

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2018  
Johannes Krause, Schönheitshandeln

## Anhang A: Tabellen und Abbildungen

Soweit nicht anders vermerkt gilt für alle Tabellen und Abbildungen: eigene Darstellung/eigene Berechnung

### Tabellenanhang

Tabelle A 1: Verteilung des Zähne Putzens nach Geschlecht, Alter und Bildung

| Wie häufig putzen<br>Sie Ihre Zähne? | Gesamt | Geschlecht  |             | Alter      |            |            |            | Bildung      |             |           |
|--------------------------------------|--------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|-----------|
|                                      | %      | Frauen<br>% | Männer<br>% | 18-30<br>% | 31-40<br>% | 41-50<br>% | 51-69<br>% | niedrig<br>% | mittel<br>% | hoch<br>% |
| Seltener als einmal<br>die Woche     | 0,7    | 0,3         | 1,2         | 0,8        | 0,8        | 0,4        | 1,0        | 1,4          | 0,8         | 0,0       |
| Einmal die Woche                     | 0,1    | 0,0         | 0,2         | 0,0        | 0,0        | 0,4        | 0,0        | 0,3          | 0,0         | 0,0       |
| Alle zwei bis drei<br>Tage           | 2,1    | 0,7         | 3,7         | 4,2        | 1,6        | 1,1        | 1,7        | 3,5          | 2,2         | 0,8       |
| Einmal täglich                       | 23,7   | 18,8        | 29,3        | 24,4       | 23,1       | 24,9       | 22,8       | 27,7         | 24,9        | 19,1      |
| Zweimal täglich                      | 63,2   | 68,8        | 57,5        | 62,2       | 63,1       | 64,9       | 63,4       | 56,6         | 64,9        | 68,4      |
| Dreimal täglich                      | 8,6    | 9,8         | 7,3         | 7,6        | 9,4        | 6,7        | 10,7       | 8,4          | 6,5         | 10,9      |
| Häufiger als dreimal<br>täglich      | 1,2    | 1,6         | 0,8         | 0,8        | 2,0        | 1,8        | 0,3        | 2,0          | 0,8         | 0,8       |
| Nie                                  | 0,3    | 0,6         | 0,0         | 0,0        | 0,4        | 0,0        | 0,7        | 0,6          | 0,0         | 0,3       |
| n                                    | 1097   | 574         | 518         | 262        | 255        | 285        | 290        | 346          | 370         | 376       |

Tabelle A 2: Verteilung der Zahnseidennutzung nach Geschlecht, Alter und Bildung

| Wie häufig<br>benutzen Sie<br>Zahnseide? | Gesamt<br>% | Geschlecht  |             | Alter      |            |            |            | Bildung      |             |           |
|------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|-----------|
|                                          |             | Frauen<br>% | Männer<br>% | 18-30<br>% | 31-40<br>% | 41-50<br>% | 51-69<br>% | niedrig<br>% | mittel<br>% | hoch<br>% |
| Seltener als<br>einmal die<br>Woche      | 22,4        | 21,0        | 24,4        | 28,5       | 23,4       | 20,5       | 18,7       | 19,6         | 24,2        | 23,9      |
| Einmal die<br>Woche                      | 10,8        | 11,1        | 10,7        | 13,1       | 10,2       | 11,0       | 9,7        | 9,5          | 9,2         | 13,9      |
| Zwei- bis dreimal<br>pro Woche           | 18,3        | 21,0        | 15,6        | 16,2       | 19,5       | 19,4       | 18,7       | 16,4         | 16,8        | 22,0      |
| Einmal täglich                           | 12,9        | 15,0        | 10,9        | 10,4       | 15,2       | 10,6       | 15,9       | 13,5         | 13,3        | 12,3      |
| Mehrmals täglich                         | 4,0         | 6,3         | 1,6         | 0,8        | 3,9        | 6,4        | 4,8        | 3,7          | 4,6         | 3,8       |
| Nie                                      | 30,6        | 25,6        | 36,8        | 31,2       | 27,7       | 32,2       | 32,2       | 37,2         | 31,8        | 24,1      |
| n                                        | 1097        | 575         | 513         | 260        | 256        | 283        | 289        | 347          | 368         | 373       |

Tabelle A 3: Diätverhalten nach Geschlecht, Alter und Bildung

| Halten Sie aktuell eine Diät ein, um<br>abzunehmen?                    | Gesamt | Geschlecht  |             | Alter      |            |            |            | Bildung      |             |           |
|------------------------------------------------------------------------|--------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|-----------|
|                                                                        | %      | Frauen<br>% | Männer<br>% | 18-30<br>% | 31-40<br>% | 41-50<br>% | 51-69<br>% | niedrig<br>% | mittel<br>% | hoch<br>% |
| Nein, ich habe noch nie eine Diät<br>gemacht, um abzunehmen            | 41,8   | 31,4        | 53,3        | 43,0       | 41,6       | 39,3       | 43,3       | 42,7         | 41,9        | 40,8      |
| Nein, aber ich habe schon einmal eine<br>Diät gemacht, um abzunehmen   | 23,9   | 27,2        | 20,4        | 24,0       | 20,4       | 24,6       | 26,5       | 22,9         | 26,2        | 22,7      |
| Nein, aber ich habe schon mehrfach<br>eine Diät gemacht, um abzunehmen | 22,2   | 28,0        | 15,8        | 19,0       | 23,9       | 23,2       | 22,7       | 24,6         | 21,2        | 21,1      |
| Ja                                                                     | 12,1   | 13,4        | 10,6        | 14,1       | 14,1       | 13,0       | 7,6        | 9,7          | 10,8        | 15,5      |
| n                                                                      | 1097   | 574         | 520         | 263        | 255        | 285        | 291        | 349          | 370         | 375       |

Tabelle A 4: Verteilung des Haare Färbens nach Geschlecht, Alter und Bildung

| In welcher Farbe<br>haben Sie Ihre Haare<br>aktuell gefärbt oder<br>getönt? | Gesamt | Geschlecht |        | Alter |       |       |       | Bildung |        |      |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------|------------|--------|-------|-------|-------|-------|---------|--------|------|
|                                                                             |        | Frauen     | Männer | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-69 | niedrig | mittel | hoch |
|                                                                             | %      | %          | %      | %     | %     | %     | %     | %       | %      | %    |
| Blond                                                                       | 16,5   | 25,1       | 7,1    | 14,9  | 20,3  | 17,1  | 14,1  | 14,9    | 18,2   | 16,5 |
| Braun                                                                       | 16,1   | 25,4       | 6,0    | 13,8  | 15,2  | 19,2  | 16,2  | 13,8    | 17,3   | 17,3 |
| Rot                                                                         | 4,8    | 9,1        | 0,2    | 6,5   | 4,7   | 3,8   | 4,5   | 5,2     | 6,8    | 2,7  |
| Schwarz                                                                     | 5,2    | 7,1        | 3,1    | 3,4   | 8,6   | 5,6   | 3,4   | 6,3     | 4,1    | 5,3  |
| Bunt                                                                        | 1,0    | 1,9        | 0,0    | 1,9   | 0,8   | 1,0   | 0,3   | 1,1     | 1,4    | 0,5  |
| Mischfarbe                                                                  | 1,3    | 2,3        | 0,2    | 2,7   | 1,2   | 0,3   | 1,0   | 2,3     | 0,8    | 0,8  |
| Sonstiges                                                                   | 0,2    | 0,0        | 0,4    | 0,0   | 0,4   | 0,0   | 0,3   | 0,0     | 0,3    | 0,3  |
| Ich färbe und töne<br>meine Haare nicht                                     | 54,6   | 29,1       | 83,1   | 56,7  | 48,8  | 52,8  | 60,1  | 56,4    | 51,2   | 56,6 |
| n                                                                           | 1097   | 574        | 520    | 261   | 256   | 286   | 291   | 349     | 369    | 376  |

Tabelle A 5: Verteilung des Frisörbesuchs nach Geschlecht, Alter und Bildung

| Wie häufig lassen Sie sich von einem Frisör die Haare schneiden? | Gesamt | Geschlecht |        | Alter |       |       |       | Bildung |        |      |
|------------------------------------------------------------------|--------|------------|--------|-------|-------|-------|-------|---------|--------|------|
|                                                                  |        | Frauen     | Männer | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-69 | niedrig | mittel | hoch |
|                                                                  | %      | %          | %      | %     | %     | %     | %     | %       | %      | %    |
| Seltener als alle drei Monate                                    | 23,7   | 35,6       | 10,8   | 35,1  | 26,6  | 18,5  | 16,3  | 28,2    | 22,6   | 21,0 |
| Alle zwei bis drei Monate                                        | 27,3   | 30,5       | 23,9   | 28,2  | 25,8  | 29,0  | 26,4  | 23,0    | 26,9   | 31,9 |
| Alle ein bis zwei Monate                                         | 17,0   | 14,7       | 19,7   | 12,2  | 13,3  | 18,2  | 23,6  | 14,7    | 16,6   | 19,7 |
| Ungefähr einmal im Monat                                         | 17,0   | 9,4        | 25,6   | 16,8  | 18,4  | 15,4  | 18,1  | 17,0    | 19,3   | 15,2 |
| Mehrmals im Monat                                                | 1,2    | 0,3        | 2,1    | 0,0   | 2,7   | 1,0   | 1,0   | 0,6     | 1,1    | 1,9  |
| Ungefähr einmal die Woche                                        | 0,2    | 0,0        | 0,4    | 0,4   | 0,4   | 0,0   | 0,0   | 0,3     | 0,0    | 0,3  |
| Häufiger als einmal die Woche                                    | 0,2    | 0,2        | 0,2    | 0,4   | 0,4   | 0,0   | 0,0   | 0,6     | 0,0    | 0,0  |
| Nie                                                              | 13,0   | 9,2        | 17,3   | 6,9   | 12,5  | 17,8  | 14,6  | 15,8    | 13,6   | 10,1 |
| n                                                                | 1097   | 573        | 519    | 262   | 256   | 286   | 288   | 348     | 368    | 376  |

Tabelle A 6: Verteilung von enthaarten Körperregionen nach Geschlecht und Bildung (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| Welche Körperregion(en)<br>enthaaren Sie mindestens einmal in<br>der Woche? | Gesamt<br>% | Geschlecht  |             |             | Bildung      |             |           |          |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-----------|----------|
|                                                                             |             | Frauen<br>% | Männer<br>% | $\chi^2$    | niedrig<br>% | mittel<br>% | hoch<br>% | $\chi^2$ |
| Achselhöhlen                                                                | 57,6        | 75,1        | 38,3        | 151,864 *** | 56,0         | 59,5        | 57,3      | 0,905    |
| Intimbereich                                                                | 48,9        | 58,1        | 38,7        | 41,168 ***  | 46,0         | 53,2        | 47,2      | 4,399    |
| Gesicht (außer Augenbrauen)                                                 | 42,7        | 16,3        | 71,6        | 342,053 *** | 40,3         | 44,3        | 43,2      | 1,277    |
| Beine                                                                       | 35,4        | 65,2        | 2,5         | 470,951 *** | 34,0         | 34,3        | 37,7      | 1,334    |
| Augenbrauen                                                                 | 22,1        | 31,5        | 11,7        | 62,339 ***  | 18,9         | 20,5        | 26,5      | 6,957 *  |
| Brust                                                                       | 9,4         | 2,4         | 17,0        | 68,694 ***  | 6,3          | 12,2        | 9,5       | 7,318 *  |
| Arme                                                                        | 8,2         | 12,2        | 3,8         | 25,285 ***  | 8,3          | 9,5         | 6,9       | 1,633    |
| Gesäß                                                                       | 6,1         | 5,0         | 7,3         | 2,386       | 6,6          | 4,9         | 6,9       | 1,537    |
| Rücken                                                                      | 3,1         | 0,7         | 5,7         | 23,247 ***  | 2,9          | 3,8         | 2,7       | 0,896    |
| n                                                                           | 1097        | 575         | 522         |             | 350          | 370         | 377       |          |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$  ( $p$ -Werte beziehen sich auf den  $\chi^2$ -Wert der Kreuztabellierung)

Tabelle A 7: Verteilung von Schönheitsoperationen nach Geschlecht, Alter und Bildung (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| Welche Art von Schönheitsoperation(en) könnten Sie sich vorstellen durchführen zu lassen? | Gesamt | Geschlecht |        |            | Alter |       |       |       |            | Bildung |        |      |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------|--------|------------|-------|-------|-------|-------|------------|---------|--------|------|------------|
|                                                                                           | %      | Frauen     | Männer | $\chi^2$   | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-69 | $\chi^2$   | niedrig | mittel | hoch | $\chi^2$   |
|                                                                                           | %      | %          | %      |            | %     | %     | %     | %     |            | %       | %      | %    |            |
| Augenlidkorrektur                                                                         | 1,4    | 1,9        | 0,8    | 2,677      | 0,8   | 1,6   | 2,8   | 0,3   | 7,376      | 1,4     | 0,8    | 1,9  | 1,508      |
| Facelifting                                                                               | 1,3    | 1,7        | 0,8    | 2,063      | 1,1   | 2,0   | 1,8   | 0,3   | 3,473      | 0,9     | 0,8    | 2,1  | 3,213      |
| Schweißdrüsenabsaugung                                                                    | 1,1    | 1,4        | 0,8    | 0,993      | 2,3   | 1,6   | 0,7   | 0,0   | 7,526      | 0,6     | 0,0    | 2,7  | 13,333 *** |
| Fettabsaugung                                                                             | 3,4    | 5,1        | 1,5    | 10,377 *** | 6,1   | 5,1   | 2,5   | 0,3   | 17,042 *** | 2,0     | 3,5    | 4,5  | 3,463      |
| Brustvergrößerung                                                                         | 1,2    | 2,3        | 0,0    | 11,274 *** | 3,1   | 2,0   | 0,0   | 0,0   | 16,070 *** | 1,8     | 1,1    | 0,8  | 1,342      |
| Brustverkleinerung                                                                        | 0,6    | 0,9        | 0,2    | 2,116      | 0,8   | 1,2   | 0,0   | 0,3   | 3,943      | 0,6     | 0,6    | 0,5  | 0,005      |
| Nasenkorrektur                                                                            | 0,7    | 0,9        | 0,6    | 0,331      | 1,1   | 0,4   | 1,1   | 0,3   | 2,004      | 0,9     | 0,3    | 1,1  | 1,717      |
| Bauchdeckenstraffung                                                                      | 2,0    | 3,0        | 1,0    | 5,577 *    | 3,8   | 2,0   | 1,8   | 0,7   | 6,920      | 1,4     | 1,6    | 2,9  | 2,411      |
| Bruststraffung                                                                            | 2,1    | 3,8        | 0,0    | 19,245 *** | 4,3   | 2,9   | 1,1   | 0,3   | 12,603 **  | 1,5     | 2,0    | 2,7  | 1,430      |
| Haartransplantation                                                                       | 0,7    | 0,3        | 1,2    | 2,422      | 1,9   | 0,8   | 0,4   | 0,0   | 7,651      | 0,3     | 0,5    | 1,3  | 2,950      |
| Ohrenkorrektur                                                                            | 0,3    | 0,2        | 0,4    | 0,438      | 0,8   | 0,0   | 0,4   | 0,0   | 3,824      | 0,3     | 0,5    | 0,0  | 2,011      |
| Zahnkorrektur                                                                             | 2,6    | 3,3        | 1,7    | 2,759      | 3,4   | 3,1   | 2,5   | 1,4   | 2,734      | 2,3     | 2,2    | 3,2  | 0,895      |
| Botox                                                                                     | 1,5    | 2,6        | 0,2    | 11,141 *** | 1,9   | 1,6   | 1,8   | 0,7   | 1,727      | 0,6     | 1,1    | 2,7  | 5,945      |
| Krampfader-Entfernung                                                                     | 1,8    | 2,6        | 1,0    | 4,179 *    | 2,3   | 2,7   | 1,4   | 1,0   | 2,782      | 0,9     | 1,9    | 2,7  | 3,228      |
| Eine andere Schönheitsoperation                                                           | 0,4    | 0,2        | 0,6    | 1,207      | 0,8   | 0,4   | 0,4   | 0,0   | 2,189      | 0,3     | 0,8    | 0,0  | 3,476      |
| n                                                                                         | 1092   | 520        | 572    |            | 263   | 255   | 285   | 289   |            | 347     | 368    | 377  |            |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$  (p-Werte beziehen sich auf den  $\chi^2$ -Wert der Kreuztabellierung)

Tabelle A 8: Körperpflegeprodukte nach Bildung (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| Welche der folgenden Produkte nutzen<br>Sie täglich oder fast täglich? | Gesamt       | Bildung      |              |              | $\chi^2$            |
|------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
|                                                                        | %            | niedrig<br>% | mittel<br>%  | hoch<br>%    |                     |
| Deodorant/Parfüm                                                       | 87,4         | 81,1         | 91,4         | 89,4         | 19,071 ***          |
| Duschgel/Duschzusatz/Badezusatz                                        | 82,7         | 81,4         | 83,8         | 82,8         | 0,699               |
| Haarwaschmittel/Conditioner                                            | 58,6         | 56,0         | 61,4         | 58,4         | 2,139               |
| Handcreme                                                              | 52,1         | 52,9         | 55,7         | 47,7         | 4,839               |
| Gesichtscreme/Gesichtslotion                                           | 47,9         | 40,6         | 53,5         | 49,3         | 12,514 *            |
| Mundwasser/Mundspülung                                                 | 42,1         | 40,0         | 47,0         | 39,3         | 5,567               |
| Body Lotion/Körpermilch                                                | 41,8         | 37,1         | 44,9         | 43,2         | 4,866               |
| Haargel oder andere Produkte zum<br>Schminke                           | 28,8<br>27,5 | 24,6<br>20,6 | 31,9<br>32,4 | 29,7<br>29,2 | 4,928<br>13,465 *** |
| Gesichtswasser/Gesichtswaschgel                                        | 25,6         | 22,3         | 28,6         | 25,7         | 3,826               |
| Antifaltencreme                                                        | 15,7         | 12,9         | 17,3         | 16,7         | 3,145               |
| Haarkuren                                                              | 12,9         | 11,7         | 14,6         | 12,2         | 1,550               |
| Nagellack                                                              | 11,3         | 9,4          | 13,0         | 11,4         | 2,260               |
| Gesichtsmasken/Gesichtspeelings                                        | 9,1          | 8,0          | 10,0         | 9,3          | 0,888               |
| n                                                                      | 1097         | 350          | 370          | 377          |                     |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$  ( $p$ -Werte beziehen sich auf den  $\chi^2$ -Wert der Kreuztabellierung)

Tabelle A 9: Chi<sup>2</sup>-Tests für Unterschiede aufgrund des Geschlechts, des Alters und der Bildung für ausgewählte Schönheitshandlungen

|                   | Geschlecht  | Alter      | Bildung   |
|-------------------|-------------|------------|-----------|
| Diätverhalten     | 59,954 ***  | 11,381     | 8,364     |
| Zähneputzen       | 39,704 ***  | 22,619     | 32,711 ** |
| Zahnseidennutzung | 35,096 ***  | 26,973 *   | 21,296 *  |
| Frisörbesuch      | 143,546 *** | 65,818 *** | 26,612 *  |
| gefärbte Haare    | 320,931 *** | 7,876 *    | 2,809     |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$  ( $p$ -Werte beziehen sich auf den  $\chi^2$ -Wert der Kreuztabellierung)

Tabelle A 10: Gepiercte Körperregionen nach Geschlecht und Bildung (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| Geben Sie bitte an, wo Sie<br>gerpierced sind. | Gesamt | Geschlecht  |             |            | Bildung      |             |           |          |
|------------------------------------------------|--------|-------------|-------------|------------|--------------|-------------|-----------|----------|
|                                                | %      | Frauen<br>% | Männer<br>% | $\chi^2$   | niedrig<br>% | mittel<br>% | hoch<br>% | $\chi^2$ |
| Ohr(en)                                        | 22,4   | 33,6        | 10,2        | 86,210 *** | 21,7         | 22,4        | 23,1      | 0,194    |
| Nase                                           | 4,2    | 7,7         | 0,4         | 35,986 *** | 6,0          | 3,8         | 2,9       | 4,525    |
| Zunge                                          | 4,0    | 6,3         | 1,5         | 15,888 *** | 4,0          | 6,2         | 1,9       | 9,218 ** |
| Bauchnabel                                     | 3,8    | 7,1         | 0,2         | 35,778 *** | 3,7          | 4,9         | 2,9       | 1,941    |
| Lippe(n)                                       | 3,7    | 6,1         | 1,1         | 18,540 *** | 5,4          | 3,2         | 2,7       | 4,267    |
| Brustwarze(n)                                  | 2,7    | 2,1         | 3,4         | 1,906      | 3,7          | 3,5         | 1,1       | 6,077 *  |
| Augenbraue(n)                                  | 1,6    | 1,0         | 2,3         | 2,672      | 2,9          | 1,1         | 1,1       | 4,712 +  |
| Intimbereich                                   | 1,5    | 1,4         | 1,5         | 0,038      | 1,4          | 2,2         | 0,8       | 2,429    |
| Dekoltee                                       | 0,5    | 1,0         | 0,0         | 5,477 *    | 0,6          | 0,8         | 0,3       | 1,027    |
| Fuß/Füße                                       | 0,4    | 0,0         | 0,8         | 4,422 *    | 0,6          | 0,3         | 0,3       | 0,605    |
| Rücken                                         | 0,2    | 0,0         | 0,4         | 2,207      | 0,6          | 0,0         | 0,0       | 4,276    |
| Hand/Hände                                     | 0,1    | 0,0         | 0,2         | 1,103      | 0,3          | 0,0         | 0,0       | 2,136    |
| Ich trage keine Piercings                      | 71,3   | 59,1        | 84,7        | 87,217 *** | 69,4         | 70,8        | 73,5      | 1,513    |
| n                                              | 1097   | 575         | 522         |            | 350          | 370         | 377       |          |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$  ( $p$ -Werte beziehen sich auf den  $\chi^2$ -Wert der Kreuztabellierung)

Tabelle A 11: Tätowierte Körperregionen nach Geschlecht und Alter (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| Geben Sie bitte<br>an, wo Sie<br>tätowiert sind. | Gesamt | Geschlecht |        |            | Alter |       |       |       | $\chi^2$   |
|--------------------------------------------------|--------|------------|--------|------------|-------|-------|-------|-------|------------|
|                                                  | %      | Frauen     | Männer | $\chi^2$   | 18-30 | 31-40 | 41-50 | 51-69 |            |
|                                                  |        | %          | %      |            | %     | %     | %     | %     |            |
| Oberarm(e)                                       | 11,9   | 8,9        | 15,1   | 10,279 *** | 7,6   | 21,5  | 14,0  | 5,1   | 41,131 *** |
| Oberer Rücken                                    | 8,5    | 11,0       | 5,7    | 9,570 **   | 8,7   | 18,8  | 5,9   | 1,7   | 54,431 *** |
| Unterarm(e)                                      | 7,3    | 6,6        | 8,0    | 0,836      | 12,5  | 10,2  | 3,5   | 3,8   | 25,311 *** |
| Unterschenkel                                    | 4,8    | 5,6        | 4,0    | 1,415      | 4,9   | 8,2   | 4,9   | 1,7   | 12,518 **  |
| Fuß/Füße                                         | 2,6    | 3,8        | 1,1    | 7,881 **   | 4,9   | 3,1   | 2,4   | 0,0   | 14,041     |
| Brust                                            | 2,6    | 2,3        | 2,9    | 0,413      | 1,9   | 3,9   | 2,8   | 1,7   | 3,232      |
| Bauch                                            | 2,5    | 3,7        | 1,1    | 7,139 **   | 4,9   | 3,9   | 1,4   | 0,0   | 17,687 *** |
| Unterer Rücken                                   | 2,4    | 4,0        | 0,6    | 13,873 *** | 3,0   | 5,5   | 0,7   | 0,7   | 18,170 *** |
| Oberschenkel                                     | 1,6    | 1,6        | 1,7    | 0,043      | 3,4   | 2,3   | 0,7   | 0,3   | 10,575 *   |
| Hals                                             | 1,3    | 1,9        | 0,6    | 3,890 *    | 1,5   | 2,3   | 1,0   | 0,3   | 4,579      |
| Intimbereich                                     | 1,1    | 1,2        | 1,0    | 0,170      | 1,1   | 2,3   | 0,7   | 0,3   | 5,637      |
| Hand/Hände                                       | 1,0    | 0,5        | 1,5    | 2,816 +    | 2,3   | 2,0   | 0,0   | 0,0   | 12,515 **  |
| Kopf                                             | 0,3    | 0,2        | 0,4    | 0,439      | 0,4   | 0,8   | 0,0   | 0,0   | 4,115      |
| Ich bin nicht<br>tätowiert                       | 75,6   | 75,0       | 76,2   | 0,246      | 71,9  | 60,9  | 76,9  | 90,4  | 66,767 *** |
| n                                                | 1097   | 575        | 522    |            | 263   | 256   | 286   | 292   |            |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$  ( $p$ -Werte beziehen sich auf den  $\chi^2$ -Wert der Kreuztabellierung)

Tabelle A 12: Korrelationen zwischen den Schwartz-Werten und dem alltäglichen Schönheitshandeln

|                | Anzahl<br>Körperpflege-<br>produkte<br>(0-16) | Anzahl<br>enthaarte<br>Körper-<br>regionen<br>(0-10) | Zähne putzen<br>(0/1) | Sportliche<br>Aktivität<br>(0/1) | Frisörbesuch<br>(0/1) | Diät<br>(0/1) | Nutzung<br>Zahnseide<br>(0/1) | gefärbte<br>Haare (0/1) |
|----------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|---------------|-------------------------------|-------------------------|
| Conformity     | -0,007                                        | -0,020                                               | 0,058 +               | -0,010                           | 0,059 +               | 0,019         | -0,027                        | 0,007                   |
| Tradition      | -0,017                                        | -0,070 *                                             | 0,011                 | -0,070 *                         | 0,039                 | -0,066 *      | 0,001                         | 0,016                   |
| Security       | 0,031                                         | -0,037                                               | 0,024                 | -0,081 **                        | 0,023                 | -0,042        | 0,029                         | 0,036                   |
| Power          | 0,061 *                                       | 0,115 ***                                            | 0,039                 | 0,023                            | 0,061 *               | 0,043         | -0,037                        | -0,012                  |
| Achievement    | 0,097 **                                      | 0,176 ***                                            | 0,068 *               | 0,085 **                         | 0,127 ***             | 0,067 *       | -0,011                        | 0,026                   |
| Hedonism       | 0,047                                         | 0,127 ***                                            | 0,001                 | 0,042                            | 0,070 *               | 0,040         | -0,038                        | -0,045                  |
| Stimulation    | 0,110 ***                                     | 0,225 ***                                            | 0,025                 | 0,109 ***                        | 0,102 ***             | 0,068 *       | -0,008                        | 0,011                   |
| Self-Direction | 0,144 ***                                     | 0,059 +                                              | 0,069 *               | 0,037                            | 0,001                 | -0,001        | 0,087 **                      | 0,018                   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; Spearman's Rho; n: 1091 - 1097 (in Abhängigkeit der Variablen); Raw-Values

Tabelle A 13: Korrelationen zwischen der Mediennutzung und dem alltäglichen Schönheitshandeln

|                                        | Anzahl<br>Körperpflege-<br>produkte<br>(0-16) | Anzahl<br>enthaarte<br>Körper-<br>regionen<br>(0-10) | Zähne putzen<br>(0/1) | Nutzung<br>Zahnseide<br>(0/1) | Sportliche<br>Aktivität (0/1) | Frisörbesuch<br>(0/1) | gefärbte<br>Haare (0/1) | Diät<br>(0/1) |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------|-------------------------|---------------|
| Anzahl genutzter Medien (0-11)         | 0,184 ***                                     | 0,167 ***                                            | 0,121 ***             | 0,013                         | 0,081 **                      | 0,044                 | -0,031                  | 0,061 *       |
| Moderne Frauenzeitschriften (0-10)     | 0,299 ***                                     | 0,176 ***                                            | 0,024                 | 0,101 **                      | 0,132 ***                     | -0,050                | 0,181 ***               | 0,032         |
| Klassische Frauenzeitschriften (0-6)   | 0,304 ***                                     | 0,101 **                                             | 0,037                 | 0,128 ***                     | 0,047                         | 0,019                 | 0,212 ***               | 0,021         |
| Fitness- und Männerzeitschriften (0-3) | 0,080 *                                       | 0,230 ***                                            | 0,016                 | 0,066 +                       | 0,167 ***                     | 0,154 ***             | -0,043                  | 0,074 *       |
| Schönheits-TV (0-8)                    | 0,232 ***                                     | 0,207 ***                                            | -0,016                | 0,108 ***                     | 0,048                         | 0,038                 | 0,192 ***               | 0,134 ***     |
| Boulevard-TV (0-6)                     | 0,218 ***                                     | 0,165 ***                                            | 0,020                 | 0,092 **                      | 0,015                         | 0,075 *               | 0,142 ***               | 0,028         |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; Pearson's  $r$ ;  $n = 743$ ; - 1097 (in Abhängigkeit der Variablen)

Tabelle A 14: Verteilung von Schönheitsoperationen (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)<sup>1</sup>

| Schönheitsoperation      | %     |
|--------------------------|-------|
| Zahnkorrektur            | 43,5  |
| Nasenkorrektur           | 10,6  |
| Ohrenkorrektur           | 10,6  |
| Krampfadern-Entfernung   | 9,4   |
| Augenlidkorrektur        | 8,2   |
| Brustverkleinerung       | 7,1   |
| Fettabsaugung            | 5,9   |
| Bauchdeckenstraffung     | 5,9   |
| Bruststraffung           | 3,5   |
| Brustvergrößerung        | 2,4   |
| Botox                    | 2,4   |
| Haartransplantation      | 0,4   |
| n                        | 86    |
| Anteil an der Stichprobe | 7,84% |

Anmerkung: Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert.

