



Social Media: **Influencer und ihr Einfluss auf Körperbilder und Konsum**

Deutscher Ethikrat, Jahrestagung 2021

23. Juni 2021, online

Thema: Dimensionen der Ernährungsverantwortung
Sektion II: Multiakteursverantwortung
Forum C: Einfluss von Medien/Internet auf Essverhalten,
Körperbilder und Konsum

Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko, Dr. Katharina Pilgrim
Universität Witten/Herdecke

Relevanz

Influencer in sozialen Medien



Körperbilder

entsprechen gesellschaftlichen Schönheitsidealen und unterliegen dem Wandel



Konsum

gehört nicht selten dazu



Medien

verbreiten (und kreieren) Ideale wie auch Möglichkeiten, diesen durch Konsum besser zu entsprechen



Mediennutzungsverhalten

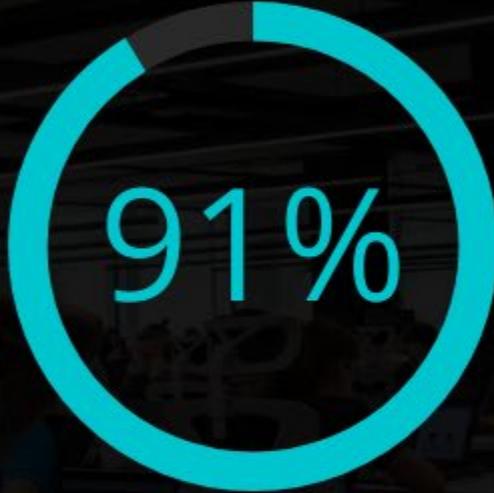
junge Zielgruppe verlagert Mediennutzung in digitale Welt



