► **von Marie-Luise Volk / esgehtanders.de**

Die Zeitschriften sind voll von Maßstäben, an denen sich frau zu orientieren hat: Mit den Models der Bekleidungsindustrie wird die Messlatte gesetzt. Nur wer die vorgegebenen Normen von Claudia Schiffer & Co. erfüllt, kann auf dem Laufsteg punkten.

Untersützt wird der Hype um die Körpermaße von der Unterhaltungsindustrie. Sie hat eine äußerst wichtige Funktion übernommen: Ständig auf der Jagd nach den „besten“ Diäten.

Besonders im Frühjahr, nachdem die Kleidung von Winter auf Sommer gewechselt wird, kommt nämlich ans Tageslicht: Die „Rettungsringe“ oder der angefressene „air-bag“ macht das Tragen der Garderobe vom Vorjahr unmöglich. Dann bricht Panik aus.

Eine echte Marktlücke für Zeitschriften wie „Brigitte“ & Co. Die Vermarktung von „Wunder“-Diäten ist jetzt angesagt. Mit Werbeblogs für Flüssigkeitsfastenkuren und Eiweißdrinks („Almased“) zur TV-Bestzeit wird das in Gewichtsnot geratene Publikum zu den Verkaufsstellen (Apotheken) getrieben. Und das Geschäft klappt wie am Schnürchen.

Mit dem Film „Schlank durch Schokolade“, eine Produktion von k22 film & entertainment, Mainz im Auftrag des ZDF in Zusammenarbeit mit arte, kam ans Tageslicht, mit welcher Raffinesse auf dem Sektor des Tarnen und Täuschens vorgegangen wird: Es ist unglaublich leicht, ein Gutachten für die These, dass Schokolade schlank macht, zu bekommen. Wenn das Geld fließt, wird der größte Unsinn in Wahrheit gegossen. Und das alles mit dem Beglaubigungssiegel der Wissenschaftlichkeit. Das zieht immer. Zumindest bei dem Heer der Wissenschaftsgläubigen.

❖ **[1]weiterlesen [2]**

Quell-URL: https://kritisches-netzwerk.de/content/der-diaetenwahn-eine-abrechnung?page=50#comment-0

Links
[1] http://www.kritisches-netzwerk.de/forum/klage-gegen-israels-regierungschef-netanjahu-chile-eingereicht
[2] http://www.kritisches-netzwerk.de/forum/der-diaetenwahn-eine-abrechnung