<sup>1</sup> Die Option *Brustvergrößerung* hatten nur Frauen zur Verfügung.

Tabelle A 15: Verteilung von Medienarten (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| Medium                      | %    |
|-----------------------------|------|
| Computer                    | 93,8 |
| Fernseher                   | 92,7 |
| Smartphone/Handy            | 80,9 |
| Radio                       | 79,1 |
| Zeitungen/<br>Zeitschriften | 68,2 |
| Video/DVD/Blu-Ray           | 48,4 |
| CD/MP3-Player               | 43,7 |
| Kino                        | 43,3 |
| Tablet                      | 37,8 |
| Videospielkonsolen          | 27,3 |
| Andere Medien               | 1,6  |
| n                           | 1097 |

Tabelle A 16: Verteilung der Nutzungshäufigkeiten der Fernsehformate (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| TV-Sendung                   | Nie  | Selten | Manchmal | Häufig | Immer | Sendung<br>unbe-<br>kannt | n (gültig) |
|------------------------------|------|--------|----------|--------|-------|---------------------------|------------|
|                              | %    | %      | %        | %      | %     | %                         |            |
| Germany's Next Topmodel      | 64,3 | 15,3   | 8,3      | 4,2    | 5,7   | 2,2                       | 1011       |
| Der Bachelor                 | 62,2 | 15,6   | 8,2      | 5,6    | 4,6   | 3,8                       | 1012       |
| RTL Exklusiv                 | 29,8 | 25,3   | 24,0     | 14,3   | 4,2   | 2,5                       | 1008       |
| The Biggest Loser            | 59,4 | 15,9   | 10,6     | 4,8    | 3,7   | 5,6                       | 1013       |
| Exklusiv - Die Reportage     | 28,7 | 24,6   | 26,2     | 14,0   | 3,6   | 3,0                       | 1013       |
| Hotter Than My Daughter      | 63,4 | 11,1   | 6,1      | 3,2    | 2,1   | 14,1                      | 1014       |
| Schwer Verliebt              | 69,0 | 8,6    | 6,0      | 3,0    | 1,7   | 11,7                      | 1010       |
| Brisant                      | 41,6 | 25,2   | 19,7     | 8,3    | 1,3   | 3,7                       | 1011       |
| Taff                         | 40,7 | 25,8   | 19,0     | 9,7    | 1,1   | 3,8                       | 1013       |
| Extrem Schwer                | 64,6 | 9,6    | 6,6      | 2,0    | 0,9   | 16,3                      | 1011       |
| Extrem schön!                | 62,7 | 14,9   | 8,6      | 2,9    | 0,7   | 10,2                      | 1011       |
| Prominent                    | 52,3 | 19,1   | 12,8     | 6,3    | 0,6   | 8,9                       | 1007       |
| Red! Stars, Lifestyle & More | 53,7 | 19,0   | 12,3     | 4,6    | 0,2   | 10,1                      | 1015       |
| Schönheits-Alarm!            | 70,1 | 4,9    | 2,7      | 0,8    | 0,2   | 21,3                      | 1008       |
| Million Dollar Shootingstar  | 70,5 | 3,0    | 1,1      | 0,8    | 0,0   | 24,7                      | 1009       |
| How Do I Look?               | 67,5 | 3,8    | 1,2      | 0,7    | 0,0   | 26,8                      | 1007       |

Tabelle A 17: Mittelwerte der Schönheitshandlungen und des Body-Mass-Indexes nach Geschlecht, Alter und Bildung

| Mittelwerte                            | Geschlecht |          |          | Alter   |         |         |         |          | Bildung |        |       |          |
|----------------------------------------|------------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|----------|---------|--------|-------|----------|
|                                        | männlich   | weiblich | $\eta^2$ | 18 - 30 | 31 - 40 | 41 - 50 | 51 - 69 | $\eta^2$ | niedrig | mittel | hoch  | $\eta^2$ |
| Körperpflege-<br>produkte              | 3,94       | 6,84     | 0,24 *** | 5,66    | 5,52    | 5,33    | 5,36    | 0,00     | 5,01    | 5,88   | 5,47  | 0,01 *** |
| Enthaarte<br>Körperregionen            | 1,98       | 2,67     | 0,04 *** | 3,06    | 2,83    | 2,10    | 1,49    | 0,13 *** | 2,20    | 2,43   | 2,39  | 0,00     |
| Anzahl gepiercte<br>Körperregionen     | 0,11       | 0,33     | 0,02 *** | 0,48    | 0,33    | 0,10    | 0,02    | 0,07 *** | 0,28    | 0,26   | 0,14  | 0,01 *   |
| Anzahl tätowierte<br>Körperregionen    | 0,44       | 0,51     | 0,00     | 0,57    | 0,85    | 0,38    | 0,16    | 0,05 *** | 0,66    | 0,50   | 0,29  | 0,02 *** |
| Vorhandene<br>Schönheits-<br>operation | 0,09       | 0,11     | 0,00     | 0,12    | 0,10    | 0,06    | 0,11    | 0,00     | 0,07    | 0,10   | 0,12  | 0,00     |
| BMI                                    | 27,43      | 26,31    | 0,01 **  | 24,94   | 26,84   | 27,66   | 27,71   | 0,04 *** | 28,06   | 26,60  | 25,95 | 0,02 *** |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$  (p-Werte beziehen sich auf den F-Test in einer ANOVA); n: 1097.

Tabelle A 18: Anteil der regelmäßigen Leser der Zeitschriften (Mehrfachnennung möglich; auf Personen prozentuiert)

| Zeitschrift                      | %      |
|----------------------------------|--------|
| Bild der Frau                    | 29,0   |
| Men's Health                     | 18,3   |
| BUNTE                            | 17,1   |
| InTouch                          | 16,7   |
| Brigitte                         | 15,1   |
| Gala                             | 15,1   |
| Fit For Fun                      | 13,1   |
| InStyle                          | 11,5   |
| Freundin                         | 10,3   |
| Glamour                          | 9,9    |
| Cosmopolitan                     | 9,5    |
| Playboy                          | 8,7    |
| FÜR SIE                          | 8,3    |
| REVUE                            | 6,0    |
| GQ                               | 5,6    |
| JOLIE                            | 5,6    |
| Maxi                             | 5,2    |
| Frau im Spiegel                  | 4,8    |
| IN - das STAR &<br>STYLE Magazin | 4,8    |
| Joy                              | 4,8    |
| Vogue                            | 4,8    |
| Bravo                            | 4,4    |
| Vital                            | 4,0    |
| ELLE                             | 3,2    |
| Women's Health                   | 3,2    |
| FHM                              | 2,8    |
| Petra                            | 2,8    |
| Shape                            | 2,4    |
| Penthouse                        | 2,0    |
| Bravo Girl                       | 1,2    |
| Mädchen                          | 1,2    |
| Madame                           | 0,8    |
| MAXIM                            | 0,8    |
| n                                | 260    |
| Anteil an der<br>Stichprobe      | 23,70% |

Tabelle A 19: Korrelationen der Schwartz-Werte mit den ungewichteten Indizes des Schönheitshandelns

|                | Allgemeine<br>Schönheits-<br>handlungen | Weibliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Männliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Piercings | Tattoos |
|----------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|-----------|---------|
| Conformity     | ,001                                    | -,028                                  | ,037                                   | -,031     | -,064 * |
| Tradition      | -,017                                   | -,060 *                                | -,010                                  | -,077 *   | -,052 + |
| Security       | ,027                                    | -,022                                  | ,004                                   | -,052 +   | -,040   |
| Power          | ,063 *                                  | ,045                                   | ,152 ***                               | ,050 +    | ,011    |
| Achievement    | ,102 **                                 | ,128 ***                               | ,147 ***                               | ,083 **   | -,009   |
| Hedonism       | ,049                                    | ,040                                   | ,145 ***                               | ,105 ***  | ,078 *  |
| Stimulation    | ,122 ***                                | ,137 ***                               | ,159 ***                               | ,151 ***  | ,091 ** |
| Self-Direction | ,139 ***                                | ,079 **                                | ,028                                   | ,019      | -,002   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; Spearman's Rho; n: 1097

Tabelle A 20: Korrelation der Mediennutzungsvariablen mit den ungewichteten Indizes des Schönheitshandelns

|                                              | Allgemeine<br>Schönheits-<br>handlungen | Weibliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Männliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Piercings | Tattoos   |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|-----------|-----------|
| Anzahl genutzter<br>Medien (0-11)            | 0,214 ***                               | 0,066 *                                | 0,170 ***                              | 0,017     | 0,002     |
| Moderne<br>Frauenzeitschriften<br>(0-10)     | 0,282 ***                               | 0,296 ***                              | -0,079 *                               | 0,093 *   | 0,074 *   |
| Klassische<br>Frauenzeitschriften<br>(0-6)   | 0,294 ***                               | 0,240 ***                              | -0,083 *                               | 0,045     | 0,048     |
| Fitness- und<br>Männerzeitschriften<br>(0-3) | 0,145 ***                               | 0,027                                  | 0,327 ***                              | 0,058     | 0,036     |
| Schönheits-TV (0-8)                          | 0,227 ***                               | 0,270 ***                              | 0,016                                  | 0,066 *   | 0,137 *** |
| Boulevard-TV (0-6)                           | 0,211 ***                               | 0,195 ***                              | 0,064 *                                | 0,009     | 0,079 *   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; Pearson's  $r$ ;  $n$ : 743 - 1097 (in Abhängigkeit der Variablen)

Tabelle A 21: Korrelation der ungewichteten Indizes des Schönheitshandelns mit den ungewichteten Indizes des Schönheitshandelns

|                                         | Allgemeine<br>Schönheits-<br>handlungen | Weibliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Männliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Ohringe    | Piercings | Tattoos   | Schönheits-<br>operationen |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|------------|-----------|-----------|----------------------------|
| Allgemeine<br>Schönheits-<br>handlungen | 1,000                                   | 0,563 ***                              | 0,022                                  | 0,117 ***  | 0,128 *** | 0,113 *** | 0,118 ***                  |
| Weibliche<br>Schönheits-<br>handlungen  | 0,563 ***                               | 1,000                                  | -0,106 ***                             | 0,310 ***  | 0,268 *** | 0,194 *** | 0,118 ***                  |
| Männliche<br>Schönheits-<br>handlungen  | 0,022                                   | -0,106 ***                             | 1,000                                  | -0,139 *** | -0,031    | 0,052 +   | 0,064 *                    |
| Ohringe                                 | 0,117 ***                               | 0,310 ***                              | -0,139 ***                             | 1,000      | 0,304 *** | 0,196 *** | -0,002                     |
| Piercings                               | 0,128 ***                               | 0,268 ***                              | -0,031                                 | 0,304 ***  | 1,000     | 0,397 *** | 0,028                      |
| Tattoos                                 | 0,113 ***                               | 0,194 ***                              | 0,052 +                                | 0,196 ***  | 0,397 *** | 1,000     | 0,042                      |
| Schönheits-<br>operationen              | 0,118 ***                               | 0,118 ***                              | 0,064 *                                | -0,002     | 0,028     | 0,042     | 1,000                      |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; Pearson's  $r$ ;  $n$ : 1097

Tabelle A 22: Abgleich der quotierten Stichprobe mit den in den Strukturgleichungsmodellen verbleibenden Fällen

| Gruppe |          |             | verwertbare<br>Fälle | SEM |    |
|--------|----------|-------------|----------------------|-----|----|
| 1      |          | 18-30 Jahre | 40                   | 17  |    |
| 2      | niedrige | 31-40 Jahre | 37                   | 19  |    |
| 3      | Bildung  | 41-50 Jahre | 47                   | 26  |    |
| 4      |          | 51-69 Jahre | 47                   | 28  |    |
| 5      |          | 18-30 Jahre | 39                   | 11  |    |
| 6      | männlich | mittlere    | 31-40 Jahre          | 43  | 29 |
| 7      |          | Bildung     | 41-50 Jahre          | 47  | 28 |
| 8      |          |             | 51-69 Jahre          | 44  | 34 |
| 9      |          |             | 18-30 Jahre          | 46  | 28 |
| 10     | hohe     | 31-40 Jahre | 40                   | 32  |    |
| 11     | Bildung  | 41-50 Jahre | 45                   | 31  |    |
| 12     |          | 51-69 Jahre | 47                   | 35  |    |
|        |          |             |                      |     |    |
| 13     |          | 18-30 Jahre | 40                   | 16  |    |
| 14     | niedrige | 31-40 Jahre | 48                   | 25  |    |
| 15     | Bildung  | 41-50 Jahre | 43                   | 26  |    |
| 16     |          | 51-69 Jahre | 48                   | 30  |    |
| 17     |          | 18-30 Jahre | 49                   | 27  |    |
| 18     | weiblich | mittlere    | 31-40 Jahre          | 44  | 23 |
| 19     |          | Bildung     | 41-50 Jahre          | 52  | 39 |
| 20     |          |             | 51-69 Jahre          | 52  | 41 |
| 21     |          |             | 18-30 Jahre          | 49  | 31 |
| 22     | hohe     | 31-40 Jahre | 44                   | 27  |    |
| 23     | Bildung  | 41-50 Jahre | 52                   | 42  |    |
| 24     |          | 51-69 Jahre | 54                   | 35  |    |
| n=     |          |             | 1097                 | 680 |    |

Tabelle A 23: Univariate Zahlen der ungewichteten Indizes des Schönheitshandelns

| ungewichtete Indizes der explorativen Faktoranalyse |                                         |                                        |                                        |           |                       |         |                            |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|-----------|-----------------------|---------|----------------------------|
|                                                     | Allgemeine<br>Schönheits-<br>handlungen | Weibliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Männliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Piercings | Piercing der<br>Ohren | Tattoos | Schönheits-<br>operationen |
| Mittelwert                                          | 6,604                                   | 2,561                                  | 0,799                                  | 0,220     | 0,222                 | 0,474   | 0,078                      |
| Median                                              | 6,000                                   | 2,000                                  | 1,000                                  | 0,000     | 0,000                 | 0,000   | 0,000                      |
| Varianz                                             | 7,896                                   | 4,716                                  | 0,935                                  | 0,174     | 0,503                 | 1,155   | 0,072                      |
| Standardabweichung                                  | 2,810                                   | 2,172                                  | 0,967                                  | 0,417     | 0,709                 | 1,070   | 0,269                      |
| Minimum                                             | 0,000                                   | 0,000                                  | 0,000                                  | 0,000     | 0,000                 | 0,000   | 0,000                      |
| Maximum                                             | 15,000                                  | 8,000                                  | 5,000                                  | 1,000     | 6,000                 | 8,000   | 1,000                      |
| Spannweite                                          | 15,000                                  | 8,000                                  | 5,000                                  | 1,000     | 6,000                 | 8,000   | 1,000                      |
| Schiefte                                            | 0,380                                   | 0,486                                  | 1,413                                  | 1,324     | 4,221                 | 3,051   | 0,314                      |
| Kurtosis                                            | -0,238                                  | -0,791                                 | 2,296                                  | -0,247    | 20,502                | 10,863  | 7,882                      |

n = 1097

Tabelle A 24: Univariate Zahlen der gewichteten Indizes des Schönheitshandelns

| gewichtete Indizes der Strukturgleichungsmodelle |                                         |                                        |                                        |           |         |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|-----------|---------|
|                                                  | Allgemeine<br>Schönheits-<br>handlungen | Weibliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Männliche<br>Schönheits-<br>handlungen | Piercings | Tattoos |
| Mittelwert                                       | 1,793                                   | 0,927                                  | 0,372                                  | 0,526     | 1,081   |
| Median                                           | 1,693                                   | 0,507                                  | 0,081                                  | 0,338     | 0,800   |
| Varianz                                          | 0,727                                   | 0,842                                  | 0,774                                  | 0,711     | 0,799   |
| Standardabweichung                               | 0,853                                   | 0,918                                  | 0,880                                  | 0,843     | 0,894   |
| Minimum                                          | 0,000                                   | 0,000                                  | 0,000                                  | 0,000     | 0,000   |
| Maximum                                          | 4,060                                   | 2,810                                  | 3,770                                  | 7,020     | 9,260   |
| Spannweite                                       | 4,060                                   | 2,810                                  | 3,770                                  | 7,020     | 9,260   |
| Schiefe                                          | 0,449                                   | 0,562                                  | 2,752                                  | 5,201     | 4,934   |
| Kurtosis                                         | -0,625                                  | -1,222                                 | 6,000                                  | 28,883    | 29,532  |

n = 680

Tabelle A 25: Lineare Regression auf das *allgemeine Schönheitshandeln* (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: allgemeines Schönheitshandeln (0-15)  | b                 | β            | b                 | β            | b                 | β            |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| Konstante                                                 | 4,65 ***<br>0,66  |              | 4,36 ***<br>0,67  |              | 0,27<br>0,78      |              |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 2,32 ***<br>0,20  | 0,42         | 2,41 ***<br>0,20  | 0,43         | 2,41 ***<br>0,20  | 0,43         |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           | 0,41 +<br>0,25    | 0,07<br>0,04 | 0,36<br>0,06      | 0,06<br>0,01 | 0,38 +<br>0,00    | 0,06<br>0,00 |
| mittlere Bildung                                          | 0,24              |              | 0,24              |              | 0,22              |              |
| hohe Bildung                                              | 0,00<br>0,24      | 0,02         | 0,01<br>0,25      | 0,06         | 0,03 ***<br>0,23  | 0,17         |
| Alter (in Jahren)                                         | 0,00<br>0,01      | 0,02         | 0,01<br>0,01      | 0,06         | 0,03 ***<br>0,01  | 0,17         |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |              |                   |              |                   |              |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,44 +<br>0,25    | 0,07         | 0,35<br>0,25      | 0,06         | 0,19<br>0,23      | 0,03         |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,48 +<br>0,25    | 0,08         | 0,37<br>0,25      | 0,07         | 0,05<br>0,23      | 0,01         |
| Body-Mass-Index                                           | -0,07 ***<br>0,02 | -0,15        | -0,07 ***<br>0,02 | -0,14        | -0,06 ***<br>0,02 | -0,12        |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |              | -0,06<br>0,12     | -0,02        | -0,12<br>0,11     | -0,04        |
| Tradition                                                 |                   |              | -0,17<br>0,12     | -0,07        | -0,14<br>0,11     | -0,06        |
| Security                                                  |                   |              | -0,18<br>0,12     | -0,06        | -0,11<br>0,11     | -0,04        |
| Power                                                     |                   |              | 0,11<br>0,11      | 0,04         | 0,08<br>0,10      | 0,03         |
| Achievement                                               |                   |              | 0,01<br>0,12      | 0,00         | -0,01<br>0,11     | 0,00         |
| Hedonism                                                  |                   |              | -0,03<br>0,12     | -0,01        | -0,05<br>0,11     | -0,02        |
| Stimulation                                               |                   |              | 0,12<br>0,12      | 0,05         | 0,01<br>0,11      | 0,00         |
| Self-Direction                                            |                   |              | -0,08<br>0,14     | -0,02        | -0,08<br>0,13     | -0,02        |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |              |                   |              | 0,35 ***<br>0,05  | 0,23         |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |              |                   |              | 0,26 **<br>0,10   | 0,09         |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |              |                   |              | 0,20 *<br>0,09    | 0,09         |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |              |                   |              | 0,16<br>0,11      | 0,05         |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |              |                   |              | 0,28 *<br>0,13    | 0,08         |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |              |                   |              | 0,85 ***<br>0,19  | 0,15         |
| n                                                         |                   |              | 693               |              |                   |              |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,201             |              | 0,209             |              | 0,349             |              |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |              | 0,008 +           |              | 0,140 ***         |              |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 26: Lineare Regression auf das *weibliche Schönheitshandeln* (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: weibliches Schönheitshandeln (0-8)    | b                 | β     | b                 | β     | b                 | β     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| Konstante                                                 | 1,44 ***<br>0,40  |       | 1,17 **<br>0,41   |       | -0,27<br>0,50     |       |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 2,75 ***<br>0,12  | 0,63  | 2,79 ***<br>0,12  | 0,64  | 2,77 ***<br>0,13  | 0,64  |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |       |                   |       |                   |       |
| mittlere Bildung                                          | 0,17<br>0,15      | 0,04  | 0,14<br>0,15      | 0,03  | 0,13<br>0,14      | 0,03  |
| hohe Bildung                                              | 0,03<br>0,15      | 0,01  | -0,09<br>0,15     | -0,02 | -0,13<br>0,15     | -0,03 |
| Alter (in Jahren)                                         | -0,04 ***<br>0,00 | -0,25 | -0,03 ***<br>0,00 | -0,22 | -0,03 ***<br>0,01 | -0,17 |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |       |                   |       |                   |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,14<br>0,15      | 0,03  | 0,06<br>0,15      | 0,01  | 0,02<br>0,15      | 0,00  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,24<br>0,15      | 0,05  | 0,16<br>0,15      | 0,04  | 0,06<br>0,15      | 0,01  |
| Body-Mass-Index                                           | -0,06 ***<br>0,01 | -0,15 | -0,05 ***<br>0,01 | -0,14 | -0,05 ***<br>0,01 | -0,13 |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |       | -0,01<br>0,07     | 0,00  | -0,04<br>0,07     | -0,02 |
| Tradition                                                 |                   |       | -0,11<br>0,07     | -0,06 | -0,11<br>0,07     | -0,05 |
| Security                                                  |                   |       | -0,14 +<br>0,07   | -0,06 | -0,12 +<br>0,07   | -0,05 |
| Power                                                     |                   |       | -0,06<br>0,07     | -0,03 | -0,07<br>0,07     | -0,03 |
| Achievement                                               |                   |       | 0,13 +<br>0,07    | 0,06  | 0,11<br>0,07      | 0,05  |
| Hedonism                                                  |                   |       | 0,01<br>0,075     | 0,01  | 0,00<br>0,07      | 0,00  |
| Stimulation                                               |                   |       | 0,07<br>0,07      | 0,03  | 0,02<br>0,07      | 0,01  |
| Self-Direction                                            |                   |       | -0,01<br>0,08     | 0,00  | 0,00<br>0,08      | 0,00  |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |       |                   |       | 0,12 **<br>0,03   | 0,10  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |       |                   |       | 0,23 ***<br>0,06  | 0,11  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |       |                   |       | 0,07<br>0,06      | 0,04  |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |       |                   |       | 0,07<br>0,07      | 0,03  |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |       |                   |       | 0,02<br>0,08      | 0,01  |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |       |                   |       | 0,33 **<br>0,12   | 0,07  |
| n                                                         |                   |       | 693               |       |                   |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,513             |       | 0,524             |       | 0,559             |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |       | 0,011 **          |       | 0,036 ***         |       |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 27: Lineare Regression auf das *männliche Schönheitshandeln* (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: männliches Schönheitshandeln (0-5)    | b                 | β     | b                 | β     | b                 | β     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| Konstante                                                 | 2,60 ***<br>0,22  |       | 2,52 ***<br>0,22  |       | 1,92 ***<br>0,28  |       |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | -0,99 ***<br>0,07 | -0,51 | -0,96 ***<br>0,07 | -0,49 | -0,88 ***<br>0,07 | -0,45 |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |       |                   |       |                   |       |
| mittlere Bildung                                          | -0,99 ***<br>0,08 | -0,51 | -0,96 ***<br>0,08 | -0,49 | -0,88 ***<br>0,08 | -0,45 |
| hohe Bildung                                              | 0,01<br>0,08      | 0,01  | -0,01<br>0,08     | -0,01 | 0,01<br>0,08      | 0,00  |
| Alter (in Jahren)                                         | 0,00<br>0,00      | -0,05 | 0,00<br>0,00      | -0,01 | 0,00<br>0,00      | 0,03  |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |       |                   |       |                   |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,21 **<br>0,08   | 0,10  | 0,17 *<br>0,08    | 0,08  | 0,15 +<br>0,08    | 0,07  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,21 **<br>0,08   | 0,10  | 0,17 *<br>0,08    | 0,08  | 0,15 +<br>0,08    | 0,07  |
| Body-Mass-Index                                           | -0,01<br>0,01     | -0,05 | -0,01<br>0,01     | -0,04 | -0,01<br>0,01     | -0,04 |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |       | 0,03<br>0,04      | 0,03  | 0,01<br>0,04      | 0,01  |
| Tradition                                                 |                   |       | -0,03<br>0,04     | -0,04 | -0,05<br>0,04     | -0,05 |
| Security                                                  |                   |       | 0,04<br>0,04      | 0,03  | 0,04<br>0,04      | 0,04  |
| Power                                                     |                   |       | 0,01<br>0,04      | 0,01  | -0,01<br>0,04     | -0,01 |
| Achievement                                               |                   |       | 0,06<br>0,04      | 0,06  | 0,05<br>0,04      | 0,05  |
| Hedonism                                                  |                   |       | 0,00<br>0,04      | 0,00  | 0,01<br>0,04      | 0,01  |
| Stimulation                                               |                   |       | 0,00<br>0,04      | 0,00  | 0,01<br>0,04      | 0,01  |
| Self-Direction                                            |                   |       | -0,04<br>0,05     | -0,03 | -0,03<br>0,04     | -0,03 |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |       |                   |       | 0,03 +<br>0,02    | 0,06  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |       |                   |       | 0,03 +<br>0,04    | 0,06  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |       |                   |       | 0,07 *<br>0,03    | 0,09  |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |       |                   |       | -0,08 *<br>0,04   | -0,07 |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |       |                   |       | 0,01<br>0,04      | 0,01  |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |       |                   |       | 0,40 ***<br>0,07  | 0,20  |
| n                                                         |                   |       | 693               |       |                   |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,272             |       | 0,281             |       | 0,334             |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |       | 0,009 *           |       | 0,053 ***         |       |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 28: Logistische Regression auf die Wahrscheinlichkeit gepiercte *Ohren* zu haben (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: gepiercte Ohren vorhanden (nein/ja)   | b                 | Exp (β) | b                 | Exp (β) | b                 | Exp (β) |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|---------|-------------------|---------|-------------------|---------|
| Konstante                                                 | -2,03 **<br>0,71  | 0,13    | -2,10 **<br>0,73  | 0,12    | -2,78 **<br>0,95  | 0,06    |
| Andere Piercings vorhanden (Ref: nein)                    | 1,14 ***<br>0,29  | 3,12    | 1,20 ***<br>0,30  | 3,31    | 1,22 ***<br>0,31  | 3,40    |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 1,51 ***<br>0,24  | 4,51    | 1,43 ***<br>0,25  | 4,20    | 1,51 ***<br>0,27  | 4,55    |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |         |                   |         |                   |         |
| mittlere Bildung                                          | 0,05<br>0,27      | 1,05    | 0,00<br>0,27      | 1,00    | -0,01<br>0,27     | 0,99    |
| hohe Bildung                                              | 0,18<br>0,27      | 1,20    | 0,05<br>0,28      | 1,05    | -0,02<br>0,30     | 0,98    |
| Alter (in Jahren)                                         | -0,04 ***<br>0,01 | 0,96    | -0,04 ***<br>0,01 | 0,96    | -0,04 ***<br>0,01 | 0,96    |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |         |                   |         |                   |         |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | -0,07 *<br>0,25   | 0,93    | -0,02 +<br>0,26   | 0,98    | -0,01 +<br>0,26   | 0,99    |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | -0,55<br>0,27     | 0,58    | -0,49<br>0,28     | 0,61    | -0,50<br>0,28     | 0,61    |
| Body-Mass-Index                                           | -0,01<br>0,02     | 0,99    | 0,00<br>0,02      | 1,00    | -0,01<br>0,02     | 0,99    |
| Conformity (Mittelwertzentriert)                          |                   |         | -0,17<br>0,13     | 0,84    | -0,17<br>0,13     | 0,85    |
| Tradition                                                 |                   |         | -0,35 **<br>0,13  | 0,71    | -0,32 *<br>0,13   | 0,73    |
| Security                                                  |                   |         | -0,44 **<br>0,14  | 0,64    | -0,44 **<br>0,14  | 0,65    |
| Power                                                     |                   |         | -0,18<br>0,13     | 0,84    | -0,18<br>0,13     | 0,83    |
| Achievement                                               |                   |         | -0,23 +<br>0,13   | 0,80    | -0,22<br>0,13     | 0,80    |
| Hedonism                                                  |                   |         | -0,36 *<br>0,14   | 0,70    | -0,36 *<br>0,14   | 0,70    |
| Stimulation                                               |                   |         | -0,25 +<br>0,14   | 0,78    | -0,25 +<br>0,14   | 0,78    |
| Self-Direction                                            |                   |         | -0,36 *<br>0,15   | 0,70    | -0,35 *<br>0,15   | 0,71    |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |         |                   |         | 0,08<br>0,07      | 1,08    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |         |                   |         | 0,11<br>0,11      | 1,12    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |         |                   |         | -0,03<br>0,11     | 0,97    |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |         |                   |         | -0,02<br>0,12     | 0,98    |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |         |                   |         | -0,20<br>0,14     | 0,82    |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |         |                   |         | -0,10<br>0,27     | 0,91    |
| n                                                         |                   |         |                   | 693     |                   |         |
| Nagelkerkes R <sup>2</sup>                                | 0,263             |         | 0,296             |         | 0,304             |         |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |         | 0,033 *           |         | 0,042             |         |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; logistische Regression; p-Werte auf Basis des Wald-Tests berechnet