97%

Internet

tägliche Nutzung



91%

Smartphones

in persönlichem Besitz



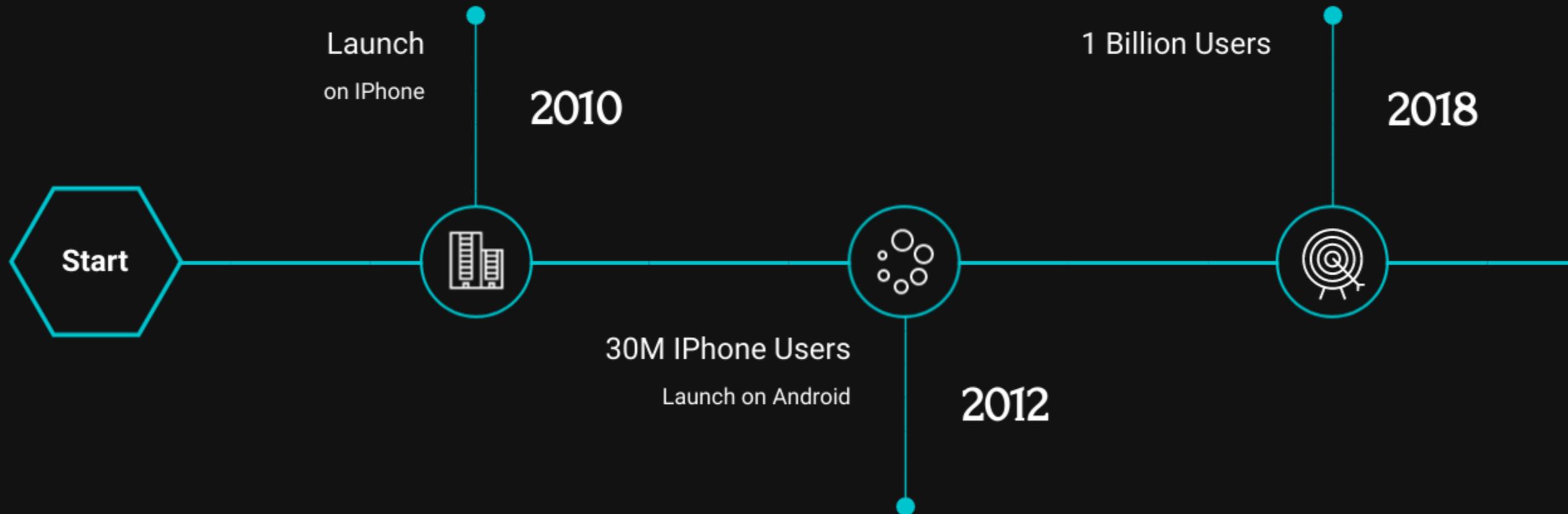
85%

Social Media

tägliche Nutzung

Entwicklungen

am Beispiel Instagram



Status Quo heute

am Beispiel Instagram



1000M+ monatlich aktive User



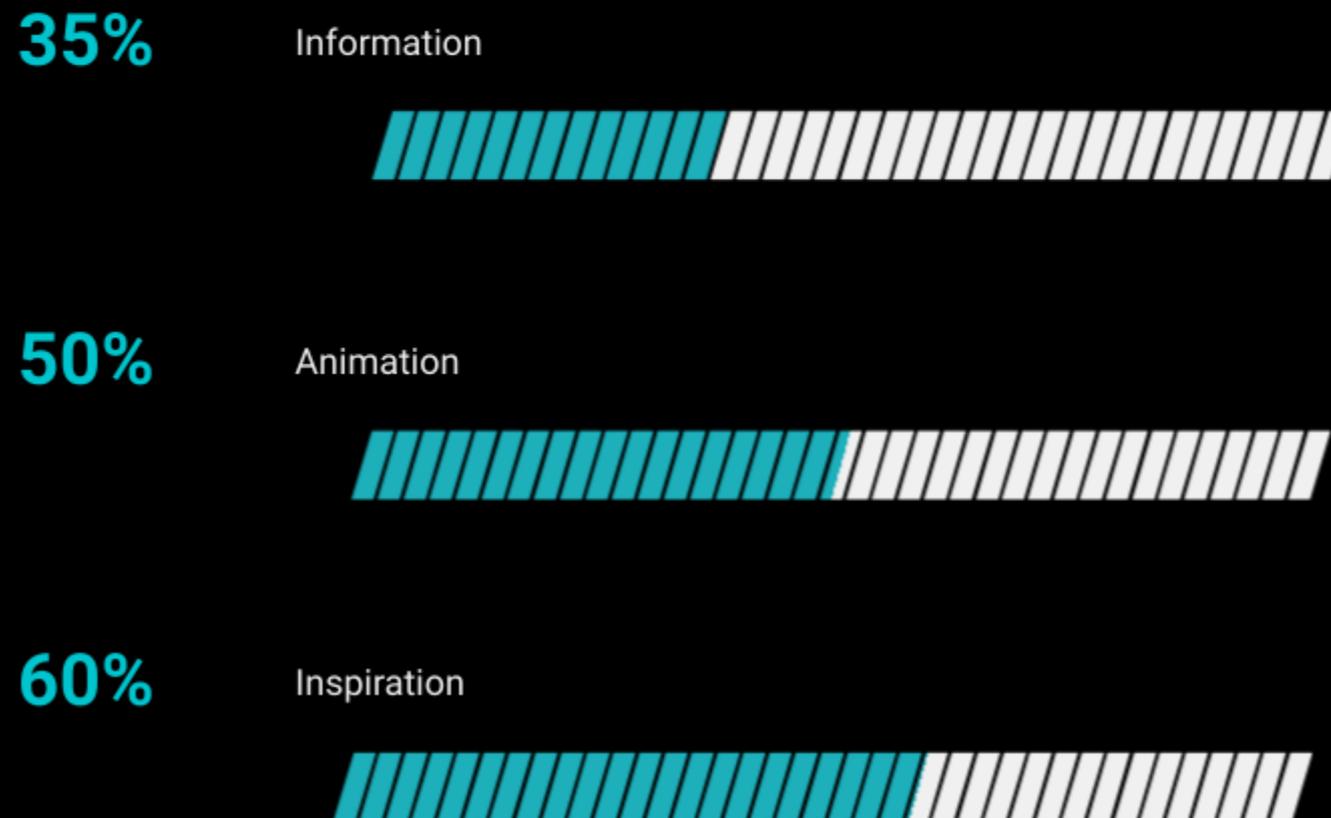
500M+ tägliche aktive User



95M+ tägliche Foto-Uploads

Nachgefragte Social Media Inhalte

Influencer werden als Vergleichsmaßstab bevorzugt herangezogen



Wer sind diese "Influencer"?



