

*Ulrich Rosar, Markus Klein und Jörg Hagenah*

## **Physische Attraktivität und soziale Ungleichheit. Einige grundsätzliche Anmerkungen zu einem in der soziologischen Forschung kaum beachteten Prädiktor sozialer Ungleichheit**

*Abstract:* The external appearance of a person is an important predictor for his or her social success. This finding has been verified by numerous – mostly social psychological oriented – empirical studies on physical attractiveness for many phases and areas of life. At the same time, sociological research on social inequality has hardly paid any attention to the social relevance of physical attractiveness. In order to begin to close this gap, the article provides insight into attractiveness research results and highlights the importance of further research into the impact of attractiveness on causing social inequality. We will first give an overview of the areas of life in which the efficacy of physical attractiveness has already been demonstrated. Then we will discuss the mechanisms through which the external appearance of a person develops its effect, until finally, we will explain how physical attractiveness can be measured.

„Wer schön ist, ist auch gut. Und wer gut ist, wird bald auch schön sein.“  
(Sappho, Fragment Nr. 101, ca. 600 v. Chr.)

### **1. Physische Attraktivität – ein blinder Fleck der soziologischen Ungleichheitsforschung**

Es mag etwas unüblich erscheinen, aber beginnen wir doch einmal mit einem kleinen Gedankenexperiment: Stellen wir uns vor, die Deutsche Forschungsgemeinschaft hätte uns ein groß angelegtes Forschungsprojekt zur Einkommensungleichheit in Deutschland bewilligt. Bestandteil dieses Projektes ist eine repräsentative Bevölkerungsumfrage mit einem anvisierten Nettosample von 3.000 Befragungsteilnehmern. Wir konzipieren einen entsprechenden Fragebogen, der auch ausführliche Intervieweranweisungen zu den direkt zu codierenden Merkmalen enthält. Anschließend beauftragen wir ein kommerzielles Marktforschungsinstitut, die Erhebung mittels Face-to-Face-Interviews durchzuführen. Nach Abschluss der Feldphase stellt sich heraus, dass das Marktforschungsinstitut es versäumt hat, das Geschlecht der Befragten zu erheben. Würden wir das Marktforschungsinstitut für seine Arbeit bezahlen? – Natürlich nicht! Die erhobenen Daten wären unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten völlig wertlos, da mit dem Merkmal Geschlecht ein zentraler Prädiktor der Einkommensungleichheit

bei den statistischen Auswertungen nicht berücksichtigt werden könnte (vgl. exemplarisch Aisenbrey/Brückner 2008).

Wie würden wir uns aber verhalten, wenn wir bereits bei der Konzeption der Studie ein wichtiges askriptives Merkmal übersehen hätten, das die Einkommensungleichheit beeinflusst? Ein Merkmal, dessen Einfluss auf die Einkommensungleichheit größer sein könnte als der des Geschlechts (vgl. exemplarisch die empirischen Befunde bei Hanson Frieze et al. 1991), und das zu allem Überfluss auch noch mit dem Geschlecht interagieren kann, so dass sich die diskriminierenden Effekte multiplizieren (Heilman/Saruwatari 1979; Heilman/Stopeck 1985)? – Wir müssten akzeptieren, dass die empirischen Befunde unserer Studie einen blinden Fleck aufweisen und die externe Validität der Ergebnisse möglicherweise fraglich ist. Im besten Fall könnten wir hoffen, dass die Reichweite unserer Untersuchung durch dieses Defizit lediglich begrenzt wird. Im schlimmsten Fall müssten wir befürchten, dass dieses Defizit unsere Ergebnisse verfälscht.

Die physische Attraktivität eines Menschen ist eine wichtige Determinante sozialer Ungleichheit. Sie beeinflusst nicht nur die Einkommensungleichheit, sondern wirkt sich ubiquitär in allen Bereichen menschlichen Zusammenlebens auf Erfolg oder Misserfolg aus. In Abhängigkeit von der Handlungslogik eines sozialen Kontextes, z.B. im Bereiche der Werbung, kann ihre Wirkung dabei zwar gelegentlich als inhärenter Produktivitätsvorsprung attraktiver Akteure gewertet werden und ist dementsprechend als gesellschaftlich legitime Quelle der Ungleichheit zu werten. In der Regel entspricht die Diskriminierung der Akteure nach der äußeren Anmutung jedoch nicht der Sachlogik des jeweiligen Handlungskontextes, so dass ihre Wirkung auf soziale Ungleichheit – analog den Effekten des Geschlechts oder der Ethnie (Rosar 2001) – als sozialer Anachronismus begriffen werden muss. Die sozialpsychologische Forschung hat die Wirkung der physischen Attraktivität inzwischen für ein weites Feld an Anwendungsgebieten untersucht und bestätigt (vgl. dazu die Überblicksarbeiten von Etcoff 2000; Grammer 2002; Renz 2006). In der Ökonomie, der Politikwissenschaft und insbesondere in der Soziologie werden diese Vorarbeiten jedoch erst seit vergleichsweise kurzer Zeit und nur zögerlich aufgegriffen. Selbst in der soziologischen Partnerschaftsforschung sucht man mit Blick auf die Entstehung, die Dynamik und die Stabilität von Paarbeziehungen weitgehend vergeblich nach Hinweisen auf den Einfluss der physischen Attraktivität (vgl. Lenz 2009).<sup>1</sup>

Die Analyse sozialer Ungleichheiten in all ihren Facetten ist eines der zentralen Leitthemen der Soziologie. Ziel dieser Abhandlung ist es, das Bewusstsein um die Bedeutung der physischen Attraktivität für die Entstehung und Perpetuierung sozialer Ungleichheiten stärker im Bewusstsein der Disziplin zu verankern. Im weiteren Fortgang wird sich die Darstellung daher wie folgt gliedern: Um einen plastischen Eindruck von der sozialen Virulenz der physischen Attraktivität zu vermitteln, wird zunächst ein kurzer Überblick über den Stand der – vorwiegend sozialpsychologischen – Attraktivitätsforschung gegeben (*Abschnitt*

<sup>1</sup> Dabei ist es in gewisser Weise ein wissenschaftsgeschichtlicher Treppenwitz, dass die nach modernem Verständnis erste fundierte empirische Studie zur sozialen Wirkung der physischen Attraktivität von dem US-amerikanischen Soziologen Willard W. Waller (1937) durchgeführt und in einem der heute führenden soziologischen Journals publiziert wurde.

2.1). Zum besseren Verständnis der Materie folgen ein prägnanter Überblick über die Annahmen und Befunde, die die Wirkung der physischen Attraktivität begründen (*Abschnitt 2.2*), eine Systematisierung der Mechanismen, durch die die physische Attraktivität ihre Wirkung entfaltet (*Abschnitt 2.3*), sowie eine kurze Darstellung zur Messbarkeit der physischen Attraktivität (*Abschnitt 2.4*).<sup>2</sup> Den Abschluss bilden eine kurze Zusammenfassung und ein Ausblick auf die Möglichkeiten, die ALLBUS 2008 und ISSP 2008 bzw. ALLBUS 2010 und ALLBUS 2012 bieten, um die physische Attraktivität im Rahmen soziologischer Studien als Prädiktor sozialer Ungleichheit zu berücksichtigen (*Abschnitt 3*).

## 2. Physische Attraktivität wirkt

### 2.1 Wo und wann physische Attraktivität wirkt

Die physische Attraktivität ist in ihrer sozialen Wirkung so omnipräsent, dass Etcoff in Anlehnung an die berühmte Darwin'sche Redewendung vom *Survival of the Fittest* vom *Survival of the Prettiest* (Etcoff 2000) spricht und Menninghaus (2007) sich zu der Frage veranlasst sieht, ob wir uns inzwischen auf dem Weg in eine Kallokratie befinden. Wenig verwunderlich dürfte es sein, dass die physische Attraktivität eines Menschen seine Chancen auf dem Partner- und Heiratsmarkt nachhaltig beeinflusst. Attraktive Menschen haben dabei zunächst einmal eher die Chance, einen Partner zu finden, mehr Auswahlmöglichkeiten und bekommen in der Regel auch die attraktiveren Partner ab (vgl. u.a. Grammer 2002). Innerhalb und außerhalb von festen Paarbeziehungen haben sie eher und mehr Sex, ihre sexuellen Erlebnisse sind – gemäß ihrer eigenen Einschätzung – von höherer Qualität und sie verschaffen ihren Sexualpartnern dasselbe Gefühl (Ackard et al. 2000; Gangestad/Thornhill 1997; Langlois et al. 2000; Mazur et al. 1994; Shackelford et al. 2000; Thornhill et al. 1995).<sup>3</sup> Geht es schließlich um das Heiraten, können insbesondere Frauen ihre physische Attraktivität gegen einen hohen sozialen Status eintauschen (siehe z.B. Elder 1969; Marwick 1988; Murstein/Christy 1976).<sup>4</sup>

Physische Attraktivität beginnt aber nicht erst mit dem Eintritt der Geschlechtsreife zu wirken. Bereits Säuglinge und Kleinkinder erfahren eine deutlich

---

<sup>2</sup> Im Folgenden wird bewusst darauf verzichtet, zu erklären, was physische Attraktivität eigentlich ist. Eine solche Darstellung wäre eine eigene Abhandlung – und zwar eine psychologische (vgl. jedoch Braun et al. 2003; Grammer 2002; Gründl 2007). Davon abgesehen würde die Diskussion der bekannten Befunde bei den Differenzen, die hier zwischen der Attraktivität von Männern und der von Frauen bestehen, sowie auf Grund der vielen Ausnahmen, die es für jedes Geschlecht von den Grundregeln gibt, einfach den Rahmen dieser Abhandlung sprengen.

<sup>3</sup> In diesem Zusammenhang muss allerdings auch erwähnt werden, dass Menschen, die mit attraktiven Partnern Sex haben, leichtsinniger sind. Sie sind eher bereit, ungeschützten Geschlechtsverkehr zu praktizieren, so dass sich die Risiken einer ungewollten Schwangerschaft oder einer HIV-Infektion erhöhen (Agocha/Cooper 1999; Boehm et al. 1996).

<sup>4</sup> Allerdings gilt – quasi als Kehrseite der Medaille – auch, dass attraktive Männer und Frauen ein signifikant erhöhtes Trennungsrisiko haben (Feingold 1988; White 1980) und dass Männer, die berufsbedingt in einem überdurchschnittlich intensiven Kontakt mit jungen und attraktiven Frauen stehen – also beispielsweise Hochschullehrer – ebenso ein überproportionales Scheidungsrisiko aufweisen (Kanazawa/Still 2000).

bessere Behandlung durch ihr soziales Umfeld, wenn sie von diesem als attraktiv wahrgenommen werden (Dion/Berscheid 1974; Hildebrandt/Fitzgerald 1983; Ritter et al. 1991; White Stephan/Langlois 1984). Dies schließt sogar die eigenen Mütter ein, die ihren Neugeborenen umso mehr Zärtlichkeiten geben, je attraktiver diese sind (Langlois et al. 1995; 2000). Im weiteren Entwicklungsverlauf gehen die Eltern stärker auf ihre Bedürfnisse ein und fördern sie intensiver (Langlois et al. 2000). Zudem ist ihr Risiko, Opfer häuslicher Gewalt und sexueller Übergriffe zu werden, merklich geringer (McCabe 1988; Vigil et al. 2005). Außerhalb des Elternhauses genießen attraktive Kinder und Jugendliche mehr Ansehen bei ihren Altersgenossen und nicht selten sind sie die Protagonisten ihrer Peer Groups (Dion/Berscheid 1974; Kleck et al. 1974; Langlois/Downs 1979; Langlois/Styczynski 1979; Savin-Williams 1979; Vaughn/Langlois 1983). Erzieherinnen und Lehrer schätzen ihre intellektuellen Kapazitäten höher ein und geben günstigere Prognosen für ihre weitere Entwicklung (Baugh/Parry 1991; Dion 1972; Jackson et al. 1995). Und geht es um die Beurteilung von Leistungen, erhalten attraktive Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene – bis in die Phase der Hochschulausbildung hinein – die besseren Noten (siehe zur Übersicht: Dunkake et al. 2012).<sup>5</sup>

Ist die schulische Bildung oder die Hochschulausbildung erst einmal abgeschlossen, finden attraktive Menschen leichter eine Arbeitsstelle (Marlowe et al. 1996; Watkins/Johnston 2000). Die Qualität ihrer Arbeitsleistung wird höher eingeschätzt und ihre berufliche Reputation ist besser (Ambady/Rosenthal 1993; Hamermesh/Parker 2006; Klein/Rosar 2006; Riniolo et al. 2006; Rosar/Klein 2009). Im unmittelbaren Vergleich mit entsprechend qualifizierten, aber weniger ansehnlichen Kollegen erzielen sie ein höheres Einkommen und sie werden zudem eher, schneller und weiter befördert als diese (siehe zum Überblick: Hamermesh 2011). Davon abgesehen könnten sie aber auch für die Firmen, Organisationen und Institutionen, für die sie arbeiten, ein Gewinn sein. Denn sie sind die besseren Verkäufer (Caballero/Pride 1984; DeShields et al. 1996; Reingen/Kernan 1993), die erfolgreicheren Manager (Bosman et al. 1997; Pfann et al. 2000), die populäreren Politiker (siehe z.B. Rosar et al. 2012) und als Schauspieler werden sie eher mit positiven Rollen assoziiert (Smith et al. 1999).