Tabelle A 29: Lineare Regression auf Anzahl *gepiercter Körperteile* (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: Anzahl gepiercter Körperteile (exkl. gepiercte Ohren) (0-6) | b                 | β     | b                 | β     | b                 | β     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| Konstante                                                                       | 0,45 **<br>0,16   |       | 0,43 **<br>0,16   |       | 0,24<br>0,20      |       |
| Gepiercte Ohren vorhanden (Ref: nein)                                           | 0,31 ***<br>0,06  | 0,21  | 0,31 ***<br>0,06  | 0,20  | 0,30 ***<br>0,06  | 0,20  |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                                        | 0,09 +<br>0,05    | 0,07  | 0,10 *<br>0,05    | 0,08  | 0,11 *<br>0,05    | 0,09  |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                                                 |                   |       |                   |       |                   |       |
| mittlere Bildung                                                                | -0,09<br>0,06     | -0,07 | -0,08<br>0,06     | -0,06 | -0,09<br>0,06     | -0,06 |
| hohe Bildung                                                                    | -0,22 ***<br>0,06 | -0,17 | -0,23 ***<br>0,06 | -0,18 | -0,25 ***<br>0,06 | -0,19 |
| Alter (in Jahren)                                                               | -0,01 ***<br>0,00 | -0,21 | -0,01 ***<br>0,00 | -0,20 | -0,01 ***<br>0,00 | -0,18 |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)                        |                   |       |                   |       |                   |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                                       | 0,17 **<br>0,06   | 0,13  | 0,17 **<br>0,06   | 0,12  | 0,16 **<br>0,06   | 0,12  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                                          | 0,11 +<br>0,06    | 0,08  | 0,11 +<br>0,06    | 0,09  | 0,10 +<br>0,06    | 0,08  |
| Body-Mass-Index                                                                 | 0,00<br>0,00      | -0,02 | 0,00<br>0,00      | -0,02 | 0,00<br>0,00      | -0,02 |
| Conformity (mittelwertzentriert)                                                |                   |       | -0,01<br>0,03     | -0,02 | -0,01<br>0,03     | -0,02 |
| Tradition                                                                       |                   |       | 0,00<br>0,03      | 0,00  | 0,00<br>0,03      | 0,01  |
| Security                                                                        |                   |       | -0,01<br>0,03     | -0,02 | -0,01<br>0,03     | -0,01 |
| Power                                                                           |                   |       | 0,01<br>0,03      | 0,01  | 0,00<br>0,03      | 0,01  |
| Achievement                                                                     |                   |       | -0,04<br>0,03     | -0,06 | -0,04<br>0,03     | -0,06 |
| Hedonism                                                                        |                   |       | -0,01<br>0,03     | -0,01 | -0,01<br>0,03     | -0,01 |
| Stimulation                                                                     |                   |       | 0,04<br>0,03      | 0,08  | 0,04<br>0,03      | 0,07  |
| Self-Direction                                                                  |                   |       | 0,03<br>0,03      | 0,04  | 0,03<br>0,03      | 0,04  |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                                                  |                   |       |                   |       | 0,02<br>0,01      | 0,05  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)                                |                   |       |                   |       | 0,02<br>0,03      | 0,02  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)                                 |                   |       |                   |       | -0,02<br>0,03     | -0,04 |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)                          |                   |       |                   |       | 0,02<br>0,03      | 0,03  |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)                        |                   |       |                   |       | 0,00<br>0,03      | 0,00  |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3)                       |                   |       |                   |       | 0,05<br>0,05      | 0,04  |
| n                                                                               |                   |       | 693               |       |                   |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                                                     | 0,130             |       | 0,133             |       | 0,130             |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)                               |                   |       | 0,003             |       | -0,002            |       |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 30: Lineare Regression auf die Anzahl tätowierter Körperteile (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: Anzahl tätowierter Körperteile (0-8)  | b                 | β     | b                 | β     | b                 | β     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| Konstante                                                 | 1,12 ***<br>0,26  |       | 1,07 ***<br>0,26  |       | 0,56 +<br>0,33    |       |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 0,06              | 0,03  | 0,07<br>0,08      | 0,04  | 0,04<br>0,08      | 0,02  |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |       |                   |       |                   |       |
| mittlere Bildung                                          | -0,21 *<br>0,09   | -0,10 | -0,19 *<br>0,09   | -0,09 | -0,20 *<br>0,09   | -0,10 |
| hohe Bildung                                              | -0,42 ***<br>0,09 | -0,21 | -0,41 ***<br>0,10 | -0,20 | -0,42 ***<br>0,10 | -0,20 |
| Alter (in Jahren)                                         | -0,01 ***<br>0,00 | -0,20 | -0,01 ***<br>0,00 | -0,19 | -0,01 **<br>0,00  | -0,15 |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |       |                   |       |                   |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,32 **<br>0,10   | 0,15  | 0,32 **<br>0,10   | 0,15  | 0,30 **<br>0,10   | 0,14  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,12<br>0,10      | 0,06  | 0,13<br>0,10      | 0,06  | 0,10<br>0,10      | 0,05  |
| Body-Mass-Index                                           | 0,00<br>0,01      | -0,02 | 0,00<br>0,01      | -0,02 | 0,00<br>0,01      | -0,01 |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |       | -0,02<br>0,05     | -0,03 | -0,03<br>0,05     | -0,03 |
| Tradition                                                 |                   |       | 0,03<br>0,05      | 0,04  | 0,05<br>0,05      | 0,05  |
| Security                                                  |                   |       | -0,03<br>0,05     | -0,03 | -0,03<br>0,05     | -0,03 |
| Power                                                     |                   |       | 0,01<br>0,04      | 0,01  | 0,01<br>0,04      | 0,01  |
| Achievement                                               |                   |       | -0,06<br>0,05     | -0,06 | -0,06<br>0,05     | -0,06 |
| Hedonism                                                  |                   |       | 0,01<br>0,05      | 0,01  | 0,00<br>0,05      | 0,00  |
| Stimulation                                               |                   |       | 0,06<br>0,05      | 0,06  | 0,05<br>0,05      | 0,06  |
| Self-Direction                                            |                   |       | 0,04<br>0,05      | 0,03  | 0,05<br>0,05      | 0,04  |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |       |                   |       | 0,05 *<br>0,02    | 0,10  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |       |                   |       | 0,13 **<br>0,04   | 0,13  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |       |                   |       | 0,04<br>0,04      | 0,04  |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |       |                   |       | 0,01<br>0,05      | 0,01  |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |       |                   |       | -0,04<br>0,05     | -0,03 |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |       |                   |       | -0,08<br>0,08     | -0,04 |
| n                                                         | 693               |       |                   |       |                   |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,070             |       | 0,072             |       | 0,096             |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |       | 0,002             |       | 0,024 ***         |       |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 31: Logistische Regression auf die Wahrscheinlichkeit eine *Schönheitsoperation* durchgeführt zu haben (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| abhängige Variable: Schönheitsoperation vorhanden (nein/ja) | b                 | Exp (β) | b                 | Exp (β) | b                | Exp (β) |
|-------------------------------------------------------------|-------------------|---------|-------------------|---------|------------------|---------|
| Konstante                                                   | -3,57 ***<br>0,95 | 0,03    | -3,88 ***<br>0,99 | 0,02    | -3,69 **<br>0,23 | 0,03    |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                    | 0,23<br>0,32      | 1,25    | 0,37<br>0,34      | 1,45    | 0,10<br>0,37     | 1,11    |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                             |                   |         |                   |         |                  |         |
| mittlere Bildung                                            | 0,60<br>0,47      | 1,82    | 0,53<br>0,47      | 1,69    | 0,44<br>0,48     | 1,55    |
| hohe Bildung                                                | 0,88 +<br>0,45    | 2,40    | 0,67<br>0,47      | 1,96    | 0,75<br>0,49     | 2,12    |
| Alter (in Jahren)                                           | -0,01<br>0,01     | 0,99    | 0,01<br>0,01      | 1,01    | 0,00<br>0,01     | 1,00    |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)    |                   |         |                   |         |                  |         |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                   | 0,46<br>0,42      | 1,58    | 0,39<br>0,43      | 1,48    | 0,42<br>0,45     | 1,51    |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                      | 0,40<br>0,42      | 1,50    | 0,31<br>0,44      | 1,36    | 0,33<br>0,45     | 1,39    |
| Body-Mass-Index                                             | 0,01<br>0,03      | 1,01    | 0,02<br>0,03      | 1,02    | 0,02<br>0,03     | 1,02    |
| Conformity (mittelwertzentriert)                            |                   |         | -0,06<br>0,19     | 0,94    | -0,12<br>0,19    | 0,88    |
| Tradition                                                   |                   |         | -0,05<br>0,20     | 0,95    | -0,06<br>0,21    | 0,95    |
| Security                                                    |                   |         | -0,19<br>0,20     | 0,83    | -0,25<br>0,21    | 0,78    |
| Power                                                       |                   |         | 0,11<br>0,20      | 1,11    | 0,13<br>0,20     | 1,14    |
| Achievement                                                 |                   |         | 0,16<br>0,21      | 1,17    | 0,11<br>0,22     | 1,12    |
| Hedonism                                                    |                   |         | -0,19<br>0,20     | 0,82    | -0,20<br>0,21    | 0,82    |
| Stimulation                                                 |                   |         | 0,30<br>0,20      | 1,35    | 0,28<br>0,21     | 1,32    |
| Self-Direction                                              |                   |         | -0,21<br>0,23     | 0,81    | -0,17<br>0,24    | 0,85    |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                              |                   |         |                   |         | -0,09<br>0,10    | 0,91    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)            |                   |         |                   |         | 0,34 *<br>0,14   | 1,40    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)             |                   |         |                   |         | 0,14<br>0,14     | 1,16    |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)      |                   |         |                   |         | 0,08<br>0,16     | 1,08    |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)    |                   |         |                   |         | 0,06<br>0,21     | 1,06    |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3)   |                   |         |                   |         | -0,16<br>0,34    | 0,85    |
| n                                                           |                   |         |                   | 693     |                  |         |
| Nagelkerkes R <sup>2</sup>                                  | 0,024             |         | 0,057             |         | 0,109            |         |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)           |                   |         | 0,032             |         | 0,052 *          |         |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; logistische Regression; p-Werte auf Basis des Wald-Tests berechnet

Tabelle A 32: Logistische Regression auf die Wahrscheinlichkeit gepierct zu sein

| Abhängige Variable: Piercing (nein/ja)                    | b         | Exp (β) | b        | Exp (β) | b         | Exp (β) | b         | Exp (β) |
|-----------------------------------------------------------|-----------|---------|----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| Konstante                                                 | -1,90 *** | 0,15    | -1,24 +  | 0,29    | -0,38     | 0,68    | -0,60     | 0,55    |
| Tattoo vorhanden (Ref: nein)                              | 1,28 ***  | 3,58    | 1,33 *** | 3,76    | 1,27 ***  | 3,56    | 1,33 ***  | 3,78    |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            | 0,07      | 1,07    | 0,05     | 1,06    | 0,06      | 1,06    | 0,06      | 1,06    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          | 0,27 **   | 1,31    | 0,26 **  | 1,30    | 0,17 +    | 1,19    | 0,17      | 1,18    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           | -0,17 +   | 0,84    | -0,15    | 0,86    | -0,19 +   | 0,83    | -0,19 +   | 0,83    |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    | 0,38 **   | 1,47    | 0,36 **  | 1,44    | 0,15      | 1,17    | 0,14      | 1,15    |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  | 0,04      | 1,04    | 0,06     | 1,06    | -0,04     | 0,96    | -0,04     | 0,96    |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) | -0,30     | 0,74    | -0,38 +  | 0,68    | 0,09      | 1,09    | 0,09      | 1,09    |
| Conformity (1-6)                                          |           |         | 0,01     | 1,01    | 0,03      | 1,03    | 0,02      | 1,02    |
| Tradition                                                 |           |         | 0,07     | 1,07    | 0,04      | 1,04    | 0,06      | 1,06    |
| Security                                                  |           |         | -0,25 *  | 0,78    | -0,23 *   | 0,79    | -0,24 *   | 0,79    |
| Power                                                     |           |         | -0,04    | 0,96    | 0,01      | 1,01    | 0,02      | 1,02    |
| Achievement                                               |           |         | 0,17     | 1,19    | 0,12      | 1,13    | 0,13      | 1,14    |
| Hedonism                                                  |           |         | -0,05    | 0,95    | -0,06     | 0,94    | -0,06     | 0,94    |
| Stimulation                                               |           |         | 0,03     | 1,03    | 0,00      | 1,00    | 0,02      | 1,02    |
| Selfdirection                                             |           |         | -0,03    | 0,97    | 0,04      | 1,05    | 0,04      | 1,04    |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  |           |         |          |         | 1,76 ***  | 5,80    | 1,63 ***  | 5,11    |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |           |         |          |         |           |         |           |         |
| mittlere Bildung                                          |           |         |          |         | -0,15     | 0,86    | -0,11     | 0,90    |
| hohe Bildung                                              |           |         |          |         | -0,58 *   | 0,56    | -0,49 +   | 0,62    |
| Alter                                                     |           |         |          |         | -0,05 *** | 0,96    | -0,04 *** | 0,96    |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |           |         |          |         |           |         |           |         |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 |           |         |          |         |           |         | 0,13      | 1,14    |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    |           |         |          |         |           |         | -0,25     | 0,78    |
| BMI (Ref: Personen mit Normalgewicht)                     |           |         |          |         |           |         |           |         |
| Personen mit Untergewicht                                 |           |         |          |         |           |         | 1,02      | 2,77    |
| Personen mit Präadipositas                                |           |         |          |         |           |         | -0,37     | 0,69    |
| Personen mit Adipositas                                   |           |         |          |         |           |         | 0,17      | 1,19    |
| N                                                         |           |         |          | 693     |           |         |           |         |
| Nagelkerkes R <sup>2</sup>                                | 0,152     |         | 0,171    |         | 0,339     |         | 0,353     |         |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; logistische Regression; p-Werte auf Basis des Wald-Tests berechnet

Tabelle A 33: Logistische Regression auf die Wahrscheinlichkeit tätowiert zu sein

| Abhängige Variable: Tattoo (nein/ja)                      | b         | Exp (β) | b        | Exp (β) | b         | Exp (β) | b         | Exp (β) |
|-----------------------------------------------------------|-----------|---------|----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| Konstante                                                 | -2,91 *** | 0,05    | -2,05 *  | 0,13    | -0,09     | 0,91    | -0,33     | 0,72    |
| Piercing vorhanden (Ref: nein)                            | 1,28 ***  | 3,61    | 1,33 *** | 3,78    | 1,26 ***  | 3,52    | 1,32 ***  | 3,74    |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            | 0,14 *    | 1,15    | 0,14 *   | 1,15    | 0,11 +    | 1,12    | 0,10      | 1,11    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          | 0,14      | 1,15    | 0,15     | 1,17    | 0,18 +    | 1,20    | 0,19 +    | 1,21    |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           | 0,12      | 1,13    | 0,13     | 1,14    | 0,08      | 1,09    | 0,09      | 1,09    |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    | 0,00      | 1,00    | 0,02     | 1,02    | 0,05      | 1,05    | 0,10      | 1,10    |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  | 0,01      | 1,01    | 0,00     | 1,00    | 0,05      | 1,05    | -0,02     | 0,98    |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) | -0,03     | 0,97    | -0,02    | 0,98    | -0,11     | 0,90    | -0,10     | 0,90    |
| Conformity (1-6)                                          |           |         | -0,10    | 0,91    | -0,09     | 0,92    | -0,10     | 0,91    |
| Tradition                                                 |           |         | -0,11    | 0,90    | -0,16     | 0,85    | -0,15     | 0,86    |
| Security                                                  |           |         | 0,15     | 1,16    | 0,14      | 1,15    | 0,16      | 1,18    |
| Power                                                     |           |         | 0,00     | 1,00    | 0,00      | 1,00    | -0,01     | 0,99    |
| Achievement                                               |           |         | -0,27 *  | 0,76    | -0,25 *   | 0,78    | -0,28 *   | 0,76    |
| Hedonism                                                  |           |         | 0,04     | 1,04    | -0,06     | 0,95    | -0,08     | 0,93    |
| Stimulation                                               |           |         | 0,23 *   | 1,26    | 0,22 *    | 1,24    | 0,19 +    | 1,22    |
| Selfdirection                                             |           |         | -0,15    | 0,86    | -0,06     | 0,94    | -0,05     | 0,95    |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  |           |         |          |         | -0,41     | 0,67    | -0,15     | 0,86    |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |           |         |          |         |           |         |           |         |
| mittlere Bildung                                          |           |         |          |         | -0,26     | 0,77    | -0,37     | 0,69    |
| hohe Bildung                                              |           |         |          |         | -0,98 *** | 0,38    | -1,05 *** | 0,35    |
| Alter                                                     |           |         |          |         | -0,02 *   | 0,98    | -0,03 **  | 0,97    |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |           |         |          |         |           |         |           |         |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 |           |         |          |         |           |         | 0,97 **   | 2,63    |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    |           |         |          |         |           |         | 0,81 **   | 2,24    |
| BMI (Ref: Personen mit Normalgewicht)                     |           |         |          |         |           |         |           |         |
| Personen mit Untergewicht                                 |           |         |          |         |           |         | -0,71     | 0,49    |
| Personen mit Präadipositas                                |           |         |          |         |           |         | 0,44 +    | 1,56    |
| Personen mit Adipositas                                   |           |         |          |         |           |         | -0,12     | 0,89    |
| N                                                         |           |         |          |         |           | 693     |           |         |
| Nagelkerkes R <sup>2</sup>                                |           | 0,136   |          | 0,176   |           | 0,222   |           | 0,258   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; logistische Regression; p-Werte auf Basis des Wald-Tests berechnet

Tabelle A 34: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf das Schönheitshandeln

| Variable: latent; <i>manifest</i> |                   | unstand.<br>Koeffizient | stand. |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------------|--------|
| <i>Anzahl genutzter Medien</i>    | Schönheitshandeln | 0,03 ***                | 0,35   |
| <i>BMI</i>                        |                   | -0,01 ***               | -0,28  |
| <i>Einkommen</i>                  |                   | 0,00                    | 0,04   |
| <i>Boulevard-TV</i>               |                   | 0,02 **                 | 0,13   |
| <i>Schönheits-TV</i>              |                   | 0,03 ***                | 0,19   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 35: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf das allgemeine Schönheitshandeln

| Variable: latent; <i>manifest</i> |                                  | unstand.    | stand. |
|-----------------------------------|----------------------------------|-------------|--------|
|                                   |                                  | Koeffizient |        |
| Schönheitshandeln                 | allgemeines<br>Schönheitshandeln | 1,43 ***    | 0,72   |
| <i>Bildung</i>                    |                                  | -0,02       | -0,05  |
| <i>Alter</i>                      |                                  | 0,01 ***    | 0,24   |
| <i>Geschlecht</i>                 |                                  | 0,36 ***    | 0,58   |
| <i>Tradition</i>                  |                                  | 0,00        | -0,02  |
| <i>Conformity</i>                 |                                  | 0,00        | -0,01  |
| <i>Security</i>                   |                                  | 0,00        | -0,01  |
| <i>Power</i>                      |                                  | 0,03 *      | 0,10   |
| <i>Achievement</i>                |                                  | 0,00        | 0,02   |
| <i>Hedonism</i>                   |                                  | 0,01        | 0,04   |
| <i>Stimulation</i>                |                                  | 0,01        | 0,03   |
| <i>Self-Direction</i>             |                                  | 0,01        | 0,03   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet

Tabelle A 36: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf das weibliche Schönheitshandeln

| Variable: latent; <i>manifest</i>         |                                 | unstand.    | stand. |
|-------------------------------------------|---------------------------------|-------------|--------|
|                                           |                                 | Koeffizient |        |
| Schönheitshandeln                         | weibliches<br>Schönheitshandeln | 1,00        | 0,42   |
| <i>Bildung</i>                            |                                 | -0,01       | -0,02  |
| <i>Alter</i>                              |                                 | 0,00 ***    | -0,13  |
| <i>Geschlecht</i>                         |                                 | 0,62 ***    | 0,81   |
| <i>Klassische<br/>Frauenzeitschriften</i> |                                 | -0,01       | -0,03  |
| <i>Moderne<br/>Frauenzeitschriften</i>    |                                 | 0,01        | 0,03   |
| <i>Tradition</i>                          |                                 | -0,01       | -0,03  |
| <i>Conformity</i>                         |                                 | 0,00        | 0,01   |
| <i>Security</i>                           |                                 | -0,01       | -0,04  |
| <i>Power</i>                              |                                 | -0,01       | -0,02  |
| <i>Achievement</i>                        |                                 | 0,02 *      | 0,08   |
| <i>Hedonism</i>                           |                                 | 0,01        | 0,02   |
| <i>Stimulation</i>                        |                                 | 0,01        | 0,04   |
| <i>Self-Direction</i>                     |                                 | 0,02        | 0,05   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 37: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf das männliche Schönheitshandeln

| Variable: latent; <i>manifest</i>           |                                 | unstand.    | stand. |
|---------------------------------------------|---------------------------------|-------------|--------|
|                                             |                                 | Koeffizient |        |
| Schönheitshandeln                           | männliches<br>Schönheitshandeln | 0,21 ***    | 0,23   |
| <i>Bildung</i>                              |                                 | 0,00        | -0,01  |
| <i>Alter</i>                                |                                 | 0,00        | 0,04   |
| <i>Geschlecht</i>                           |                                 | -0,20 ***   | -0,71  |
| <i>Fitness- und<br/>Männerzeitschriften</i> |                                 | 0,06 ***    | 0,21   |
| <i>Tradition</i>                            |                                 | -0,01       | -0,06  |
| <i>Conformity</i>                           |                                 | 0,00        | 0,01   |
| <i>Security</i>                             |                                 | 0,01 *      | 0,09   |
| <i>Power</i>                                |                                 | 0,00        | -0,01  |
| <i>Achievement</i>                          |                                 | 0,00        | 0,03   |
| <i>Hedonism</i>                             |                                 | 0,00        | 0,00   |
| <i>Stimulation</i>                          |                                 | 0,02 *      | 0,14   |
| <i>Self-Direction</i>                       |                                 | -0,01       | -0,05  |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 38: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf das dauerhafte Schönheitshandeln

| Variable: latent; <i>manifest</i> |                               | unstand.    | stand. |
|-----------------------------------|-------------------------------|-------------|--------|
|                                   |                               | Koeffizient |        |
| Schönheitshandeln                 | dauerhaftes Schönheitshandeln | 0,12 ***    | 0,22   |
| <i>Tradition</i>                  |                               | 0,00        | 0,01   |
| <i>Conformity</i>                 |                               | 0,00        | -0,02  |
| <i>Security</i>                   |                               | -0,01       | -0,07  |
| <i>Power</i>                      |                               | 0,00        | 0,01   |
| <i>Achievement</i>                |                               | -0,01 *     | -0,13  |
| <i>Hedonism</i>                   |                               | 0,00        | 0,00   |
| <i>Stimulation</i>                |                               | 0,01 **     | 0,20   |
| <i>Self-Direction</i>             |                               | 0,00        | 0,03   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 39: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf die Unterkonstrukte des dauerhaften Schönheitshandelns

| Variable: latent; <i>manifest</i> |                                   | unstand.<br>Koeffizient | stand. |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--------|
| dauerhaftes<br>Schönheitshandeln  | <i>Ohringe</i>                    | 1,43 ***                | 0,29   |
| <i>Geschlecht</i>                 |                                   | 0,25 ***                | 0,29   |
| dauerhaftes<br>Schönheitshandeln  | <i>Piercings</i>                  | 1,00                    | 0,75   |
| <i>Bildung</i>                    |                                   | -0,02 ***               | -0,16  |
| <i>Alter</i>                      |                                   | 0,00 ***                | -0,18  |
| <i>Geschlecht</i>                 |                                   | 0,03 **                 | 0,13   |
| dauerhaftes<br>Schönheitshandeln  | <i>Tattoos</i>                    | 0,81 ***                | 0,60   |
| <i>Bildung</i>                    |                                   | -0,03 ***               | -0,18  |
| <i>Alter</i>                      |                                   | 0,00 *                  | -0,10  |
| <i>Geschlecht</i>                 |                                   | 0,01                    | 0,05   |
| dauerhaftes<br>Schönheitshandeln  | <i>Schönheitsoperatione<br/>n</i> | 0,02                    | 0,01   |
| <i>Alter</i>                      |                                   | 0,00                    | 0,00   |
| <i>Geschlecht</i>                 |                                   | 0,01                    | 0,02   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 40: Strukturmodell – Ausschnitt: Messmodell des allgemeinen Schönheitshandelns

| Variable: latent; <i>manifest</i> |                                             | unstand.    | stand. |
|-----------------------------------|---------------------------------------------|-------------|--------|
|                                   |                                             | Koeffizient |        |
| Allgemeines<br>Schönheitshandeln  | <i>Body Lotion/<br/>Körpermilch</i>         | 1,00        | 0,62   |
|                                   | <i>Deodorant/ Parfüm</i>                    | 0,22 ***    | 0,22   |
|                                   | <i>Haarwaschmittel/<br/>Conditioner</i>     | 0,48 ***    | 0,30   |
|                                   | <i>Haargel oder andere<br/>Produkte zum</i> | 0,46 ***    | 0,31   |
|                                   | <i>Duschgel/<br/>Gesichtsmasken/</i>        | 0,28 ***    | 0,26   |
|                                   |                                             | 0,34 ***    | 0,36   |
|                                   | <i>Handcreme</i>                            | 0,81 ***    | 0,50   |
|                                   | <i>Haarkuren</i>                            | 0,40 ***    | 0,36   |
|                                   | <i>Gesichtswasser/<br/>Gesichtswaschgel</i> | 0,67 ***    | 0,46   |
|                                   | <i>Antifaltencreme</i>                      | 0,73 ***    | 0,59   |
|                                   | <i>Mundwasser/<br/>Mundspülung</i>          | 0,45 ***    | 0,28   |
|                                   | <i>Gesichtscreme/<br/>Gesichts lotion</i>   | 0,94 ***    | 0,58   |
|                                   | <i>Zähne putzen</i>                         | 0,06 ***    | 0,15   |
|                                   | <i>Zahnseide</i>                            | 0,36 ***    | 0,29   |
|                                   | <i>sportliche Aktivität</i>                 | 0,10 +      | 0,07   |
|                                   | <i>Diäten</i>                               | 0,20 ***    | 0,20   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 41: Strukturmodell – Ausschnitt: Messmodell des weiblichen und männlichen Schönheitshandelns

| Variable: latent; <i>manifest</i> |                                    | unstand.    | stand. |
|-----------------------------------|------------------------------------|-------------|--------|
|                                   |                                    | Koeffizient |        |
| weibliches                        | <i>Schminke</i>                    | 0,85 ***    | 0,71   |
|                                   | <i>gefärbte Haare</i>              | 0,77 ***    | 0,58   |
|                                   | <i>Augenbrauen</i>                 | 0,50 ***    | 0,46   |
|                                   | <i>Achselhöhlen</i>                | 0,76 ***    | 0,58   |
|                                   | <i>Arme</i>                        | 0,15 ***    | 0,23   |
|                                   | <i>Intimbereich</i>                | 0,52 ***    | 0,39   |
|                                   | <i>Beine</i>                       | 1,00        | 0,78   |
|                                   | <i>Nagellack</i>                   | 0,39 ***    | 0,44   |
| männliches                        | <i>Frisörbesuch</i>                | 0,86 ***    | 0,31   |
|                                   | <i>Gesäß</i>                       | 0,30 ***    | 0,17   |
|                                   | <i>Gesicht (außer Augenbrauen)</i> | 2,25 ***    | 0,65   |
|                                   | <i>Rücken</i>                      | 0,38 ***    | 0,31   |
|                                   | <i>Brust</i>                       | 1,00        | 0,48   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 42: Strukturmodell – Ausschnitt: Messmodelle des dauerhaften Schönheitshandelns

| Variable: latent; <i>manifest</i> |                       | unstand.<br>Koeffizient | stand. |
|-----------------------------------|-----------------------|-------------------------|--------|
| Piercings                         | <i>Intimbereich</i>   | 0,18 ***                | 0,20   |
|                                   | <i>Bauchnabel</i>     | 0,32 ***                | 0,19   |
|                                   | <i>Brustwarze(n)</i>  | 0,43 ***                | 0,35   |
|                                   | <i>Dekoltee</i>       | 0,10 ***                | 0,20   |
|                                   | <i>Lippe(n)</i>       | 1,00                    | 0,68   |
|                                   | <i>Zunge</i>          | 1,00 ***                | 0,66   |
|                                   | <i>Nase</i>           | 0,88 ***                | 0,55   |
|                                   | <i>Augenbraue(n)</i>  | 0,31 ***                | 0,33   |
| Tattoos                           | <i>Fuß/ Füße</i>      | 0,50 ***                | 0,37   |
|                                   | <i>Oberschenkel</i>   | 0,41 ***                | 0,47   |
|                                   | <i>Unterschenkel</i>  | 1,00                    | 0,57   |
|                                   | <i>Intimbereich</i>   | 0,10 **                 | 0,15   |
|                                   | <i>Bauch</i>          | 0,24 ***                | 0,18   |
|                                   | <i>Brust</i>          | 0,57 ***                | 0,40   |
|                                   | <i>Unterer Rücken</i> | 0,39 ***                | 0,34   |
|                                   | <i>Oberer Rücken</i>  | 1,14 ***                | 0,50   |
|                                   | <i>Hand/ Hände</i>    | 0,29 ***                | 0,34   |
|                                   | <i>Unterarm(e)</i>    | 0,68 ***                | 0,35   |
|                                   | <i>Oberarm(e)</i>     | 1,21 ***                | 0,44   |
|                                   | <i>Hals</i>           | 0,29 ***                | 0,35   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 43: Kommunalitäten des abschließenden Modells (Teil 1)

| Variablen: latent;<br><i>manifest</i>                                           | Kommunalität |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Schönheitshandeln                                                               | 0,275        |
| Allgemeines<br>Schönheitshandeln                                                | 0,908        |
| <i>Diäten</i>                                                                   | 0,038        |
| sportliche Aktivität                                                            | 0,005        |
| Zahnseide                                                                       | 0,083        |
| Zähne Putzen                                                                    | 0,023        |
| <i>Gesichtscreme/</i><br><i>Gesichtslotion</i>                                  | 0,334        |
| <i>Mundwasser/</i><br><i>Mundspülung</i>                                        | 0,078        |
| <i>Antifaltencreme</i>                                                          | 0,343        |
| <i>Gesichtswasser/</i><br><i>Gesichtswaschgel</i>                               | 0,215        |
| <i>Haarkuren</i>                                                                | 0,129        |
| <i>Handcreme</i>                                                                | 0,254        |
| <i>Gesichtsmasken/</i><br><i>Gesichtspeelings</i>                               | 0,130        |
| <i>Duschgel/ Duschzusatz/</i><br><i>Badezusatz</i>                              | 0,068        |
| <i>Haargel oder andere</i><br><i>Produkte zum Frisieren</i><br><i>der Haare</i> | 0,094        |
| <i>Haarwaschmittel/</i><br><i>Conditioner</i>                                   | 0,092        |
| <i>Deodorant/ Parfüm</i>                                                        | 0,050        |
| <i>Body Lotion/</i><br><i>Körpermilch</i>                                       | 0,383        |

