

## Curvy Supermodel: Was denkt die Plus-Size-Szene über das TV-Format?

### Das erste deutsche Curvy Supermodel wurde gekürt, doch die Chance auf Veränderung blieb auf der Strecke

**Leipzig, 07.11.2016:** Vergangenen Mittwoch war es soweit, das erste deutsche Curvy Supermodel wurde auf RTL II gewählt. Die Mannheimerin Céline konnte die Jury um Angelina Kirsch, Motsi Mabuse, Harald Glöckner und Ted Linow von sich überzeugen und kann sich nun über einen Modelvertrag freuen. Schon im Verlauf der Sendung zeigte sich, dass das Interesse immer mehr nachließ. Lagen die Einschaltquoten zu Beginn noch bei positiven 8 Prozent, konnte daran im weiteren Verlauf und auch im großen Finale nicht mehr angeknüpft werden, gerade mal 950.000 sahen sich laut DWDL das Finale im TV an, was einem Marktanteil von 5,6 Prozent entspricht. Die Zuschauer, darunter auch viele Vertreter der Plus-Size-Szene, scheinen enttäuscht zu sein von der TV-Produktion. Wundercurves hat sich im Rahmen der Plus Size Fashion Days auf die Suche nach den Gründen gemacht, warum RTL II mit Curvy Supermodel leider nicht die Chance genutzt hat, positive Veränderungen zu initiieren:



**Tanja Marfo, Veranstalterin der [Plus Size Fashion Days](#) in Hamburg:** „Ich habe gedacht: Wow, das hätte so toll werden, so viel bewegen und so viel Mut machen können. Klar und gut ist, es ändert unsere Gewohnheiten, was wir im Fernsehen sehen, es gibt Übergewicht, es gibt Cellulite. Aber ich wusste auch, dass in der Serie maximal eine 46 gesucht wird, da war von vorneherein klar, dass eine 50-52, die sich im Bikini um einen Mann räkelt, nur dazu benutzt wird, eine gute Quote zu bekommen. Das ist für mich eine Sache, die geht einfach nicht. Oder auch das Feedback beim Catwalk Training, dort wird von manchen Juroren vielleicht mal ein bisschen was Positives, ansonsten nur Negatives gesagt, aber ohne Anhalte zu geben, wie man etwas verändern kann, das passt nicht. Das ist einfach

wieder ein schlechtes Image, das gefördert wird in den Medien - dieses „in der Opferrolle sein“, das arme dicke Mädchen oder Frauen, die sagen, dass sie sich überhaupt nicht mögen. Die ganzen Firmen, die sich einbringen wie Studio Untold, Happy Size und Sheego sind reale Kunden, das ist wirklich gut. Insgesamt ist es aber schwierig, weil immer das Bodyimage-Thema mitschwingt. Wir hacken immer drauf rum. Wir sind immer nur am negativen, negativen, negativen. Das muss irgendwann aufhören.“

**Katja Heidrich, Young Designerin des All-Size-Labels [mable](#):**

„Ich fand es toll, dass da Mädels dabei waren, die tatsächlich selbstbewusst sind, die dann aber als eine der ersten rausgeflogen sind, obwohl sie talentiert waren, aber dann weiß man schon mal ganz genau, in welche Richtung das geht. Es wird kein Supermodel gesucht, es wird jemand gesucht, der sich einfach vor der Kamera zum Affen macht. Und das finde ich schade, weil es genau dieses Klischee trifft, was in Deutschland vorherrscht, dieses „Dicke sind lustig oder sie hassen sich selber“. Ein Zwischending gibt's nichts. Da hätte so eine coole Sendung draus werden können, wenn man es richtig aufgezoogen hätte, wenn man richtig tolle Outfits gewählt hätte und nicht so Sachen wie die Jeans-Kampagne, bei der das Fitting eher problematisch war.“



**Julia Chevalley, Inhaberin des ersten Curvy Concept Stores „[Les Soeurs Shop](#)“ in Berlin:**

„Ich habe mich natürlich erstmal grundsätzlich über das Thema gefreut. Ich habe das Interview mit Angelina Kirsch vorher gelesen und war sehr zuversichtlich, denn sie klang selbst auch so überzeugt, dass es eine tolle Chance sei für alle, andere Frauentypen im Fernsehen zu sehen. Doch dann zeigte sich klar, mit einer solchen Show leidet das Curvy-Image. Ich finde es extrem unprofessionell, wie die armen Frauen/Mädchen da vorgeführt werden. Ja es geht um Models und da gibt es ein bestimmtes Schönheitsideal, aber die Art und Weise, wie dort mit den Frauen umgegangen wird, finde ich grauenvoll. Diese Jobs, die sie da machen, diese Fotoshootings, die sie imitieren, haben mit dem echten Model-Job eigentlich gar nichts zu tun. Das ist so eine komische Amateur-Welt, die da aufgebaut wird, die eigentlich nur für diese Fernsehsendung ist, damit sich wieder andere Leute auf deren Kosten lustig machen können.“