Auch scheint es so zu sein, dass attraktive Menschen seltener auf deviantes Verhalten ausweichen müssen, um ihre Ziele zu erreichen (Cavior/Howard 1973; Mocan/Tekin 2005; Zebrowitz et al. 1998).<sup>6</sup> Wenn sie sich aber einmal eines Vergehens oder einer Straftat schuldig machen, dürfen sie darauf bauen, dass etwaige Zeugen das Fehlverhalten seltener zur Anzeige bringen (Deseran/Chung 1979; Mace 1972; Steffensmeier/Terry 1973). Kommt es zu einer Anzeige und wird Anklage erhoben, werden attraktive Menschen eher auf Kautionsfreigelas-

<sup>5</sup> Da mag es nur als ausgleichende Gerechtigkeit erscheinen, dass Schüler und Studierende, die die Qualität der ihnen gebotenen Lehre beurteilen sollen, in ihre Notegebung die physische Attraktivität des Lehrpersonals mit einfließen lassen (vgl. Ambady/Rosenthal 1993; Hamermesh/Parker 2006; Klein/Rosar 2006; Riniolo et al. 2006; Rosar/Klein 2009).

<sup>6</sup> In diesem Zusammenhang ist auch interessant, dass unattraktive Straftäter, die sich nach der Haftentlassung im Zuge der Resozialisierung einer Schönheitsoperation unterzogen haben, signifikant seltener rückfällig wurden als vergleichbar unattraktive Straftatessene einer Kontrollgruppe, denen diese Möglichkeit nicht gegeben wurde (vgl. Kurzberg et al. 1978).

sen, seltener schuldig gesprochen, und im Falle einer Verurteilung dürfen sie in der Regel auf die milderen Strafen hoffen (siehe zur Übersicht: Patry 2008).<sup>7</sup>

Grundsätzlich scheint zu gelten, dass attraktiven Menschen mit mehr Zuversicht, Rücksichtnahme und Respekt begegnet wird (Dabbs/Stokes 1975; Hartnett et al. 1974; Marwick 1988; Mulford et al. 1998; Sroufe et al. 1977). In den kleinen Alltagsdingen erfahren attraktive Personen mehr Unterstützung durch ihre Umwelt und in Notsituationen dürfen sie eher auf Hilfe von Bekannten und Fremden hoffen (Athanasίου/Greene 1973; Benson et al. 1976; Bian 1997; Wilson/Dovidio 1985). Insgesamt gelten attraktive Männer, Frauen und Kinder ihren Mitmenschen als die statushöheren, erfolgreicheren, umgänglicheren, gesünderen und psychisch stabileren Menschen (Cash et al. 1977; Dion et al. 1972; Jones et al. 1978; Langlois et al. 2000; Webster/Driskell 1983).<sup>8</sup> Damit korrespondiert, dass attraktive Menschen sich im Vergleich zu ihren nicht so ansehnlichen Zeitgenossen auch selbst als weniger gestresst, selbstbewusster, zufriedener, glücklicher und psychisch ausgeglichener wahrnehmen – und es möglicherweise sogar sind (Andreoletti et al. 2001; Cash/Soloway 1975; Farina et al. 1977; Umberson/ Hughes 1987; Zakahi et al. 1994).

Die bisherigen Befunde der Attraktivitätsforschung bestätigen die soziale Wirksamkeit der äußeren Anmutung also nahezu für jeden denkbaren Aspekt des menschlichen Zusammenlebens. Eigentlich gibt es sogar nur drei Bereiche, für die die Wirkung der physischen Attraktivität bisher nicht untersucht wurde – und das sind die letzten Dinge des Lebens: Krankheit, Tod und Religion. Es wäre aber nicht verwunderlich, wenn demnächst Studien publiziert würden, die belegen, dass schöne Menschen die besseren Seelsorger und Missionare sind, dass attraktive Männer und Frauen in den Genuss einer besseren medizinischen Versorgung kommen oder dass Menschen, die zu Lebzeiten eine höhere physische Attraktivität als ihre Zeitgenossen aufwiesen, die aufwändigeren Bestattungen erhalten.

## 2.2 Warum physische Attraktivität wirkt

Die Attraktivitätsforschung knüpft zunächst einmal an die Evolutionsbiologie an. Die physischen Merkmale, die eine hohe Attraktivität induzieren, sind auch die Merkmale, die im Sinne der *natürlichen Selektion* eine gute Fitness und im Sinne der *sexuellen Selektion* einen hohen reproduktiven Wert versprechen (Darwin 1982[1871]). Attraktiv ist, was gute Gene verheißt – oder zumindest die Abwesenheit schlechter Gene (vgl. dazu Berry 2000; Cunningham et al. 2002; Gangestad/Thornhill 1997; Grammer et al. 2003; Symons 1995; Zebrowitz et al. 2003; Zebrowitz/Montepare 2006; Zebrowitz/Rhodes 2004). Attraktiv ist aber vor allem auch, was im Rahmen gemischtgeschlechtlicher Partnerschaft gute Aussichten auf reproduktiven Erfolg verspricht – also die Fähigkeit anzeigt, Nach-

<sup>7</sup> Bei Zivilprozessen haben attraktive Personen übrigens vergleichbare Vorteile (vgl. Castellow et al. 1990; Stephan/Tully 1977; Zebrowitz/McDonald 1991).

<sup>8</sup> Allerdings hat die Zuschreibung größerer psychischer Stabilität auch eine Schattenseite. Benötigen attraktive Menschen nämlich tatsächlich psychologische Unterstützung, so werden ihre Probleme von den Therapeuten oftmals weniger ernst genommen als tatsächlich (Guerra 1998).

wuchs zu zeugen und aufzuziehen. Die Attraktivität eines Menschen bemisst sich deshalb vorrangig an seinem so genannten Partnerwert. Für Frauen bedeutet das, dass sie in erster Linie nach Jugend, Gesundheit und Gebärfähigkeit signalisierenden Gesichts- und Körpermerkmalen beurteilt werden. Für Männer bedeutet das, dass sie vor allem nach körperlichen Merkmalen beurteilt werden, aus denen sich Reife, Dominanz und Status ableiten lassen. Dazu zählen z.B. die Körpergröße, breite Schultern oder das Muskel-Fett-Verhältnis (Buss/Schmitt 1993; Grammer et al. 2003; Kranz/Ishai 2006).<sup>9</sup>

Aus evolutionsbiologischer Sicht ist es von zentraler Bedeutung, die relevanten Merkmale beim jeweils anderen Geschlecht identifizieren zu können. Um im Rahmen der individuellen Fortpflanzungsstrategie ein Fehlinvestment vermeiden zu können, ist es aber im Rahmen der so genannten *intrasexuellen Selektion* (Darwin 1982[1871]) auch wichtig, seinen eigenen Partnerwert zu kennen und bei der Suche nach aussichtsreichen Fortpflanzungspartnern mit verrechnen zu können. Daher müssen auch die Reize verstanden werden, die beim eigenen Geschlecht einen hohen Partnerwert signalisieren, und durch den Vergleich mit den konkurrierenden Geschlechtsgenossen müssen die eigenen Chancen im Wettbewerb um möglichst hochwertige Reproduktionspartner möglichst genau bestimmt werden können. Für den individuellen Fortpflanzungserfolg ist es also unerlässlich, die Signale der äußeren Anmutung beider Geschlechter entschlüsseln zu können (Grammer 2002).

Vor diesem Hintergrund kann es kaum erstaunen, dass inzwischen immer mehr Studien einen Zusammenhang zwischen der wahrgenommenen physischen Attraktivität eines Menschen einerseits und seiner genetischen bzw. physiologischen Fitness sowie seiner genetischen Passung mit potentiellen Sexualpartnern andererseits nachweisen (Berry 2000; Brown et al. 2008; Cunningham et al. 2002; Fink et al. 2001; Gangestad/Thornhill 1997; Grammer 2002; Grammer et al. 2002; Henderson/Anglin 2003; Neff/Pitcher 2005; Penn 2002; Penn/Potts 1998; Penton-Voak/Perrett 2000; Singh 2002; Symons 1995). Auch dürfte es kaum überraschen, dass sich empirisch eine enge Korrelation zwischen der Bewertung der physischen Attraktivität und der wahrgenommenen sexuellen Anziehungskraft einer Person zeigt. Diese Korrelation ist so eng, dass sich die beiden Konzepte nach Ansicht von Henss (1992, 253) letztlich gar nicht sinnvoll voneinander trennen lassen. Daraus lässt sich aber auch ableiten, dass Menschen nicht in der Lage sind, die Wirkung, die von der Attraktivität eines Individuums ausgeht, auf den reproduktiven Bereich des Lebens zu beschränken. Mit Blick auf unser Verhalten am Partnermarkt mag es durchaus rational sein, die physische Attraktivität als Such- und Entscheidungskriterium zu nutzen. Auf Grund der mangelnden Fähigkeit zur Distinktion zwischen dem Partnermarkt und anderen sozialen Handlungskontexten nutzen Menschen sie aber auch dort als *Information Shortcut*, wo es unangemessen oder möglicherweise sogar kontraproduktiv ist.

---

<sup>9</sup> Dabei deuten neuere Forschungsergebnisse darauf hin, dass sich Attraktivitätsstandards zwischen hetero- und homosexuellen Personen nicht wesentlich unterscheiden (Kranz/Ishai 2006; vgl. in diesem Zusammenhang auch eine ältere Studie von Sergios/Cody, 1985).

Zur Erklärung für dieses Verhalten kann auf die mangelhafte Ausstattung des menschlichen sensorisch-kognitiven Apparates verwiesen werden. Kognitionspsychologen haben schon lange nachgewiesen, dass der Mensch mit der Wahrnehmung und Verarbeitung der Informationen, die auf ihn einströmen, selbst in den banalsten Alltagssituationen hoffnungslos überfordert ist (Buss 2004; Zick 1997). So kann das menschliche Nervensystem zwar noch gut 50 Millionen bit pro Sekunde an Informationen transportieren, im menschlichen Gehirn reicht es aber gerade mal für die bewusste Verarbeitung von 16 bis 150 bit pro Sekunde (Benesch 1989, 98f.). Um unter solchen Restriktionen überhaupt entscheidungs- und handlungsfähig sein zu können, ist es überlebensnotwendig, die Flut der einströmenden Umweltinformationen durch Kategorisierung, Mustererkennung und Stereotypisierungen zu strukturieren und zu reduzieren. Dabei mag es verständlich sein, dass sich Menschen auch an – im wahrsten Sinne des Wortes – offensichtlichen Merkmalen wie der äußeren Anmutung anderer Personen orientieren.

Hinzu kommt aber noch, dass alleine schon das Betrachten schöner Objekte belohnend wirken kann. Im Gehirn wird der orbitofrontale Kortex aktiviert, in dem ein Teil des Belohnungssystems angesiedelt ist, und es kommt verstärkt zur Ausschüttung von Dopamin, einem Neurotransmitter, der unter anderem als Botenstoff zwischen den verschiedenen Teilen des Belohnungssystems fungiert (Aharon et al. 2001; Aron et al. 2005; Kampe et al. 2001; Kawabata/Zeki 2004; Nakamura et al. 1998; O'Doherty et al. 2003).

Doch selbst wenn die evolutionsbiologischen Vermutungen eines Tages widerlegt werden sollten und falls sich die Erkenntnisse der Kognitionspsychologie und der Neurowissenschaft als marginal erweisen sollten, gibt es einen entscheidenden Faktor, der die soziale Wirksamkeit der physischen Attraktivität befördert: Kultur.<sup>10</sup> Zu allen Zeiten und in allen Kulturkreisen sind die Artefakte menschlicher Kulturarbeit von einer Apotheose des Schönen durchsetzt.<sup>11</sup> Leider gibt es so gut wie keine elaborierten kultursoziologischen Studien, die als Belege dafür herangezogen werden könnten (vgl. aber die Ausführungen bei Marwick 1988; Menninghaus 2007; Renz 2006; Smith et al. 1999; Synnott 1989; 1990).<sup>12</sup> Gleichwohl lassen sich aus den bisher zusammengetragenen kultur- und sozialwissenschaftlichen Erkenntnissen sowie aus alltagssoziologischen Beobachtungen eine Reihe an Indizien für die Gültigkeit der Deutung entwickeln, dass durch kultu-

---

<sup>10</sup> Wahrscheinlicher ist allerdings, dass sich der kulturelle Schönheitsimperativ überhaupt erst auf der Grundlage der evolutionsbiologischen Prämissen und auf der Basis der spezifischen Ausgestaltung des menschlichen kognitiven Apparates entwickelt hat.

<sup>11</sup> Die nachfolgend verwendeten Beispiele fokussieren aus pragmatischen Gründen den modernen abendländischen Kulturkreis. Es ist jedoch problemlos möglich, für andere Kulturkreise und andere Epochen vergleichbare Beispiele zu finden (einige finden sich übrigens bei Grammer 2002 und Renz 2006).

<sup>12</sup> Eigentlich ist es sogar ganz aufschlussreich, dass es keine nennenswerte kultursoziologische Forschung zur Bedeutung der Schönheit gibt. Natürlich ist es denkbar, dass die Zusammenhänge den entsprechenden Vertretern der Profession so evident sind, dass die Mühe einer wissenschaftlichen Analyse nicht lohnt. Wahrscheinlicher erscheint aber die Vermutung, dass selbst Soziologen in ihrer Rolle als Alltagsmenschen dem kulturellen Imperativ an dieser Stelle so stark unterliegen, dass ihnen die Wirkungsmächtigkeit des Phänomens gar nicht bewusst wird.

relle Produktion und Reproduktion ein Schönheitsimperativ erzeugt wird, der sich mit jedem kulturellen Reproduktionszyklus nicht nur selbst am Leben erhält sondern in Form von Moden und Selbstverstärkungsspiralen stets aufs neue zu erfinden scheint.