Tabelle A 44: Kommunalitäten des abschließenden Modells (Teil 2)

| Variablen: latent;<br><i>manifest</i>  | Kommunalität |
|----------------------------------------|--------------|
| weibliches<br>Schönheitshandeln        | 0,905        |
| <i>Nagellack</i>                       | 0,193        |
| <i>Beine</i>                           | 0,613        |
| <i>Intimbereich</i>                    | 0,151        |
| <i>Arme</i>                            | 0,052        |
| <i>Achselhöhlen</i>                    | 0,333        |
| <i>Augenbrauen</i>                     | 0,207        |
| <i>gefärbte Haare</i>                  | 0,335        |
| <i>Schminke</i>                        | 0,502        |
| männliches<br>Schönheitshandeln        | 0,684        |
| <i>Brust</i>                           | 0,229        |
| <i>Rücken</i>                          | 0,094        |
| <i>Gesicht (außer<br/>Augenbrauen)</i> | 0,421        |
| <i>Gesäß</i>                           | 0,030        |
| <i>Frisörbesuch</i>                    | 0,094        |

Tabelle A 45: Kommunalitäten des abschließenden Modells (Teil 3)

| Variablen: latent;<br><i>manifest</i> | Kommunalität |
|---------------------------------------|--------------|
| dauerhaftes<br>Schönheitshandeln      | 0,117        |
| Ohringe                               | 0,173        |
| Piercing                              | 0,654        |
| Augenbraue(n)                         | 0,106        |
| Nase                                  | 0,299        |
| Zunge                                 | 0,432        |
| Lippe(n)                              | 0,457        |
| Dekoltee                              | 0,041        |
| Brustwarze(n)                         | 0,121        |
| Bauchnabel                            | 0,037        |
| Intimbereich                          | 0,041        |
| Tattoo                                | 0,413        |
| Hals                                  | 0,124        |
| Oberarm(e)                            | 0,191        |
| Unterarm(e)                           | 0,125        |
| Hand/ Hände                           | 0,112        |
| Oberer Rücken                         | 0,247        |
| Unterer Rücken                        | 0,118        |
| Brust                                 | 0,164        |
| Bauch                                 | 0,032        |
| Intimbereich                          | 0,022        |
| Unterschenkel                         | 0,323        |
| Oberschenkel                          | 0,219        |
| Fuß/ Füße                             | 0,136        |
| Schönheitsoperationen                 | 0,001        |

Tabelle A 46: Getestete Signifikanz der Varianz (latente und manifeste Variablen)

| Variable                         | Estimate    |
|----------------------------------|-------------|
| Moderne Frauenzeitschriften      | 0,793 ***   |
| Klassische Frauenzeitschriften   | 0,628 ***   |
| Fitness- und Männerzeitschriften | 0,240 ***   |
| Geschlecht                       | 0,243 ***   |
| Bildung                          | 0,647 ***   |
| Alter                            | 180,474 *** |
| Anzahl genutzter Medien          | 3,398 ***   |
| BMI                              | 31,806 ***  |
| Einkommen                        | 33,971 ***  |
| Boulevard-TV                     | 1,426 ***   |
| Schönheits-TV                    | 0,961 ***   |
| Self-Direction                   | 0,945 ***   |
| Stimulation                      | 1,545 ***   |
| Hedonism                         | 1,356 ***   |
| Power                            | 1,370 ***   |
| Achievement                      | 1,512 ***   |
| Conformity                       | 1,423 ***   |
| Tradition                        | 1,223 ***   |
| Security                         | 1,209 ***   |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 47: Signifikanz der Varianz (Fehlerterme)

| Variable | Estimate  |
|----------|-----------|
| e999     | 0,019 *** |
| e888     | 0,006 *** |
| e555     | 0,010 *** |
| e444     | 0,007 *** |
| e222     | 0,007 *** |
| e333     | 0,015 *** |
| e111     | 0,041 *** |
| e50      | 0,021 *** |
| e51      | 0,008 *** |
| e52      | 0,027 *** |
| e53      | 0,006 *** |
| e54      | 0,023 *** |
| e55      | 0,021 *** |
| e56      | 0,015 *** |
| e57      | 0,053 *** |
| e58      | 0,009 *** |
| e59      | 0,044 *** |
| e60      | 0,084 *** |
| e61      | 0,008 *** |
| e48      | 0,010 *** |
| e47      | 0,035 *** |
| e46      | 0,018 *** |
| e45      | 0,003 *** |
| e44      | 0,015 *** |
| e43      | 0,017 *** |
| e42      | 0,023 *** |
| e41      | 0,011 *** |
| e16      | 0,160 *** |
| e15      | 0,086 *** |
| e14      | 0,213 *** |
| e13      | 0,193 *** |
| e12      | 0,106 *** |
| e11      | 0,072 *** |
| e10      | 0,193 *** |
| e9       | 0,102 *** |
| e8       | 0,150 *** |
| e7       | 0,108 *** |
| e6       | 0,231 *** |
| e5       | 0,161 *** |
| e4       | 0,014 *** |
| e3       | 0,137 *** |
| e2       | 0,213 *** |
| e1       | 0,099 *** |
| e31      | 0,099 *** |
| e32      | 0,164 *** |
| e33      | 0,139 *** |
| e34      | 0,167 *** |
| e35      | 0,061 *** |
| e36      | 0,216 *** |
| e37      | 0,082 *** |
| e38      | 0,087 *** |
| e20      | 0,142 *** |
| e21      | 0,056 *** |
| e22      | 0,068 *** |
| e23      | 0,030 *** |
| e24      | 0,077 *** |
| e666     | 0,133 *** |
| e777     | 0,061 *** |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  
 $p < 0,001$ ; ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-  
 Tests berechnet

Tabelle A 48: Indirekte Effekte im abschließenden Modell (Ausschnitt: Konstrukte des Schönheitshandelns)

|                                | Hedonism | Self-<br>Direction | Stimulation | Security | Tradition | Conformity | Achieve-<br>ment | Power | Schönheits-<br>TV | Boulevard-<br>TV | Einkommen | Body-Mass-<br>Index | Genutzte<br>Medien | Schönheits-<br>handeln |
|--------------------------------|----------|--------------------|-------------|----------|-----------|------------|------------------|-------|-------------------|------------------|-----------|---------------------|--------------------|------------------------|
| Schönheitshandeln              | 0        | 0                  | 0           | 0        | 0         | 0          | 0                | 0     | 0                 | 0                | 0         | 0                   | 0                  | 0                      |
| Dauerhaftes Schönheitshandeln  | 0        | 0                  | 0           | 0        | 0         | 0          | 0                | 0     | 0,042             | 0,029            | 0,010     | -0,062              | 0,079              | 0                      |
| Männliches Schönheitshandeln   | 0        | 0                  | 0           | 0        | 0         | 0          | 0                | 0     | 0,043             | 0,030            | 0,010     | -0,064              | 0,082              | 0                      |
| Weibliches Schönheitshandeln   | 0        | 0                  | 0           | 0        | 0         | 0          | 0                | 0     | 0,077             | 0,054            | 0,018     | -0,115              | 0,146              | 0                      |
| Allgemeines Schönheitshandeln  | 0        | 0                  | 0           | 0        | 0         | 0          | 0                | 0     | 0,134             | 0,093            | 0,031     | -0,199              | 0,252              | 0                      |
| Index Piercing                 | -0,002   | 0,023              | 0,152       | -0,051   | 0,008     | -0,018     | -0,100           | 0,005 | 0,031             | 0,022            | 0,007     | -0,047              | 0,059              | 0,169                  |
| Index Tattoo                   | -0,002   | 0,019              | 0,121       | -0,041   | 0,006     | -0,014     | -0,080           | 0,004 | 0,025             | 0,018            | 0,006     | -0,037              | 0,047              | 0,135                  |
| Schönheitsoperation vorhanden? | 0        | 0                  | 0,001       | 0        | 0         | 0          | -0,001           | 0     | 0                 | 0                | 0         | 0                   | 0,001              | 0,001                  |

Anmerkung: ML Schätzung; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Tabelle A 49: Indirekte Effekte im abschließenden Modell (Ausschnitt: Männliches Schönheitshandeln)

|                       | Geschlecht | Fitness- und<br>Männer-<br>zeitschriften | Alter | Bildung in<br>Gruppen | Hedonism | Self-<br>Direction | Stimulation | Security | Tradition | Conformity | Achieve-<br>ment | Power  | Schönheits-<br>TV | Boulevard-<br>TV | Einkommen | Body-Mass-<br>Index | Genutzte<br>Medien | Schönheits-<br>handeln |
|-----------------------|------------|------------------------------------------|-------|-----------------------|----------|--------------------|-------------|----------|-----------|------------|------------------|--------|-------------------|------------------|-----------|---------------------|--------------------|------------------------|
| Rasur: Brust          | -0,339     | 0,102                                    | 0,017 | -0,005                | 0,000    | -0,023             | 0,065       | 0,043    | -0,031    | 0,006      | 0,013            | -0,005 | 0,021             | 0,015            | 0,005     | -0,031              | 0,039              | 0,112                  |
| Rasur: Rücken         | -0,217     | 0,065                                    | 0,011 | -0,003                | 0,000    | -0,014             | 0,041       | 0,028    | -0,020    | 0,004      | 0,009            | -0,003 | 0,013             | 0,009            | 0,003     | -0,020              | 0,025              | 0,071                  |
| Rasur: Gesicht        | -0,460     | 0,138                                    | 0,023 | -0,007                | -0,001   | -0,031             | 0,088       | 0,059    | -0,041    | 0,008      | 0,018            | -0,007 | 0,028             | 0,020            | 0,007     | -0,042              | 0,053              | 0,151                  |
| Rasur: Unterer Rücken | -0,123     | 0,037                                    | 0,006 | -0,002                | 0,000    | -0,008             | 0,023       | 0,016    | -0,011    | 0,002      | 0,005            | -0,002 | 0,008             | 0,005            | 0,002     | -0,011              | 0,014              | 0,041                  |
| Frisörbesuch          | -0,217     | 0,065                                    | 0,011 | -0,003                | 0,000    | -0,015             | 0,041       | 0,028    | -0,020    | 0,004      | 0,009            | -0,003 | 0,013             | 0,009            | 0,003     | -0,020              | 0,025              | 0,071                  |

Anmerkung: ML Schätzung; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Tabelle A 50: Indirekte Effekte im abschließenden Modell (Ausschnitt: Weibliches Schönheitshandeln)

|                     | Geschlecht | Moderner<br>Frauenzeit-<br>schriften | Klassische<br>Frauen-<br>zeitschriften | Alter  | Bildung in<br>Gruppen | Hedonism | Self-<br>Direction | Stimulation | Security | Tradition | Conformity | Achieve-<br>ment | Power  | Schönheits-<br>TV | Boulevard-<br>TV | Einkommen | Body-Mass-<br>Index | Genutzte<br>Medien | Schönheits-<br>handeln |
|---------------------|------------|--------------------------------------|----------------------------------------|--------|-----------------------|----------|--------------------|-------------|----------|-----------|------------|------------------|--------|-------------------|------------------|-----------|---------------------|--------------------|------------------------|
| Nagellack           | 0,358      | 0,012                                | -0,012                                 | -0,056 | -0,011                | 0,010    | 0,020              | 0,018       | -0,017   | -0,011    | 0,003      | 0,034            | -0,011 | 0,034             | 0,024            | 0,008     | -0,050              | 0,064              | 0,182                  |
| Rasur: Beine        | 0,637      | 0,021                                | -0,022                                 | -0,100 | -0,019                | 0,018    | 0,035              | 0,031       | -0,030   | -0,020    | 0,006      | 0,060            | -0,019 | 0,060             | 0,042            | 0,014     | -0,090              | 0,114              | 0,325                  |
| Rasur: Intimbereich | 0,317      | 0,011                                | -0,011                                 | -0,050 | -0,009                | 0,009    | 0,017              | 0,016       | -0,015   | -0,010    | 0,003      | 0,030            | -0,009 | 0,030             | 0,021            | 0,007     | -0,045              | 0,057              | 0,161                  |
| Rasur: Arme         | 0,185      | 0,006                                | -0,006                                 | -0,029 | -0,005                | 0,005    | 0,010              | 0,009       | -0,009   | -0,006    | 0,002      | 0,017            | -0,006 | 0,018             | 0,012            | 0,004     | -0,026              | 0,033              | 0,095                  |
| Rasur: Achselhöhlen | 0,470      | 0,016                                | -0,016                                 | -0,074 | -0,014                | 0,013    | 0,026              | 0,023       | -0,022   | -0,014    | 0,004      | 0,044            | -0,014 | 0,045             | 0,031            | 0,010     | -0,066              | 0,084              | 0,240                  |
| Rasur: Augenbrauen  | 0,370      | 0,012                                | -0,013                                 | -0,058 | -0,011                | 0,011    | 0,020              | 0,018       | -0,017   | -0,011    | 0,003      | 0,035            | -0,011 | 0,035             | 0,025            | 0,008     | -0,052              | 0,066              | 0,189                  |
| gefärbte Haare      | 0,471      | 0,016                                | -0,016                                 | -0,074 | -0,014                | 0,013    | 0,026              | 0,023       | -0,022   | -0,014    | 0,004      | 0,044            | -0,014 | 0,045             | 0,031            | 0,010     | -0,066              | 0,084              | 0,240                  |
| Schminke            | 0,577      | 0,019                                | -0,020                                 | -0,090 | -0,017                | 0,017    | 0,032              | 0,028       | -0,027   | -0,018    | 0,005      | 0,054            | -0,017 | 0,055             | 0,038            | 0,013     | -0,081              | 0,103              | 0,294                  |

Anmerkung: ML Schätzung; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Tabelle A 51: Indirekte Effekte im abschließenden Modell (Ausschnitt: Allgemeines Schönheitshandeln)

|                                                         | Geschlecht | Alter | Bildung in Gruppen | Hedonism | Self-Direction | Stimulation | Security | Tradition | Conformity | Achievement | Power | Schönheits-TV | Boulevard-TV | Einkommen | Body-Mass-Index | Genutzte Medien | Schönheits-handeln |
|---------------------------------------------------------|------------|-------|--------------------|----------|----------------|-------------|----------|-----------|------------|-------------|-------|---------------|--------------|-----------|-----------------|-----------------|--------------------|
| Diät                                                    | 0,113      | 0,046 | -0,009             | 0,008    | 0,006          | 0,007       | -0,003   | -0,003    | -0,001     | 0,003       | 0,019 | 0,026         | 0,018        | 0,006     | -0,039          | 0,049           | 0,140              |
| Sportliche Aktivität                                    | 0,040      | 0,016 | -0,003             | 0,003    | 0,002          | 0,002       | -0,001   | -0,001    | 0,000      | 0,001       | 0,007 | 0,009         | 0,006        | 0,002     | -0,014          | 0,018           | 0,050              |
| Nutzung Zahnseide                                       | 0,166      | 0,068 | -0,013             | 0,012    | 0,008          | 0,010       | -0,004   | -0,005    | -0,002     | 0,005       | 0,029 | 0,038         | 0,027        | 0,009     | -0,057          | 0,072           | 0,206              |
| Zähne putzen                                            | 0,087      | 0,035 | -0,007             | 0,006    | 0,004          | 0,005       | -0,002   | -0,002    | -0,001     | 0,003       | 0,015 | 0,020         | 0,014        | 0,005     | -0,030          | 0,038           | 0,108              |
| Gesichtscreme/Gesichtslotion                            | 0,334      | 0,137 | -0,026             | 0,025    | 0,017          | 0,019       | -0,008   | -0,009    | -0,004     | 0,010       | 0,057 | 0,077         | 0,054        | 0,018     | -0,115          | 0,146           | 0,415              |
| Mundwasser/Mundspülung                                  | 0,162      | 0,066 | -0,013             | 0,012    | 0,008          | 0,009       | -0,004   | -0,004    | -0,002     | 0,005       | 0,028 | 0,037         | 0,026        | 0,009     | -0,056          | 0,071           | 0,201              |
| Antifaltencreme                                         | 0,339      | 0,139 | -0,026             | 0,025    | 0,017          | 0,020       | -0,008   | -0,009    | -0,004     | 0,010       | 0,058 | 0,078         | 0,055        | 0,018     | -0,116          | 0,148           | 0,420              |
| Gesichtswasser/<br>Gesichtswaschcreme                   | 0,268      | 0,110 | -0,021             | 0,020    | 0,013          | 0,016       | -0,006   | -0,007    | -0,003     | 0,008       | 0,046 | 0,062         | 0,043        | 0,014     | -0,092          | 0,117           | 0,333              |
| Haarkuren                                               | 0,208      | 0,085 | -0,016             | 0,015    | 0,010          | 0,012       | -0,005   | -0,006    | -0,002     | 0,006       | 0,036 | 0,048         | 0,034        | 0,011     | -0,071          | 0,091           | 0,258              |
| Handcreme                                               | 0,291      | 0,119 | -0,023             | 0,021    | 0,015          | 0,017       | -0,007   | -0,008    | -0,003     | 0,008       | 0,050 | 0,067         | 0,047        | 0,016     | -0,100          | 0,127           | 0,362              |
| Gesichtsmasken/Gesichtspeelings                         | 0,208      | 0,085 | -0,016             | 0,015    | 0,010          | 0,012       | -0,005   | -0,006    | -0,002     | 0,006       | 0,036 | 0,048         | 0,034        | 0,011     | -0,072          | 0,091           | 0,258              |
| Duschgel/ Duschzusatz/<br>Badezusatz                    | 0,150      | 0,062 | -0,012             | 0,011    | 0,008          | 0,009       | -0,003   | -0,004    | -0,002     | 0,004       | 0,026 | 0,035         | 0,024        | 0,008     | -0,052          | 0,066           | 0,187              |
| Haargel oder andere Produkte<br>zum Frisieren der Haare | 0,177      | 0,073 | -0,014             | 0,013    | 0,009          | 0,010       | -0,004   | -0,005    | -0,002     | 0,005       | 0,030 | 0,041         | 0,029        | 0,009     | -0,061          | 0,077           | 0,220              |
| Haarwaschmittel/Conditioner                             | 0,176      | 0,072 | -0,014             | 0,013    | 0,009          | 0,010       | -0,004   | -0,005    | -0,002     | 0,005       | 0,030 | 0,041         | 0,028        | 0,009     | -0,060          | 0,077           | 0,218              |
| Deodorant/Parrfüm                                       | 0,129      | 0,053 | -0,010             | 0,010    | 0,006          | 0,007       | -0,003   | -0,004    | -0,001     | 0,004       | 0,022 | 0,030         | 0,021        | 0,007     | -0,044          | 0,056           | 0,160              |
| Body Lotion/Körpermilch                                 | 0,358      | 0,146 | -0,028             | 0,026    | 0,018          | 0,021       | -0,008   | -0,010    | -0,004     | 0,010       | 0,061 | 0,083         | 0,058        | 0,019     | -0,123          | 0,156           | 0,444              |

Anmerkung: ML Schätzung; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Tabelle A 52: Indirekte Effekte im abschließenden Modell (Ausschnitt: Piercings)

|                         | Geschlecht | Alter  | Bildung in Gruppen | Hedonism | Self-Direction | Stimulation | Security | Tradition | Conformity | Achievement | Power | Schönheits-TV | Boulevard-TV | Einkommen | Body-Mass-Index | Genutzte Medien | Schönheits-handeln | Dauerhaftes Schönheits-handeln |
|-------------------------|------------|--------|--------------------|----------|----------------|-------------|----------|-----------|------------|-------------|-------|---------------|--------------|-----------|-----------------|-----------------|--------------------|--------------------------------|
| Piercing: Ohr(en)       | 0          | 0      | 0                  | -0,001   | 0,009          | 0,059       | -0,020   | 0,003     | -0,007     | -0,039      | 0,002 | 0,012         | 0,009        | 0,003     | -0,018          | 0,023           | 0,066              | 0                              |
| Piercing: Augenbraue(n) | 0,043      | -0,058 | -0,052             | -0,001   | 0,008          | 0,049       | -0,017   | 0,003     | -0,006     | -0,033      | 0,002 | 0,010         | 0,007        | 0,002     | -0,015          | 0,019           | 0,055              | 0,246                          |
| Piercing: Nase          | 0,072      | -0,098 | -0,087             | -0,001   | 0,013          | 0,083       | -0,028   | 0,004     | -0,010     | -0,055      | 0,003 | 0,017         | 0,012        | 0,004     | -0,026          | 0,032           | 0,092              | 0,412                          |
| Piercing: Zunge         | 0,087      | -0,117 | -0,104             | -0,002   | 0,015          | 0,100       | -0,034   | 0,005     | -0,012     | -0,066      | 0,003 | 0,021         | 0,014        | 0,005     | -0,031          | 0,039           | 0,111              | 0,496                          |
| Piercing: Lippe(n)      | 0,090      | -0,121 | -0,107             | -0,002   | 0,016          | 0,103       | -0,035   | 0,005     | -0,012     | -0,068      | 0,003 | 0,021         | 0,015        | 0,005     | -0,032          | 0,040           | 0,114              | 0,510                          |
| Piercing: Dekoltee      | 0,027      | -0,036 | -0,032             | -0,001   | 0,005          | 0,031       | -0,010   | 0,002     | -0,004     | -0,020      | 0,001 | 0,006         | 0,004        | 0,001     | -0,009          | 0,012           | 0,034              | 0,153                          |
| Piercing: Brustwarze(n) | 0,046      | -0,062 | -0,055             | -0,001   | 0,008          | 0,053       | -0,018   | 0,003     | -0,006     | -0,035      | 0,002 | 0,011         | 0,008        | 0,003     | -0,016          | 0,021           | 0,059              | 0,263                          |
| Piercing: Bauchnabel    | 0,025      | -0,034 | -0,030             | 0        | 0,004          | 0,029       | -0,010   | 0,001     | -0,003     | -0,019      | 0,001 | 0,006         | 0,004        | 0,001     | -0,009          | 0,011           | 0,032              | 0,145                          |
| Piercing: Intimbereich  | 0,027      | -0,036 | -0,032             | 0        | 0,005          | 0,031       | -0,010   | 0,002     | -0,004     | -0,020      | 0,001 | 0,006         | 0,004        | 0,001     | -0,009          | 0,012           | 0,034              | 0,152                          |

Anmerkung: ML Schätzung; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Tabelle A 53: Indirekte Effekte im abschließenden Modell (Ausschnitt: Tattoos)

|                             | Geschlecht | Alter  | Bildung in Gruppen | Hedonism | Self-Direction | Stimulation | Security | Tradition | Conformity | Achievement | Power | Schönheits-TV | Boulevard-TV | Einkommen | Body-Mass-Index | Genutzte Medien | Schönheits-handeln | Dauerhaftes Schönheits-handeln |
|-----------------------------|------------|--------|--------------------|----------|----------------|-------------|----------|-----------|------------|-------------|-------|---------------|--------------|-----------|-----------------|-----------------|--------------------|--------------------------------|
| Tätowierung: Hals           | 0,018      | -0,036 | -0,063             | -0,001   | 0,007          | 0,043       | -0,014   | 0,002     | -0,005     | -0,028      | 0,001 | 0,009         | 0,006        | 0,002     | -0,013          | 0,017           | 0,048              | 0,213                          |
| Tätowierung: Oberarm(e)     | 0,022      | -0,044 | -0,078             | -0,001   | 0,008          | 0,053       | -0,018   | 0,003     | -0,006     | -0,035      | 0,002 | 0,011         | 0,008        | 0,003     | -0,016          | 0,021           | 0,059              | 0,263                          |
| Tätowierung: Unterarm(e)    | 0,018      | -0,036 | -0,063             | -0,001   | 0,007          | 0,043       | -0,015   | 0,002     | -0,005     | -0,028      | 0,001 | 0,009         | 0,006        | 0,002     | -0,013          | 0,017           | 0,048              | 0,213                          |
| Tätowierung: Hand/Hände     | 0,017      | -0,034 | -0,060             | -0,001   | 0,006          | 0,041       | -0,014   | 0,002     | -0,005     | -0,027      | 0,001 | 0,008         | 0,006        | 0,002     | -0,012          | 0,016           | 0,045              | 0,202                          |
| Tätowierung: Oberer Rücken  | 0,025      | -0,051 | -0,089             | -0,001   | 0,009          | 0,060       | -0,020   | 0,003     | -0,007     | -0,040      | 0,002 | 0,012         | 0,009        | 0,003     | -0,019          | 0,024           | 0,067              | 0,300                          |
| Tätowierung: Unterer Rücken | 0,017      | -0,035 | -0,061             | -0,001   | 0,006          | 0,042       | -0,014   | 0,002     | -0,005     | -0,027      | 0,001 | 0,009         | 0,006        | 0,002     | -0,013          | 0,016           | 0,046              | 0,207                          |
| Tätowierung: Brust          | 0,020      | -0,041 | -0,072             | -0,001   | 0,008          | 0,049       | -0,017   | 0,003     | -0,006     | -0,032      | 0,002 | 0,010         | 0,007        | 0,002     | -0,015          | 0,019           | 0,055              | 0,244                          |
| Tätowierung: Bauch          | 0,009      | -0,018 | -0,032             | 0        | 0,003          | 0,022       | -0,007   | 0,001     | -0,003     | -0,014      | 0,001 | 0,004         | 0,003        | 0,001     | -0,007          | 0,008           | 0,024              | 0,108                          |
| Tätowierung: Intimbereich   | 0,007      | -0,015 | -0,026             | 0        | 0,003          | 0,018       | -0,006   | 0,001     | -0,002     | -0,012      | 0,001 | 0,004         | 0,003        | 0,001     | -0,005          | 0,007           | 0,020              | 0,089                          |
| Tätowierung: Unterschenkel  | 0,029      | -0,058 | -0,102             | -0,001   | 0,011          | 0,069       | -0,023   | 0,004     | -0,008     | -0,045      | 0,002 | 0,014         | 0,010        | 0,003     | -0,021          | 0,027           | 0,077              | 0,343                          |