**Elli Weller, Bloggerin von [Curvyfashionelli](#):** „Ich bin zwiegespalten. Einerseits finde ich es gut, dass kurvige Frauen immer präsenter in den Medien werden, denn schließlich sind wir zwar in der Gesellschaft in der Mehrzahl, nicht aber in Print oder TV. Da wurden wir bisher totgeschwiegen oder in typisch lächerliche Rollen gesteckt. Hier wurden wir sichtbar gemacht. Mir hat gut gefallen, dass gezeigt wurde, dass auch Frauen mit Kurven schön sind. Dass man nicht automatisch krank oder hässlich ist, wenn man mehr als Kleidergröße 38 trägt. Was mir nicht gefallen hat, war der typische Soap-Charakter den leider fast alle Sendungen dieser Art haben. Es werden herzerreißende Geschichten gesucht und ausgeschlachtet, ebenso wie Zickereien. Der Fokus wurde mir zu sehr auf die Unsicherheit mit dem eigenen Körper gelegt, viele der Frauen bewarben sich, um Model zu werden, und trauten sich dann nicht in Bademode auf den Laufsteg. Das fand ich dann doch sehr befremdlich.“

**Luciana Blümlein, Bloggerin von [Lu zieht an](#). Auf [Facebook](#):** „Ich hab' natürlich auch bei [#CurvySupermodel](#) reingeschaut, allerdings ohne große Erwartungen - leider wurden sie (zumindest in der ersten Folge) unterboten. Ich weiß nicht, wie es euch geht, aber für mich wurde das Format, das ein großer Schritt in die richtige Richtung hätte sein können, leider falsch umgesetzt. Das hat mir nicht zuletzt auch das Feedback u.a. auf Twitter gezeigt, das absolut abartig war - wir haben noch einen langen und steinigen Weg vor uns, um endlich Akzeptanz zu erreichen. Ich werde weiterhin dafür kämpfen, denn Bodyshaming ist keine Einbahnstraße - ich will im Fernsehen weder Dickenhass noch diffamierende Sprüche gegen Dünne hören. Ich will keine dicken Frauen in der Opferrolle sehen - ich will, dass wir uns gegenseitig stark machen, dass wir zeigen, dass jeder Körper verdient hat, schön zu sein, bzw. jede(r) von uns das Recht hat, sich wunderbar zu fühlen. [#everyBODYisbeautiful](#)“







**Julia Kremer, Bloggerin von [SchönWild](#) auf ihrem Blog:** „Meine Erwartungen an die Sendung war im Vorfeld so weit es geht neutral. Dadurch, dass die Sendung auf einem Sender läuft, dessen Ruf nicht gerade der Qualitätsversprechendste ist, habe ich mich sehr gefreut, als ich die Aufmachung der Sendung gesehen habe. Durch Angelina und Motsi wirkt es auf mich doch einigermaßen seriös. Harald ist eine schillernde Persönlichkeit und bringt Spaß rein und zu Ted äußere ich mich lieber nur ungerne. Kommentare, die in Richtung „Schlachtschiff“ gehen, haben meiner Meinung nach nichts dort zu suchen und übermitteln eine falsche Botschaft. Aber auch so eine Person braucht eine Jury scheinbar immer, um es spannend zu machen. Ich finde die Mädels klasse! Ich finde es super, dass kurvige, smarte Frauen im TV zu sehen sind. Es ist ein Anfang. Ein Anfang der ganz selbstbewusst zeigt, dass eine Moderatorin mit Größe 44/46 im TV steht, dabei attraktiv aussieht und sehr unterhaltsam ist. Ein Anfang dafür, dass junge Mädels kurvig aussehen dürfen, ohne fertig gemacht zu werden. Und wenn diese Sendung am Ende ein Stück dazu beigetragen hat, dass Frauen mit einer großen Größe mehr Akzeptanz finden als früher, hat es sich in meinen Augen schon gelohnt. Der Anfang ist sicher kein leichter, weil er hätte dies, das und jenes und vor allem besser sein können. Aber nicht immer nur meckern, dann lasst uns es besser machen!“

*Über Wundercurves: Als inspirierende Plattform für die kurvige Frau von heute ermöglicht es Wundercurves (<http://www.wundercurves.de>), schnell und unkompliziert moderne Mode in hohen Konfektionsgrößen zu finden. In einer 15x so großen Auswahl wie marktführende Onlineshops werden alle Produkte in großen Größen gebündelt - sowohl von namhaften Plus-Size-Labels wie sheego oder Zizzi als auch von bekannten und etablierten Marken wie s.Oliver oder Vero Moda. Im Hintergrund steht ein 12-köpfiges Team, das aus Modeliehabern, erfahrenen IT-Spezialisten und fachkundigen Marketing-Fachleuten besteht. Ihre Arbeit ist erst beendet, wenn jede Frau online genau das Shopperlebnis und die Auswahl bekommt, die ihr zusteht - Sich schön zu fühlen, darf nicht von der Konfektionsgröße abhängig sein.*

Ihr Presse-Kontakt:

Christiane Seitz

0178 - 6331403

[nane@wundercurves.de](mailto:nane@wundercurves.de)

<http://www.wundercurves.de/page/presse-blogger>