Angefangen mit den Märchen der Kindheit über die Teen-Kultur bis hin zur Pop- und Hochkultur der Erwachsenen ist die Gleichsetzung von schönen Menschen mit guten Menschen immer wieder eine alltagskulturelle Selbstverständlichkeit und eine hochkulturelle Denkfigur, die sich sogar bis auf Platon zurückführen lässt. Von Kindesbeinen an wird Menschen – zumeist subtil und ungeplant, aber dennoch sehr wirksam – vermittelt, dass die Schönen auch die guten und die Hässlichen zumeist die Bösen sind. Weltweit gibt es wahrscheinlich nur sehr wenige Figuren der Hoch- oder Trivialkultur, die dieser Logik widersprechen und es dennoch zu Weltruhm gebracht haben. Eine ist *Quasimodo* aus Victor Hugos 1831 erschienenem Roman *Notre-Dame de Paris*, eine andere ist William Steigs *Shrek* in der Leinwandadaption von Andrew Adamson und Victoria Jenson. Beide Protagonisten leben jedoch wie die ihnen verwandten Figuren zumeist davon, dass sie den Rezipienten den artifiziellen Charakter des kulturellen Paradigmas vom Schönen und Guten überhaupt erst bewusst machen, und zeigen, dass auch das Hässliche gut sein kann. Die Gleichsetzung von Hässlich und Gut ist jedoch weder selbstverständlich noch konsequent, wie die Co-Protagonistinnen von *Quasimodo* und *Shrek*, *Esmeralda* und *Fiona* belegen. Der Ruhm von *Quasimodo* und *Shrek* dürfte daher weniger auf ihre äußere Anmutung zurückgehen, sondern viel mehr darin begründet sein, dass sie gezielt unsere gewohnte Sicht auf Schön und Hässlich, Gut und Böse herausfordern.

Physische Attraktivität begegnet uns aber auch in allen möglichen anderen kulturellen Dimensionen: Sie lächelt uns von den Titelseiten der Hochglanzmagazine aus an. Die Nachrichtensprecher, die uns täglich über das Weltgeschehen informieren, sind nach den gängigen Einsichten der Attraktivitätsforschung überdurchschnittlich ansehnlich. Die Moderatorinnen von Talkshows befördern mit ihrer äußeren Anmutung die Einschaltquoten ihrer Sendungen. Celebrities, Stars und Sternchen ziehen vor allem die mediale Aufmerksamkeit auf sich, wenn sie gut aussehend sind. Und dass die Werbe- und Marketingbranche vor allen Dingen auch auf physische Attraktivität setzt, ist ein offenes Geheimnis. Selbst die preisgekrönten und gerne als Gegenbeispiel zitierten Werbekampagnen der Kosmetikmarke *Dove* (vgl. Renz 2006, 296ff.) machen da keine Ausnahme. Bereits die Initialkampagne von 2004/2005 hat mit Frauen geworben, die nach den Erkenntnissen der Attraktivitätsforschung eine sehr hohe Gesichtsattraktivität aufweisen (vgl. exemplarisch Braun et al. 2003; Gründl 2007). Ihr einziger ‚Makel‘ besteht darin, dass sie – anders als die heutigen Supermodels, Miss-Wahlen-Gewinnerinnen oder Playmates (Barber 1998a; 1998b; Katzmarzyk/Davis 2001; Owen/Laurel-Seller 2000; Voracek/Fisher 2002; vgl. zu langfristigen Trends auch Mazur 1986; Pettijohn/Jungeberg 2004) – allem Anschein nach einen gemäß WHO-Klassifikation normalen oder leicht erhöhten Wert beim Body Mass Index aufweisen. Auch die jüngste *Dove*-Werbekampagne *Zu alt [...] wirbt zwar mit makelbehafteten, weil reiferen Frauen, nichts desto weniger sind die für diese Kampagne engagierten Models so attraktiv, dass sie im unmittelbaren Vergleich*



wohl mühelos eine durchschnittliche Zwanzigjährige ausstechen würden (vgl. zur Illustration die Beispiele in *Abbildung 1*).



Beispiele der Initialkampagne 2004/2005

Beispiele der Kampagne "Zu alt [...]" 2008/2009

Abbildung 1: Beispiele für die Werbekampagnen der Kosmetikmarke *Dove*

Dabei mag man es als ironische Fußnote der Werbegeschichte betrachten, dass selbst die *Dove*-Kampagnen offensichtlich nicht ohne eine digitale Aufbereitung der echten Models auskommen – wozu sich Pascal Danguin, der verantwortliche Retuscheur, in einem Interview stolz bekannte: „I mentioned the Dove ad campaign that proudly featured lumpier-than-usual ‘real women’ in their undergarments. [...] Do you know how much retouching was on that? [...] But it was great to do, a challenge, to keep everyone’s skin and faces showing the mileage but not looking unattractive.“ (zitiert nach Collins 2008)

Aber es sind nicht nur die Produkte der Hoch-, Pop- und Trivialekultur, die das Gute mit dem Schönen gleichsetzen. Inzwischen ist es selbst in der Sphäre der Politik eine gelebte Erkenntnis, dass eine ansprechende Verpackung wichtig ist (Diehl 2007): Beim Wettstreit um die Hegemonie über die politische Agenda und beim Kampf um die Stimmen der Wählerinnen und Wähler haben politische Entscheidungsträger und die Strategen in den Parteizentralen auch immer stärker im Blick, dass politischer Erfolg nicht allein auf überzeugenden Inhalten und kompetentem Personal beruht, sondern dass darüber hinaus ein erfolgreiches Marketing erforderlich ist. Und zu einem erfolgreichen Marketing gehört auch, dass das eigene Personal hinsichtlich seiner äußeren Anmutung optimal in Szene gesetzt wird. Die Mittel, die dabei zur Anwendung kommen, variieren erheblich. Sie reichen vom sukzessiven Imagewandel der Spitzenpolitikerin Angela Merkel über die digitale Aufhübschung der Photographien einfacher Abgeordneter zu Wahlkampfzwecken bis hin zu echten operativen Eingriffen, wie bei Il Cavaliere (vgl. zur Illustration *Abbildung 2*).

Und schließlich sollte nicht übersehen werden, dass auch unsere Alltagssprache die Gleichsetzung von Schön und Gut befördert. Denn sie verwechselt ständig das eine mit dem andern. Zur Illustration genügen zwei simple Beispiele: das Lob „Das hast Du schön gemacht“ und der Tadel „Das war hässlich von dir“. Gut ist für uns ganz selbstverständlich dasselbe wie schön und hässlich ist für uns ebenso selbstverständlich dasselbe wie schlecht. Derartige Analogismen finden sich vielfach in der heutigen deutschen Alltagssprache und lassen sich auch für andere Sprachen und andere Epochen nachweisen (Renz 2006, 228–231; vgl. auch Boesen 1999; Henss 1992). Die physische Attraktivität eines Individuums kann also nicht zuletzt deshalb die sozialen Erfolgchancen beeinflussen, weil alle Menschen so konditioniert, sozialisiert und enkulturiert sind, dass sie der Schönheit und den Schönen stets gerne den roten Teppich ausrollen.



Abbildung 2: Make Over in der Politik

### 2.3 Wie physische Attraktivität wirkt

Als Quintessenz der bisherigen Forschung zum Thema lassen sich fünf Mechanismen identifizieren, über die die physische Attraktivität eines Menschen ihre Wirkung entfaltet. Diese fünf Mechanismen sind der *Attractiveness Consensus*, der *Attractiveness Attention Boost*, das *Attractiveness Stereotype*, der *Attractiveness Glamour Effect* und der *Attractiveness Treatment Advantage* (Rosar et al. 2008, 66–69). Sie sorgen dafür, dass schöne Menschen gegenüber ihren weniger ansehnlichen Zeitgenossen grundsätzlich einen *Attractiveness Competition Advantage* haben (Rosar et al. 2008, 67). Hinzu kommen aber noch drei weitere Mechanismen, die die Wirkungsstärke und die Wirkungsrichtung der physischen Attraktivität moderieren können: der *Attractiveness Frog Pond Effect*, die *Beauty Penalty* und der so genannte *Beauty Is Beastly Effect* (Heilman/Saruwatari 1979; Rosar et al. 2008; Wilson/Eckel 2006).

Der erste und absolut basale Mechanismus ist der *Attractiveness Consensus* (Buss 2004; Cunningham et al. 1990; 1995; 1997; Henss 1987; 1992; 1998; Jones 1995; Jones/Hill 1993; Kowner/Ogawa 1995; Rhodes et al. 2002; 2005). Er verweist darauf, dass Schönheit nicht so sehr im Auge des Betrachters liegt,

sondern im Wesentlichen ein objektives Merkmal der betrachteten Person ist. Interindividuelle und interkulturelle Differenzen in der Attraktivitätsbeurteilung einer konkreten Person sind von nachrangiger Bedeutung und gehen auf subjektive Geschmacksunterschiede, Moden, Vertrautheit und eine gewisse Neigung zur Bevorzugung der Eigengruppe zurück.<sup>13</sup> Der *Attractiveness Consensus* ist dafür verantwortlich, dass die physische Attraktivität eines Menschen in den verschiedensten Handlungskontexten überhaupt wirksam werden kann. Schönheit wirkt, weil wir alle Schönheit erkennen.

Darüber hinaus entfaltet die äußere Anmutung aber auch einige klar beschreibbare Wirkungen, die für die Erfolgchancen in sozialen Interaktionsbeziehungen bedeutsam sein können. Zunächst einmal ziehen schöne Menschen durch den *Attractiveness Attention Boost* die Aufmerksamkeit ihrer Umwelt auf sich (Maner et al. 2003; 2007; Mulford et al. 1998). Sie werden dabei nicht nur eher, schneller und häufiger wahrgenommen, sondern sie werden auch intensiver betrachtet und das, was sie sagen und tun, wird besser memoriert. Selbst bei Säuglingen lässt sich nachweisen, dass sie ihre Aufmerksamkeit eher und verstärkt attraktiven Gesichtern zuwenden (Langlois et al. 1990; 1987; 1991; Samuels/Ewy 1985). Schöne Menschen haben also im sozialen Raum eine stärkere Präsenz und ihre Interaktionssignale haben eine größere Chance zu wirken, weil sie uns allen besser im Gedächtnis bleiben.

Zudem profitieren attraktive Individuen aber auch davon, dass ihnen a priori eine ganze Reihe von gesellschaftlich anerkannten Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben wird. Dank des *Attractiveness Stereotype* gelten sie beispielsweise als intelligenter, fleißiger, leistungsfähiger, zielstrebig, durchsetzungsfähiger und kreativer; aber auch als sympathischer, ehrlicher, zuverlässiger, einfühlsamer, freundlicher und sozial verträglicher (Chaiken 1979; Dermer/Thiel 1975; Dion et al. 1972; Eagly et al. 1991; Feingold 1992; Henss 1998; Miller 1970; Unger et al. 1982).<sup>14</sup> Getreu der Formel „What is beautiful is good“ (Dion et al. 1972, 285) wird von der äußeren Anmutung in Millisekunden (Locher et al. 1993) auf das Vorhandensein innerer Qualitäten geschlossen, die wohl nahezu in jedem denkbaren sozialen Handlungskontext vorteilhaft sein können. Selbst ein offensichtliches Fehlverhalten einer attraktiven Person muss diesen Nimbus nicht unbedingt beschädigen. Dank des *Attractiveness Glamour Effect* (Bassili 1981; Dion et al. 1972; Grammer 2002, 169) kann eine attraktive Person darauf bauen, dass sich ihre Verfehlung in der Wahrnehmung Dritter relativiert. Dies kann zum einen dadurch geschehen, dass die Verfehlung bagatellisiert wird.<sup>15</sup> Zum anderen kann es dadurch geschehen, dass die Ursachen des Fehlverhaltens externen, vom Handelnden nicht zu verantwortenden Umständen zugeschrieben werden.<sup>16</sup> Kurzum, schöne Menschen erscheinen uns als gute Menschen, weil wir

<sup>13</sup> Dies ist der so genannte Eigengruppen-Bonus (vgl. Reis et al. 1980; 1982).

<sup>14</sup> In der Literatur wird das *Attractiveness Stereotype* zuweilen auch als *Halo-Effect* oder als *What Is Beautiful Is Good-Stereotype* bezeichnet.

<sup>15</sup> Wer kennt nicht die Sprüche ‚Ist doch nicht so schlimm‘, ‚Kann doch jedem einmal passieren‘ oder ‚Nobody is perfect‘?

<sup>16</sup> Etwa nach der Art ‚Unter diesen Umständen konnte er gar nicht anders‘ oder ‚Eigentlich hat er es gut gemeint, er konnte ja nicht ahnen, was passieren würde‘.

alle glauben, dass sie gut sind, und weil wir alle glauben wollen, dass sie gut sind.

Schließlich dürfen attraktive Menschen darauf bauen, dass sie dank des *Attractiveness Treatment Advantage* in den verschiedensten sozialen Kontexten eine bevorzugte Behandlung erfahren (Benson et al. 1976; Bian 1997; Dabbs/Stokes 1975; Dion/Berscheid 1974; Hartnett et al. 1974; Langlois et al. 2000; Marwick 1988; McCabe 1988; Mulford et al. 1998; Ritter et al. 1991; White Stephan/Langlois 1984; Wilson/Dovidio 1985; Wilson/Eckel 2006).<sup>17</sup> Dies gilt vom Säuglingsalter an und bedeutet konkret, dass attraktiven Menschen mit mehr Vertrauen und Respekt begegnet wird, dass ihre Mitmenschen stärker auf ihre Bedürfnisse eingehen und dass sie eher und umfassender von ihrer Umwelt unterstützt werden. Schöne Menschen haben es also nicht zuletzt deshalb im Leben leichter, weil wir alle es ihnen leichter machen.

Allerdings muss auch festgehalten werden, dass die Wirkung der physischen Attraktivität von bestimmten Randbedingungen moderiert werden kann und dass dabei unter Umständen sogar kontradiktorische Effekte auftreten können. An erster Stelle ist hier der *Attractiveness Frog Pond Effect* (Rosar et al. 2008) zu nennen. Er verdankt seinen Namen dem Sprichwort „It is better to be a big frog in a small pond than a small frog in a big pond“ (Davis 1966, 31) und meint zunächst einmal, dass die Wirkungsstärke, mit der die physische Attraktivität eines Individuums seinen sozialen Erfolg beeinflusst, vom allgemeinen Attraktivitätsniveau und der Attraktivitätsheterogenität der anderen Akteure beeinflusst wird, die in der konkreten Handlungssituation mit ihm kooperieren oder konkurrieren.<sup>18</sup> Je höher dabei das allgemeine Attraktivitätsniveau und je geringer die Spreizung der handelnden Personen hinsichtlich der individuellen Attraktivität, desto weniger sticht die Attraktivität eines einzelnen Akteurs ins Auge und desto weniger kann sie ihre Wirkung entfalten.