Anmerkung: ML Schätzung; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Tabelle A 54: Lineare Regression auf den Index des *allgemeinen Schönheitshandelns* (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: Index allgemeines Schönheitshandeln   | b                 | β     | b                 | β     | b                 | β     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| Konstante                                                 | 0,96 ***<br>0,20  |       | 0,88 ***<br>0,20  |       | -0,29<br>0,24     |       |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 0,81 ***<br>0,06  | 0,47  | 0,83 ***<br>0,06  | 0,49  | 0,84 ***<br>0,06  | 0,49  |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |       |                   |       |                   |       |
| mittlere Bildung                                          | 0,10<br>0,07      | 0,06  | 0,08<br>0,07      | 0,04  | 0,09<br>0,07      | 0,05  |
| hohe Bildung                                              | 0,01<br>0,07      | 0,01  | -0,05<br>0,07     | -0,03 | -0,07<br>0,07     | -0,04 |
| Alter (in Jahren)                                         | 0,00<br>0,00      | 0,04  | 0,01 *<br>0,00    | 0,08  | 0,01 ***<br>0,00  | 0,18  |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |       |                   |       |                   |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,16 *<br>0,07    | 0,09  | 0,14 +<br>0,07    | 0,07  | 0,09<br>0,068     | 0,05  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,14 +<br>0,07    | 0,08  | 0,11<br>0,07      | 0,06  | 0,02<br>0,07      | 0,01  |
| Body-Mass-Index                                           | -0,02 ***<br>0,01 | -0,16 | -0,02 ***<br>0,01 | -0,16 | -0,02 ***<br>0,00 | -0,14 |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |       | -0,02<br>0,03     | -0,02 | -0,04<br>0,03     | -0,04 |
| Tradition                                                 |                   |       | -0,07 +<br>0,04   | -0,08 | -0,05 +<br>0,03   | -0,07 |
| Security                                                  |                   |       | -0,04<br>0,04     | -0,04 | -0,02<br>0,03     | -0,03 |
| Power                                                     |                   |       | 0,04<br>0,03      | 0,05  | 0,04<br>0,03      | 0,04  |
| Achievement                                               |                   |       | 0,01<br>0,04      | 0,01  | 0,00<br>0,03      | 0,00  |
| Hedonism                                                  |                   |       | 0,00<br>0,04      | -0,01 | -0,01<br>0,03     | -0,01 |
| Stimulation                                               |                   |       | 0,02<br>0,04      | 0,02  | -0,02<br>0,03     | -0,02 |
| Self-Direction                                            |                   |       | -0,02<br>0,04     | -0,02 | -0,02<br>0,04     | -0,02 |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |       |                   |       | 0,10 ***<br>0,02  | 0,22  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |       |                   |       | 0,07 *<br>0,03    | 0,09  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |       |                   |       | 0,04<br>0,03      | 0,05  |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |       |                   |       | 0,05<br>0,03      | 0,05  |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |       |                   |       | 0,09 *<br>0,04    | 0,08  |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |       |                   |       | 0,26 ***<br>0,06  | 0,15  |
| n                                                         |                   |       | 680               |       |                   |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,258             |       | 0,266             |       | 0,387             |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |       | 0,008 *           |       | 0,120 ***         |       |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 55: Lineare Regression auf den Index des weiblichen Schönheitshandelns (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: Index weibliches Schönheitshandeln    | b                 | β     | b                 | β     | b                 | β     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| Konstante                                                 | 0,15<br>0,16      |       | 0,06<br>0,16      |       | -0,39 +<br>0,20   |       |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 1,29 ***<br>0,05  | 0,70  | 1,29 ***<br>0,05  | 0,70  | 1,29 ***<br>0,05  | 0,70  |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |       |                   |       |                   |       |
| mittlere Bildung                                          | -0,01<br>0,06     | -0,01 | -0,02<br>0,06     | -0,01 | -0,03<br>0,06     | -0,01 |
| hohe Bildung                                              | 0,01<br>0,06      | 0,00  | -0,04<br>0,06     | -0,02 | -0,06<br>0,06     | -0,03 |
| Alter (in Jahren)                                         | -0,01 ***<br>0,00 | -0,22 | -0,01 ***<br>0,00 | -0,19 | -0,01 ***<br>0,00 | -0,15 |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |       |                   |       |                   |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,03<br>0,06      | 0,02  | 0,01<br>0,06      | 0,00  | 0,00<br>0,06      | 0,00  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,12 *<br>0,06    | 0,07  | 0,10 +<br>0,06    | 0,05  | 0,07<br>0,06      | 0,04  |
| Body-Mass-Index                                           | -0,02 ***<br>0,00 | -0,15 | -0,02 ***<br>0,00 | -0,14 | -0,02 ***<br>0,00 | -0,13 |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |       | -0,01<br>0,03     | -0,01 | -0,02<br>0,03     | -0,02 |
| Tradition                                                 |                   |       | -0,06 *<br>0,03   | -0,07 | -0,05 +<br>0,03   | -0,06 |
| Security                                                  |                   |       | -0,05 +<br>0,03   | -0,05 | -0,04<br>0,03     | -0,05 |
| Power                                                     |                   |       | -0,03<br>0,03     | -0,04 | -0,03<br>0,03     | -0,04 |
| Achievement                                               |                   |       | 0,04<br>0,03      | 0,04  | 0,04<br>0,03      | 0,04  |
| Hedonism                                                  |                   |       | -0,01<br>0,03     | -0,01 | -0,01<br>0,03     | -0,01 |
| Stimulation                                               |                   |       | 0,01<br>0,03      | 0,01  | 0,00<br>0,03      | 0,00  |
| Self-Direction                                            |                   |       | 0,00<br>0,03      | 0,00  | 0,00<br>0,03      | 0,00  |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |       |                   |       | 0,04 **<br>0,01   | 0,08  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |       |                   |       | 0,06 *<br>0,03    | 0,06  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |       |                   |       | 0,01<br>0,02      | 0,02  |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |       |                   |       | 0,04<br>0,03      | 0,04  |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |       |                   |       | 0,00<br>0,03      | 0,00  |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |       |                   |       | 0,06<br>0,05      | 0,03  |
| n                                                         | 680               |       |                   |       |                   |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,588             |       | 0,596             |       | 0,610             |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |       | 0,008 **          |       | 0,013 ***         |       |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 56: Lineare Regression auf den Index des *männlichen Schönheitshandelns* (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: Index männliches Schönheitshandeln    | b         | β     | b         | β     | b         | β     |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| Konstante                                                 | 1,81 ***  |       | 1,79 ***  |       | 1,32 ***  |       |
|                                                           | 0,22      |       | 0,22      |       | 0,27      |       |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | -0,60 *** | -0,34 | -0,57 *** | -0,33 | -0,50 *** | -0,28 |
|                                                           | 0,07      |       | 0,07      |       | 0,07      |       |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |           |       |           |       |           |       |
| mittlere Bildung                                          | 0,12      | 0,06  | 0,13      | 0,07  | 0,15 +    | 0,08  |
|                                                           | 0,08      |       | 0,08      |       | 0,08      |       |
| hohe Bildung                                              | 0,02      | 0,01  | 0,05      | 0,03  | 0,06      | 0,04  |
|                                                           | 0,08      |       | 0,08      |       | 0,08      |       |
| Alter (in Jahren)                                         | -0,01 *** | -0,15 | -0,01 **  | -0,13 | -0,01 *   | -0,09 |
|                                                           | 0,00      |       | 0,00      |       | 0,00      |       |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |           |       |           |       |           |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,12      | 0,06  | 0,09      | 0,05  | 0,07      | 0,04  |
|                                                           | 0,08      |       | 0,08      |       | 0,08      |       |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,00      | 0,00  | -0,03     | -0,02 | -0,07     | -0,04 |
|                                                           | 0,08      |       | 0,08      |       | 0,08      |       |
| Body-Mass-Index                                           | -0,01     | -0,04 | -0,01     | -0,04 | 0,00      | -0,03 |
|                                                           | 0,01      |       | 0,01      |       | 0,01      |       |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |           |       | 0,04      | 0,04  | 0,02      | 0,02  |
|                                                           |           |       | 0,04      |       | 0,04      |       |
| Tradition                                                 |           |       | -0,01     | -0,01 | -0,02     | -0,03 |
|                                                           |           |       | 0,04      |       | 0,04      |       |
| Security                                                  |           |       | 0,11 **   | 0,12  | 0,11 **   | 0,12  |
|                                                           |           |       | 0,04      |       | 0,04      |       |
| Power                                                     |           |       | -0,01     | -0,01 | -0,02     | -0,02 |
|                                                           |           |       | 0,04      |       | 0,04      |       |
| Achievement                                               |           |       | 0,01      | 0,01  | 0,00      | -0,01 |
|                                                           |           |       | 0,04      |       | 0,04      |       |
| Hedonism                                                  |           |       | 0,00      | 0,00  | 0,01      | 0,01  |
|                                                           |           |       | 0,04      |       | 0,04      |       |
| Stimulation                                               |           |       | 0,15 ***  | 0,19  | 0,11 **   | 0,14  |
|                                                           |           |       | 0,04      |       | 0,04      |       |
| Self-Direction                                            |           |       | -0,03     | -0,03 | -0,03     | -0,03 |
|                                                           |           |       | 0,05      |       | 0,04      |       |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |           |       |           |       | 0,01      | 0,03  |
|                                                           |           |       |           |       | 0,02      |       |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |           |       |           |       | 0,03      | 0,03  |
|                                                           |           |       |           |       | 0,04      |       |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |           |       |           |       | 0,06 *    | 0,08  |
|                                                           |           |       |           |       | 0,03      |       |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |           |       |           |       | -0,04     | -0,04 |
|                                                           |           |       |           |       | 0,04      |       |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |           |       |           |       | -0,01     | 0,00  |
|                                                           |           |       |           |       | 0,04      |       |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |           |       |           |       | 0,41 ***  | 0,23  |
|                                                           |           |       |           |       | 0,07      |       |
| n                                                         | 680       |       |           |       |           |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,135     |       | 0,153     |       | 0,212     |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |           |       | 0,018 **  |       | 0,059 *** |       |

Anmerkung: + p &lt; 0,1; \* p &lt; 0,05; \*\* p &lt; 0,01; \*\*\* p &lt; 0,001; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

Tabelle A 57: Lineare Regression auf den Index *Piercings* (exkl. Ohrringe) (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: Index Piercings (exkl. Ohrringe)      | b                 | β     | b                 | β     | b                 | β     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| Konstante                                                 | 0,69 **<br>0,22   |       | 0,66 **<br>0,22   |       | 0,51 +<br>0,28    |       |
| Ohrringe vorhanden (Ref: nein)                            | 0,40 ***<br>,080  | 0,20  | 0,39 ***<br>,080  | 0,19  | 0,38 ***<br>,080  | 0,19  |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 0,09<br>0,07      | 0,05  | 0,10<br>0,07      | 0,06  | 0,12 +<br>0,07    | 0,07  |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |       |                   |       |                   |       |
| mittlere Bildung                                          | -0,13<br>0,08     | -0,07 | -0,11<br>0,08     | -0,06 | -0,11<br>0,08     | -0,06 |
| hohe Bildung                                              | -0,23 **<br>0,08  | -0,13 | -0,22 **<br>0,08  | -0,13 | -0,24 **<br>0,08  | -0,14 |
| Alter (in Jahren)                                         | -0,01 ***<br>0,00 | -0,20 | -0,01 ***<br>0,00 | -0,20 | -0,01 ***<br>0,00 | -0,19 |
| Einkommen (Ref: Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |       |                   |       |                   |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,18 *<br>0,08    | 0,10  | 0,17 *<br>0,08    | 0,10  | 0,18 *<br>0,08    | 0,10  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,09<br>0,08      | 0,05  | 0,10<br>0,08      | 0,06  | 0,09<br>0,08      | 0,05  |
| Body-Mass-Index                                           | 0,01<br>0,01      | 0,05  | 0,01<br>0,01      | 0,05  | 0,01<br>0,01      | 0,05  |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |       | -0,02<br>0,04     | -0,02 | -0,01<br>0,04     | -0,01 |
| Tradition                                                 |                   |       | -0,03<br>0,04     | -0,03 | -0,02<br>0,04     | -0,02 |
| Security                                                  |                   |       | -0,02<br>0,04     | -0,02 | -0,01<br>0,04     | -0,01 |
| Power                                                     |                   |       | -0,01<br>0,04     | -0,01 | -0,01<br>0,04     | -0,01 |
| Achievement                                               |                   |       | -0,10 **<br>0,04  | -0,12 | -0,10 *<br>0,04   | -0,11 |
| Hedonism                                                  |                   |       | -0,03<br>0,04     | -0,04 | -0,03<br>0,04     | -0,04 |
| Stimulation                                               |                   |       | 0,09 *<br>0,04    | 0,11  | 0,10 *<br>0,04    | 0,12  |
| Self-Direction                                            |                   |       | 0,01<br>0,04      | 0,01  | 0,01<br>0,04      | 0,01  |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |       |                   |       | 0,02<br>0,02      | 0,05  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |       |                   |       | -0,01<br>0,04     | -0,01 |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |       |                   |       | -0,02<br>0,03     | -0,03 |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |       |                   |       | 0,01<br>0,04      | 0,01  |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |       |                   |       | -0,04<br>0,04     | -0,04 |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |       |                   |       | -0,04<br>0,07     | -0,02 |
| n                                                         |                   |       | 693               |       |                   |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,106             |       | 0,125             |       | 0,121             |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (χ <sup>2</sup> -Test)         |                   |       | 0,019 **          |       | -0,004            |       |

Anmerkung: +  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

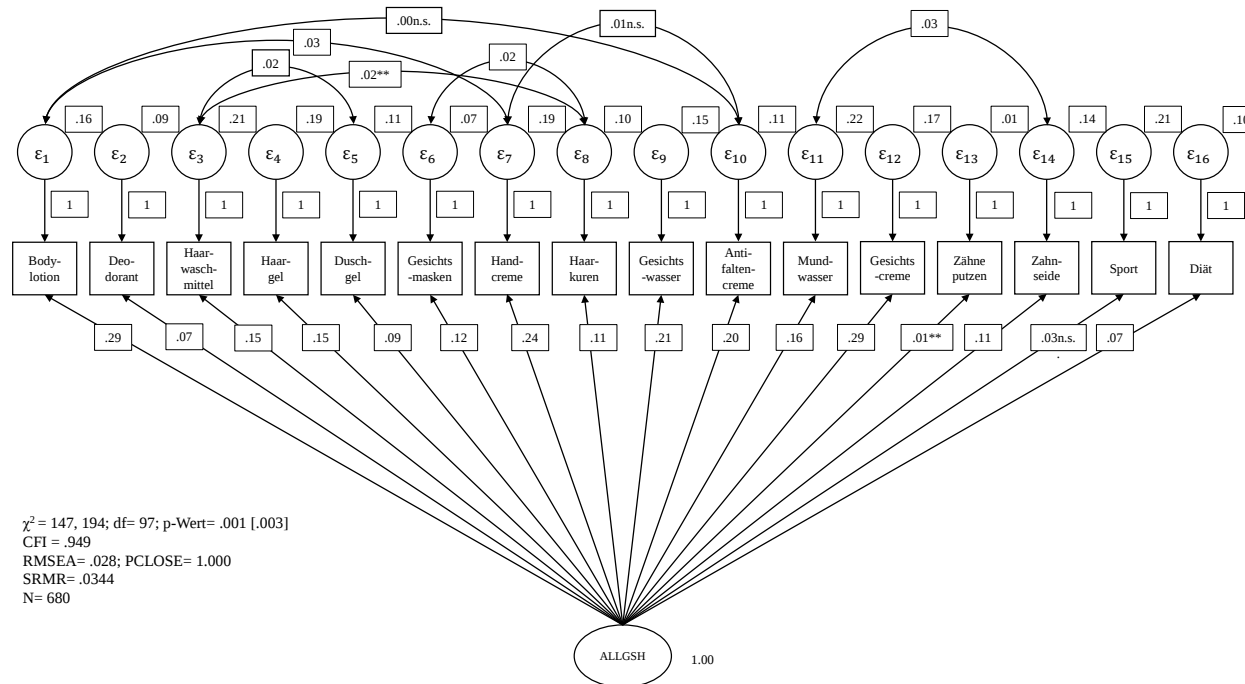
Tabelle A 58: Lineare Regression auf den Index *Tattoos* (exkl. Ohringe) (Standardfehler unterhalb der b-Koeffizienten abgetragen)

| Abhängige Variable: Index Tattoos                         | b                 | β     | b                | β     | b                | β     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|-------|------------------|-------|------------------|-------|
| Konstante                                                 | 1,48 ***<br>0,24  |       | 1,46 ***<br>0,24 |       | 0,95 **<br>0,31  |       |
| Geschlecht (Ref: Männer)                                  | 0,06<br>0,07      | 0,04  | 0,06<br>0,07     | 0,04  | 0,07<br>0,08     | 0,04  |
| Bildung (Ref: niedrige Bildung)                           |                   |       |                  |       |                  |       |
| mittlere Bildung                                          | -0,19 *<br>0,09   | -0,10 | -0,17 *<br>0,09  | -0,09 | -0,17 +<br>0,09  | -0,09 |
| hohe Bildung                                              | -0,28 **<br>0,09  | -0,15 | -0,27 **<br>0,09 | -0,15 | -0,27 **<br>0,09 | -0,15 |
| Alter (in Jahren)                                         | -0,01 ***<br>0,00 | -0,14 | -0,01 **<br>0,00 | -0,14 | -0,01 *<br>0,00  | -0,10 |
| Einkommen (Ref. Personen des unteren Einkommensdrittels)  |                   |       |                  |       |                  |       |
| Personen des mittleren Einkommensdrittels                 | 0,17 +<br>0,09    | 0,09  | 0,17 +<br>0,09   | 0,09  | 0,16 +<br>0,09   | 0,08  |
| Personen des oberen Einkommensdrittels                    | 0,05<br>0,09      | 0,03  | 0,06<br>0,09     | 0,03  | 0,03<br>0,09     | 0,02  |
| Body-Mass-Index                                           | 0,00<br>0,01      | 0,00  | 0,00<br>0,01     | 0,00  | 0,00<br>0,01     | 0,00  |
| Conformity (mittelwertzentriert)                          |                   |       | -0,03<br>0,04    | -0,04 | -0,03<br>0,04    | -0,04 |
| Tradition                                                 |                   |       | 0,03<br>0,04     | 0,03  | 0,04<br>0,04     | 0,04  |
| Security                                                  |                   |       | -0,02<br>0,04    | -0,03 | -0,02<br>0,04    | -0,02 |
| Power                                                     |                   |       | -0,01<br>0,04    | -0,01 | -0,01<br>0,04    | -0,01 |
| Achievement                                               |                   |       | -0,03<br>0,04    | -0,03 | -0,03<br>0,04    | -0,03 |
| Hedonism                                                  |                   |       | -0,01<br>0,04    | -0,01 | -0,01<br>0,04    | -0,01 |
| Stimulation                                               |                   |       | 0,03<br>0,04     | 0,03  | 0,02<br>0,04     | 0,02  |
| Self-Direction                                            |                   |       | 0,02<br>0,05     | 0,02  | 0,03<br>0,05     | 0,03  |
| Anzahl genutzter Medien (1-11)                            |                   |       |                  |       | 0,05 *<br>0,02   | 0,10  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Schönheits-TV" (0-8)          |                   |       |                  |       | 0,05<br>0,04     | 0,06  |
| Anzahl gesehener Sendungen "Boulevard-TV" (0-6)           |                   |       |                  |       | 0,04<br>0,03     | 0,05  |
| Anzahl gelesener "Moderner Frauenzeitschriften" (0-10)    |                   |       |                  |       | 0,00<br>0,04     | 0,00  |
| Anzahl gelesener "Klassischer Frauenzeitschriften" (0-6)  |                   |       |                  |       | -0,03<br>0,05    | -0,03 |
| Anzahl gelesener "Fitness- und Männerzeitschriften" (0-3) |                   |       |                  |       | -0,01<br>0,08    | -0,01 |
| n                                                         |                   |       | 680              |       |                  |       |
| korrigiertes R <sup>2</sup>                               | 0,030             |       | 0,025            |       | 0,033            |       |
| Veränderung R <sup>2</sup> (y <sup>2</sup> -Test)         |                   |       | -0,005           |       | 0,008 +          |       |

Anmerkung: \*  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ ; OLS Regression; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet

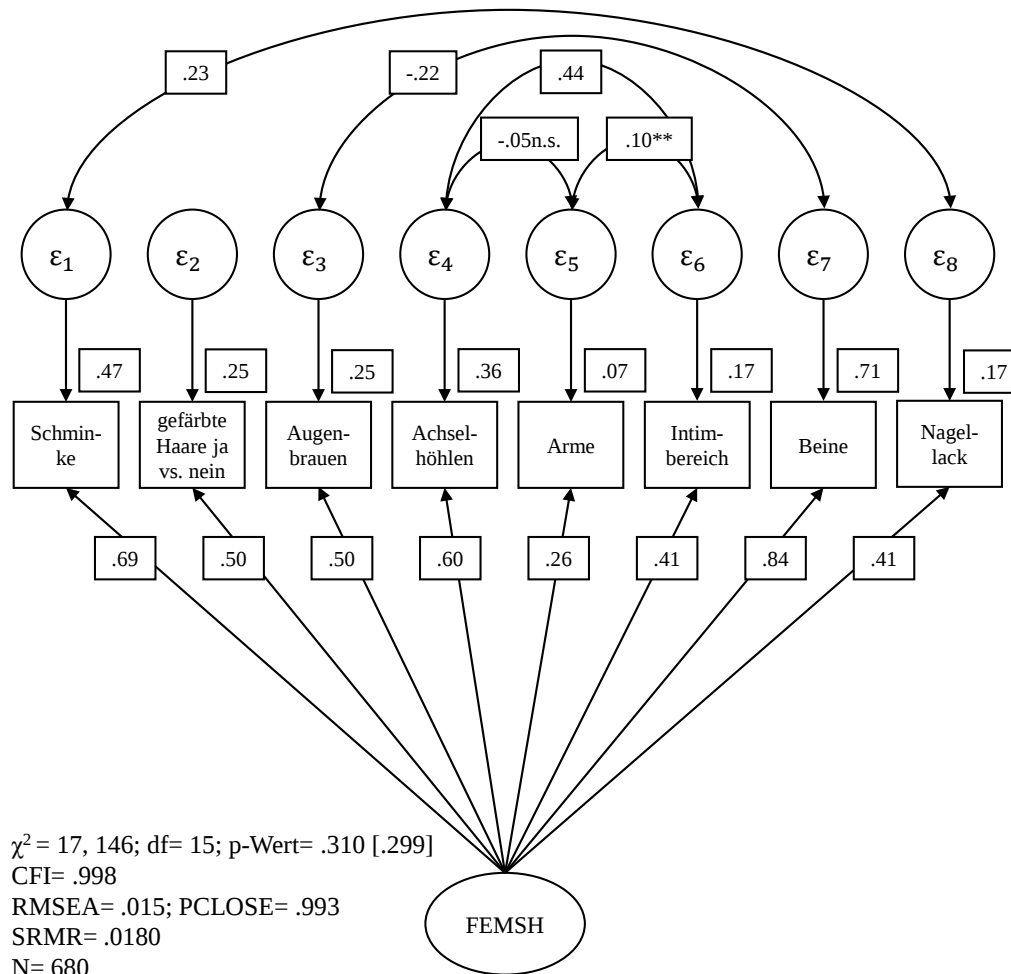
## Abbildungsanhang

Abbildung A 1: Messmodell des allgemeinen Schönheitshandelns (unstandardisierte Koeffizienten)



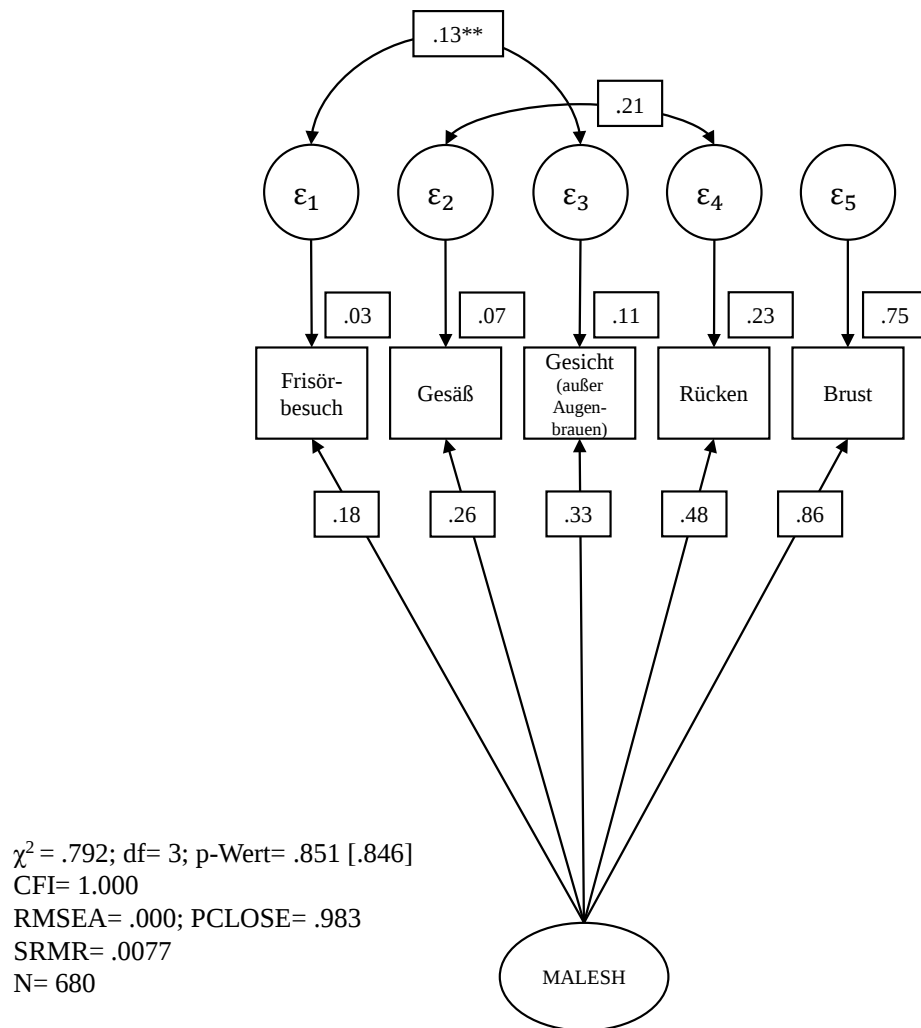
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping

Abbildung A 2: Messmodell des weiblichen Schönheitshandelns (unstandardisierte Koeffizienten)



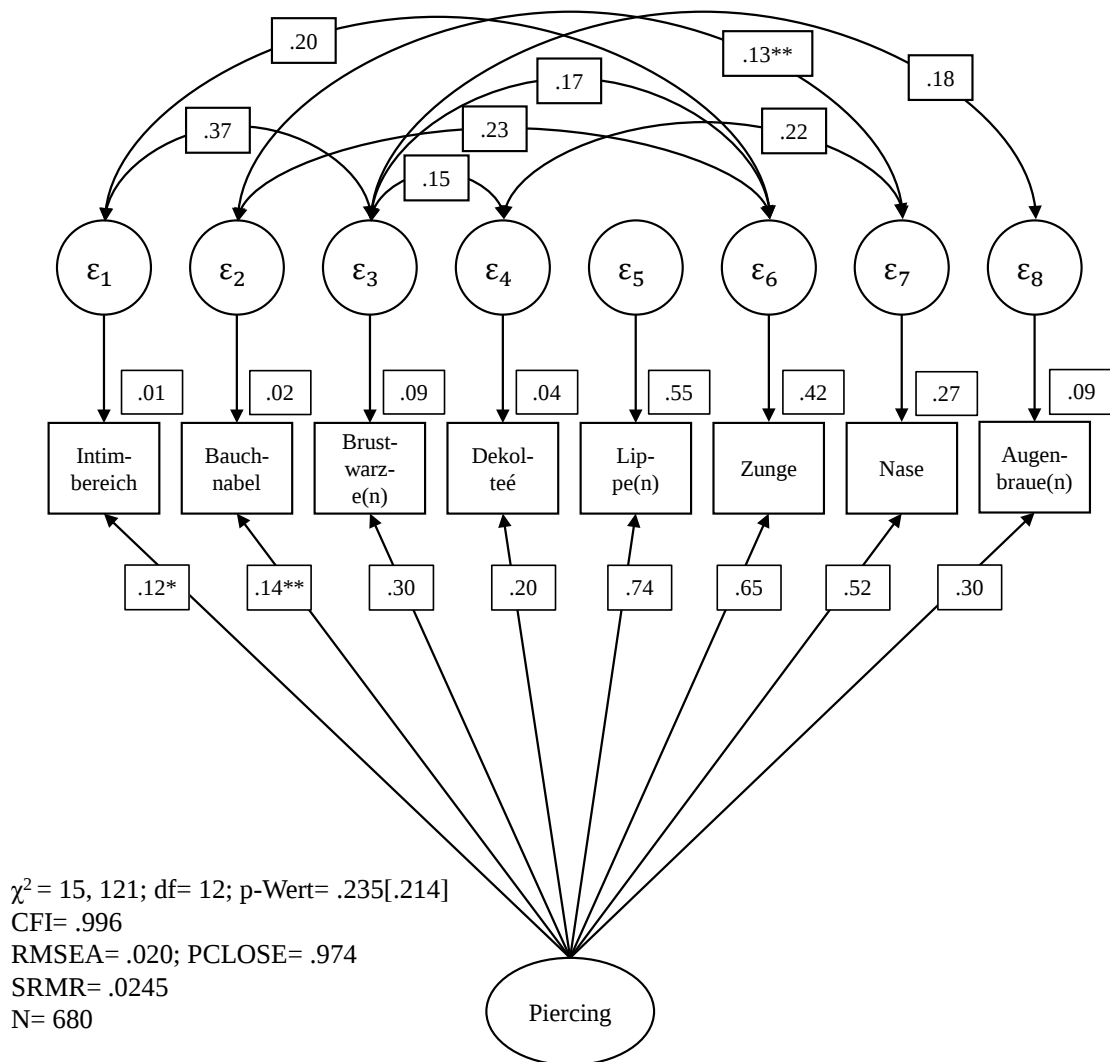
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern:  $p$ -Wert aufgrund Bootstrapping

Abbildung A 3: Messmodell des männlichen Schönheitshandelns (unstandardisierte Koeffizienten)



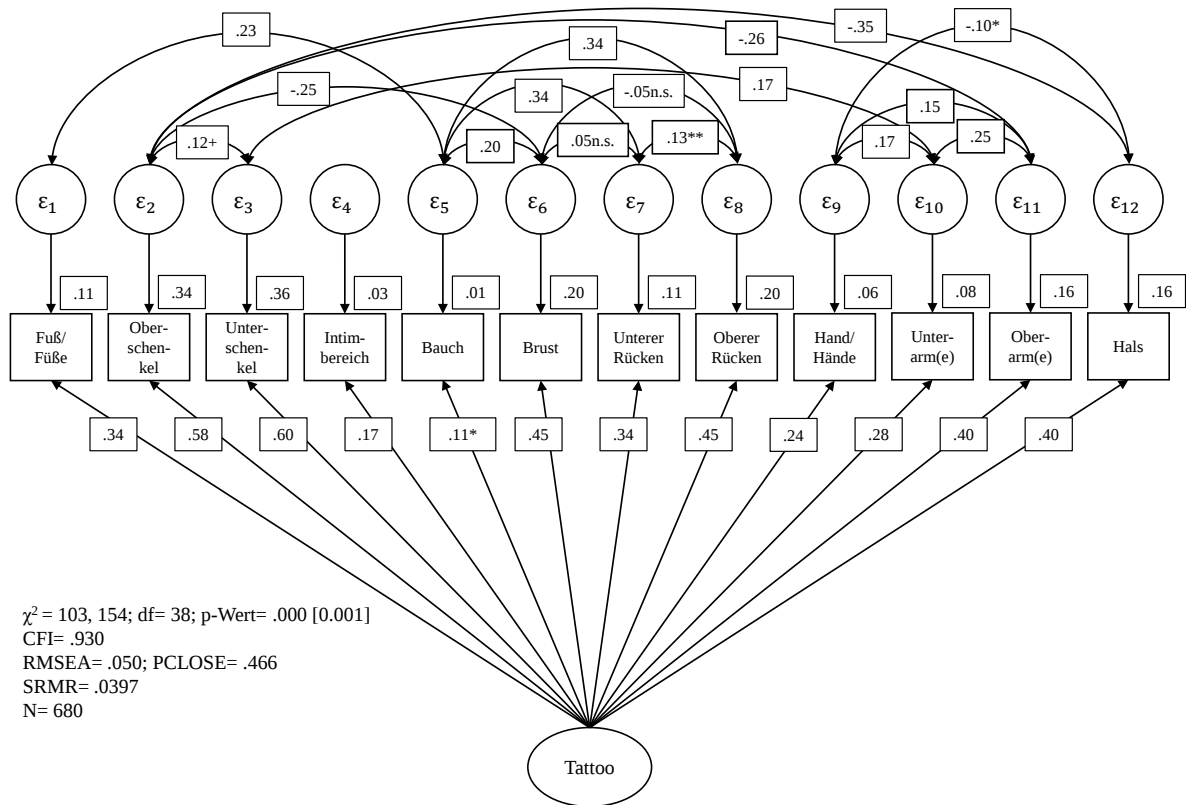
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ );  
ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern:  $p$ -  
Wert aufgrund Bootstrapping