Lebensstil als Beruf und
Geschäftsmodell



Persönliche
Empfehlungen



Affiliate
Marketing

Die Studie



N=1000 Beiträge deutscher Fitness Influencer

- **Je 20 Beiträge der 50 Top Influencer (anhand Gesamt-Follower-Zahl)**
- **100.000 bis 3.5 Mio Follower (Stand April 2018)**

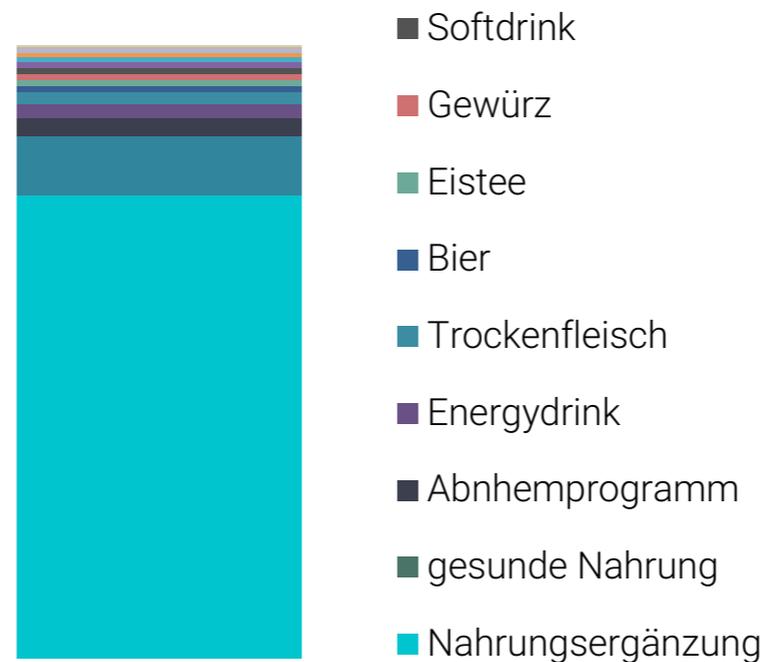
- **36 Items wurden pro Beitrag (Bild + Bildunterschrift) erfasst**
- **z.B. abgebildete Nahrungsmittel, Anteile nackter Körperpartien, Marken-/Produkt-/Unternehmensabbildungen oder Werbungskennzeichnung**
- **Quantitative Inhaltsanalyse**

- **30 Beiträge (Bildkommentare; N>800) wurde mittels qualitativer Inhaltsanalyse untersucht**

Das Geschäftsmodell



Positionierung von Werbung
N=396; abgebildete Produkte in %

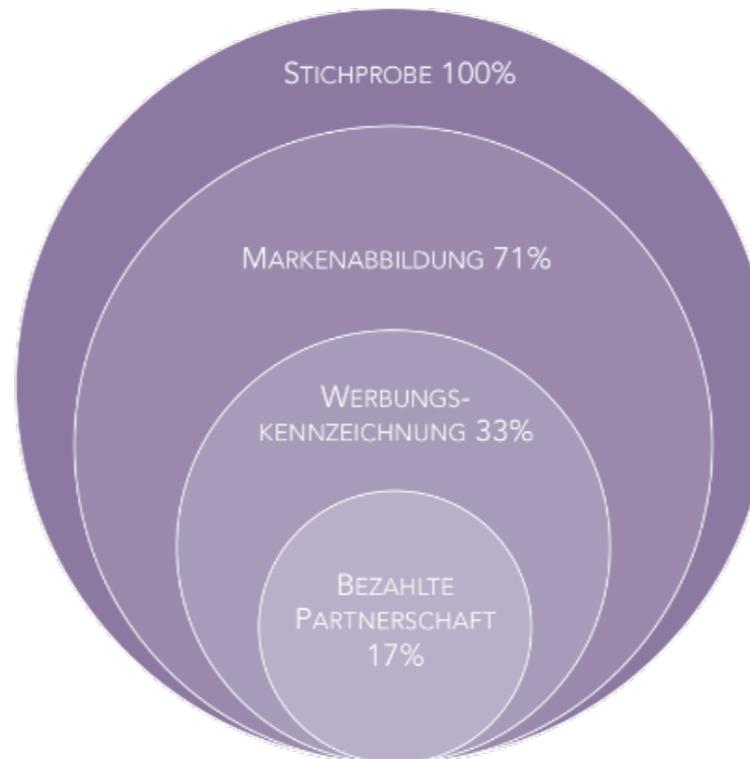


Ernährung

Das Geschäftsmodell



Kennzeichnung von Werbung
N=1000 Beiträge (entsprechen %)