In ähnlicher Weise wirkt die *Beauty Penalty* (Wilson/Eckel 2006). Sie zielt allerdings nicht auf die Attraktivitätswirkung als solche oder die Anreizstrukturen der Protagonisten ab, sondern auf eine situationsbezogene Bewertung des *Attractiveness Competition Advantage*. Nutzen schöne Menschen ihre Attraktivität, um unter Umgehung allgemein anerkannter Regeln und Normen einen persönlichen Vorteil zu erzielen, oder wird ihnen ein solches Verhalten auch nur unterstellt, so führt dies zu einer verstärkten Missbilligung des Handelns und zieht gegebenenfalls eine Verschärfung der Sanktionen nach sich, mit denen die (vermeintliche) Devianz geahndet wird (Patry 2008, 272f.; Smith/Hed 1979; Wuensch et al. 1993 sowie Wilson/Eckel 2006). Flüchtig betrachtet steht die *Beauty Penalty* im Widerspruch zum *Attractiveness Glamour Effect*. Allerdings muss beachtet werden, dass sich die Studien, die die Wirksamkeit einer *Beauty Penalty* nachweisen, auf den Bereich der Rechtsprechung und auf spieltheoretische Experimente beziehen. Hier sind Devianz und Defektion jedoch zumeist weit eindeutiger bestimmbar und leichter feststellbar als in anderen sozialen Handlungskontexten. Insofern ist

---

<sup>17</sup> In der Literatur wird der *Attractiveness Treatment Advantage* auch als *Beauty Premium* bezeichnet.

<sup>18</sup> Vgl. zur Verwendung der *Frog Pond*-Metapher in anderen sozialwissenschaftlichen Forschungskontexten Davis 1966.

die Vermutung plausibel, dass eine Reaktion auf das Fehlverhalten attraktiver Menschen im Sinne des *Attractiveness Glamour Effect* zunächst bestimmend ist, dass die Reaktion aber in eine *Beauty Penalty* umschlägt, wenn sich die Verfehlung auf Grund ihrer Eindeutigkeit oder ihrer Schwere eben nicht bagatellisieren oder relativieren lässt.

Ein letzter wichtiger Faktor, der die Wirkung der physischen Attraktivität moderieren kann, ist der *Beauty Is Beastly Effect*. Er verdankt seinen Namen der Initialstudie von Heilman und Saruwatari (1979; vgl. aber auch die weiterführenden Studien von Gillen 1981; Friedman/Zebrowitz 1992; Heilman/Stopeck 1985; Rennenkampff 2004; Rosar/Klein 2009; Schubert/Curran 2001; Sczesny 2003; sowie die kritischen Anmerkungen bei Podratz/Dipboye 2002) und umschreibt einen komplexen Interaktionsmechanismus zwischen der physischen Attraktivität, dem Geschlecht und der Logik des Handlungskontextes. Ausgangspunkt ist die Feststellung, dass gemäß dem *Attractiveness Stereotype* mit zunehmender Attraktivität nicht nur die Zuschreibung positiv bewerteter Persönlichkeitseigenschaften ansteigt, sondern auch die Assoziation der Person mit geschlechtsbezogenen Stereotypisierungen verstärkt wird (Friedman/Zebrowitz 1992). Je attraktiver also beispielsweise eine Frau ist, desto stärker werden ihr auch feminine Eigenschaften zugesprochen. Agiert sie in Handlungskontexten wie dem Militär, dem Management oder der akademischen Forschung, deren Logik mit männlichen Eigenschaften assoziiert wird, wirkt sich dies aber nachteilig auf die Wahrnehmung ihrer Kompetenz und die Bewertung ihrer Leistung aus.<sup>19</sup> Hier gilt dann, dass Schönheit zum Handicap wird und dass unattraktive Individuen gegenüber ihren attraktiven Geschlechtsgenossen – abweichend von den übrigen Diskriminierungsmustern – einmal im Vorteil sein sollten.<sup>20</sup>

## 2.4 Wie physische Attraktivität gemessen werden kann

In der Attraktivitätsforschung ist es üblich, die Attraktivität einer Person mittels der *Truth of Consensus Method* (Patzner 1985, 17) zu bestimmen. Das Verfahren stützt sich auf den *Attractiveness Consensus*, also die Erkenntnis, dass Schönheit eine objektive Eigenschaft einer Person ist, die sich folglich auch messen lässt. Das konkrete Verfahren sieht so aus, dass eine Gruppe so genannter Rater an Hand einer Photographie die äußere Anmutung einer präsentierten Person bewertet.<sup>21</sup> Zumeist handelt es sich dabei um eine Portraitphotographie,

<sup>19</sup>Vice versa haben attraktive Männer dasselbe Problem, wenn sie sich in Handlungsfeldern behaupten müssen, deren Handlungslogik vor allem Eigenschaften einfordert, die mit dem weiblichen Rollenklischee verknüpft sind (vgl. dazu Rennenkampff 2004).

<sup>20</sup>Der Konjunktiv ist hier bewusst gewählt, da der *Beauty Is Beastly Effect* nicht unbedingt linear verlaufen muss (vgl. Rosar/Klein 2009).

<sup>21</sup>Gegen die Verwendung von Photographien als Grundlage der Attraktivitätsmessung ließe sich grundsätzlich einwenden, dass die Attraktivität der abgebildeten Personen durch kosmetische Maßnahmen sowie durch geeignete manuelle oder digitale Retuschen künstlich über das natürliche Maß hinaus erhöht werden kann, so dass die Attraktivitätsmessung möglicherweise verzerrt wird (vgl. Hergovich et al. 2002; Rosenberg/McCafferty 1987; Rosenberg et al. 1991). Hinzu kommt, dass bereits die technische Qualität oder die Inszenierung der Photographie und Moden oder Kleidungsstil, Ornamentik, Gestik und Mimik der abgebildeten Person die Urteile der Rater beeinflussen können (Elliot/Niesta 2008; Osborn, 1996; Reis et al. 1990). All

da das Gesicht „derjenige Teil des Körpers [ist], der mit Abstand am weitesten differenziert ist und der die Individualität eines Menschen am stärksten widerspiegelt“ (Henss 1992, 97).<sup>22</sup> Die Attraktivitätsurteile werden in der Regel unter Nutzung einer fünf-, sieben-, neun- oder elfstufigen Beurteilungsskala abgegeben.<sup>23</sup> Anschließend werden die Einzelurteile durch Mittelwertbildung zu einem Attraktivitätsscore verrechnet, der die ‚wahre‘ Attraktivität der beurteilten Person wiedergibt. Werden hinreichend viele Personen hinsichtlich ihrer Attraktivität bewertet, lässt sich die Übereinstimmung der Urteile der verschiedenen Rater durch eine Reliabilitätsanalyse empirisch prüfen. Dabei werden die Rater als Variablen und die bewerteten Personen als Fälle der Datenmatrix aufgefasst. Resultate um 0,95 für Cronbach’s  $\alpha$  sind als Ergebnis solcher Reliabilitätsanalysen keine Seltenheit (vgl. exemplarisch Henss 1992; 1998; Patzer 1985).

Aus dem *Attractiveness Consensus* lässt sich aber nicht nur die gängigste Verfahrensweise der Attraktivitätsmessung ableiten. Gleichzeitig bedeutet die hohe intersubjektive Übereinstimmung bei der Attraktivitätseinschätzung auch, dass bereits mit einer sehr kleinen Gruppe von Ratern eine valide und reliable Attraktivitätsmessung erzielt werden kann (vgl. Grammer et al. 2003; Henss 1987; 1992). In der Literatur wird es gemeinhin als ausreichend angesehen, wenn sich die Attraktivitätsmessung auf die Urteile von zwei Dutzend Personen stützt. Bereits dann sei der durchschnittliche Attraktivitätsscore so stabil, dass auch mit 10.000 Ratern kaum ein anderes Ergebnis erzielt werden könnte (Henss 1992, 308). Es lassen sich jedoch auch Studien finden, bei denen die Attraktivitätsmessung lediglich auf den Urteilen von einem halben Dutzend oder noch weniger Ratern basiert (vgl. dazu z.B. Davis et al. 2000; Hamermesh/Parker 2006; Stelzer et al. 1987; Zakahi et al. 1994). Selbst in diesen Studien sind substantiell bedeutsame und signifikante Attraktivitätseffekte nachgewiesen worden. Das Defizit bei der Attraktivitätsmessung lässt sich dabei sogar positiv wenden. Es wirkt nämlich als Verschärfung der Testbedingungen, da gleichsam mit einer unscharfen erklärenden Variable gearbeitet wurde. Bei einer besseren Attrakti-

---

dies ist richtig, trifft aber auch auf nahezu jede andere praktisch realisierbare oder forschungsethisch vertretbare Form der Stimulusgestaltung zu. Lediglich virtuell erzeugte unattraktive und attraktive Personenstimuli können diese Probleme wirklich ausblenden (vgl. dazu Braun et al. 2003; Gründl 2007). Solche Morphs oder Avatare lassen sich aber nur im Rahmen experimenteller Designs nutzen; und je nach Forschungsfrage sind sie selbst dann ungeeignet oder unglaubwürdig, so dass sich ihr Einsatz von vornherein verbietet.

<sup>22</sup> Davon einmal abgesehen lässt sich auch zeigen, dass sich die Bewertung der Attraktivität einer Person kaum verändert, wenn statt einer Portraitphotographie eine Ganzkörperphotographie eingesetzt wird. Zudem stimmt die Bewertung der Attraktivität des Gesichts sehr gut mit der Bewertung der gesamten Person überein (vgl. exemplarisch Brunswik 1956; Grammer et al. 2002). Und selbst wenn Videosequenzen oder die Beobachtung in natürlichen Settings die Bewertungsgrundlage bilden, ändert sich die Attraktivitätsbeurteilung nicht (Brown et al. 1999).

<sup>23</sup> Dabei reicht nach den Befunden von Goldstein und Papageorge (1980) bereits eine Betrachtung der Photographie für 150 Millisekunden aus, um die Attraktivität der gezeigten Person beurteilen zu können. Dies entspricht in etwa der Zeit, die bei einem Leichtathletik-Wettkampf zwischen dem Startschuss und dem ersten Muskelzucken der Sprinter vergeht (Renz 2006, 79). Olson und Marshuetz (2005) konnten sogar zeigen, dass bereits eine Betrachtungsdauer von 13 Millisekunden genügt, damit Rater ein einigermaßen verlässliches Attraktivitätsurteil abgeben können.

vitätsmessung wären die Attraktivitätseffekte möglicherweise noch deutlicher zu Tage getreten.

Unabhängig von der Anzahl der Rater muss bei der Attraktivitätsmessung gemäß der *Truth of Consensus Method* jedoch auch berücksichtigt werden, dass die Urteile der Rater bezüglich der Attraktivität konkreter Personen durch den *Farrah Effect* und durch Bekanntheit verzerrt sein können. Der *Farrah Effect* (Kenrick/Gutierrez 1980) ist nach *Farrah Fawcett-Major* aus der TV-Serie *Drei Engel für Charlie* benannt und spielt auf einen Kontrasteffekt bei der Attraktivitätsbeurteilung an. Je attraktiver in einer Versuchsreihe zur Attraktivitätsmessung das vorangegangene Bewertungsobjekt ist, desto geringer wird die Attraktivität einer nachfolgend zu bewertenden Person eingeschätzt – und umgekehrt. Die Herausbildung derartiger Reihenfolgeeffekte lässt sich bei der Attraktivitätsmessung nur dann vermeiden, wenn jeder Rater lediglich die Attraktivität einer Person beurteilt. Sie lässt sich aber für das Gesamtsample der Rater kontrollieren, indem die Reihenfolge, in der die Stimuli präsentiert werden, für jeden Rater immer wieder neu randomisiert wird. Falls dies aus erhebungstechnischen Gründen nicht möglich ist, sollte wenigstens die Reihenfolge, in der alle Rater die Photographien präsentiert bekommen, nach dem Zufallsprinzip festgelegt sein.<sup>24</sup>

Was die Eigenschaften einer hinsichtlich ihrer Attraktivität zu beurteilenden Person anbelangt, so hatte Sappho in gewisser Weise recht: Wer gut ist, wird bald auch schön sein.<sup>25</sup> Physische Attraktivität beeinflusst nämlich nicht nur die Wahrnehmung und Zuschreibung sozial erwünschter Eigenschaften. Auch umgekehrt gilt, dass sozialer Status, Ansehen und Sympathie bis zu einem gewissen Grad die Wahrnehmung physischer Attribute beeinflussen können. Ursächlich hierfür dürften zum einem wiederum Ausstrahlungseffekte sein, die diesmal allerdings von anderen askriptiven Eigenschaften einer Person oder von ihren wahrgenommenen Persönlichkeitseigenschaften auf die Attraktivitätsbeurteilung ausgehen. Zum anderen kann aber auch nicht ausgeschlossen werden, dass es im Sinne des *Mere Exposure Effect* zu Gewöhnungseffekten kommt, die eine Besserbeurteilung nach sich ziehen (vgl. dazu exemplarisch die Arbeiten von Albada et al. 2002; Gross/Crofton 1977; Keating et al. 1999; Kowner 1996; 1998; Wilson 1968). Aus diesem Grund ist es wichtig, dass die im Rahmen einer Attraktivitätsmessung zu beurteilenden Personen den Ratern möglichst nicht bekannt sind. Auch sollten den Ratern keine Informationen zu den präsentierten Personen gegeben werden. Nur so lässt sich vermeiden, dass die Attraktivitätseinschätzung durch Hintergrundwissen beeinflusst wird. Ist es nicht möglich, Personen in einer derart anonymisierten Form beurteilen zu lassen – beispielsweise weil es sich um

<sup>24</sup> Unter bestimmten Umständen kann es aber auch sinnvoll sein, von diesen Grundsätzen abzuweichen. Beispielsweise dann, wenn es um die Attraktivitätsbestimmung von Akteuren geht, die in einer unmittelbaren Konkurrenzsituation zueinander stehen, oder wenn bei den späteren Analysen der *Attractiveness Frog Pond Effect* modelliert werden soll. Hier ist es ratsam, Akteure, die in Bezug zueinander stehen, auch unmittelbar nacheinander hinsichtlich ihrer Attraktivität beurteilen zu lassen, um tatsächliche Kontrasteffekte adäquat messen zu können. Innerhalb eines solchen Settings sollte dann aber die Reihenfolge, in der die Personen präsentiert werden, randomisiert sein.