Abbildung A 4: Messmodell des dauerhaften Schönheitshandelns: Piercings (unstandardisierte Koeffizienten)



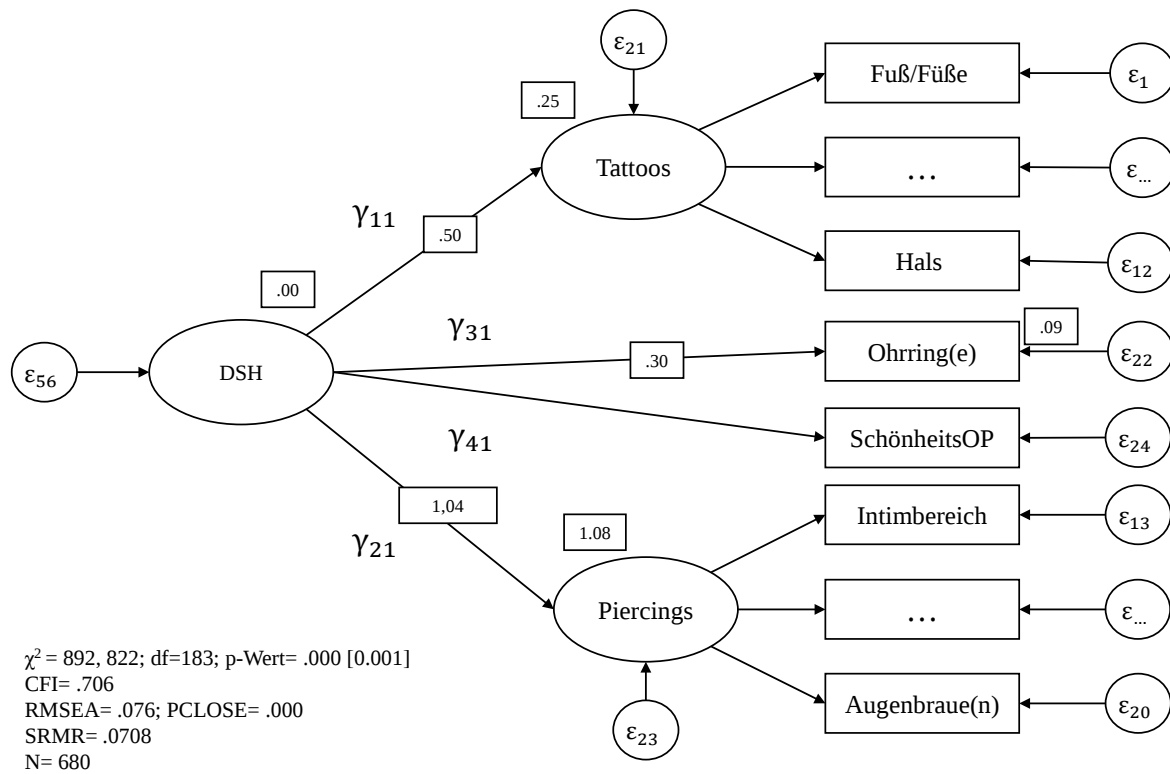
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern:  $p$ -Wert aufgrund Bootstrapping

Abbildung A 5: Messmodell des dauerhaften Schönheitshandelns: Tattoo (unstandardisierte Koeffizienten)



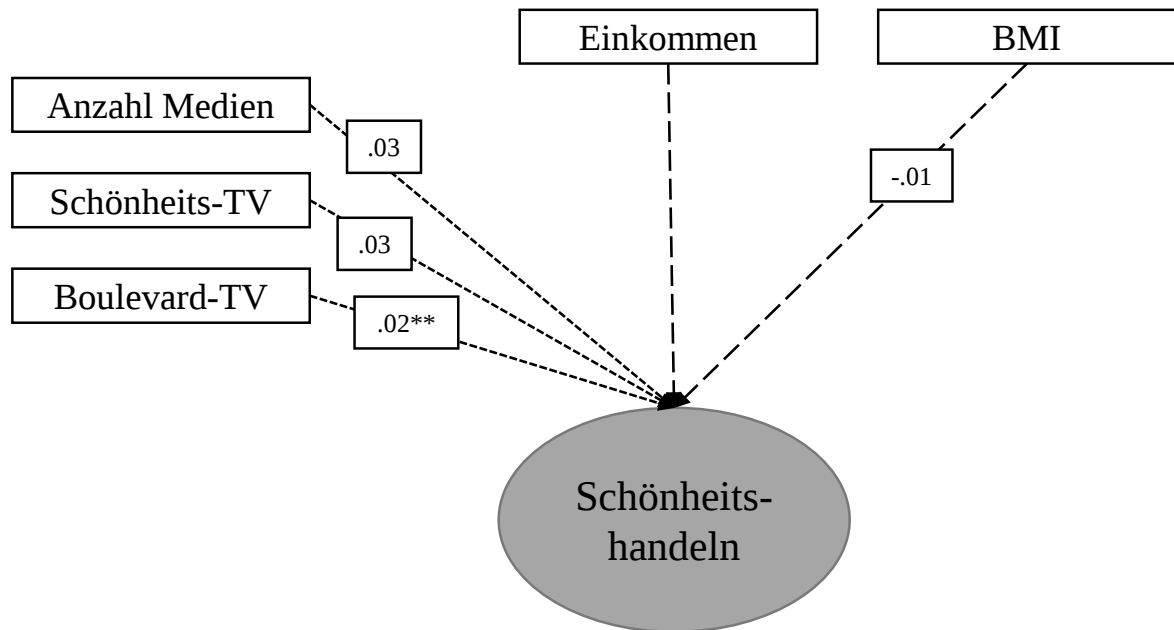
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping

Abbildung A 6: Messmodell des dauerhaften Schönheitshandelns (standardisierte Koeffizienten)



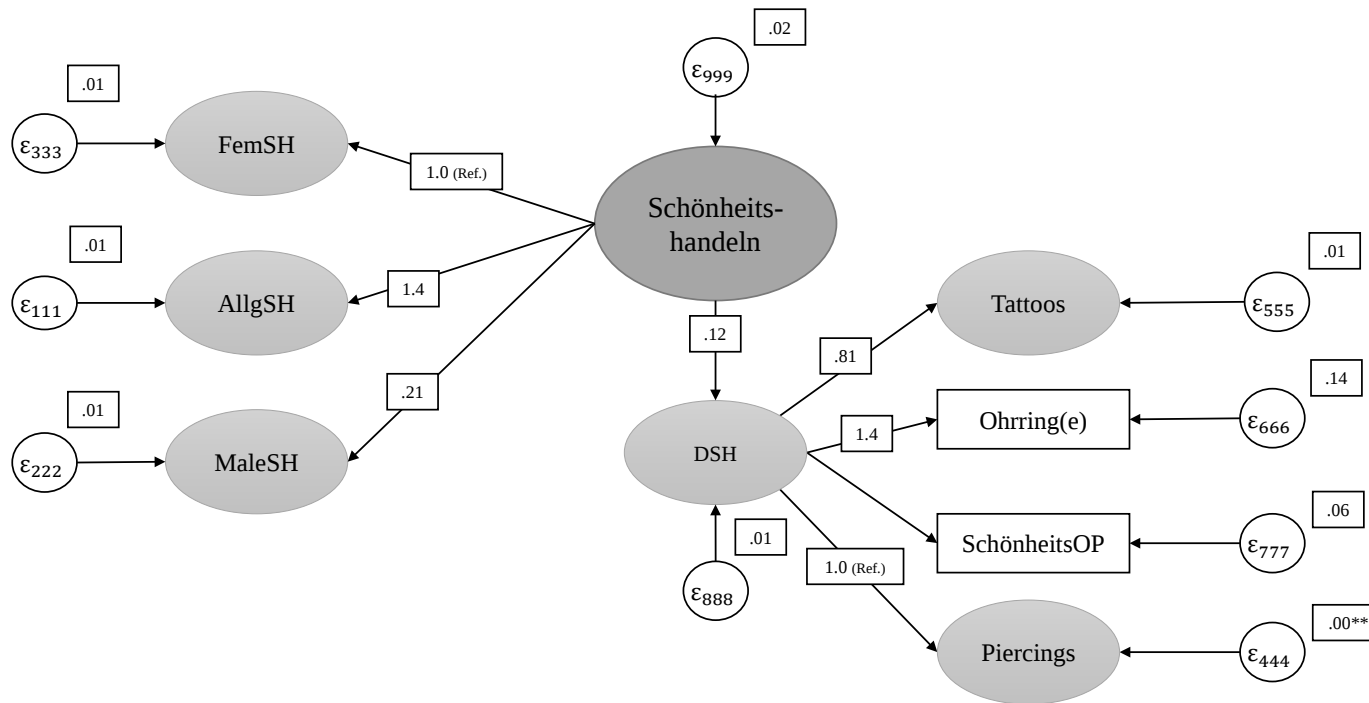
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern:  $p$ -Wert aufgrund Bootstrapping

Abbildung A 7: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf das Schönheitshandeln (unstandardisierte Koeffizienten)



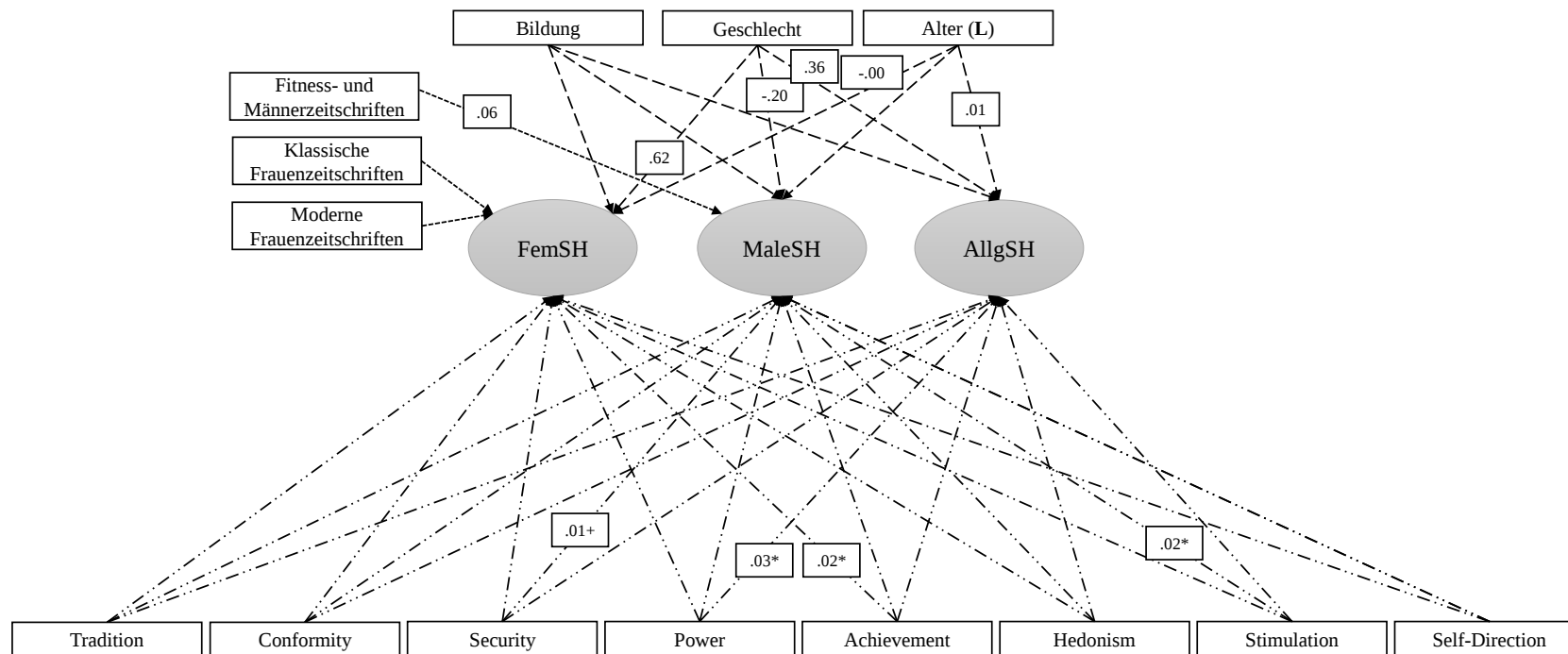
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 8: Strukturmodell – Ausschnitt: Konstrukte des Schönheitshandelns (unstandardisierte Koeffizienten)



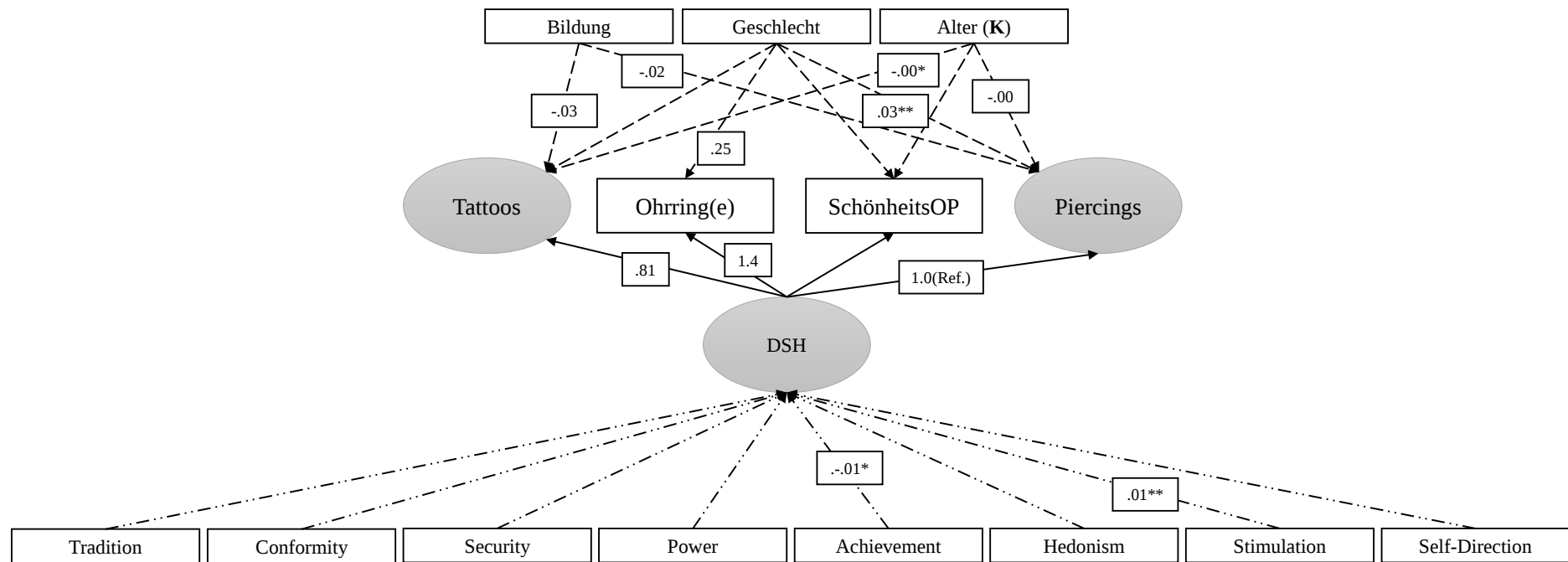
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 9: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf die drei Unterkonstrukte des alltäglichen Schönheitshandelns (unstandardisierte Koeffizienten)



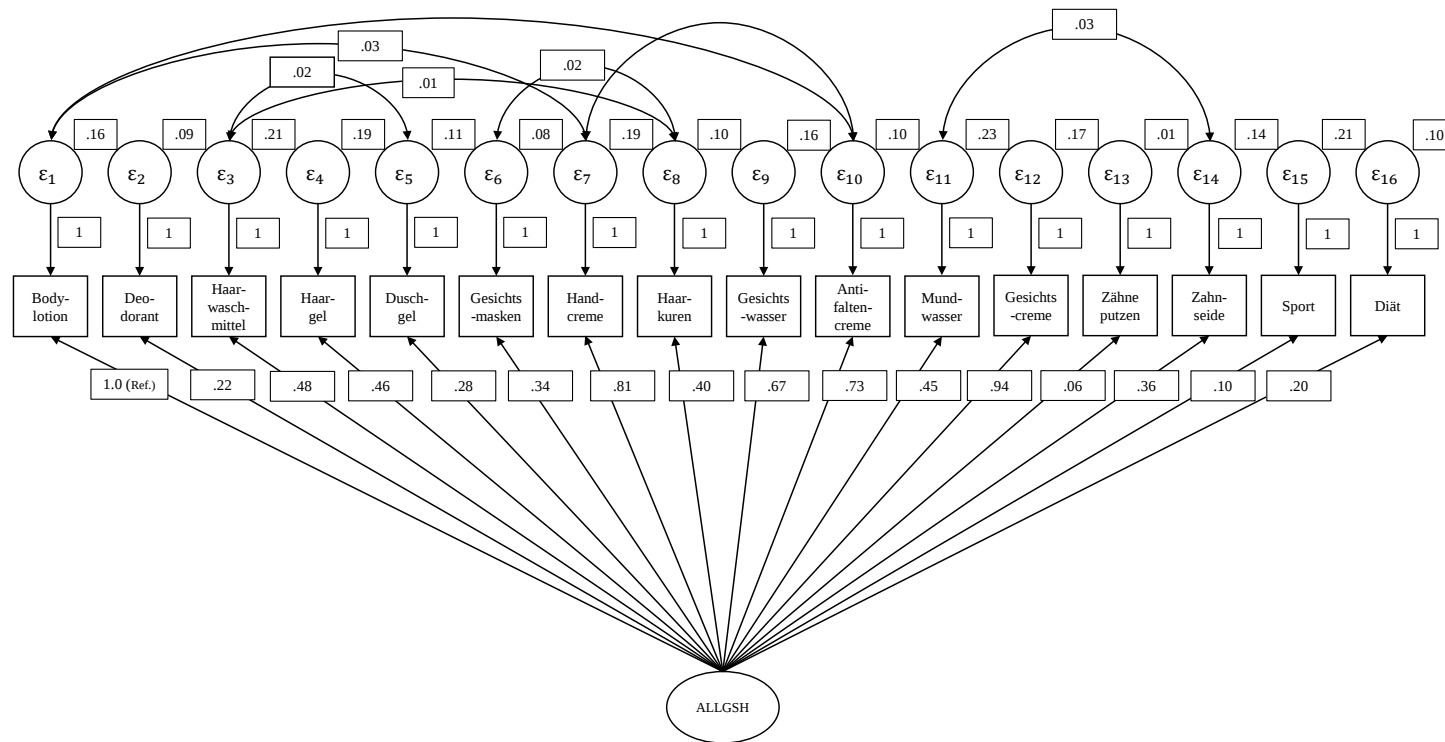
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 10: Strukturmodell – Ausschnitt: Einflussfaktoren auf das dauerhafte Schönheitshandeln (unstandardisierte Koeffizienten)



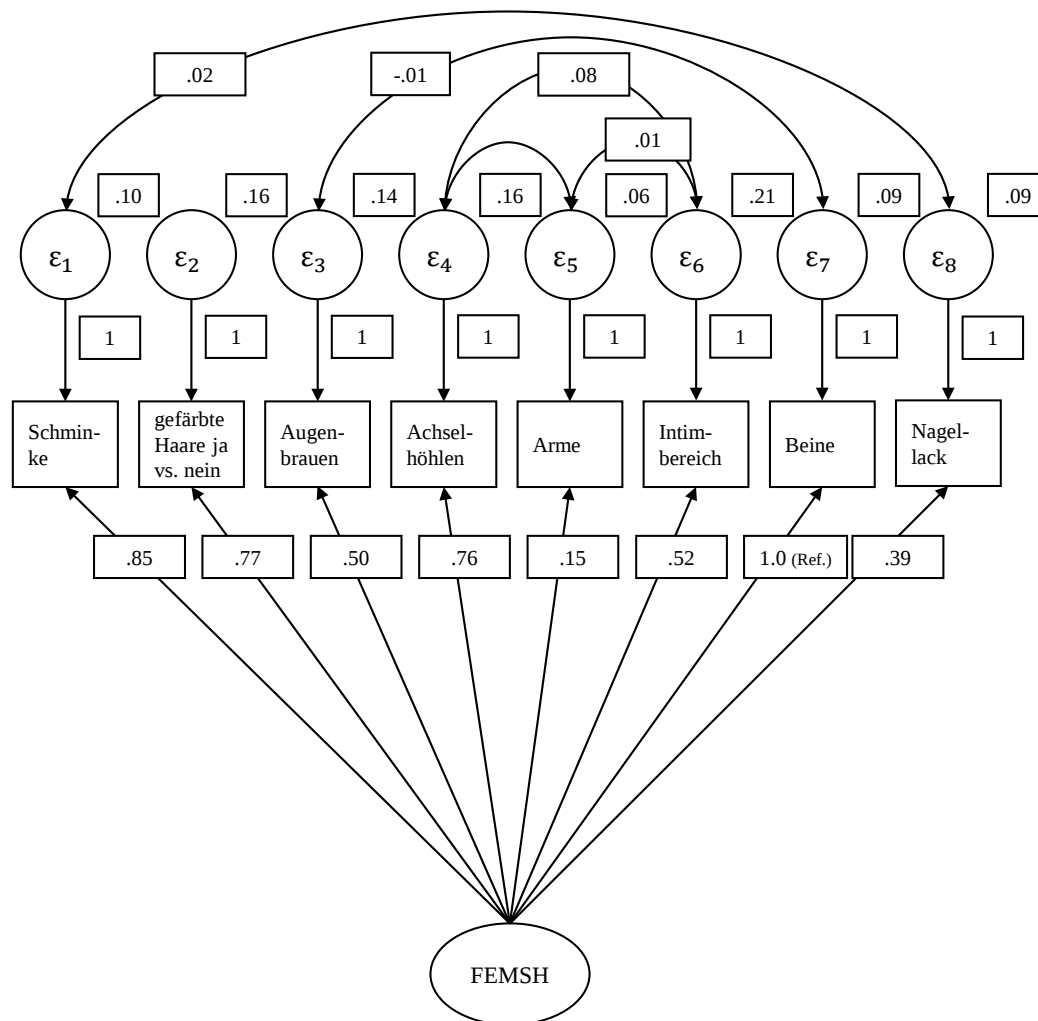
Anmerkung: soweit nicht anders indiziert:  $p < 0,001$  (+  $p < 0,1$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ); ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 11: Strukturmodell – Ausschnitt: allgemeines Schönheitshandeln (unstandardisierte Koeffizienten)



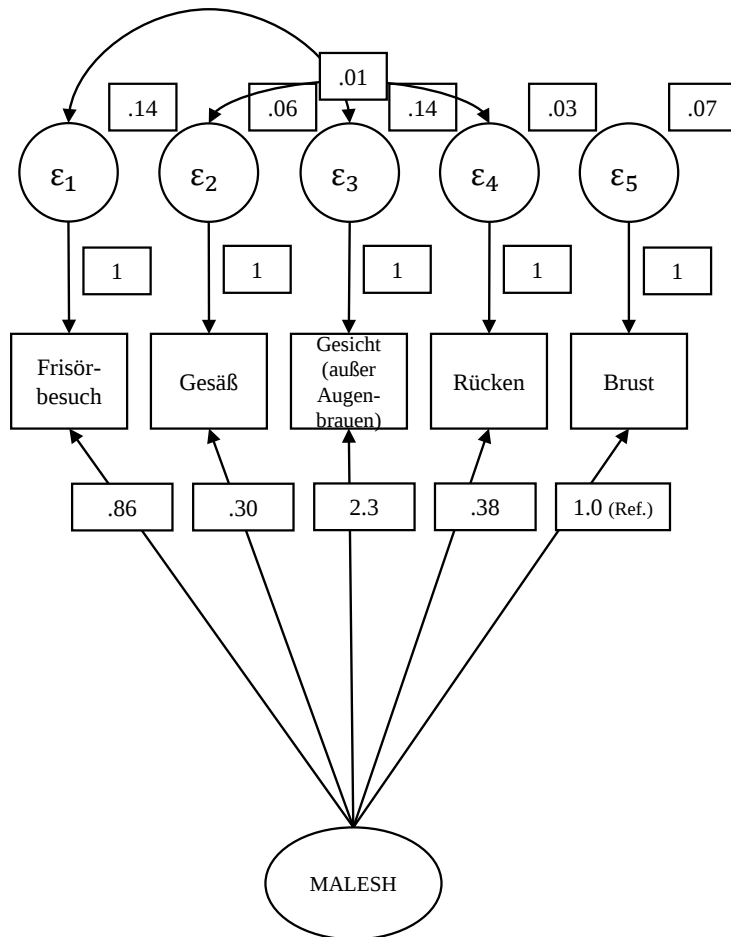
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 12: Strukturmodell – Ausschnitt: weibliches Schönheitshandeln (unstandardisierte Koeffizienten)



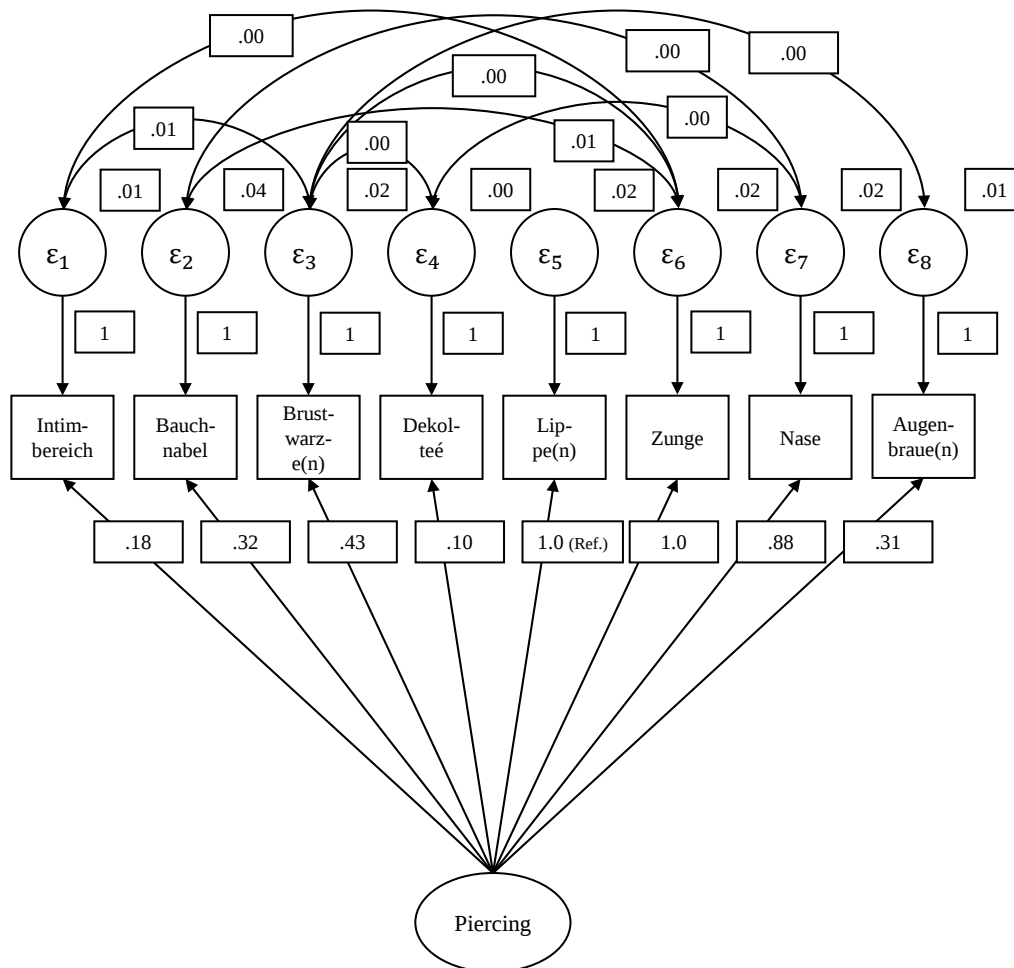
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 13: Strukturmodell – Ausschnitt: männliches Schönheitshandeln (unstandardisierte Koeffizienten)