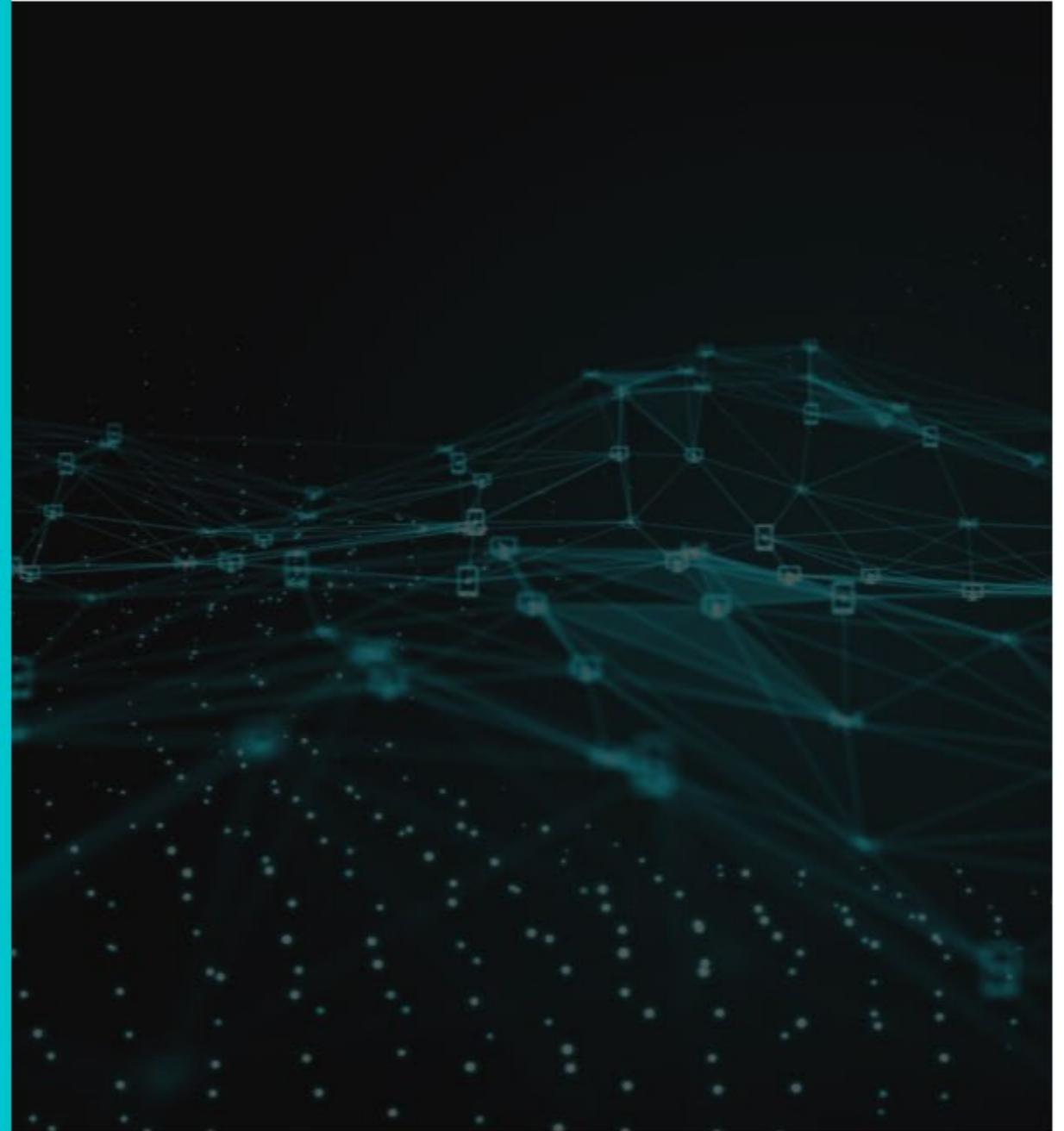
Wirkung

“

Durch dich hat sich meine Ernährung, meine Einstellung zum eigenen Körper und auch meine Persönlichkeit in 100 % geändert, vielen Dank für deine täglichen Insta Storys, Bilder und texte; #vorbild #unfassbardankbar fühl dich geküsst