<sup>25</sup> Zugegebenermaßen dürfte Sappho nicht die möglichen Probleme der Attraktivitätsmessung im Sinn gehabt haben, als sie diese Zeile dichtete. Sie hat aber einen Einsicht formuliert, die rund zweieinhalbtausend Jahre später wissenschaftlich bestätigt werden konnte.



prominente Persönlichkeiten handelt – sollte die Bekanntheit der zu beurteilenden Person zumindest mit erhoben werden, um später für mögliche Einflüsse auf die Attraktivitätsbeurteilung statistisch kontrollieren zu können.

Die *Truth of Consensus Method* lässt sich problemlos anwenden, wenn *prozessproduzierte Daten* zur Verfügung stehen (vgl. exemplarisch Rosar et al. 2008). Einzige Voraussetzung ist hier, dass genügend Photographien der zu bewertenden Personen in geeigneter Qualität gesammelt werden können. Dies ist in der Regel unproblematisch und je nach Untersuchungsfeld ist die Datenlage sogar so gut, dass die durchzuführenden Analysen auf der Basis einer *Vollerhebung* realisiert werden können (siehe z.B. Rosar et al. 2008). Auch ist es unproblematisch, Photographien von Personen, deren Attraktivität bereits gemessen wurde, in *experimentellen Settings* oder im Rahmen *faktorieller Surveys* einzusetzen, um bei den teilnehmenden Versuchspersonen oder Befragten die *Reaktionen auf physische Attraktivität* zu messen (vgl. exemplarisch Klein/Rosar 2007). Problematisch wird die Messung der Attraktivität jedoch bei Teilnehmern von *Surveys*. Im Rahmen von Face-to-Face-Interviews wäre es prinzipiell möglich, durch den Interviewer eine standardisierte Photographie des Befragten anfertigen zu lassen, diese Photographie im Nachhinein für eine Attraktivitätsmessung gemäß der *Truth of Consensus Method* zu nutzen und den so ermittelten Attraktivitätsscore dem Befragungsdatensatz ex post als weiteres demographisches Merkmal zuzuspielen. Allerdings kann davon ausgegangen werden, dass diese Vorgehensweise bei potentiellen Befragungsteilnehmern nur auf wenig Verständnis und Akzeptanz stößt und dadurch sogar die Teilnahmebereitschaft gefährdet werden könnte.<sup>26</sup> Es gibt aber Alternativen zu dieser Vorgehensweise.

Eine erste Alternative besteht darin, den Interviewer in Face-to-Face-Interviews auch als Rater einzusetzen und ihn die physische Attraktivität des Befragten einschätzen zu lassen. Mit der *Canadian Quality of Life Study*, dem US-amerikanischen *Add Health Project*, dem US-amerikanischen *Quality of Employment Survey* und dem von Angus Campbell und Philip E. Converse initiierten *Quality of American Life Survey* sind zumindest vier Surveys aus dem nordamerikanischen Raum bekannt, bei denen eine Attraktivitätsbeurteilung der Befragten durch die Interviewer bereits vor mehreren Dekaden erhoben wurde (vgl. z.B. Mocan/Tekin 2005, 8–13; Umberson/Hughes 1987, 231). Die Auswertung der Daten hat gezeigt, dass schon diese grobe Erfassung der Attraktivität hinreichend ist, um substantielle Effekte auf verschiedene soziologisch relevante abhängige Variablen nachweisen zu können.<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Bei Langzeit-Panels wie dem SOEP oder Partnerschaftsstudien könnte dies allerdings ganz anders aussehen. Auch wäre darüber nachzudenken, ob eine entsprechende Incentivierung der Befragten die Akzeptanz dieser Vorgehensweise nicht erhöhen würde. Beispielsweise ist es denkbar, den Befragungsteilnehmern anzubieten, wohlgestaltete Portraitphotographien von ihnen anzufertigen, die ihnen später zum persönlichen Gebrauch zur Verfügung gestellt werden (vgl. zu dieser Vorgehensweise Braun et al. 2003). Allerdings setzt das voraus, dass die Interviewer vorab eine entsprechende photographische Schulung erhalten und mit der erforderlichen technischen Ausrüstung ausgestattet werden.

<sup>27</sup> Allerdings ist es ratsam, bei der Attraktivitätsbeurteilung durch einzelne Interviewer die Attraktivitätsurteile für jeden Interviewer einer z-Transformation zu unterziehen. Auf diese Weise werden Unterschiede in der Verankerung der Attraktivitätsurteile auf den Bewertungsskala zwischen verschiedenen Interviewern ausgeglichen.

Zweitens kann anstatt der Attraktivitätseinschätzung durch den Interviewer oder in Ergänzung zu ihr auch die Größe und die Körpermasse der Befragten ermittelt werden. Dies kann entweder durch eine Selbstauskunft der Befragten oder mittels einer Messung durch den Interviewer geschehen. Für die Messung durch den Interviewer ist natürlich eine Face-to-Face-Befragungssituation erforderlich. Eine Messung durch die Selbstauskunft der Befragten kann hingegen im Rahmen aller gebräuchlichen Befragungsdesigns realisiert werden. Die Größe in cm und die Masse in kg sind für sich genommen bereits wichtige Informationen und finden entsprechend in der Attraktivitätsforschung ihre Anwendung (vgl. exemplarisch Adams 1977; Andreoletti et al. 2001; Harper 2000; Hartnett et al. 1974; Heineck 2005; Savin-Williams 1979). Vor allem lässt sich mit ihnen aber der *Body Mass Index* errechnen, der nicht nur Informationen zum Gesundheitszustand einer Person transportiert, sondern auch eine sehr gute Proxyvariable für die *Körperattraktivität* eines Menschen ist (Andreoletti et al. 2001; Cawley 2000; Davis et al. 2000; 2004; Harper 2000).<sup>28</sup>

Drittens schließlich können die Teilnehmer einer Befragung auch schlicht gebeten werden, ihre physische Attraktivität selbst einzuschätzen. Auch dieses Verfahren ist bereits zur Anwendung gekommen und hat in Kausalanalysen zu signifikanten und substantiell bedeutsamen Ergebnissen geführt (Ackard et al. 2000; Adams 1977; Neto 1992; Todd et al. 2007; Vigil et al. 2005). Allerdings müssen bei dieser Art der Attraktivitätsmessung Unschärfen auf zwei Ebenen in Kauf genommen werden (Cash et al. 1983; Diener et al. 1995; Gurman/Balban 1990; Thornton/Moore 1993): Zum einen neigen Männer dazu, ihre physische Attraktivität zu *überschätzen*, wohingegen Frauen dazu neigen, ihre physische Attraktivität zu *unterschätzen*. Zum anderen dürfte die *Selbsteinstufung* der Attraktivität – unabhängig vom Geschlecht – auch viel mit dem *Selbstbewusstsein* der Befragten zu tun haben, so dass hier eine Konfundierung der Attraktivitätsmessung mit psychischen Merkmalen der Befragten vorliegt.<sup>29</sup>

### 3. Forschungsperspektiven: Physische Attraktivität in der soziologischen Ungleichheitsforschung

Die Studien, auf die sich unsere Ausführungen gestützt haben, weisen die prinzipielle Bedeutung der physischen Attraktivität als Prädiktor der sozialen Un-

<sup>28</sup> Dabei ist allerdings zweierlei zu beachten. Zunächst einmal gibt der Body Mass Index die Körperattraktivität nicht linear wieder. Magersucht auf der einen Seite und Übergewicht oder Adipositas auf der anderen Seite können gleichermaßen die Körperattraktivität negativ beeinflussen, wenn auch aus unterschiedlichen Gründen. Es empfiehlt sich daher, für Kausalanalysen gegebenenfalls den Body Mass Index gemäß der Klassifikation der WHO in eine kategoriale Variable umzurechnen und in Dummycodierung in die empirische Analyse einzubeziehen.

<sup>29</sup> Bezieht man allerdings die Mechanismen, über die die physische Attraktivität ihre Wirkung entfaltet, an dieser Stelle in die Bewertung mit ein, so sollte gelten, dass schöne Menschen auch die selbstbewussteren Menschen sind, da sie ihr Leben lang von ihrer Umwelt gefördert und bestärkt werden. Zumindest indirekt lässt sich diese Vermutung sogar empirisch stützen. Eine Untersuchung von Umberson und Hughes (1987) zeigt nämlich, dass attraktive Menschen erfolgreicher und weniger gestresst, zufriedener und glücklicher sind. Erfolge und Ausgeglichenheit sollten aber beide wiederum das Selbstbewusstsein stärken.

gleichheit für eine Vielzahl von Lebensbereichen nach. Sie bietet dabei nicht nur für die klassische, auf Einkommensungleichheit bezogene Forschung Anknüpfungspunkte, sondern auch ganz allgemein für die Arbeits- und Organisationssoziologie, für die Bildungssoziologie, die Evaluationsforschung, die Kriminologie sowie selbstverständlich auch für die Paar- und Familiensoziologie. Eng verweben lässt sich die Attraktivitätsforschung zudem mit der der Alterns-, Gesundheits- und Genderforschung sowie dem ebenfalls recht jungen Zweig der körpersoziologischen Forschung. Ihre Anknüpfungspunkte und ihre Relevanz erscheinen dabei so umfassend wie die sozialen Kontexte, in denen ihre Wirkung nachgewiesen oder zumindest denkbar ist. Dabei sollte zum einen ihre Wechselwirkung, beispielsweise mit Genderaspekten, Gesundheit oder Alter thematisiert werden, zum anderen sollte aber vor allem ihre Wirkung als soziologisch bisher noch untererforschter Prädiktor vertikaler und horizontaler sozialer Ungleichheit im Fokus stehen.

Denn anders als es bei einigen anderen Prädiktoren sozialer Ungleichheit der Fall ist, lässt sich die Wirkung der physischen Attraktivität anknüpfend an die Darwin'sche Evolutionstheorie, die Biologie, die Psychologie und die Neurowissenschaften, insbesondere aber auch aufbauend auf den sozialen Imperativ, den das Schönheitsprimat in der alltäglichen Lebenswelt entfaltet, theoretisch gut begründen. Die Wirkungsweise lässt sich auf wenige, logisch klar beschreibbare und empirisch gut abgesicherte Mechanismen zurückführen: den *Attractiveness Consensus*, den *Attractiveness Attention Boost*, das *Attractiveness Stereotype*, den *Attractiveness Glamour Effect* und den *Attractiveness Treatment Advantage* sowie gegebenenfalls den *Attractiveness Frog Pond Effect*, die *Beauty Penalty* und den *Beauty Is Beastly Effect*. Die Messung der physischen Attraktivität einer Person ist mit vergleichsweise geringem Aufwand und großer Zuverlässigkeit möglich. Selbst wenn dabei grundsätzlich der *Truth of Consensus Method* der Vorzug gegeben werden sollte, besteht dort, wo diese nicht realisierbar ist, immer auch die Möglichkeit, die physische Attraktivität einer Person durch eine Attraktivitätsselbsteinschätzung der betreffenden Person, deren Körpergröße, deren Körpermasse, deren Body Mass Index oder – im Falle von Face-to-Face-Interviews – durch eine Interviewereinschätzung der Attraktivität zu operationalisieren.

Die soziologische Ungleichheitsforschung hat daher nach unserer Einschätzung nicht nur allen Grund, die physische Attraktivität als Einflussfaktor des sozialen Erfolges oder Misserfolges zukünftig verstärkt in den Blick zu nehmen. Sie kann die Einbeziehung der physischen Attraktivität als Quelle sozialer Ungleichheit auch auf ein gut ausformuliertes und abgesichertes theoretisches Fundament aufbauen und auf ein Set gut getesteter Messinstrumente zurückgreifen. Eine stärkere Beachtung der physischen Attraktivität in der soziologischen Ungleichheitsforschung würde dabei nicht nur zu einem besseren Verständnis der Mechanismen beitragen, die soziale Ungleichheit begründen, es wäre auch die längst überfällige Erschließung eines Forschungsgebietes, das nach unserer Einschätzung eigentlich genuiner Bestandteil der Disziplin sein müsste. Idealerweise wird es in soziologischen Studien irgendwann einmal genau so selbstverständlich

sein, Effekte der physischen Attraktivität zu prüfen, wie dies heute für Merkmale wie Geschlecht, Herkunft, Ethnie oder Alter der Fall ist.

