

Magisterarbeit

„PROST - MAHLZEIT!“

Über die Wahrnehmung gesunder Ernährung Jugendlicher im Fernsehen anhand
ausgewählter Beispiele

Verfasserin

Katharina Häusler Bakk.phil.

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil)

Fakultät

Sozialwissenschaften

Wien, Februar 2010

Studienkennzahl: 066/841

Matrikelnummer: 0509346

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik und Kommunikationswissenschaften

BetreuerIn: Mag. Dr. Andrea Payrhuber

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	4
2. Forschungsstand	6
2.1. Fernsehen	6
2.1.1 Fernsehnutzung in D	7
2.1.2 Fernsehnutzung in Ö	14
2.1.3. Mediennutzung in der Zukunft.....	17
2.2. Medien und Rezipientenwirkung	18
2.3. Fernsehen und Gesundheit	29
2.3.1. Gesundheitskommunikation.....	29
2.4 Body-Mass-Index /BMI	33
2.5 gesunde Ernährung	35
2.5.1. Übergewicht	38
2.5.2 Folgeerkrankungen.....	40
2.6. Österreichischer Ernährungsbericht 2008	44
2.7 Ernährungsbericht 2008 (DGE)	46
2.8. Körperzufriedenheit	47
2.8.1. Essstörungen.....	50
2.8.1.1. Binge Eating Disorder	51
2.8.1.2. Bulimie/Ess-Brechsucht	52
2.8.1.3. Magersucht/Anorexie	52
2.9. Studie Rössler.....	54
2.9.1. Die quantitative Inhaltsanalyse	55
2.9.2. Methode.....	55
2.9.3. Untersuchungsmaterial.....	55
2.9.4. Ergebnisse der Untersuchungen	56
2.9.5. Die Rezipientenbefragung.....	60
3. Empirischer Teil.....	67
3.1.Forschungsleitende Fragestellung	67
3.2. Methodenwahl und Theoriezugang.....	69
3.3. „Austria´s Next Topmodel“	71
3.4. „Österreich isst besser“	73
3.5. Forschungsfragen und Hypothesen	75
3.5.1. Studie Rössler.....	75

3.5.2. Körperzufriedenheit	77
3.5.3. „Österreich isst besser“	77
3.5.4. „Austria’s Next Top Model“	79
3.6. Operationalisierung	82
3.7 Auswertung und Ergebnisse	94
3.8 Schlussfolgerungen und Ausblick	116
4. Literaturverzeichnis	118
Anhang	124
Lebenslauf	124
Fragebogen	125
Auswertung	136

1. Einleitung

Jugendliche weisen laut der neuen Ernährungsstudie 2008 für Österreich ein immer höheres Körpergewicht auf. Als Ursachen werden unter anderem Bewegungsmangel und kaum den Empfehlungen von Gesundheitsexperten entsprechenden, gesunden, Mahlzeiten genannt. Ernährungsvorschläge nach den DGE, deutsche Gesellschaft für Ernährung, oder ÖGE, österreichische Gesellschaft für Ernährung, werden nicht berücksichtigt. Selbst Aktionen von dem „Fond gesundes Österreich“ werden ignoriert, oder zumindest nicht bewusst wahrgenommen.

Auch das Fernsehen wird mit höherem Körpergewicht in Zusammenhang gebracht, da zu viel Zeit vor dem Fernseher gegessen wird und dadurch ein Bewegungsmangel entsteht. Während des Fernsehens wird außerdem, nach der Studie Rössler, vermehrt salzige Knabbereien, Zwischenmahlzeiten und Süßes verzehrt. Die Darstellung von Ernährung im Fernsehen trägt auch nicht zu einer Gesundheitserhaltender Ernährung bei.

Die Frage die dabei aufgeworfen wird ist, ob zu wenig Information an die Bevölkerung weitergeleitet wird, damit diese ihre Ernährung umstellen können, oder ob diese einfach desinteressiert sind.

Im Österreichischen Ernährungsbericht 2008 wird außerdem oft erwähnt, dass viele Familien zwar das Wissen über gesunde Ernährung besitzen, dieses aber nicht in ihrem Leben umsetzen können.¹

Die folgende Arbeit baut auf den Forschungsstand der letzten Jahre über gesunde Ernährung im Fernsehen auf. Da ich mich auf Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahre stütze, führe ich zuallererst die Entwicklung der Fernsehnutzung generell an und spezialisiere mich dann kurz auf Deutschland und Österreich. Auch die Mediennutzung der Zukunft wird erwähnt. Danach stelle ich die Medien und Rezipientenwirkung vor, welche ich für das Thema dieser Arbeit am angemessensten finde vor.

