

InfluencerInnen bewerben zu 75 Prozent ungesunde Lebensmittel

(Wien, 09-05-2022) Drei Viertel der Produkte, über die deutschsprachige InfluencerInnen auf verschiedenen Social-Media-Kanälen Beiträge verbreiten, sind so ungesund, dass sie gegen die Werbestandards der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für Kinder verstoßen. Das geht aus neuen Forschungsergebnissen eines Teams um Eva Winzer vom Zentrum für Public Health der MedUni Wien hervor, die auf dem diesjährigen European Congress on Obesity (Europäischer Kongress zu Adipositas) in Maastricht präsentiert wurden. Die Analyse der ForscherInnen zeigt, dass Teenager auf TikTok, Instagram und YouTube jede Stunde mit der Werbung von 18 Produkten konfrontiert werden, meist ohne es zu merken.

Im Rahmen der Studie analysierte das Forschungsteam der MedUni Wien Mahlzeiten, Snacks und Getränke, die in Posts und Videos von sechs der beliebtesten deutschsprachigen InfluencerInnen auf TikTok, YouTube und Instagram auftauchten. Zusammen erreichen und beeinflussen diese jeweils drei Männer und Frauen mit ihren Beiträgen mehr als 35 Millionen Follower und AbonnentInnen der Altersgruppe 13 bis 17. Bei der Untersuchung zeigte sich, dass 75 Prozent der vorgestellten Lebensmittel und Getränke einen so hohen Salz-, Fett- oder Zuckergehalt aufweisen, dass sie gemäß WHO-Richtlinien nicht an Kinder vermarktet werden dürfen. Außerdem waren die meisten Posts und Videos nicht eindeutig als Werbung gekennzeichnet. „Das unterstreicht die dringende Notwendigkeit von Richtlinien und einer wirksamen Regulierung des Influencer-Marketings für Kinder“, betont Studienleiterin Eva Winzer.

20 Prozent sind übergewichtig oder adipös

Die Studienergebnisse sind vor dem Hintergrund zu sehen, dass weltweit bereits 20 Prozent der Kinder und Jugendlichen übergewichtig oder adipös sind. Denn die Bewerbung ungesunder Produkte gilt als wichtiger Faktor für Übergewicht im Kindesalter und beeinflusst Ernährungspräferenzen sowie Essverhalten nachhaltig. Zum Einfluss von deutschsprachigen Social Media-Beiträgen über Getränke und Lebensmittel wurde bisher kaum geforscht. Vor allem über Häufigkeit und Inhalt der visuellen Darstellung von Lebensmitteln und Getränken durch InfluencerInnen im deutschsprachigen Raum war bis anhin wenig bekannt.

Kinder zu gesunder Lebensweise ermutigen

„Wie können wir von unseren Kindern erwarten, dass sie sich gesund ernähren, wenn die Inhalte in den sozialen Medien auf fett-, salz- und zuckerreiche Lebensmittel ausgerichtet sind?“ fragt Eva Winzer angesichts der Erkenntnisse aus ihrer Studie und fordert: „Die Politik muss in diesem Zusammenhang verstärkt gegen soziale Medien vorgehen. In den meisten Ländern gibt es keine Beschränkungen für die Vermarktung von ungesunden Lebensmitteln



auf Websites, in sozialen Medien oder mobilen Anwendungen. Regierungen müssen Maßnahmen setzen, die sicherstellen, dass Kinder zu einer gesunden Lebensweise ermutigt werden.“

Zur Studie

Promotion of Food & Beverages by German-speaking Influencers Popular with Adolescents on TikTok, Instagram, and YouTube,

Winzer E., Naderer B., Klein S., Lercher L., Wakolbinger M. (2022),

Studie zur Publikation eingereicht.

Rückfragen bitte an:

Mag. Johannes Angerer
**Leiter Kommunikation und
Öffentlichkeitsarbeit**
Tel.: 01/ 40 160-11501
E-Mail: pr@meduniwien.ac.at
Spitalgasse 23, 1090 Wien
www.meduniwien.ac.at/pr

Mag.^a Karin Kirschbichler
Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 01/ 40 160-11505
E-Mail: pr@meduniwien.ac.at
Spitalgasse 23, 1090 Wien
www.meduniwien.ac.at/pr

Medizinische Universität Wien – Kurzprofil

Die Medizinische Universität Wien (kurz: MedUni Wien) ist eine der traditionsreichsten medizinischen Ausbildungs- und Forschungsstätten Europas. Mit rund 8.000 Studierenden ist sie heute die größte medizinische Ausbildungsstätte im deutschsprachigen Raum. Mit 6.000 MitarbeiterInnen, 30 Universitätskliniken und zwei klinischen Instituten, 13 medizinteoretischen Zentren und zahlreichen hochspezialisierten Laboratorien zählt sie auch zu den bedeutendsten Spitzenforschungsinstitutionen Europas im biomedizinischen Bereich.