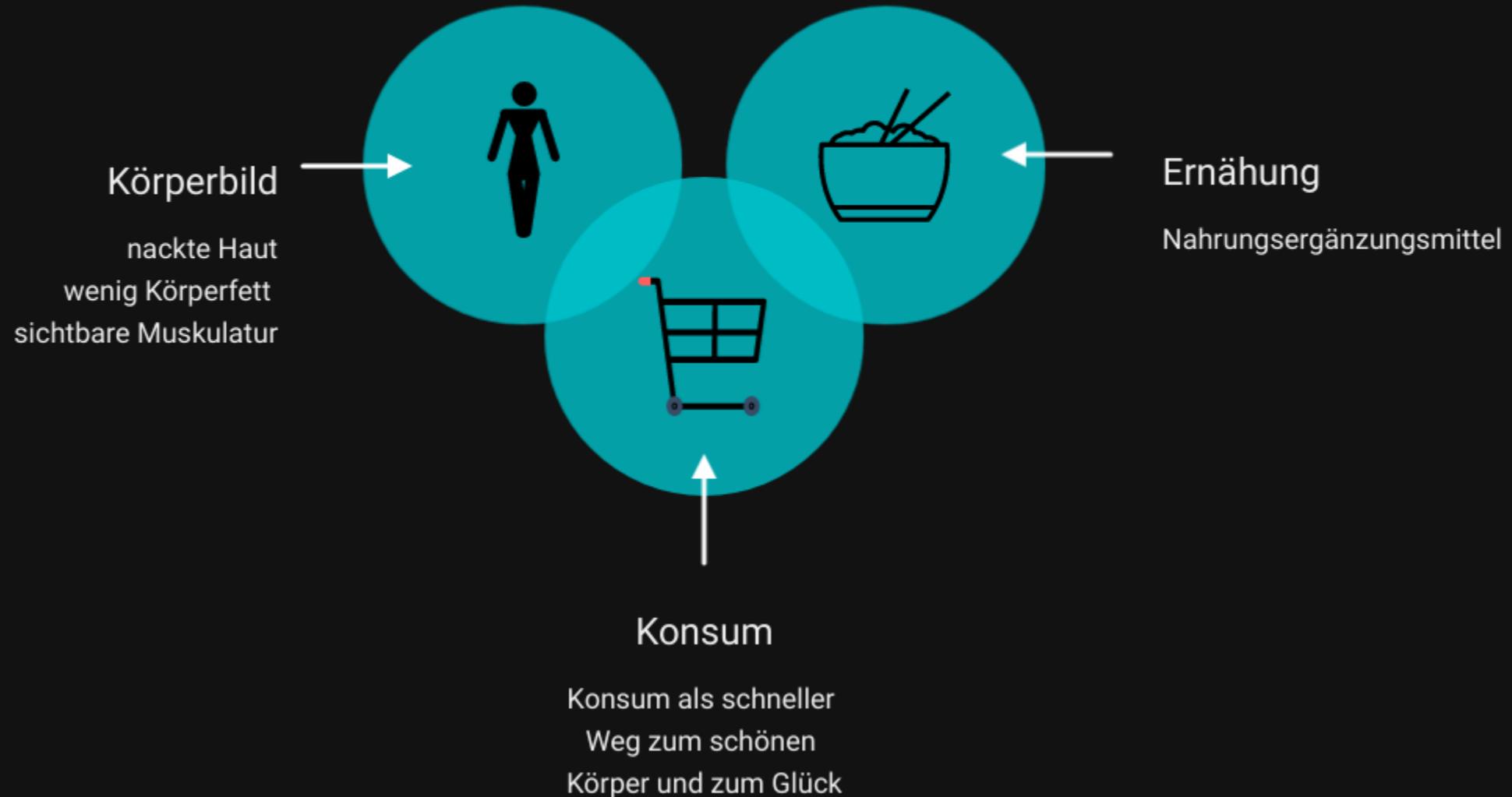
”

Influencer-Followerin



Die magischen Drei

Körperbild, Ernährung & Konsum



Verantwortungs- dimensionen

Was ist durch Social Media anders



direkter Zugang zu
vulnerablen Gruppen



Intensität der
Beeinflussung

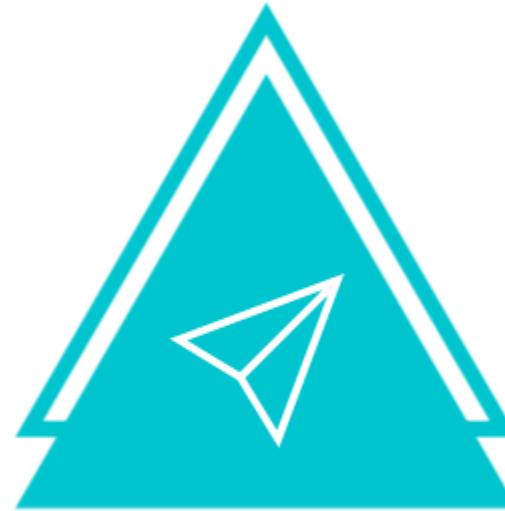


Sichtbar für Peer Group,
nicht aber für Eltern,
Lehrer:innen, Ärzt:innen

Zur Diskussion



Kommunikationswelt
verstehen



Gefahren
adressieren



Positive Effekte
stärker nutzen



THANK YOU!

Für Fragen oder weiteren Austausch stehen wir unter
sabine.bohnet-joschko@uni-wh.de zur Verfügung.