

Influencer:innen auf YouTube: Kinder präsentieren Kindern überwiegend ungesunde Lebensmittel

(Wien, 06-12-2024) In einer Studie der Medizinischen Universität Wien wurde untersucht, wie Lebensmittel in Videos von Influencer:innen im Kinder- und Jugendalter auf YouTube dargestellt werden und welchen Einfluss diese Inhalte auf ihr junges Publikum haben können. Das Ergebnis: Ein Großteil der gezeigten Produkte enthält so viel Fett, Zucker und Salz, dass sie laut WHO-Richtlinien nicht an Kinder vermarktet werden sollten. Die im Fachjournal „BMC Public Health“ publizierte Forschungsarbeit unterstreicht die Dringlichkeit, wirksame Maßnahmen zur Schaffung eines gesunden Ernährungsumfeldes für Kinder zu treffen.

Das Forschungsteam der MedUni Wien analysierte 162 Videos mit insgesamt 901 Darstellungen von Lebensmitteln von sieben deutschsprachigen Influencer:innen im Kindes- und Jugendalter mit einer Gesamtdauer von 33,8 Stunden. Die Untersuchung ergab, dass zwei Drittel (67 Prozent) der präsentierten Produkte zu viel Fett, Zucker und Salz enthalten und somit nicht den Nährwertprofilen der WHO entsprechen, die als Grundlage für die Beurteilung der Vermarktung an Kinder dienen. Schokolade und andere Süßwaren dominieren in den Videos, aber auch andere als ungesund eingestufte Produkte werden deutlich häufiger kindgerecht dargestellt als gesunde Lebensmittel.

Subtile Darstellungen beeinflussen Essverhalten

Auch positive Bewertungen oder verbale Reaktionen wurden signifikant häufiger in Zusammenhang mit Lebensmitteln beobachtet, die nicht für die Vermarktung an Kinder zugelassen sind. „Kinder- und Jugend-Influencer:innen genießen bei ihrem jungen Publikum großes Vertrauen und werden oft als Vorbilder gesehen, und gerade die kreative und kindgerechte Präsentation macht die gezeigten Produkte besonders überzeugend“, gibt Erstautorin Brigitte Naderer vom Zentrum für Public Health zu bedenken. „Diese subtilen Produktdarstellungen beeinflussen maßgeblich ihre Essgewohnheiten und -vorlieben und erhöhen das Risiko für die Entstehung von Übergewicht und Adipositas und deren Folgeerkrankungen“, betont Studienleiterin Eva Winzer, ebenfalls vom Zentrum für Public Health der MedUni Wien.

Obwohl bezahlte Werbung in kinderfreundlichen Inhalten auf YouTube offiziell verboten ist, zeigt die Studie, dass die Präsenz von Lebensmitteln mit zu hohem Fett-, Zucker- und Salzgehalt in Videos von Kinder- und Jugend-Influencer:innen hoch ist. Sichtbare Markenlogos, häufig ohne Werbekennzeichnung, der Verzehr der Produkte in den Videos oder die Betonung von Geschmack und Genuss erhöhen die Attraktivität der ungesunden



Lebensmittel. Die Ergebnisse unterstreichen den dringenden Handlungsbedarf, um die Gesundheit der jüngsten Generation nachhaltig zu schützen. Neben gesetzlichen Vorgaben brauche es auch mehr Forschung und ein unabhängiges Monitoring, um die Auswirkungen solcher Werbemaßnahmen langfristig zu evaluieren. Ziel sollte es sein, ein digitales Umfeld zu schaffen, das gesunde Ernährung unterstützt, anstatt ungesunde Produkte zu bewerben. „Neben der Diskussion um die Regulierung von Kindermarketing sind auch Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz unerlässlich. Gleichzeitig sollten auch die Influencer:innen selbst und die Lebensmittelindustrie vermehrt in die Pflicht genommen werden, um eine nachhaltige Veränderung zu ermöglichen“, so die Forscher:innen.

Publikation: BMC Public Health

Influencing Children: Food Cues in YouTube Content from Child and Youth Influencers.

Brigitte Naderer, Maria Wakolbinger, Sandra Haider, Mimi Tatlow-Golden, Magdalena Muc, Emma Boyland, Eva Winzer.

10.1186/s12889-024-20870-6

<https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-024-20870-6>

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 8.600 Studierenden ist sie heute die größte medizinische Ausbildungsstätte im deutschsprachigen Raum. Mit mehr als 6.500 Mitarbeiter:innen, 30 Universitätskliniken und zwei klinischen Instituten, zwölf medizintheoretischen Zentren und zahlreichen hochspezialisierten Laboratorien zählt sie zu den bedeutendsten Spitzenforschungsinstitutionen Europas im biomedizinischen Bereich. Die MedUni Wien besitzt mit dem Josephinum auch ein medizinhistorisches Museum.