Fernsehen und Gesundheit, Gesundheitskommunikation, der BMI und gesunde Ernährung generell werden in den darauf folgenden Kapiteln behandelt. Resultierendes Übergewicht und Folgeerkrankungen sind wichtige Themen, die mit ungesunder Ernährung einhergehen. Diese und noch einige wichtige Aspekte über gesunde Ernährung werden im Österreichischen

¹ vgl. Österreichischer Ernährungsbericht 2008 S.90

Ernährungsbericht 2008 und im Ernährungsbericht 2008 aus Deutschland, auch DGE genannt, gut erklärt. Doch auch Essstörungen sind ein wichtiges Thema, welches in dieser Arbeit erwähnt wird.

Danach folgt die Studie Rössler, von der ich einige Forschungsfragen und Hypothesen abgeleitet habe. Im Kapitel 3. befindet sich der „Empirische Teil“, in dem die TV-Beispiele „Österreich isst besser“ und „Austria´s Next Topmodel“ kurz vorgestellt werden, da einige Forschungsfragen sich auf diese ernährungslastigen Sendungen beziehen. Beide Beispiele behandeln das Thema „Ernährung“ unterschiedlich und sind speziell für Jugendliche ausgerichtete Fernsehformate.

Danach kommen meine Forschungsfragen und Hypothesen, als auch deren Operationalisierung. (siehe Kapitel 3.5: „Forschungsfragen und Hypothesen“ und 3.6: „Operationalisierung“)

Nach meinem Pre-Test, wurde die endgültige Fassung des Fragebogens an den Stadtschulrat zu Genehmigung gesendet und wurde auch bewilligt.

Nachdem ich mit Herrn Direktor Dr. Dieter Braunstein gesprochen hatte, stellte ich mich den SchülerInnen vor und teilte die Erlaubnisberächtigungen an die Eltern der SchülerInnen aus.

Am 28.11.2009 bekam ich von einer der Professorinnen der SchülerInnen, Häusler Ingrid, alle Bestätigungen unterschrieben zurück und am 4.12.2009 konnte die Befragung stattfinden.

130 SchülerInnen, drei Klassen der achten Schulstufe, zwei der Siebenten, des GRG 23 Anton Baumgartnerstraße in Alterlaa, 23. Bezirk, füllten den Fragebogen, während einer Unterrichtsstunde aus.

Interessant war auch der empirische Teil dieser Arbeit, und die Erkenntnisse der Auswertung, denn, für diese Arbeit, ließen sich leider nur insgesamt 4Hypothesen vollkommen, 4teilweise und der Rest nicht bestätigen.

(siehe Kapitel 3.7: „Auswertung und Ergebnisse“)

Im Kapitel 3.5 werden Schlussfolgerungen dieser Auswertung, als auch ein Ausblick auf weitere Forschungsmöglichkeiten zu dem Thema „gesunde Ernährung im Fernsehen“ gegeben.

Die Arbeit an diesem Thema war spannend und ich möchte mich bei allen bedanken, die mich seelisch, geldlich und informativ tatkräftig unterstützt haben.

2. Forschungsstand

Zu allererst möchte ich auf den folgenden Seiten die Fernsehgeschichte, sowie den Forschungsstand des Fernsehmarktes in Österreich und Deutschland eingehen, um einen kurzen Überblick zu verschaffen, wie Jugendliche ihre Freizeit gestalten, weshalb und wie lange sie Sendungen rezipieren und ob der Fernsehen aus der Österreichischen Medienlandschaft in Zukunft vertrieben werden könnte.

