichen Ausländern scheint selbst ein dünnes Trägerhemdchen noch zu viel Stoff auf der Haut. Doch tritt man derart leicht bekleidet auf die Straße, erntet man verständnislose Blicke.

Christina Schott

Nicht etwa, weil im Land mit der größten muslimischen Bevölkerung der Welt unbedeckte Schultern als so fürchterlich unanständig gelten – nein, es geht um die Sonne: Je heißer sie brennt, desto mehr verummern sich die Indonesier. Manche ziehen in der brütenden Hitze sogar Handschuhe an oder greifen die Lenker ihrer Motorräder mit umgedrehten Händen. Alles nur, damit jedes Fleckchen ihrer Haut so weiß wie möglich bleibt. Westler, die sich halbnackt in der Äquatorsonne braten, gelten sowieso als verrückt und werden gern auch als Lobster bezeichnet. Berichte von Bräunungscremes und Sonnenstudios im fernen Europa rufen im besten Fall ein mitleidiges Lächeln hervor. Denn nichts ist für das südostasiatische Schönheitsideal wichtiger als ein blütenreiner, weißer Porzellanpuppenteint.

„Wir hatten schon immer Weißmacher im Angebot“

»Praktisch alle unsere einheimischen Kundinnen kaufen Kosmetikprodukte mit Weißmachereffekt. Auffällig ist vor allem, dass immer mehr junge Mädchen Whitening-Produkte verlangen«, sagt Debi, Verkäuferin in einer indonesischen Filiale der internationalen Drogeriekette Guardian. »Das liegt meiner Meinung nach vor allem an der aggressiven Werbung. Wir hatten schon immer Weißmacher im Angebot – aber so viele neue Produkte wie in den letzten Jahren gab es früher nicht.«

Tatsächlich schürt die internationale Kosmetikindustrie den Weißheitswahn der Südostasiatinnen mit Unmengen von Anzeigenkampagnen und Werbespots für Produkte wie »White Beauty« (Ponds), »Whitening Care« (Nivea), »White Perfect« (L'Oréal

oder »White Radiance« (Olay). Allein im Jahr 2005 wurden in den Supermärkten und Drogerien der Asien-Pazifik-Region 62 neue Whitening-Produkte eingeführt, Tendenz steigend. In den Spots, die sie vermarkten sollen, wird suggeriert, dass frau nur dann ihren Traummann oder Traumjob findet, wenn sie einen weißeren Teint hat als ihre Konkurrentinnen. Vergleichbar mit unserer Waschpulverwerbung gilt hier das Motto »weißer als weiß«: Die digital bearbeiteten Fotos und Filme lassen die Haut der asiatischen Models heller als die eines Mitteleuropäers erstrahlen.

Ein heller Teint gilt in Südostasien als Statussymbol, er suggeriert Wohlstand, Bildung und Gesundheit. Im Gegensatz zur Mittel- und Oberschicht bewegen sich Bauern oder Arbeiter viel im Freien und haben daher in der Regel dunkle, sonnengebräunte Haut. In den Vielvölkerstaaten der Region werden dunkelhäutige Stämme oft geringschätzend beurteilt. Während in Indonesien die dunkelhäutigen Bewohner Papuas bis heute oft mit Penisböckern als Stereotype des primitiven Menschen dargestellt werden, gilt in Thailand der Ausdruck »schwarzer Körper« als herabsetzende Beleidigung. Gerade in unteren Schichten hält sich daher hartnäckig der Glaube, dass ein heller Teint bessere Möglichkeiten für einen sozialen Aufstieg bietet.

Sozialforscher vermuten die Wurzeln des Weißheitswahns in der Kolonialzeit. Ob die Holländer in Indonesien, die Briten in Malaysia oder die Franzosen in Indochina: Jahrhunderte lang wurden die Südostasiaten gezwungen, zu den weißen Besetzern als »Herren« aufzuschauen. Bis heute dominiert die westliche Kultur, vor allem in Film und Fernsehen, 90 Prozent aller Weltstars sind weiß. Dementsprechend werden auch Nachrichtensprecher oder Darsteller in Seifenopern nach ihrer Hautfarbe ausgewählt – besonders beliebt sind Halbasiaten mit einem weißen Elternteil.