Dabei ist ein erster Schritt in diese Richtung bereits unternommen worden. Im ALLBUS 2008 und im ISSP 2008 sind erstmals im Rahmen soziologisch motivierter Großbefragungen für Deutschland und im internationalen Vergleich Merkmale der Erhebungsteilnehmer erfasst worden, die es erlauben, Einflüsse der physischen Attraktivität im Kontext soziologischer Forschungsinteressen einfach zu analysieren. Die Messung der physischen Attraktivität ist dabei im ALLBUS 2008 einmal durch eine Einschätzung des Interviewers zu Beginn der Befragung, einmal durch eine Selbsteinschätzung der Respondenten im Laufe der Befragung und einmal durch eine Einschätzung des Interviewers am Ende der Befragung vorgenommen worden. Im ISSP 2008 wurden hingegen Angaben zur Körpergröße und zur Körpermasse erfasst.<sup>30</sup> Im ALLBUS 2010 und 2012 wurde die physische Attraktivität der Befragten erneut durch eine Vorabeeschätzung des Interviewers erfasst. Zusammengefasst stehen damit gute Approximationen der physischen Attraktivität für mehrere Tausend Personen zur Verfügung. Sowohl ALLBUS als auch ISSP sind Survey-Programme, die sich durch die Vielschichtigkeit der behandelten Themenfelder auszeichnen. Dadurch ergeben sich ideale Anknüpfungspunkte, um – ohne jeden eigenen Erhebungsaufwand – Einflüsse der physischen Attraktivität für eine Reihe soziologisch relevanter Fragestellungen zu untersuchen. Es wäre eine positive Entwicklung, wenn diese Gelegenheit in der Profession erkannt und genutzt wird. Es würde sich auf jeden Fall lohnen, wie die Autoren aus eigener Erfahrung bestätigen können – denn Attraktivitätsforschung ist attraktive Forschung.

## Bibliographie

- Ackard, D. M./A. Kearney-Cooke/C. B. Peterson (2000), Effect of Body Image and Self-image on Women's Sexual Behaviors, in: *International Journal of Eating Disorders* 28, 422–429
- Adams, G. R. (1977), Physical Attractiveness, Personality and Social Reactions to Peer Pressure, in: *Journal of Psychology* 96, 287–297
- Agocha, V. B./M. L. Cooper (1999), Risk Perceptions and Safer-sex Intentions. Does a Partner's Physical Attractiveness Undermine the Use of Risk-relevant Information?, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 25, 746–759
- Aharon, I./N. Etcoff/D. Ariely/C. F. Chabris/E. O'Connor/H. C. Breiter (2001), Beautiful Faces Have Variable Reward value and Behavioral Evidence, in: *Neuron* 32, 537–551
- Aisenbrey, S./H. Brücker (2008), Occupational Aspirations and the Gender Gap in Wages, in: *European Sociological Review* 24, 633–649
- Albada, K. F./M. L. Knapp/K. E. Theune (2002), Interaction Appearance Theory. Changing Perceptions of Physical Attractiveness Through Social Interaction, in: *Communication Theory* 12, 8–40

<sup>30</sup> Da die ISSP-Erhebung in Deutschland üblicherweise als PAPI-Erhebung im Anschluss an das mündliche Interview der ALLBUS-Erhebung durchgeführt wird, lassen sich die alternativen Attraktivitätsmessungen für Deutschland auf der Individualebene zueinander in Beziehung setzen.

- Ambady, N./R. Rosenthal (1993), Half a Minute. Predicting Teacher Evaluations from Thin Slices of Nonverbal Behavior and Physical Attractiveness, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 64, 431–441
- Andreolletti, C., L. A. Zebrowitz/M. E. Lachman (2001), Physical Appearance and Control Beliefs in Young, Middle-aged, and Older Adults, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 27, 969–981
- Athanasiou, R./P. Greene (1973), Physical Attractiveness and Helping Behaviour, in: *Proceedings of the 81<sup>st</sup> Annual Convention of the American Psychological Association* 8, 289–290
- Aron, A./H. Fisher/D. J. Mashek/G. Strong/H. Li/L. L. Brown (2005), Reward, Motivation, and Emotion Systems Associated with Early-stage Intense Romantic Love, in: *Journal of Neurophysiology* 94, 327–337
- Barber, N. (1998a), Secular Changes in Standards of Bodily Attractiveness in American Women. Different Masculine and Feminine Ideals, in: *Journal of Psychology* 132, 87–94
- (1998b), The Slender Ideal and Eating Disorders. An Interdisciplinary ‘Telescope’ Model, in: *International Journal of Eating Disorders* 23, 295–307
- Bassili, J. N. (1981), The Attractiveness Stereotype: Goodness or Glamour?, in: *Basic and Applied Social Psychology* 2, 235–252
- Baugh, S. G./L. E. Parry (1991), The Relationship between Physical Attractiveness and Grade Point Average among College Women, in: *Journal of Social Behavior and Personality* 6, 219–228
- Benesch, H. (1989), *dtv-Atlas zur Psychologie*, Band 1, Frankfurt
- Benson, P. L./S. A. Karabenic/R. M. Lerner (1976), Pretty Pleases. The Effects of Physical Attractiveness on Race, Sex and Receiving Help, in: *Journal of Experimental Social Psychology* 12, 409–415
- Berry, D. (2000), Attractiveness, Attraction and Sexual Selection. Evolutionary Perspectives on the Form and Function of Physical Attractiveness, in: *Advances in Experimental Social Psychology* 32, 273–342
- Bian, F. (1997), *The Effects of Attractiveness on Helping Behavior*, Claremont
- Boehm, L./M. Wambaugh/T. Riney/C. Kunzelman (1996), The Face of AIDS. Effects of Physical Attractiveness and Target Gender on Inferred Mode of HIV Infection, in: *Psychological Reports* 78, 595–598
- Boesen, E. (1999), Scham und Schönheit. Über Identität und Selbstvergewisserung bei den Fulbe Nordbenins, in: *Beiträge zur Afrikaforschung*, Band 14, Münster
- Bosman, C. M./G. A. Pfann/J. E. Biddle/D. S. Hamermesh (1997), Business Success and Businesses’ Beauty Capital, *NBER Working Paper* 6083, Cambridge/MA
- Braun, C./M. Gründl/C. Marberger/C. Scherber (2003), *Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität*, Regensburg, URL: [http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty\\_ho\\_zensiert.pdf](http://www.beautycheck.de/cmsms/uploads/images/bilder/bericht/beauty_ho_zensiert.pdf) [05.03.2010]
- Brown, T. A./T. F. Cash/S. W. Noles (1999), Perception of Physical Attractiveness among College Students. Selected Determinants and Methodological Matters, in: *Journal of Social Psychology* 126, 305–316
- Brown, W. M./M. E. Price/J. Kang/N. Pound/Y. Zhao/H. Yu (2008), Fluctuating Asymmetry and Preferences for Sex-typical Bodily Characteristics, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 105, 12938–12943
- Brunswik, E. (1956), *Perception and the Representative Design of Psychological Experiments*, Berkeley

- Buss, D. M. (2004), *Evolutionary Psychology. The New Science of the Mind*, Boston
- /D. P. Schmitt (1993), Sexual Strategies Theory – An Evolutionary Perspective on Human Mating, in: *Psychological Review* 100, 204–232
- Caballero, M. J./W. M. Pride (1984), Selected Effects of Salesperson Sex and Attractiveness in Direct Mail Advertisements, in: *Journal of Marketing* 48, 94–100
- Cash, T. F./D. W. Cash/J. W. Butters (1983), “Mirror, Mirror on the Wall...?” Contrast Effects and Self-evaluations of Physical Attractiveness, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 9, 351–358
- /J. A. Kehr/J. Polyson/V. Freeman (1977), The Role of Physical Attractiveness in Peer Attribution of Psychological Disturbance, in: *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 45, 987–993
- /D. Soloway (1975), Self-disclosure Correlates of Physical Attractiveness. An Exploratory Study, in: *Psychological Reports* 36, 579–586
- Castellow, W. A./K. L. Wuensch/C. H. Moore (1990), Effects of Physical Attractiveness of the Plaintiff and Defendant in Sexual Harassment Judgements, in: *Journal of Social Behavior and Personality* 5, 547–562
- Cavior, N./L. R. Howard (1973), Facial Attractiveness and Juvenile Delinquency among Black and White Offenders, in: *Journal of Abnormal Child Psychology* 1, 202–213
- Cawley, J. (2000), Body Weight and Woman’s Labor Market Outcomes, *NBER Working Paper* 7841, Cambridge/MA, URL: [http://www.nber.org/papers/w7841.pdf?new\\_window=1](http://www.nber.org/papers/w7841.pdf?new_window=1) [05.03.2010]
- Chaiken, S. (1979), Communicator Physical Attractiveness and Persuasion, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 37, 1387–1397
- Collins, L. (2008), Pixel Perfect. Pascal Danguin’s Virtual Reality, in: *The New Yorker*, Online-Ausgabe vom 12. Mai 2008, URL: [http://www.newyorker.com/reporting/2008/05/12/080512fa\\_fact\\_collins?currentPage=all](http://www.newyorker.com/reporting/2008/05/12/080512fa_fact_collins?currentPage=all) [05.03.2010]
- Cunningham, M. R./A. P. Barbee/C. L. Philhower (2002), Dimensions of Facial Physical Attractiveness. The Intersection of Biology and Culture, in: Rhodes, G./L. A. Zebrowitz (eds.), *Facial Attractiveness. Evolutionary, Cognitive, and Social Perspectives*, Westport–London, 193–238
- /—/C. L. Pike (1990), What Do Women Want? Facialmetric Assessment of Multiple Motives in the Perception of Male Physical Attractiveness, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 59, 61–72
- /P. B. Druen/A. P. Barbee (1997), Angels, Mentors, and Friends. Trade-offs among Evolutionary, Social, and Individual Variables in Physical Appearance, in: Simpson, J. A./D. T. Kenrick (eds.), *Evolutionary Social Psychology*, Mahwah, 109–140
- /A. R. Roberts/A. P. Barbee/P. B. Druen/C.-H. Wu (1995), “Their Ideas of Beauty Are, on the Whole, the Same as Ours”. Consistency and Variability in the Cross-Cultural Perception of Female Physical Attractiveness, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 68, 261–279
- Dabbs, J. M./N. A. Stokes III (1975), Beauty Is Power: The Use of Space on the Sidewalk, in: *Sociometry* 38, 551–557
- Darwin, C. (1982[1871]), *Die Abstammung des Menschen*, Stuttgart
- Davis, C./B. Shuster/E. Blakemore/J. Fox (2004), Looking Good – Family Focus on Appearance and Risk of Eating Disorders, in: *International Journal of Eating Disorders* 35, 136–144
- /G. Claridge/J. Fox (2000), Not just a Pretty Face: Physical Attractiveness and Perfectionism in the Risk for Eating Disorders, in: *International Journal of Eating Disorders* 27, 67–73

- Davis, J. A. (1966), The Campus as a Frog Pond. An Application of the Theory of Relative Deprivation to Career Decisions of College Men, in: *American Journal of Sociology* 72, 17–31
- Dermer, M./D. L. Thiel (1975), When Beauty May Fail, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 31, 1168–1176
- Deseran, F. A./C.-S. Chung (1979), Appearance, Role-Taking, and Reactions to Deviance: Some Experimental Findings, in: *Social Psychology Quarterly* 42, 426–430
- DeShields, O. W./A. Kara/E. Kaynak (1996), Source Effects in Purchase Decisions: The Impact of Physical Attractiveness and Accent of Salespersons, in: *International Journal of Research in Marketing* 13, 89–101
- Diehl, P. (2007), Schönheit als Pflicht – Oder warum sich Berlusconi operieren ließ, in: Gutwald, C./R. Zons (Hg.), *Die Macht der Schönheit*, München, 179–204
- Diener, E./B. Wolsic/F. Fujita (1995), Physical Attractiveness and Subjective Well-being, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 68, 653–663
- Dion, K. K. (1972), Physical Attractiveness and Evaluation of Children's Transgressions, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 24, 207–213
- /E. Berscheid (1974), Physical Attractiveness and Peer Perception among Children, in: *Sociometry* 37, 1–12
- Dion, K. K./E. Berscheid/E. Walster (1972), What Is Beautiful Is Good, in: *Journal of Personality and Society Psychology* 24, 285–290
- Dunkake, I./T. Kiechle/M. Klein/U. Rosar (2012), Schöne Schüler, schöne Noten? Eine empirische Untersuchung zum Einfluss der physischen Attraktivität von Schülern auf die Notenvergabe durch das Lehrpersonal, in: *Zeitschrift für Soziologie* 41, 142–161
- Eagly, A. H./R. D. Ashmore/M. G. Makhijani/L. C. Longo (1991), What Is Beautiful Is Good, but...: A Meta-analytic Review of Research on the Physical Attractiveness Stereotype, in: *Psychological Bulletin* 110, 109–128
- Elder, G. H. (1969), Appearance and Education in Marriage Mobility, in: *American Sociological Review* 34, 519–533
- Elliot, A. J./D. Niesta (2008), Romantic Red: Red Enhances Men's Attraction to Women, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 95, 1150–1164
- Etcoff, N. (2000), *Survival of the Prettiest*, New York
- Farina, A./E. H. Fischer/S. Sherman/W. T. Smith/T. Groh/P. Mermin (1977), Physical Attractiveness and Mental Illness, in: *Journal of Abnormal Psychology* 86, 510–517
- Feingold, A. (1988), Matching for Attractiveness in Romantic Partners and Same-sex Friends: A Meta-analysis and Theoretical Critique, in: *Psychological Bulletin* 104, 226–235
- (1992), Good-looking People Are Not What We Think, in: *Psychological Bulletin* 111, 304–341
- Fink, B./K. Grammer/R. Thornhill (2001), Human (Homo Sapiens) Facial Attractiveness in Relation to Skin Texture and Color, in: *Journal of Comparative Psychology* 115, 92–99
- Friedman, H./L. A. Zebrowitz (1992), The Contribution of Typical Sex Differences in Facial Maturity to Sex Role Stereotypes, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 18, 430–438
- Gangestad, S. W./R. Thornhill (1997), The Evolutionary Psychology of Extra-pair Sex. The Role of Fluctuating Asymmetry, in: *Evolution and Human Behavior* 18, 69–88