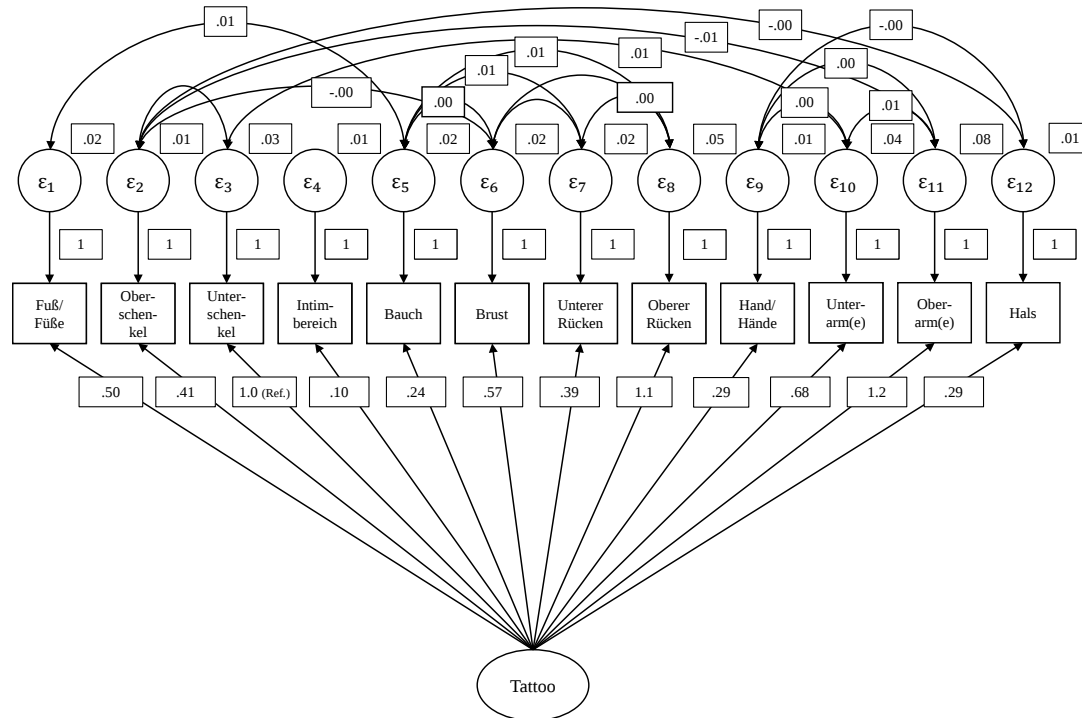
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern:  $p$ -Wert aufgrund Bootstrapping; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 14: Strukturmodell – Ausschnitt: Piercings (unstandardisierte Koeffizienten)



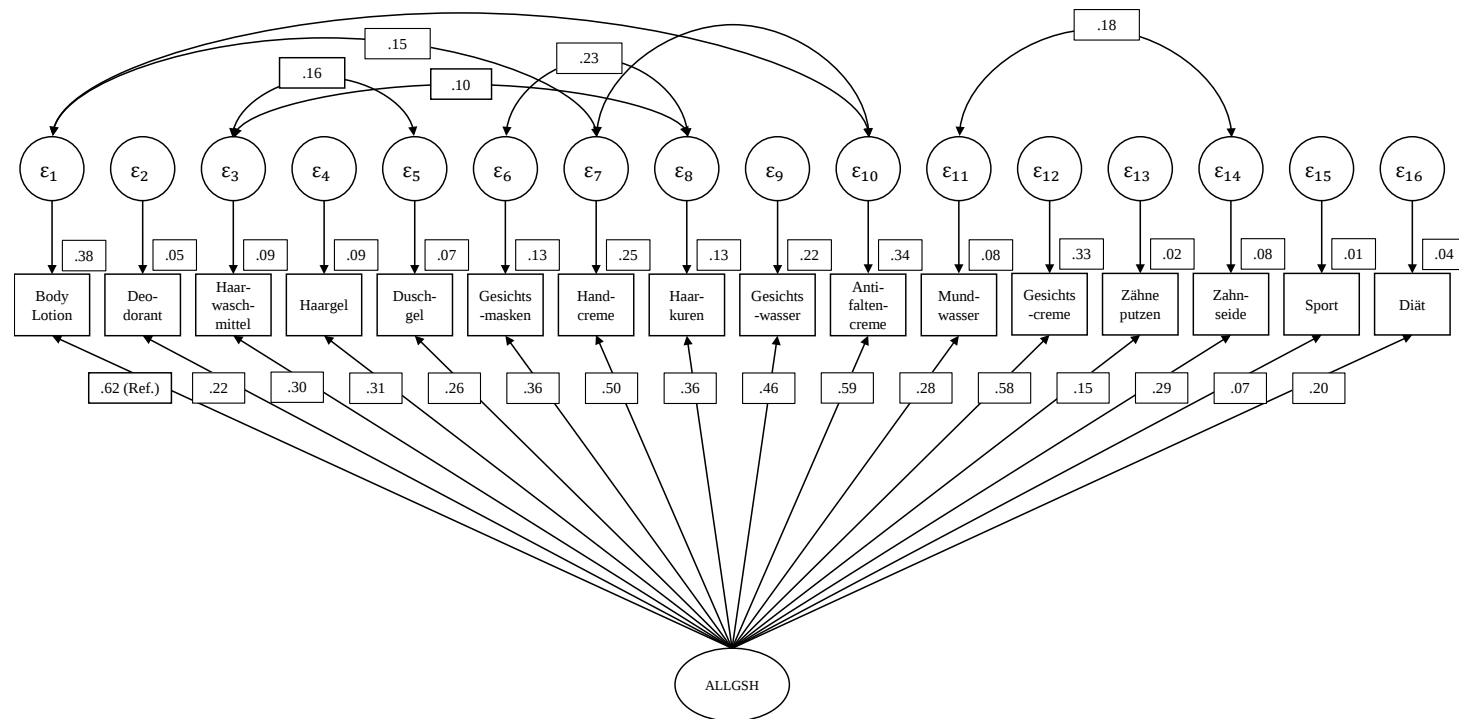
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 15: Strukturmodell – Ausschnitt: Tattoos (unstandardisierte Koeffizienten)



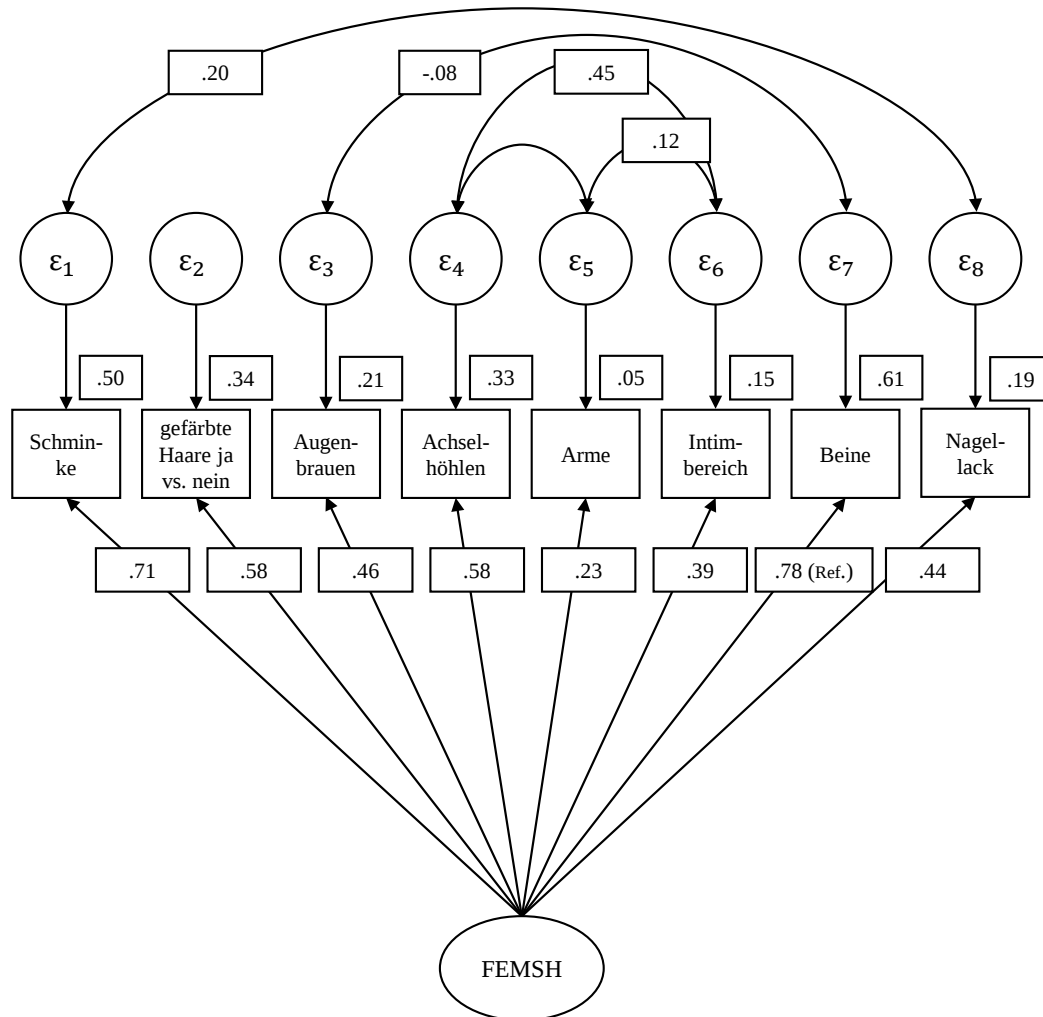
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; unstandardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 16: Strukturmodell – Ausschnitt: allgemeines Schönheitshandeln (standardisierte Koeffizienten)



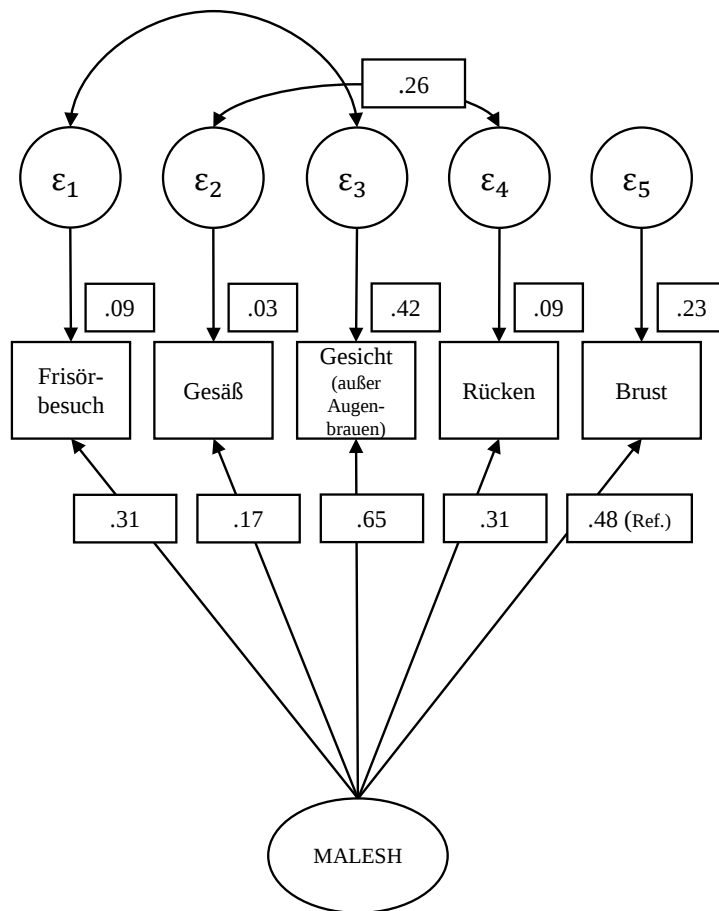
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 17: Strukturmodell – Ausschnitt: weibliches Schönheitshandeln (standardisierte Koeffizienten)



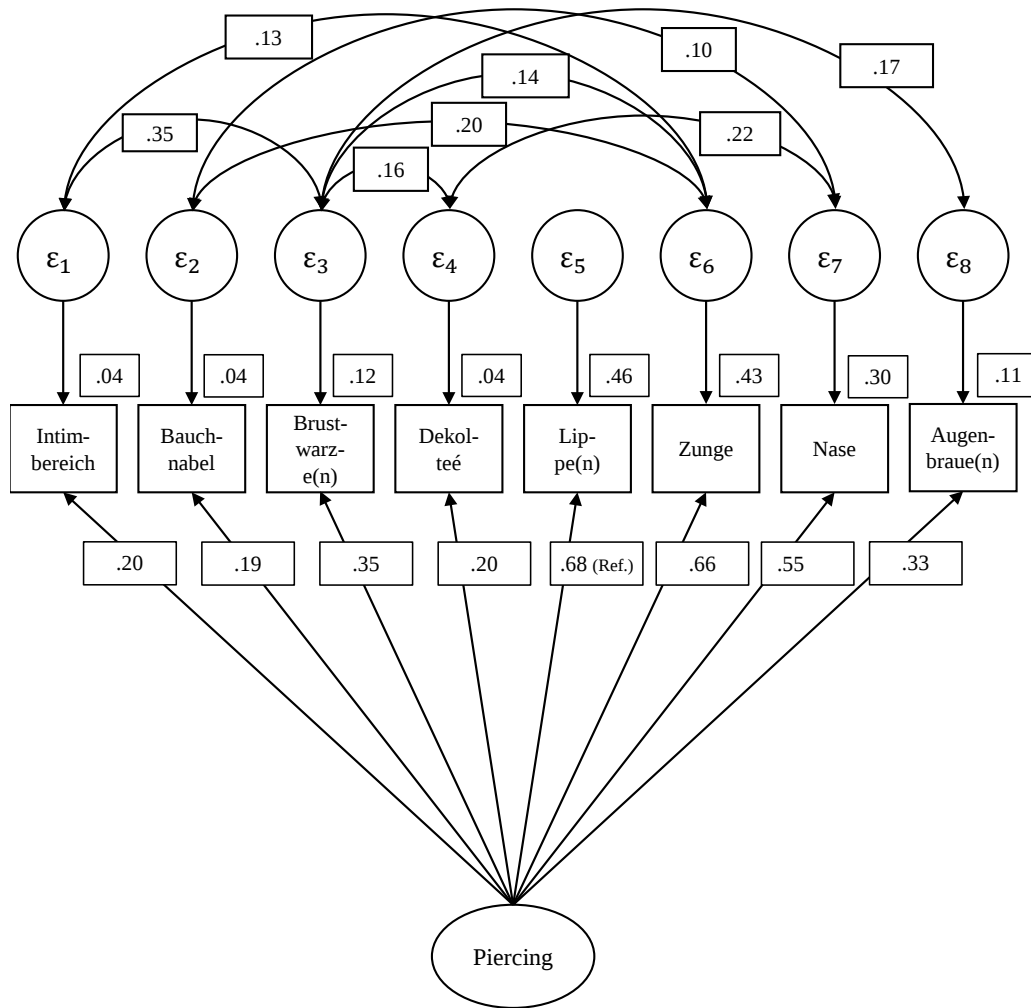
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 18: Strukturmodell – Ausschnitt: männliches Schönheitshandeln (standardisierte Koeffizienten)



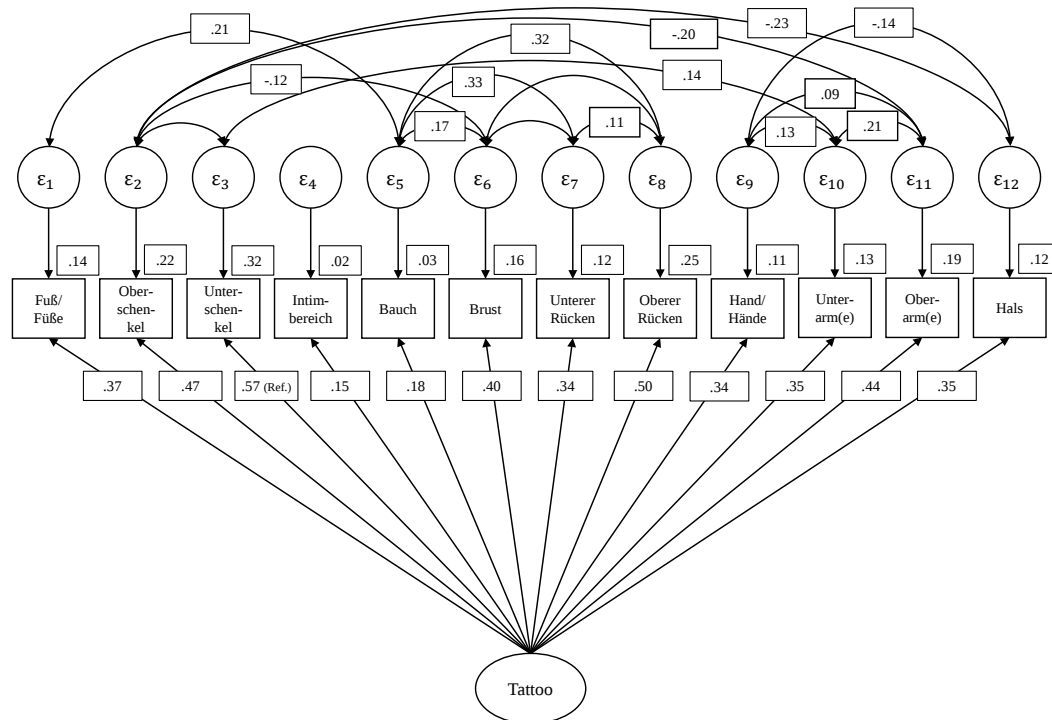
Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 19: Strukturmodell – Ausschnitt: Piercings (standardisierte Koeffizienten)



Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung;  $p$ -Werte auf Basis des  $t$ -Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern:  $p$ -Wert aufgrund Bootstrapping; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

Abbildung A 20: Strukturmodell – Ausschnitt: Tattoos (standardisierte Koeffizienten)



Anmerkung: nur signifikante Effekte dargestellt ( $p < 0,1$ ); ML Schätzung; p-Werte auf Basis des t-Tests berechnet; Werte in eckigen Klammern: p-Wert aufgrund Bootstrapping; standardisierte Koeffizienten; Ausschnitt unter Kontrolle aller anderen Variablen

## **Anhang B: Beschreibung der Feldphase und Fragebogen**

### **Beschreibung der Feldphase**

Umfrageinstitut: *respondi* (<https://www.respondi.com/>)

Grundgesamtheit: in Deutschland lebende Personen zwischen 18 und 69 Jahren

Auswahlgesamtheit: das *respondi* Panel (<https://www.respondi.com/leistungen-access-panels#Menschen>)

Stichprobe: 1200 Personen, quotiert nach Bildung, Geschlecht und Alter

Beginn der Feldphase: 24.06.2014

Einladungen und Reminder: circa 6500 Personen wurde mit bis zu zehn Einladungen zur Teilnahme gebeten

Ende der Feldphase: 16.07.2014

Teilnehmer: 1502

Nach Datenbereinigung verbleibende Teilnehmer: 1097

## Anhang B: Beschreibung der Feldphase und Fragebogen

### Fragebogen

79

Druckversion

[http://ww3.unipark.de/www/print\\_survey.php?syid=436100&\\_\\_menu...](http://ww3.unipark.de/www/print_survey.php?syid=436100&__menu...)

Druckversion

---

**Fragebogen**

---

**1 Trigger**

---

**2 Startseite**

---

Herzlich Willkommen zu einer Umfrage der  
Heinrich-Heine-Universität zu Düsseldorf.  
Bitte antworten Sie gewissenhaft und ehrlich.  
Die Umfrage wird ca. 15 Minuten dauern,  
wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Beantworten.  
Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

**Erklärung zum Datenschutz**

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, an unserer Studie teilzunehmen. Die Studie dient rein wissenschaftlichen Zielen und wird gemäß den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) durchgeführt. Die erhobenen Daten werden nur in anonymisierter Form ausgewertet und die Ergebnisse werden ebenfalls nur in anonymisierter Form veröffentlicht. Alle erhobenen Daten werden vertraulich behandelt und nicht zu Werbezwecken verwendet. Zu keiner Zeit erfolgt eine Weitergabe der erhobenen Daten an unbefugte Dritte.

Dafür verbürge ich mich.

Dipl.-Soz. Johannes Krause

**3 Filterfrage Geschlecht**

Wie alt sind sie?

☐

Geben Sie bitte Ihr Geschlecht an.

☐ weiblich

☐ männlich

**3.1 Filterfrage Bildung**

**Was ist Ihr aktuell höchster Schul- oder Hochschulabschluss?**

Die Frage zielt auf den höchsten aktuell erreichten Abschluss ab. Somit würde ein Student, der im Moment noch studiert, die Hochschulreife oder Fachhochschulreife ankreuzen.

☐ Noch Schüler

☐ Schule beendet ohne Schulabschluss

☐ Voll-/Hauptschulabschluss bzw. Polytechnische Oberschule mit Abschluss 8. oder 9. Klasse

☐ Realschulabschluss, Mittlere Reife bzw. Polytechnische Oberschule mit Abschluss 10. Klasse

☐ Fachhochschulreife

☐ Hochschulreife bzw. Abitur

☐ Fachhochschulabschluss

☐ Hochschulabschluss

☐ Promotion

**4.1 Screenout**

---

**5 ED1**

Die äußere Erscheinung ist für manche Menschen wichtig, für andere nicht.  
Wie ist es bei Ihnen: Wie wichtig ist Ihnen Ihre äußere Erscheinung?

unwichtig    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐    ☐    wichtig

**6 Einleitung Körperpflege**

---

Im nun folgenden Teil des Fragebogens bitten wir Sie, Auskunft zum Umgang mit Ihrem Körper zu geben und uns zu sagen, auf welche Art Sie sich pflegen und schön machen.

**6.1.1 Körperpflege Diät****Halten Sie aktuell eine Diät ein, um abzunehmen?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein, aber ich habe schon mehrfach eine Diät gemacht, um abzunehmen
- ☐ Nein, aber ich habe schon einmal eine Diät gemacht, um abzunehmen
- ☐ Nein, ich habe noch nie eine Diät gemacht, um abzunehmen

**6.1.2 Körperpflege Zähne/Zahnseide****Wie häufig putzen Sie Ihre Zähne?**

- ☐ Nie
- ☐ Seltener als einmal die Woche
- ☐ Einmal die Woche
- ☐ Alle zwei bis drei Tage
- ☐ Einmal täglich
- ☐ Zweimal täglich
- ☐ Dreimal täglich
- ☐ Häufiger als dreimal täglich

**Wie häufig benutzen Sie Zahnseide?**

- ☐ Nie
- ☐ Seltener als einmal die Woche
- ☐ Einmal die Woche
- ☐ Zwei- bis dreimal pro Woche
- ☐ Einmal täglich
- ☐ Mehrmals täglich

**6.1.3 Körperpflege Produkte****Welche der folgenden Produkte nutzen Sie täglich oder fast täglich?**

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Body Lotion/Körpermilch
- ☐ Deodorant/Parfüm
- ☐ Haarwasmittel/Conditioner
- ☐ Haargel oder andere Produkte zum Frisieren der Haare
- ☐ Schminke
- ☐ Duschgel/Duschzusatz/Badezusatz
- ☐ Gesichtsmasken/Gesichtspeelings
- ☐ Handcreme
- ☐ Haarkuren
- ☐ Gesichtswasser/Gesichtswaschgel
- ☐ Nagellack
- ☐ Antifaltencreme
- ☐ Mundwasser/Mundspülung
- ☐ Gesichtsscreme/Gesichtslotion
- ☐ Andere Körperpflegeprodukte - und zwar:
- ☐ Ich nutze keins der Produkte täglich oder fast täglich

**6.1.4 Körperpflege Haare****In welcher Farbe haben Sie Ihre Haare aktuell gefärbt oder getönt?**

Hierzu zählen auch gefärbte oder getönte Strähnen.

- ☐ Blond
- ☐ Braun
- ☐ Rot
- ☐ Schwarz
- ☐ In einer anderen Farbe, und zwar:
- ☐ Ich färbe und töne meine Haare nicht

**6.1.4.1 Körperpflege Frisör**

Wie häufig lassen Sie sich von einem Friseur die Haare schneiden?

- ☐ Nie
- ☐ Seltener als alle drei Monate
- ☐ Alle zwei bis drei Monate
- ☐ Alle ein bis zwei Monate
- ☐ Ungefähr einmal im Monat
- ☐ Mehrmals im Monat
- ☐ Ungefähr einmal die Woche
- ☐ Häufiger als einmal die Woche

#### 6.1.5 Körperpflege Rasur Alternativen

Welche der folgenden Enthaarungsmethoden nutzen Sie grundsätzlich?

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Rasur
- ☐ Epilation
- ☐ Laserepilation
- ☐ Waxing
- ☐ Sugaring
- ☐ Fedentechnik
- ☐ Zupfen
- ☐ Haarentfernungspads
- ☐ Enthaarungscreme
- ☐ Andere Enthaarungsmethoden - und zwar:

☐ Ich nutze keinerlei Enthaarungsmethoden

#### 6.1.5.1 Körperpflege Rasur

Welche Körperregionen enthaaren Sie mindestens einmal in der Woche?

Dabei ist es unwichtig, ob Sie die Haare dieser Regionen trimmen oder stutzen bzw. die Haare teilweise oder vollständig entfernen. Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Gesicht (außer Augenbrauen)
- ☐ Augenbrauen
- ☐ Achselhöhlen
- ☐ Brust
- ☐ Arme
- ☐ Rücken
- ☐ Gesäß
- ☐ Intimbereich
- ☐ Beine
- ☐ Andere Körperregionen - und zwar:

☐ Ich enthaare keine Körperregion mindestens einmal in der Woche

#### 6.2 Körperpflege Geld

Versuchen Sie bitte zu schätzen, wieviel Geld Sie im Monat für Ihre Körperpflege ausgeben.

Dies beinhaltet sowohl die Ausgaben für die Körperhygiene (z.B. Zahncrème, Duschgels und Haarwaschmittel), als auch Ausgaben für Wellness und andere Dienstleistungen (z.B. Massagen, Peelings, Maniküren und Haare färben/schneiden).

- ☐ Weniger als 10 €
- ☐ 10 € bis unter 20 €
- ☐ 20 € bis unter 30 €
- ☐ 30 € bis unter 40 €
- ☐ 40 € bis unter 50 €
- ☐ 50 € bis unter 60 €
- ☐ 60 € bis unter 70 €
- ☐ 70 € bis unter 80 €
- ☐ 80 € bis unter 90 €
- ☐ 90 € bis unter 100 €
- ☐ Mehr als 100 €

#### 6.3 Körperpflege Mode

Wie wichtig ist es Ihnen, aktuelle und modische Kleidung zu tragen?

| nicht wichtig | etwas nicht wichtig | weder noch | wichtig | sehr wichtig |
|---------------|---------------------|------------|---------|--------------|
| 1             | 2                   | 3          | 4       | 5            |

---

**6.4.1 Körperpflege Tattoos**

**Sind Sie tätowiert?**  
 Falls ja, geben Sie bitte an, wo Sie tätowiert sind.  
 Mehrfachnennungen sind möglich.

☐ Fuß/Füße

☐ Unterschenkel

☐ Oberschenkel

☐ Intimbereich

☐ Bauch

☐ Brust

☐ Unterer Rücken

☐ Oberer Rücken

☐ Hand/Hände

☐ Unterarm(e)

☐ Oberarm(e)

☐ Hals

☐ Kopf

☐ Ich bin nicht tätowiert

---

**6.4.2 Körperpflege Piercings**

**Sind Sie gepierced?**  
 Falls ja, geben Sie bitte an, wo Sie gepierced sind.

Ein Piercing ist jede Form des Körperschmucks, die unter oder durch die Haut angebracht wird. Somit ist auch ein Ohrhring ein Piercing.  
 Mehrfachnennungen sind möglich.

☐ Fuß/Füße

☐ Intimbereich

☐ Bauchnabel

☐ Brustwarze(n)

☐ Dekoltee

☐ Rücken

☐ Hand/Hände

☐ Lippe(n)

☐ Zunge

☐ Nase

☐ Ohr(en)

☐ Augenbraue(n)

☐ Ich trage keine Piercings

---

**7 Einleitung SOP**

---

Der nun folgende Fragebogenteil beschäftigt sich mit Schönheitsoperationen und Ihren Erfahrungen mit diesem Thema.

#### 7.1 SOP gemacht?

**Haben Sie sich bis zum heutigen Tag einer Schönheitsoperation oder einem minimal invasiven Eingriff unterzogen?**

Schönheitsoperationen oder minimal invasive Eingriffe sind z.B. Faceliftings, Fettabsaugungen, Brustoperationen, Zahnkorrekturen, Botox, Haartransplantationen oder das Entfernen von Krampfadern

- ☐ Ja
- ☐ Nein

##### 7.1.1.1 ArtSOP II

**Welche Art von Schönheitsoperationen oder minimal invasiven Eingriffen haben Sie durchführen lassen?**  
 Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Augenlidkorrektur

☐ Facelifting  
☐ Schweißdrüsenabsaugung  
☐ Fettabsaugung  
☐ Brustvergrößerung  
☐ Brustverkleinerung  
☐ Nasenkorrektur  
☐ Bauchdeckenstraffung  
☐ Lippenvergrößerung  
☐ Bruststraffung  
☐ Haartransplantation  
☐ Ohrenkorrektur  
☐ Zahnkorrektur  
☐ Botox  
☐ Krampfadern-Entfernung  
☐ Eine andere Schönheitsoperation - und zwar:

#### 7.1.2.1 GrundSOP II

Versuchen Sie bitte, sich an die Gründe für die Schönheitsoperation(en) zu erinnern.

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Ich habe den Rat dazu von meinem Arzt bekommen  
☐ Ich war unzufrieden mit dem entsprechenden Körperteil  
☐ Ich wollte mich attraktiver fühlen  
☐ Ich wollte mich weiblicher fühlen  
☐ Ich wollte mich männlicher fühlen  
☐ Ich wollte körperbetontere Kleidung tragen können  
☐ Ich wollte eine größere Bandbreite an Kleidung tragen können  
☐ Ich wollte eine größere Bandbreite an Kleidung kaufen können  
☐ Ich wollte mein Selbstvertrauen erhöhen  
☐ Ich wollte meine sexuellen Beziehungen verbessern  
☐ Ich habe mir davon einen Vorteil in beruflichen Beziehungen versprochen  
☐ Ich habe mir davon einen Vorteil in sozialen Beziehungen versprochen  
☐ Ich habe mir davon einen Vorteil in familiären Beziehungen versprochen  
☐ Ich hatte die Hoffnung, dass mein Leben einfacher wird  
☐ Ein anderer Grund - und zwar:

#### 7.1.2.2 SOP Zufrieden?

Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit dem Ergebnis der Schönheitsoperation(en)?

| Unzufrieden           | Eher unzufrieden      | Eher zufrieden        | Zufrieden             |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### 7.1.3.1 SOP zufrieden zu Grund II

Warum sind Sie mit dem Ergebnis der Schönheitsoperation(en) eher unzufrieden oder unzufrieden?