»Fast die Hälfte unseres Geschäfts sind inzwischen Whitening-Verfahren«, erklärt Fatima, Besitzerin einer Schönheitssalonkette in Jakarta. Mit Mischungen aus Tonerde, Titan- und Zinkoxyd lassen sich hier

Die Autorin lebt seit sechs Jahren in Jakarta und arbeitet als freie Südostasien-Korrespondentin für diverse deutsche Magazine. Sie ist Mitglied des freien Korrespondenten-Netzwerks weltreporter.net.

nicht nur Frauen Gesicht und Nacken bleichen – auch immer mehr Männer wünschen sich einen Porzellanteint. Spätestens seitdem die hellhäutigen Popstars südkoreanischer Seifenopern die ganze Region in ihren Bann gezogen haben, gilt auch für südostasiatische Männer weiße Haut als unbedingte Voraussetzung, um Mädchenherzen zu erobern. Manche wollen sogar am ganzen Körper heller erscheinen und lassen sich dafür alle paar Wochen mit säurehaltigen Mitteln die älteren Hautschichten entfernen, um jünger und frischer zu wirken. Dafür sind wohlhabendere Indonesier sogar bereit, das Äquivalent von mehreren indonesischen Durchschnittsmonatslöhnen für eine einzige Behandlung zu bezahlen.



Wer sich teure Marken-Produkte nicht leisten kann, kauft illegale Weißmacher

Wer sich den Salon oder die teuren Marken-Produkte nicht leisten kann, kauft illegale Weißmacher auf den lokalen Märkten oder mischt sich selbst etwas zu-

sammen. Häufig enthalten diese gepantschten Cremes gefährliche chemische Zusätze wie Quecksilber, die nicht selten Allergien oder gar dauerhafte Hautschäden hervorrufen. »Ich benutze ein Mittel, das ich von einer Marktverkäuferin nebenan bekomme. Meine Haut juckt zwar nach jeder Anwendung, aber es wirkt«, erzählt Aerobic-Lehrerin Sri, deren Gesicht im Vergleich zum restlichen Körper unnatürlich weiß wirkt. »Lieber nehme ich die Nebeneffekte in Kauf, als dass ich wegen meiner dunklen Haut mein Leben lang als Mädchen vom Land angesehen werde.«

Andere Konsumentinnen haben weniger Glück: In der malaysischen Verbraucherzentrale stapeln sich Fotos von Fällen, in denen zu starke Chemikalien die Haut der Opfer – ähnlich Brandwunden – geradezu weggeätzt haben. Die indonesischen Behörden haben aufgrund solcher Meldungen im Jahr 2006 mehr als 50 Whitening-Mittel auf die schwarze Liste gesetzt, in Thailand waren es sogar 70. Aber auch die legalen Produkte sind umstritten. Das in den meisten asiatischen Produkten enthaltene Hydroquinone, das unter anderem auch in Fotoentwicklern zu finden ist, gilt bei Daueranwendung als krebserregend. Und das in vielen westlichen Marken verwendete Alpha Hydroxi Acid soll die Haut noch empfindlicher gegen Sonneneinstrahlung machen.

Ein großes Problem ist, dass die Produkte mit den gefährlichsten Bleichmitteln in der Regel die billigsten sind. Naturkosmetika wie hochkonzentriertes Süßholzwurzel-Extrakt kosten bis zu tausendmal so viel wie Quecksilbermixturen. Nur wer ausreichend Geld hat, so scheint es, kann sich den Weißheitswahn also wirklich leisten, ohne gesundheitlichen Schaden zu nehmen. Dabei wussten die Hofdamen an den alten javanischen Sultanshöfen von Solo und Yogyakarta schon vor Jahrhunderten, wie man aus einfachen Zutaten effektive Weißmacher zusammenschichtet: Ein Bodyscrub aus Reisextrakt, Limette und Kampheröl galt in Zentraljava damals wie heute als ideales Mittel, um den Körper von alten Hautzellen zu befreien und den Teint aufzuhellen. Ähnlich gut sollen Essenzen aus Gelbwurze, Tomaten, Maulbeeren oder Wasserkastanien wirken. Spas auf Java und Bali lassen diese alten natürlichen Methoden zunehmend wieder aufleben – meist für ebenso gewürzte Preise versteht sich.

»Wenn Du Dir den ganzen Wahn nicht leisten kannst und trotzdem weißere Haut willst«, bloggt »Inuyasha-sama« in einem asiatischen Schönheitsforum, »dann verrate ich Dir mein Geheimnis: Trink Milch, nehme jeden Tag ein Bad und halte Dich von der Sonne fern.«