- Gillen, B. (1981), Physical Attractiveness: A Determinant of Two Types of Goodness, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 7, 277–281
- Goldstein, A. G./J. Papageorge (1980), Judgments of Facial Attractiveness in the Absence of Eye Movements, in: *Bulletin of the Psychonomic Society* 15, 269–270
- Grammer, K. (2002), *Signale der Liebe. Die biologischen Gesetze der Partnerschaft*, Frankfurt
- /B. Fink/A. Juetten/G. Ronzal/R. Thornhill (2002), Femal Faces and Bodies: N-Dimensional Feature Space and Attractiveness, in: Rhodes, G./L. A. Zebrowitz (eds.), *Facial Attractiveness. Evolutionary, Cognitive, and Social Perspectives*, Westport–London, 91–126
- /—/A. P. Möller/R. Thornhill (2003), Darwinian Aesthetics: Sexual Selection and the Biology of Beauty, in: *Biological Review* 78, 385–407
- Gross, A. E./C. Crofton (1977), What Is Good Is Beautiful, in: *Sociometry* 40, 85–90
- Gründl, M. (2007), Attraktivitätsforschung: Auf der Suche nach der Formel für Schönheit, in: Gutwald, C./R. Zons (Hg.), *Die Macht der Schönheit*, München, 49–70
- Guerra, D. N. (1998), The Influence of Female Clients' Physical Attractiveness on College Students' and Psychotherapists' Judgement of Mental Health, in: *Dissertation Abstract International*, Section B: The Science and Engineering 1998–58, 3966
- Gurman, E. B./M. Balban (1990), Self Evaluation of Physical Attractiveness as a Function of Selfesteem and Defensiveness, in: *Journal of Social Behavior and Personality* 5, 575–580
- Hamermesh, D. S./A. M. Parker (2006), Beauty in the Classroom. Professors' Pulchritude and Putative Pedagogical Productivity, *NBER Working Paper* 9853, Cambridge/MA, URL: [http://www.nber.org/papers/w9853.pdf?new\\_window=1](http://www.nber.org/papers/w9853.pdf?new_window=1) [05.03.2010]
- (2011), *Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful*, Princeton
- Hanson Frieze, I./J. E. Olson/J. Russell (1991), Attractiveness and Income for Men and Women in Management, in: *Journal of Applied Social Psychology* 21, 1039–1057
- Harper, B. (2000), Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study, in: *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 62, 771–800
- Hartnett, J. J./K. O. Balley/C. S. Hartley (1974), Body Height, Position and Sex as Determinants of Personal Space, in: *Journal of Psychology* 87, 129–136
- Heilman, M. E./L. R. Saruwatari (1979), When Beauty Is Beastly: The Effects of Appearance and Sex on Evaluation of Job Applicants for Managerial and Nonmanagerial Jobs, in: *Organizational Behavior and Human Performance* 23, 360–372
- /M. H. Stoepck (1985), Being Attractive, Advantage or Disadvantage?, in: *Organizational Behavior and Human Performance* 35, 202–215
- Heineck, G. (2005), Up in the Skies? The Relationship between Body Height and Earnings in Germany, in: *Labour* 19, 469–489
- Henderson, J. J. A./J. M. Anglin (2003), Facial Attractiveness Predicts Longevity, in: *Evolution and Human Behavior* 24, 351–356
- Henss, R. (1987), Zur Beurteilerübereinstimmung bei der Einschätzung der physischen Attraktivität junger und alter Menschen, in: *Zeitschrift für Sozialpsychologie* 18, 118–130
- (1992), *„Spieglein, Spieglein an der Wand...“: Geschlecht, Alter und physische Attraktivität*, Weinheim
- (1998), *Gesicht und Persönlichkeitseindruck*, Göttingen



- Hergovich, A./S. Hasenegger/K. Koller (2002), Eine empirische Studie zum Einfluss von Make-up auf die Beurteilung der Attraktivität, in: Hergovich, A. (Hg.), *Psychologie der Schönheit. Physische Attraktivität aus wissenschaftlicher Perspektive*, Wien, 129–135
- Hildebrandt, K. A./H. E. Fitzgerald (1983), The Infant's Physical Attractiveness: Its Effect on Bonding and Attachment, in: *Infant Mental Health Journal* 4, 3–12
- Jackson, L. A./J. E. Hunter/C. N. Hodge (1995), Physical Attractiveness and Intellectual Competence: A Meta-Analytic Review, in: *Social Psychology Quarterly* 58, 108–122
- Jones, D. (1995), Sexual Selection, Physical Attractiveness and Facial Neoteny: Cross-cultural Evidence and Implications, in: *Current Anthropology* 36, 723–748
- Jones, D./K. Hill (1993), Criteria of Facial Attractiveness in Five Populations, in: *Human Nature* 4, 271–296
- Jones, W. H./R. O. Hansson/A. L. Phillips (1978), Physical Attractiveness and Judgements on Psychopathology in: *Journal of Social Psychology* 105, 79–84
- Kampe, K. K. W./C. D. Frith/R. J. Dolan/U. Frith (2001), Reward Value of Attractiveness and Gaze, in: *Nature* 413, 589
- Kanazawa, S./M. C. Still (2000), Teaching May Be Hazardous to Your Marriage, in: *Evolution and Human Behaviour* 21, 185–190
- Katzmarzyk, P. T./C. Davis (2001), Thinness and Body Shape of Playboy Centerfolds from 1978 to 1998, in: *International Journal of Obesity* 25, 590–592
- Kawabata, H./S. Zeki (2004), Neural Correlates of Beauty, in: *Journal of Neurophysiology* 91, 1699–1705
- Keating, C. F./D. Randall/T. Kendrick (1999), Presidential Physiognomies; Altered Images, Altered Perceptions, in: *Political Psychology* 20, 593–610
- Kenrick, D. T./S. E. Gutierrez (1980), Contrast Effects and Judgments of Physical Attractiveness: When Beauty Becomes a Social Problem, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 38, 131–140
- Kleck, R. E./S. A. Richardson/L. Ronald (1974), Physical Appearance Cues and Interpersonal Attraction in Children, in: *Child Development* 45, 305–310
- Klein, M./U. Rosar (2006), Das Auge hört mit! Der Einfluss der physischen Attraktivität des Lehrpersonals auf die studentische Evaluation von Lehrveranstaltungen – eine empirische Analyse am Beispiel der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln, in: *Zeitschrift für Soziologie* 35, 305–316
- /— (2007), Ist Deutschland reif für eine Kanzlerin? Eine experimentelle Untersuchung aus Anlass der Bundestagswahl 2005, in: Brettschneider, F./O. Niedermayer/B. Pfetsch/B. Weßels (Hg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen aus Sicht der Wahlforschung, der Kommunikationswissenschaft und der Parteienforschung*, Wiesbaden, 271–291
- Kowner, R. (1996), Effect of Group Status on Physical Attractiveness Preference: From the Japanese Case to a General Cognitive Perspective, in: *Genetic, Social, and General Psychology Monographs* 122, 215–248
- (1998), Effects of Social Deviance on Judgment of Facial Attractiveness: A Comparison of Methods Using Japanese Samples, in: *International Journal of Psychology* 33, 1–16
- /T. Ogawa (1995), The Role of Raters' Sex, Personality, and Appearance in Judgments of Facial Beauty, in: *Perceptual and Motor Skills* 81, 339–349
- Kranz, F./A. Ishai (2006), Face Perception is Modulated by Sexual Preference, in: *Current Biology* 16, 63–68

- Kurtzberg, R. L./W. Mandell/M. Levin/D. S. Lipton/M. Shuster (1978), Plastic Surgery on Offenders, in: Johnston, N./L. D. Savitz (eds.), *Justice and Corrections*, New York, 688–700
- Langlois, J. H./A. C. Downs (1979), Peer Relations as a Function of Physical Attractiveness: The Eye of the Beholder or Behavioral Reality?, in: *Child Development* 50, 409–418
- /L. Kalakanis/A. J. Rubenstein/A. Larson/M. Hallam/M. Smoot (2000), Maxims or Myths of Beauty? A Meta-analytic and Theoretical Review, in: *Psychological Bulletin* 126, 390–423
- /J. M. Ritter/R. J. Casey/D. B. Sawin (1995), Infant Attractiveness Predicts Maternal Behaviors and Attitudes, in: *Developmental Psychology* 31, 464–472
- /—/L. A. Roggman/L. S. Vaughn (1991), Facial Diversity and Infant Preferences for Attractive Faces, in: *Developmental Psychology* 27, 79–84
- /L. A. Roggman/R. J. Casey/J. M. Ritter/L. A. Rieser-Danner/V. Y. Jenkins (1987), Infant Preferences for Attractive Faces: Rudiments of a Stereotype?, in: *Developmental Psychology* 23, 363–369
- /—/L. A. Rieser-Danner (1990), Infants' Differential Social Responses to Attractive and Unattractive Faces, in: *Developmental Psychology* 26, 153–159
- /L. E. Styczynski (1979), The Effects of Physical Attractiveness on the Behavioral Attributions and Peer Preferences of Acquainted Children, in: *International Journal of Behavioral Development* 2, 325–341
- Lenz, K. (2009), *Soziologie der Zweierbeziehungen*, Wiesbaden
- Locher, P./R. Unger/P. Sociedade/J. Wahl (1993), At First Glance. Accessibility of the Physical Attractiveness Stereotype, in: *Sex Roles* 28, 729–743
- Mace, K. C. (1972), The 'Overt-bluff' Shoplifter: Who Gets Caught?, in: *Journal of Forensic Psychology* 4, 26–30
- Maner, J. K./M. T. Gailliot/D. A. Rouby/L. Miller (2007), Can't Take My Eyes off You: Attentional Adhesion to Mates and Rivals, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 93, 389–401
- /D. T. Kenrick/V. D. Becker/A. W. Delton/B. Hofer/C. J. Wilbur/S. L. Neuberg (2003), Sexually Selective Cognition: Beauty Captures the Mind of the Beholder, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 85, 1107–1120
- Marlowe, C. M./S. L. Schneider/C. E. Nelson (1996), Gender and Attractiveness Biases in Hiring Decisions: Are More Experienced Managers Less Biased?, in: *Journal of Applied Psychology* 81, 11–21
- Marwick, A. (1988), *Beauty in History. Society, Politics and Personal Appearance C. 1500 to the Present*, London
- Mazur, A. (1986), U.S. Trends in Feminine Beauty and Overadaptation, in: *Journal of Sex Research* 22, 281–303
- /C. Halpern/J. R. Udry (1994), Dominant Looking Male Teenagers Copulate Earlier, in: *Ethology and Sociobiology* 15, 31–40
- McCabe, V. (1988), Facial Proportions, Perceived Age, and Caregiving, in: Alley, T. R. (ed.), *Social and Applied Aspects of Perceiving Faces*, Hillsdale, 89–95
- Menninghaus, W. (2007), *Das Versprechen der Schönheit*, Frankfurt
- Miller, A. G. (1970), Role of Physical Attractiveness in Impression Formation, in: *Psychonomic Science* 19, 241–243
- Mocan, H. N./E. Tekin (2005), Ugly Criminals, *NBER Working Paper* 12019, Cambridge/MA

- Mulford, M./J. Orbell/C. Shatto/J. Stockard (1998), Physical Attractiveness, Opportunity and Success in Everyday Exchange, in: *American Journal of Sociology* 103, 1565–1593
- Murstein, B. I./P. Christy (1976), Physical Attractiveness and Marriage Adjustment in Middle-aged Couples, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 34, 537–542
- Nakamura, K./R. Kawashima/S. Nagumo/K. Ito/M. Sugiura/T. Kato/A. Nakamura/K. Hatano/K. Kubota/H. Fukuda/S. Kojima (1998), Neuroanatomical Correlates of the Assessment of Facial Attractiveness, in: *NeuroReport* 9, 753–757
- Neff, B. D./T. D. Pitcher (2005), Genetic Quality and Sexual Selection: An Integrated Framework for Good Genes and Compatible Genes, in: *Molecular Ecology* 14, 19–38
- Neto, F. (1992), Loneliness among Portuguese Adolescents, in: *Social Behavior and Personality* 20, 15–22
- O'Doherty, J./J. Winston/H. D. Critchley/D. Perrett/D. M. Burt/R. J. Dolan (2003), Beauty in a Smile. The Role of Medial Orbitofrontal Cortex in Facial Attractiveness, in: *Neuropsychologia* 41, 147–155
- Olson, I. R./C. Marshuetz (2005), Facial Attractiveness Is Appraised in a Glance, in: *Emotion* 5, 498–502
- Osborn, D. R. (1996), Beauty Is as Beauty Does? Make Up and Posture Effects on Physical Attractiveness Judgments, in: *Journal of Applied Social Psychology* 26, 31–51
- Owen, P. R./E. Laurel-Seller (2000), Weight and Shape Ideals. Thin Is Dangerously, in: *Journal of Applied Social Psychology* 30, 979–990
- Patry, M. W. (2008), Attractive but Guilty. Deliberation and the Physical Attractiveness Bias, in: *Psychological Reports* 102, 727–733
- Patzer, G. L. (1985), *The Physical Attractiveness Phenomena*, New York
- Penn, D. J. (2002), The Scent of Genetic Compatibility: Sexual Selection and the Major Histocompatibility Complex, in: *Ethology* 108, 1–21
- /W. Potts (1998), MHC-disassortative Mating Preferences Reversed by Cross-fostering, in: *Proceedings of the Royal Society of London. Series B* 265, 1299–1306
- Penton-Voak, I. S./D. I. Perrett (2000), Consistency and Individual Differences in Facial Attractiveness Judgements: An Evolutionary Perspective, in: *Social Research* 67, 219–244
- Pettijohn II, T. F./B. J. Jungeberg (2004), Playboy Playmate Curves: Changes in Facial and Body Feature Preferences Across Social and Economic Conditions, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 30, 1186–1197
- Pfann, G. A./J. E. Biddle/D. S. Hamermesh/M. Ciska (2000), Business Success and Businesses' Beauty Capital, in: *Economics Letters* 67, 201–207
- Podratz, K. E./R. L. Dipboye (2002), In *Search of the 'Beauty is Beastly' Effect*, paper presented at the 17<sup>th</sup> Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Toronto
- Reingen, P. H./J. B. Kernan (1993), Social Perception and Interpersonal Influence: Some Consequences of the Physical Attractiveness Stereotype in a Personal Selling Setting, in: *Journal of Consumer Psychology* 2, 25–38
- Reis, H. T./W. I. McDougal/C. Monestere/S. Berstein/K. Clark/E. Seidl/M. Franco/E. Gioioso/L. Freeman/K. Radoane (1990), What Is Smiling Is Beautiful and Good, in: *European Journal of Social Psychology* 20, 259–267
- /J. B. Nezlek/L. Wheeler (1980), Physical Attractiveness in Social Interaction, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 38, 604–617