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Es sind Komplikationen aufgetreten  
☐ Ich bin immer noch unzufrieden mit dem entsprechenden Körperteil  
☐ Ich fühle mich nicht attraktiver  
☐ Ich fühle mich nicht männlicher  
☐ Ich fühle mich nicht weiblicher  
☐ Ich kann immer noch keine körperbetonte Kleidung tragen  
☐ Ich kann immer noch keine größere Bandbreite an Kleidung tragen  
☐ Ich kann immer noch keine größere Bandbreite an Kleidung kaufen  
☐ Mein Selbstvertrauen hat sich nicht erhöht  
☐ Meine sexuellen Beziehungen haben sich nicht verbessert  
☐ Es hat mir keinen Vorteil in sozialen Beziehungen gebracht  
☐ Es hat mir keinen Vorteil in beruflichen Beziehungen gebracht  
☐ Es hat mir keinen Vorteil in familiären Beziehungen gebracht  
☐ Es hat mein Leben nicht einfacher gemacht  
☐ Ein anderer Grund - und zwar:

#### 7.1.4.1 SOP Zufrieden zu Grund II

#### Warum sind Sie mit dem Ergebnis der Schönheitsoperation(en) eher zufrieden oder zufrieden?

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Ich bin jetzt zufrieden mit dem entsprechenden Körperteil
- ☐ Ich fühle mich attraktiver
- ☐ Ich fühle mich weiblicher
- ☐ Ich fühle mich männlicher
- ☐ Ich kann jetzt körperbetonte Kleidung tragen
- ☐ Ich kann jetzt eine größere Bandbreite an Kleidung tragen
- ☐ Ich kann jetzt eine größere Bandbreite an Kleidung kaufen
- ☐ Mein Selbstvertrauen hat sich erhöht
- ☐ Meine sexuellen Beziehungen haben sich verbessert
- ☐ Ich habe einen Vorteil in sozialen Beziehungen
- ☐ Ich habe einen Vorteil in beruflichen Beziehungen
- ☐ Ich habe einen Vorteil in familiären Beziehungen
- ☐ Mein Leben ist einfacher geworden
- ☐ Ein anderer Grund - und zwar:

#### 7.1.5 MäSOP

Unabhängig davon ob Sie sich schon einmal einer Schönheitsoperation unterzogen haben:

Wie stark haben Sie sich mit dem Thema Schönheitsoperation auseinandergesetzt?

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| überhaupt<br>nicht    | kaum                  | mäßig                 | stark                 | sehr stark            | weiß nicht            |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie in Zukunft eine Schönheitsoperation an sich durchführen lassen werden?

- |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| sehr unwahrscheinlich | unwahrscheinlich      | weder noch            | wahrscheinlich        | sehr wahrscheinlich   |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### 7.1.5.1.1 MäSOP zu Art II

Welche Art von Schönheitsoperation(en) könnten Sie sich vorstellen durchführen zu lassen?

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Augenlidkorrektur
- ☐ Facelift
- ☐ Schweißdrüsenabsaugung
- ☐ Fettabsaugung
- ☐ Brustvergrößerung
- ☐ Brustverkleinerung
- ☐ Nasenkorrektur
- ☐ Bauchdeckenstraffung
- ☐ Lippenvergrößerung
- ☐ Bruststraffung
- ☐ Haartransplantation
- ☐ Ohrenkorrektur
- ☐ Zahnkorrektur
- ☐ Botox
- ☐ Krampfadern-Entfernung
- ☐ Eine andere Schönheitsoperation - und zwar:

#### 7.1.5.2.1 Grund II

Was sind die Gründe dafür, dass Sie die Operation(en) noch nicht haben durchführen lassen?

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Eine Schönheitsoperation kostet zuviel
- ☐ Die Schönheitsoperation ist schon geplant, allerdings noch nicht durchgeführt
- ☐ Ich versuche andere Wege zu finden, wie zum Beispiel eine Diät oder sportliche Aktivität
- ☐ Die gesundheitlichen Risiken bei einer Schönheitsoperation sind mir zu groß
- ☐ Das Ergebnis ist mir zu unsicher, niemand kann es garantieren
- ☐ Ich habe mit Freunden über die Operation geredet, und die fanden die Idee nicht gut
- ☐ Ein anderer Grund - und zwar:

#### 8 Einleitung MN

Bitte machen Sie im Folgenden Angaben zu Ihrer Mediennutzung.

**8.1 MN Alle****Welche dieser Medien nutzen Sie?**

Mehrfachnennungen sind möglich.

- ☐ Fernseher  
☐ Radio  
☐ Computer  
☐ Zeitungen/Zeitschriften  
☐ Kino  
☐ Video/DVD/Blu-Ray  
☐ CD/MP3-Player  
☐ Smartphone/Handy  
☐ Tablet  
☐ Videospielkonsolen  
☐ Andere Medien - und zwar:

**8.1.1.1 TV - Dauer****Wie viel Zeit verbringen Sie an einem gewöhnlichen Werktag insgesamt damit fernzusehen?**

- ☐ Weniger als 30 Minuten  
☐ Zwischen 30 Minuten und weniger als 1 Stunde  
☐ Zwischen 1 und weniger als 2 Stunden  
☐ Zwischen 2 und weniger als 3 Stunden  
☐ Zwischen 3 und weniger als 4 Stunden  
☐ Zwischen 4 und weniger als 5 Stunden  
☐ Zwischen 5 und weniger als 6 Stunden  
☐ Zwischen 6 und weniger als 7 Stunden  
☐ 7 Stunden und länger

**8.1.1.2 TV nach Sendungen****Wie regelmäßig schauen Sie die folgenden Sendungen?**

Wenn die Sendungen aktuell nicht im deutschen Fernsehen zu sehen sind: Wie regelmäßig haben Sie die letzte Staffel der folgenden Sendungen geschaut?

|                              | Nie                   | Selten                | Manchmal              | Häufig                | Immer                 | Kenne die Sendung nicht |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| RTL Exklusiv                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Brisant                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Red! Stars, Lifestyle & More | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Taff                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Prominent                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| The Biggest Loser            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Exklusiv - Die Reportage     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Extrem schön!                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Million Dollar Shootingstar  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Schönheits-Alarm!            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Schwer Verliebt              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Extrem Schwer                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| How Do I Look?               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Germany's Next Topmodel      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Der Bachelor                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Hotter Than My Daughter      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |

**8.1.2.1 MN Spielfilm****Wie oft schauen Sie einen Spielfilm?**

Dabei ist es unwichtig, ob Sie den Spielfilm im Kino, Fernsehen, Online, auf Blu-Ray oder auf DVD schauen.

- ☐ Seltener als einmal im halben Jahr  
☐ Seltener als einmal im Monat  
☐ Einmal im Monat  
☐ Einmal in 2 Wochen  
☐ Einmal pro Woche  
☐ Täglich

**8.1.2.1 IT II**

**Wie viel Zeit verbringen Sie an einem gewöhnlichen Werktag privat im Internet?**

- ☐ Weniger als 30 Minuten  
☐ Zwischen 30 Minuten und weniger als 1 Stunde  
☐ Zwischen 1 und weniger als 2 Stunden  
☐ Zwischen 2 und weniger als 3 Stunden  
☐ Zwischen 3 und weniger als 4 Stunden  
☐ Zwischen 4 und weniger als 5 Stunden  
☐ Zwischen 5 und weniger als 6 Stunden  
☐ Zwischen 6 und weniger als 7 Stunden  
☐ 7 Stunden und länger

**8.1.4.1 MN Z/Z****Welche der folgenden Zeitschriften lesen Sie regelmäßig?**

Dabei ist es unwichtig, ob Sie die Printausgabe oder die Onlineausgabe der Zeitschrift lesen. Mehrfachnennungen sind möglich.

|                                          |                                                        |                                         |                                                                     |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Bild der Frau   | <input type="checkbox"/> FÜR SIE                       | <input type="checkbox"/> Maxi           | <input type="checkbox"/> Ich lese keine der genannten Zeitschriften |
| <input type="checkbox"/> Bravo           | <input type="checkbox"/> Gala                          | <input type="checkbox"/> MAXIM          |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Bravo Girl      | <input type="checkbox"/> Glamour                       | <input type="checkbox"/> Men's Health   |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Brigitte        | <input type="checkbox"/> GQ                            | <input type="checkbox"/> Penthouse      |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> BUNTE           | <input type="checkbox"/> IN - das STAR & STYLE Magazin | <input type="checkbox"/> Petra          |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Cosmopolitan    | <input type="checkbox"/> InStyle                       | <input type="checkbox"/> Playboy        |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> ELLE            | <input type="checkbox"/> InTouch                       | <input type="checkbox"/> REVUE          |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> FHM             | <input type="checkbox"/> JOLIE                         | <input type="checkbox"/> Shape          |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Fit For Fun     | <input type="checkbox"/> Joy                           | <input type="checkbox"/> Vital          |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Frau im Spiegel | <input type="checkbox"/> Madame                        | <input type="checkbox"/> Vogue          |                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Freundin        | <input type="checkbox"/> Mädchen                       | <input type="checkbox"/> Women's Health |                                                                     |

**9 Einleitung Bewertungen**

Im nun folgenden Teil bitten wir Sie noch um einige Einschätzungen.

Hierbei geht es ausschließlich um Ihre Sicht der Dinge. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten.

Beantworten Sie bitte alle Fragen.

**9.1 Big 5**

Inwieweit treffen folgende Aussagen auf Sie zu?

Ich...

|                                                                        | Trifft überhaupt nicht zu | Trifft eher nicht zu  | Weder noch            | Trifft eher zu        | Trifft voll und ganz zu |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| ... bin eher zurückhaltend, reserviert.                                | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... schenke anderen leicht Vertrauen, glaube an das Gute im Menschen.  | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... bin bequem, neige zur Faulheit.                                    | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... bin entspannt, lasse mich durch Stress nicht aus der Ruhe bringen. | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... habe nur wenig künstlerisches Interesse.                           | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... gehe aus mir heraus, bin gesellig.                                 | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... neige dazu, andere zu kritisieren.                                 | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... erledige Aufgaben gründlich.                                       | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... werde leicht nervös und unsicher.                                  | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| ... habe eine aktive Vorstellungskraft, bin phantasievoll.             | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |

**9.2.1.1 Schwartz I**

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

|                                                                                                                                                              | Ist mir<br>überhaupt<br>nicht<br>ähnlich | Ist mir<br>nicht<br>ähnlich | Ist mir nur<br>ein kleines<br>Blaeschen<br>ähnlich | Ist mir<br>etwas<br>ähnlich | Ist mir<br>ähnlich    | Ist mir<br>sehr<br>ähnlich | Wird<br>nicht         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|
| Es ist ihm wichtig, neue Ideen zu entwickeln und kreativ zu sein. Er macht Sachen gerne auf seine eigene originelle Art und Weise.                           | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, reich zu sein. Er möchte viel Geld haben und teure Sachen besitzen.                                                                      | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Er hält es für wichtig, dass alle Menschen auf der Welt gleich behandelt werden sollten. Er glaubt, dass jeder Mensch im Leben gleiche Chancen haben sollte. | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm sehr wichtig, seine Fähigkeiten zu zeigen. Er möchte, dass die Leute bewundern, was er tut.                                                       | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, in einem sicheren Umfeld zu leben. Er vermeidet alles, was seine Sicherheit gefährden könnte.                                            | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |

## 9.2.1.2 Schwartz II

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

|                                                                                                                                                                | Ist mir<br>überhaupt<br>nicht<br>ähnlich | Ist mir<br>nicht<br>ähnlich | Ist mir nur<br>ein kleines<br>Blaeschen<br>ähnlich | Ist mir<br>etwas<br>ähnlich | Ist mir<br>ähnlich    | Ist mir<br>sehr<br>ähnlich | Wird<br>nicht         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------------|
| Er mag Überraschungen und hält immer Ausschau nach neuen Aktivitäten. Er denkt, dass im Leben Abwechslung wichtig ist.                                         | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Er glaubt, dass die Menschen tun sollten, was man ihnen sagt. Er denkt, dass Menschen sich immer an Regeln halten sollten, selbst dann, wenn es niemand sieht. | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, Menschen zuzuhören, die anders sind als er. Auch wenn er anderer Meinung ist als andere, will er die anderen trotzdem verstehen.           | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, zurückhaltend und bescheiden zu sein. Er versucht, die Aufmerksamkeit nicht auf sich zu lenken.                                            | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, Spaß zu haben. Er gönnt sich selbst gern etwas.                                                                                            | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>                              | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>      | <input type="radio"/> |

## 9.2.1.3 Schwartz III

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

|  | Ist mir<br>überhaupt<br>nicht<br>ähnlich | Ist mir<br>nicht<br>ähnlich | Ist mir nur<br>ein kleines<br>Blaeschen<br>ähnlich | Ist mir<br>etwas<br>ähnlich | Ist mir<br>ähnlich | Ist mir<br>sehr<br>ähnlich | Wird<br>nicht |
|--|------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------|----------------------------|---------------|
|--|------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------|----------------------------|---------------|

|                                                                                                                                                                |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Es ist ihm wichtig, selbst zu entscheiden, was er tut. Er ist gern frei und unabhängig von anderen.                                                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm sehr wichtig, den Menschen um ihn herum zu helfen. Er will für deren Wohl sorgen.                                                                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, sehr erfolgreich zu sein. Er hofft, dass die Leute seine Leistungen anerkennen.                                                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, dass der Staat seine persönliche Sicherheit vor allen Bedrohungen gewährleistet. Er will einen starken Staat, der seine Bürger verteidigt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Er sucht das Abenteuer und geht gern Risiken ein. Er will ein aufregendes Leben haben.                                                                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### 9.2.1.4 Schwartz IV

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

|                                                                                                                                                         | Ist mir überhaupt nicht ähnlich | Ist mir nicht ähnlich | Ist mir nur ein kleines bisschen ähnlich | Ist mir etwas ähnlich | Ist mir ähnlich       | Ist mir sehr ähnlich  | Wird nicht            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Er ist fest davon überzeugt, dass die Menschen sich um die Natur kümmern sollten. Umweltschutz ist ihm wichtig.                                         | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, seinen Freunden gegenüber loyal zu sein. Er will sich für Menschen einsetzen, die ihm nahe stehen.                                  | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, dass andere ihn respektieren. Er will, dass die Leute tun, was er sagt.                                                             | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Er lässt keine Gelegenheit aus, Spaß zu haben. Es ist ihm wichtig, Dinge zu tun, die ihm Vergnügen bereiten.                                            | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihm wichtig, sich jederzeit korrekt zu verhalten. Er vermeidet es, Dinge zu tun, die andere Leute für falsch halten könnten.                     | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tradition ist ihm wichtig. Er versucht, sich an die Sitten und Gebräuche zu halten, die ihm von seiner Religion oder seiner Familie überliefert wurden. | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### 9.3.1.1 Schwartz I\_w

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

| Ist mir überhaupt nicht ähnlich | Ist mir nicht ähnlich | Ist mir nur ein kleines bisschen ähnlich | Ist mir etwas ähnlich | Ist mir ähnlich | Ist mir sehr ähnlich | Wird nicht |
|---------------------------------|-----------------------|------------------------------------------|-----------------------|-----------------|----------------------|------------|
|---------------------------------|-----------------------|------------------------------------------|-----------------------|-----------------|----------------------|------------|

|                                                                                                                                                                |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Es ist ihr wichtig, neue Ideen zu haben und kreativ zu sein. Sie macht Sachen gerne auf ihre eigene originelle Art und Weise.                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, reich zu sein. Sie möchte viel Geld und teure Sachen besitzen.                                                                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sie hält es für wichtig, dass alle Menschen auf der Welt gleich behandelt werden sollten. Sie glaubt, dass jeder Mensch im Leben gleiche Chancen haben sollte. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr sehr wichtig, ihre Fähigkeiten zu zeigen. Sie möchte, dass die Leute bewundern, was sie tut.                                                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, in einem sicheren Umfeld zu leben. Sie vermeidet alles, was ihre Sicherheit gefährden könnte.                                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 9.3.1.2 Schwartz II\_w

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

|                                                                                                                                                                  | Ist mir überhaupt nicht ähnlich | Ist mir nicht ähnlich | Ist mir nur ein kleines bisschen ähnlich | Ist mir etwas ähnlich | Ist mir ähnlich       | Ist mir sehr ähnlich  | Wird nicht            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Sie mag Überraschungen und hält immer Ausschau nach neuen Aktivitäten. Sie denkt, dass im Leben Abwechslung wichtig ist.                                         | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sie glaubt, dass die Menschen tun sollten, was man ihnen sagt. Sie denkt, dass Menschen sich immer an Regeln halten sollten, selbst dann, wenn es niemand sieht. | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, Menschen zuzuhören, die anders sind als sie. Auch wenn sie anderer Meinung ist als andere, will sie die anderen trotzdem verstehen.          | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, zurückhaltend und bescheiden zu sein. Sie versucht, die Aufmerksamkeit nicht auf sich zu lenken.                                             | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, Spaß zu haben. Sie gönnt sich selbst gern etwas.                                                                                             | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## 9.3.1.3 Schwartz III\_w

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

|                                                                                                       | Ist mir überhaupt nicht ähnlich | Ist mir nicht ähnlich | Ist mir nur ein kleines bisschen ähnlich | Ist mir etwas ähnlich | Ist mir ähnlich       | Ist mir sehr ähnlich  | Wird nicht            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Es ist ihr wichtig, selbst zu entscheiden, was sie tut. Sie ist gern frei und unabhängig von anderen. | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

|                                                                                                                                                                |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Es ist ihr sehr wichtig, den Menschen um sie herum zu helfen. Sie will für deren Wohl sorgen.                                                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, sehr erfolgreich zu sein. Sie hofft, dass die Leute ihre Leistungen anerkennen.                                                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, dass der Staat ihre persönliche Sicherheit vor allen Bedrohungen gewährleistet. Sie will einen starken Staat, der seine Bürger verteidigt. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sie sucht das Abenteuer und geht gern Risiken ein. Sie will ein aufregendes Leben haben.                                                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### 9.3.1.4 Schwartz IV\_w

Im Folgenden sehen Sie einige Personen beschrieben.

Bitte geben Sie an, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die jeweils beschriebene Person ist.

|                                                                                                                                                       | Ist mir überhaupt nicht ähnlich | Ist mir nicht ähnlich | Ist mir nur ein kleines bisschen ähnlich | Ist mir etwas ähnlich | Ist mir ähnlich       | Ist mir sehr ähnlich  | Wird nicht            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Sie ist fest davon überzeugt, dass die Menschen sich um die Natur kümmern sollten. Umweltschutz ist ihr wichtig.                                      | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, ihren Freunden gegenüber loyal zu sein. Sie will sich für Menschen einsetzen, die ihr nahe stehen.                                | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, dass andere sie respektieren. Sie will, dass die Leute tun, was sie sagt.                                                         | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sie lässt keine Gelegenheit aus, Spaß zu haben. Es ist ihr wichtig, Dinge zu tun, die ihr Vergnügen bereiten.                                         | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Es ist ihr wichtig, sich jederzeit korrekt zu verhalten. Sie vermeidet es, Dinge zu tun, die andere Leute für falsch halten könnten.                  | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tradition ist ihr wichtig. Sie versucht sich an die Sitten und Gebräuche zu halten, die ihr von ihrer Religion oder ihrer Familie überliefert wurden. | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### 9.4 ASI (Kurzversion)

Bitte lesen Sie sich die folgenden Aussagen gründlich durch und kreuzen Sie die Antwortoption an, die Ihre Meinung zu dieser Aussage am besten wiedergibt.

In diesem Fragebogen gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Ihre Antwort ist gut, wenn sie Ihre Meinung trifft.

|                                                                                             | Stimme gar nicht zu   | Stimme eher nicht zu  | Teils/teils           | Stimme eher zu        | Stimme voll und ganz zu |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Mein äußeres Erscheinungsbild ist eines der ersten Dinge, das Leuten an mir auffallen wird. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Attraktiven Menschen fliegt alles zu.                                                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Die einzige Möglichkeit für mich, mein Aussehen irgendwann zu mögen, ist es zu verändern.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |
| Wenn ich so aussehen könnte, wie ich will, wäre mein Leben viel einfacher.                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   |

|                                                                                                  |                       |                       |                       |                       |                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Die Medienbotschaften machen es mir unmöglich, mit meiner äußeren Erscheinung zufrieden zu sein. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich sollte mein Bestes geben, um immer so gut wie möglich auszusehen.                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

---

**10 Attraktivität/Äußeres/Nackt**

**Für wie attraktiv halten Sie sich?**

unattraktiv ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ attraktiv

**Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer generellen äußeren Erscheinung?**

vollkommen unzufrieden ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ vollkommen zufrieden

**Haben Sie Probleme damit, sich nackt im Spiegel zu betrachten?**

sehr große Probleme ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ gar keine Probleme

---

**11 SozDem Größe/Gewicht**

Gleich haben Sie es geschafft. Nun folgen noch einige Fragen zu Ihrer Person. Wir bitten Sie, auch diese Fragen sorgfältig zu beantworten.

**Geben Sie bitte Ihre Größe (in cm) an.**

cm

**Geben Sie bitte Ihr Gewicht (in kg) an.**

Falls Sie Ihr genaues Gewicht nicht kennen, versuchen Sie bitte zu schätzen.

kg

---

**11.1 SozDem SubGes**

**Wie würden Sie Ihren aktuellen Gesundheitszustand im Allgemeinen beschreiben?**

☐ Schlecht  
☐ Weniger gut  
☐ Zufriedenstellend  
☐ Gut  
☐ Sehr gut

---

**11.2 SozDem Sport**

**Wie häufig treiben Sie in Ihrer Freizeit Sport?**

☐ Nie  
☐ Seltener als einmal im Monat  
☐ Mindestens einmal im Monat  
☐ Mehrmals im Monat  
☐ Mehrmals die Woche  
☐ Täglich

---

**11.2.1.1 FZ Sport III**

**Welche Sportarten betreiben Sie?**

Mehrfachnennungen sind möglich.

☐ Torspiele (wie z.B. Fußball, Basketball oder Handball)  
☐ Krafttraining  
☐ Ausdauersportarten (wie z.B. Joggen, Fahrradfahren oder Schwimmen)  
☐ Fitnesstraining/Aerobic  
☐ Pilates/Yoga  
☐ Kampfsportarten (wie z.B. Judo, Karate oder Taekwondo)  
☐ Reitsport  
☐ Tanzsport (wie z.B. Ballett, Jazzdance oder Zumba)  
☐ Rückschlagspiele (wie z.B. Volleyball, Tennis oder Badminton)  
☐ Eine andere Sportart - und zwar:

---

**11.3.1 Körperpflege Nahrung**

**Wie oft essen Sie Fast Food?**

Denken Sie dabei bitte an die letzten vier Wochen.

Zu Fast Food zählen z.B. (Tiefkühl-)Pizza, Pommes Frites, Burger, Currywurst, Gyros oder Döner Kebab.

- ☐ Nie
- ☐ Seltener als einmal die Woche
- ☐ Einmal die Woche
- ☐ Alle zwei bis drei Tage
- ☐ An mehr als drei Tagen die Woche

**Wie oft essen Sie frisches Obst?**

Denken Sie dabei bitte an die letzten vier Wochen.

- ☐ Nie
- ☐ Seltener als einmal die Woche
- ☐ Einmal die Woche
- ☐ Alle zwei bis drei Tage
- ☐ An mehr als drei Tagen die Woche

### 11.3.2 Körperpflege Rauchen

**Rauchen Sie?**

Falls ja, wie viele Zigaretten rauchen Sie ungefähr am Tag? Bitte geben Sie einen Durchschnitt für die letzten vier Wochen an.

- ☐ Ja, aber nicht täglich, sondern nur zu besonderen Anlässen
- ☐ Ja, täglich 1-5 Zigaretten
- ☐ Ja, täglich 6-10 Zigaretten
- ☐ Ja, täglich 11-20 Zigaretten
- ☐ Ja, täglich 21-40 Zigaretten
- ☐ Ja, täglich über 40 Zigaretten

- ☐ Ich rauche nicht, habe aber früher geraucht
- ☐ Ich rauche nicht und habe noch nie geraucht

### 11.3.3 Körperpflege Alkohol

An wie vielen Tagen in der Woche konsumieren Sie mindestens eine Flasche Bier, ein Glas Wein oder ein Glas Sekt?

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 0                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### 11.4 SozDem Wohnort

Welche der Kategorien auf dieser Liste beschreibt am besten Ihren Wohnort?

- ☐ Großstadt
- ☐ Rand oder Vorort einer Großstadt
- ☐ Mittel- oder Kleinstadt
- ☐ Ländliches Dorf
- ☐ Einzelgehöft oder allein stehendes Haus auf dem Land

### 11.5 SozDem Beruf

Welche der folgenden Angaben trifft auf Sie zu?

- ☐ Voll- oder teilzeitbeschäftigt im öffentlichen Dienst
- ☐ Voll- oder teilzeitbeschäftigt außerhalb des öffentlichen Dienstes
- ☐ RentnerIn, PensionärIn
- ☐ Arbeitslos/arbeitsuchend
- ☐ StudentIn
- ☐ Nichterwerbstätige Hausfrau oder nichterwerbstätiger Hausmann
- ☐ Anderes - und zwar:

### 11.6 SozDem Schicht

Welcher Schicht rechnen Sie sich aktuell selbst eher zu?

- ☐ Der Unterschicht
- ☐ Der Arbeiterschicht
- ☐ Der Mittelschicht
- ☐ Der oberen Mittelschicht

☐ Der Übersicht

☐ Weiß nicht

#### 11.7 SozDem Y

**Wie hoch ist Ihr eigenes monatliches Netto-Einkommen aktuell, also die Summe, die nach Abzug der Steuern und Sozialversicherungsbeiträge übrig bleibt, bei Selbstständigen – nach Abzug der Betriebsausgaben und Steuern?**

- ☐ Unter 200 €
- ☐ 200 bis unter 300 €
- ☐ 300 bis unter 400 €
- ☐ 400 bis unter 500 €
- ☐ 500 bis unter 625 €
- ☐ 625 bis unter 750 €
- ☐ 750 bis unter 875 €
- ☐ 875 bis unter 1.000 €
- ☐ 1.000 bis unter 1.125 €
- ☐ 1.125 bis unter 1.250 €
- ☐ 1.250 bis unter 1.375 €
- ☐ 1.375 bis unter 1.500 €
- ☐ 1.500 bis unter 1.750 €
- ☐ 1.750 bis unter 2.000 €
- ☐ 2.000 bis unter 2.250 €
- ☐ 2.250 bis unter 2.500 €
- ☐ 2.500 bis unter 2.750 €
- ☐ 2.750 bis unter 3.000 €
- ☐ 3.000 bis unter 4.000 €
- ☐ 4.000 bis unter 5.000 €
- ☐ 5.000 bis unter 7.500 €
- ☐ 7.500 € und mehr

☐ Ich habe kein eigenes Einkommen

#### 11.8 SozDem Familienstand

**Wie ist Ihr aktueller Familienstand?**

- ☐ Ledig
- ☐ In einer eingetragenen Partnerschaft lebend
- ☐ Verheiratet
- ☐ Getrennt lebend
- ☐ Geschieden
- ☐ Verwitwet

##### 11.8.1.1 Partner im Haushalt?

**Haben Sie aktuell einen festen Lebenspartner?**

- ☐ Ja, im gemeinsamen Haushalt
- ☐ Ja, in getrennten Haushalten
- ☐ Nein

#### 11.9 Sozdem Geschwister

**Haben Sie Geschwister?**

Geschwister sind in diesem Falle: Geschwister mit denen Sie ein oder beide Elternteile gemeinsam haben, ebenso wie solche, die von Ihren Eltern adoptiert worden sind.

- ☐ Ja
- ☐ Nein

##### 11.9.1.1 Sozdem Anzahl Geschw

**Wie viele Geschwister haben Sie?**

Geschwister sind in diesem Falle: Geschwister mit denen Sie ein oder beide Elternteile gemeinsam haben, ebenso wie solche, die von Ihren Eltern adoptiert worden sind.

- ☐ 1
- ☐ 2

- ☐ 3
  - ☐ 4
  - ☐ 5
  - ☐ 6 oder mehr Geschwister
- Wie viele Ihrer Geschwister sind älter als Sie?**
- ☐ Keins/Keine
  - ☐ 1
  - ☐ 2
  - ☐ 3
  - ☐ 4
  - ☐ 5 oder mehr
  - ☐ Alle

#### 11.10 SozDem Kinder

**Wie viele Kinder haben Sie?**

Dazu zählen leibliche, Adoptiv- oder Pflegekinder, die in Ihrer Obhut sind oder waren.

- ☐ 1 Kind
- ☐ 2 Kinder
- ☐ 3 Kinder
- ☐ 4 Kinder
- ☐ 5 Kinder
- ☐ Mehr als 5 Kinder
- ☐ Ich habe keine Kinder

#### 11.10.1.1 SozDem Kinder II

**Wie viele dieser Kinder sind leiblich?**

- ☐ Keins
- ☐ 1 Kind
- ☐ 2 Kinder
- ☐ 3 Kinder
- ☐ 4 Kinder
- ☐ 5 Kinder
- ☐ Mehr als 5 Kinder
- ☐ Alle

#### 11.11 SozDem Sexualität

**Wie würden Sie Ihre sexuelle Orientierung beschreiben?**

- ☐ Heterosexuell
- ☐ Homosexuell
- ☐ Bisexuell
- ☐ Eine andere sexuelle Orientierung, und zwar:
- ☐ Keine Angabe

#### 12 Endnote

Sie sind nun am Ende der Umfrage angelangt.

Noch einmal herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Um die Umfrage endgültig zu beenden, schließen Sie bitte das Fenster.



<http://www.springer.com/978-3-658-20027-5>

Schönheitshandeln

Der Einfluss des Habitus auf die Bearbeitung des  
Körpers

Krause, J.

2018, XII, 324 S. 28 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-20027-5