- /L. Wheeler/N. Spiegel/M. H. Kernis/J. B. Nezlek/M. Perri (1982), Physical Attractiveness in Social Interaction. II. Why Does Appearance Affect Social Experience?, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 43, 979–996
- Rennenkampff, A. v. (2004), You Look So Feminine! When Did You Fail the Last Time? Social Interaction Following the Think Manager-Think Male Stereotype, in: *Brandeis Graduate Journal* 2, URL: [http://typo3.urz.unibamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/split\\_professuren/journalistik/Fonk/PS\\_HT\\_SS07/11-Klein\\_Rosar\\_\\_2005\\_-\\_Phys.\\_Attraktivitaet\\_und\\_Wahlerfolg.PDF](http://typo3.urz.unibamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/split_professuren/journalistik/Fonk/PS_HT_SS07/11-Klein_Rosar__2005_-_Phys._Attraktivitaet_und_Wahlerfolg.PDF) [09.03.2010]
- Renz, U. (2006), *Schönheit – Eine Wissenschaft für sich*, Berlin
- Rhodes, G./K. Harwood/S. Yoshikawa/M. Nishitani/I. McLean (2002), The Attractiveness of Average Faces: Cross-Cultural Evidence and Possible Biological Bias, in: Rhodes, G./L. A. Zebrowitz (eds.), *Facial Attractiveness. Evolutionary, Cognitive, and Social Perspectives*, Westport–London, 35–58
- /K. Lee/R. Palermo/M. Weiss/S. Yoshikawa/P. Clissa/T. Williams/M. Peters/C. Winkler/L. Jeffery (2005), In Attractiveness of Own-race, Other-race, and Mixed-race Faces, in: *Perception* 34, 319–340
- Riniolo, T. C./K. C. Johnson/T. R. Sherman/J. A. Misso (2006), Hot or Not: Do Professors Perceived as Physically Attractive Receive Higher Student Evaluations?, in: *Journal of General Psychology* 133, 19–35
- Ritter, J. M./R. J. Casey/J. H. Langlois (1991), Adults' Responses to Infants Varying in Appearance of Age and Attractiveness, in: *Child Development* 62, 68–82
- Rosar, U. (2001), *Ethnozentrismus in Deutschland. Eine komparative Analyse 1980 bis 1996*, Wiesbaden
- /M. Klein (2009), Mein(schöner)Prof.de. Die physische Attraktivität des akademischen Lehrpersonals und ihr Einfluss auf die Ergebnisse studentischer Lehrevaluationen, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 61, 621–645
- /—/T. Beckers (2008), The Frog Pond Beauty Contest. Physical Attractiveness and Electoral Success of the Constituency Candidates at the North Rhine-Westphalia State Election of 2005, in: *European Journal of Political Research* 47, 64–79
- /—/— (2012), Magic Mayors. Predicting Electoral Success from Candidates' Physical Attractiveness under the Conditions of a Presidential Electoral System, in: *German Politics* 21, 372–391
- Rosenberg, S. W./S. Kahn/T. Tran (1991), Creating a Political Image: Shaping Appearance and Manipulating the Vote, in: *Political Behavior* 13, 345–367
- Rosenberg, S. W./P. McCafferty (1987), The Image and the Vote. Manipulating Voters' Preferences, in: *Public Opinion Quarterly* 51, 31–47
- Samuels, C. A./R. Ewy (1985), Aesthetic Perception of Faces during Infancy, in: *British Journal of Developmental Psychology* 3, 221–228
- Savin-Williams, R. C. (1979), Dominance Hierarchies in Groups of Early Adolescents, in: *Child Development* 50, 923–935
- Schubert, J. N./M. A. Curran (2001), *Stereotyping Effects in Candidate Evaluation: The Interaction of Gender and Attractiveness Bias*, paper prepared for presentation at the 2001 annual meeting of the Midwestern Political Science Association, DeKalb
- Szesny, S. (2003), A Closer Look beneath the Surface: Various Facets of the Think-manager-think-male Stereotype, in: *Sex Roles* 49, 353–363
- Sergios, P./J. Cody (1985), Importance of Physical Attractiveness and Social Assertiveness Skills in Male Homosexual Dating Behavior and Partner Selection, in: *Journal of Homosexuality* 12, 71–84

- Shackelford, T. K./V. A. Weekes-Shackelford/G. J. LeBlanc/A. L. Bleske/H. A. Euler/S. Hoier] (2000), Female Coital Orgasm and Male Attractiveness, in: *Human Nature* 11, 299–306
- Singh, D. (2002), Female Mate Value at a Glance: Relationship of Waist-to-Hip Ratio to Health, Fecundity, and Attractiveness, in: *Neuroendocrinology Letters*, Special Issue 23, 81–91
- Smith, E. D./A. Hed (1979), Effects of Offenders' Age and Attractiveness on Sentencing by Mock Juries, in: *Psychological Reports* 44, 691–694
- Smith, S. M./W. D. McIntoch/D. G. Bazzini (1999), Are the Beautiful Good in Hollywood? An Investigation of the Beauty-and-Goodness Stereotype on Film, in: *Basic and Applied Social Psychology* 21, 69–80
- Sroufe, R./A. Chaikan/R. Cook/V. Freeman (1977), The Effects of Physical Attractiveness on Honesty. A Socially Desirable Response, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 3, 59–62
- Steffensmeier, D. J./R. M. Terry (1973), Deviance and Respectability. An Observational Study of Reactions to Shoplifting, in: *Social Forces* 51, 417–426
- Stelzer, C./S. M. Desmond/J. H. Price (1987), Physical Attractiveness and Sexual Activity of College Students, in: *Psychological Report* 60, 567–573
- Stephan, C./J. C. Tully (1977), The Influence of Physical Attractiveness of a Plaintiff on the Decisions of Simulates Jurors, in: *The Journal of Social Psychology* 101, 149–150
- Symons, D. (1995), Beauty Is in the Adaptations of the Beholder: The Evolutionary Psychology of Human Female Sexual Attractiveness, in: Abramson, P. R./S. D. Pinkerton (eds.), *Sexual Nature, Sexual Culture*, Chicago, 80–118
- Synnott, A. (1989), Truth and Goodness, Mirrors and Masks, Part I. A Sociology of Beauty and the Face, in: *British Journal of Sociology* 40, 607–636
- I(1990), Truth and Goodness, Mirrors and Masks, Part II. A Sociology of Beauty and the Face, in: *British Journal of Sociology* 41, 55–76
- Thornhill, R./S. W. Gangestad/R. Comer (1995), Human Female Orgasm and Male Fluctuating Asymmetry, in: *Animal Behavior* 50, 1601–1615
- Thornton, B./S. Moore (1993), Physical Attractiveness Contrast Effect. Implications for Self-esteem and Evaluations of the Social Self, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 19, 474–480
- Todd, P. M./L. Penke/B. Fasolo/A. P. Lenton (2007), Different Cognitive Processes Underlie Human Mate Choices and Mate Preferences, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 104, 15011–15016
- Umberson, D./M. Hughes (1987), The Impact of Physical Attractiveness on Achievement and Psychological Well-being, in: *Social Psychology Quarterly* 50, 227–236
- Unger, R. K./M. Hilderbrand/T. Madar (1982), Physical Attractiveness and Assumptions about Social Deviance. Some Sex by Sex Comparisons, in: *Personality and Social Psychology Bulletin* 8, 293–301
- Vaughn, B. E./J. H. Langlois (1983), Physical Attractiveness as a Correlate of Peer Status and Social Competence in Preschool Children, in: *Developmental Psychology* 19, 561–567
- Vigil, J. M./D. C. Geary/J. Byrd-Craven (2005), A Life History Assessment of Early Childhood Sexual Abuse in Women, in: *Developmental Psychology* 41, 553–561
- Voracek, M./M. L. Fisher (2002), Shapely Centrefolds? Temporal Change in Body Measures. Trend Analysis, in: *British Medical Journal* 325, 1447–1448
- Waller, W. W. (1937), The Rating and Dating Complex, in: *American Sociological Review* 2, 727–734

- Watkins, L. M./L. Johnston (2000), Screening Job Applicants. The Impact of Physical Attractiveness and Application Quality, in: *International Journal of Selection and Assessment* 8, 76–84
- Webster, M./J. E. Driskell (1983), Beauty as Status, in: *American Journal of Sociology* 89, 140–165
- White, G. L. (1980), Physical Attractiveness and Courtship Progress, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 39, 660–668
- White Stephan, C./J. H. Langlois (1984), Baby Beautiful. Adult Attributions of Infant Competence as a Function of Infant Attractiveness, in: *Child Development* 55, 576–585
- Wilson, M./J. F. Dovidio (1985), Effects of Perceived Attractiveness and Feminist Orientation on Helping Behavior, in: *Journal of Social Psychology* 125, 415–420
- Wilson, P. R. (1968), Perceptual Distortion of Height as a Function of Ascribed Academic Status, in: *Journal of Social Psychology* 74, 97–102
- Wilson, R. K./C. C. Eckel (2006), Judging a Book by Its Cover: Beauty and Expectations in the Trust Game, item: *Political Research Quarterly* 59, 189–202
- Wuensch, K. L./R. C. Chia/W. A. Castellow/C. Chuang (1993), Effects of Physical Attractiveness, Sex, and Type of Crime on Mock Jurors Decisions. A Replication with Chinese Students, in: *Journal of Cross-Cultural Psychology* 24, 414–427
- Zakahi, W. R./R. L. Duran/M. Adkins (1994), Social Anxiety, Only Skin Deep? The Relationship between Ratings of Physical Attractiveness and Social Anxiety, in: *Communication Research Reports* 11, 23–31
- Zebrowitz, L. A./C. Andreoletti/M. A. Collins (1998), Bright, Bad, Babyfaced Boys. Appearance Stereotypes Do Not Always Yield Self-Fulfilling Prophecy Effects, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 75, 1300–1320
- /J. Fellous/A. Mignault/C. Andreoletti (2003), Trait Impressions as Overgeneralized Responses to Adaptively Significant Facial Qualities: Evidence from Connectionist Modeling, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 7, 194–215
- /M. Susan (1991), The Impact of Litigants' Babyfacedness and Attractiveness on Adjudication's in Small Claims Court, in: *Law and Human Behavior* 15, 603–623
- /J. M. Montepare (2006), The Ecological Approach to Person Perception. Evolutionary Roots and Contemporary Offshoots, in: Schaller, M./J. A. Simpson/D. T. Kenrick (eds.), *Evolution and Social Psychology*, New York, 81–113
- /G. Rhodes (2004), Sensitivity to Bad Genes and the Anomalous Face Overgeneralization Effect: Cue Validity, Cue Utilization, and Accuracy in Judging Intelligence and Health, in: *Journal of Nonverbal Behavior* 28, 167–185
- Zick, A. (1997), *Vorurteile und Rassismus. Eine sozialpsychologische Analyse*, Berlin

## Abbildungsnachweise

Abbildung 1, Bild links oben: Copyright Unilever Deutschland GmbH (Download am 14.02.2009: [http://80.86.167.177/wettbewerb2005/preview/00010\\_188p.jpg](http://80.86.167.177/wettbewerb2005/preview/00010_188p.jpg))

Abbildung 1, Bild links mitte: Copyright Unilever Deutschland GmbH (Download am 14.02.2009: [http://80.86.167.177/wettbewerb2005/preview/00010\\_189p.jpg](http://80.86.167.177/wettbewerb2005/preview/00010_189p.jpg))

Abbildung 1, Bild links unten: Copyright Unilever Deutschland GmbH (Download am 14.02.2009: <http://www.presseportal.de/showbin.htm?id=51006&type=preview>)

Abbildung 1, Bild rechts oben: Copyright Unilever Deutschland GmbH (Download am 14.02.2009: <http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/pics/6294-org.jpg>)

Abbildung 1, Bild rechts unten: Copyright Unilever Deutschland GmbH (Download am 14.02.2009: <http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/pics/6295-org.jpg> )

Abbildung 2, Bild links oben: Copyright Deutscher Bundestag (Download am 14.02.2009: <http://webarchiv.bundestag.de/archive/2007/0206/mdb/mdb13/mdbjpg/m/merkean0.jpg>)

Abbildung 2, Bild links unten: Copyright CDU (Download am 14.02.2009: [http://www.bernd-schmidbauer.de/picstext/0913-0322-plakat\\_merkel\\_anfang\\_080905.jpg](http://www.bernd-schmidbauer.de/picstext/0913-0322-plakat_merkel_anfang_080905.jpg) )

Abbildung 2, Bild mitte oben: Copyright Deutscher Bundestag (Download am 14.02.2009: <http://www.bundestag.de/mdb/mdbjpg/s/schmisi0.jpg>)

Abbildung 2, Bild mitte unten: Copyright SPD (Download am 14.02.2009: [http://spdnet.sozi.info/sa-anh/wistub/images/user\\_pages/02\\_01\\_LG\\_Schmidt\\_Silvia.jpg](http://spdnet.sozi.info/sa-anh/wistub/images/user_pages/02_01_LG_Schmidt_Silvia.jpg))

Abbildung 2, Bild rechts oben: Urheber oder Copyright nicht angegeben (Download am 14.02.2009: <http://gallineinfuga.splinder.com/post/17031789>)

Abbildung 2, Bild rechts unten: Urheber oder Copyright nicht angegeben (Download am 14.02.2009: <http://gallineinfuga.splinder.com/post/17031789>)