2.1. Fernsehen

„Wohl kaum ein technisches Gerät (außer vielleicht noch das Auto) ist für unser heutiges Leben so typisch wie dieses „Massenmedium“, das aus dem Alltag der meisten Menschen in der modernen Industriegesellschaft nicht mehr wegzudenken ist.“²

Von einem Siegeszug des Fernsehens, spricht Meyen, der, unter anderem, mit dem Rückgang der Arbeitszeit zusammenhängt. Heute kann man mit Recht behaupten, dass das Fernsehen ein Leitmedium ist, denn unter anderem wird es als „Tagesbegleiter“ und „Geräuschkulisse“ bezeichnet. Allerdings dient es auch gut als Gesprächsstoff und Religionsersatz und strukturieren als Zeitgeber den Alltag, es liefert Überblick und schnelle Information. Generell werden Medien hauptsächlich zur Entspannung und Zerstreuung genutzt.

Strukturelle (Industrialisierung und Urbanisierung), positionelle (Einkommen, Zeitbudget und Stellung im Beruf), individuelle und soziale Merkmale bestimmen nicht nur den Alltag sondern beeinflussen auch speziell den Medienumgang.³

² Burkart, S.316

³ vgl. Meyen, S.118 ff S. und 161f

2.1.1 Fernsehnutzung in D

Die Fernsehreichweiten in Deutschland ermittelt die Gesellschaft für Konsumforschung in Nürnberg, GfK, im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, AGF. Die Fernsehreichweiten werden technisch mit täglich aktuelle Reichweiten gemessen und in einem Panel aus Gruppen von Personen ermittelt, die in regelmäßigen Abständen immer wieder befragt werden. Zum GfK Fernsehpanel gehören 5640 Haushalte mit 13 000 Personen ab drei Jahren, so der Stand von 2004. In jedem der Haushalte ist ein Messgerät installiert, ein Telecontrol TCXL, bei dem sich die Zuseher mittels Fernbedienung an und abmelden. Fernsehprogramme werden von den GfK Meter selber erkannt, und alle Umschaltungen werden sekundengenau gespeichert. Die Daten werden nachts per Telefon von der GfK – Zentrale angerufen und dort mit den Sendeablaufprotokollen verbunden. Die Nutzungszahlen dienen den Sendern als Erfolgskontrolle, Grundlage für die langfristige Programmplanung und zur Festlegung der Werbepreise und zur Eigenwerbung. Regelmäßig wird in einigen Haushalten angerufen um die Messdaten zu überprüfen. Allerdings kann man nicht genau einschätzen, wie intensiv die eingeschalteten Sendungen rezipiert werden. Deswegen ist diese Panel Methode umstritten, denn als Zuseher gelten alle Personen, die einem bestimmten Kanal 60 Sekunden treu bleiben. Eine genaue Zielgruppenanalyse ist so nicht möglich.⁴

Trotz einiger Mängel, ist diese Studie, laut Meyen, aus drei Gründen sehr bedeutend. Die sieben Erhebungswellen zwischen 1964 und 1995 beinhalten das gleiche Frageprogramm und machen so Trendbeobachtungen möglich. Auch die Meinungen über Medien werden in dieser Langzeitstudie erfasst. Es wird nach dem Tagesablauf, den Freizeitgewohnheiten und nach politischen Interessen gefragt und dadurch können auch Zusammenhänge zwischen Massenkommunikation und sozialem Wandel in der Bundesrepublik erforscht werden. Bis 1995 wurde mittels face to face Methode gearbeitet, ab 2000 mit Telefoninterviews. Auch der ARD lässt das Wettbewerbsverhältnis zwischen Fernsehen, Presse und Hörfunk untersuchen und rückt, dem Stand der Kommunikationsforschung entsprechend, die Vermittlung politischer Nachrichten in den Mittelpunkt.⁵

⁴ vgl. Meyen, S.92ff

⁵ vgl. Meyen, S.99ff

Fernsehen und Realität

Fernsehinhalte scheinen für den Rezipienten so, als würden sie die Wirklichkeit widerspiegeln. Doch das Fernsehen ist ein Medium das, gerade durch diese glaubwürdige illusionäre Wirklichkeit die Zuseher in dem Glauben lassen möchte, dass sie nicht erkennen, dass fast alles erfunden ist. Dadurch wird das audiovisuell Gezeigte, von den meisten, für pure Realität halten.⁶

So besteht allerdings für alle sozialen Altersschichten die Gefahr, dass Tatsachen und Fiktion vermischt und nicht auseinandergehalten werden können.⁷

Fernsehen und Kultivierung

Seit den siebziger Jahren hat sich, ausgehend von den USA, eine Forschungsrichtung etabliert, die der Frage nachgeht, ob sich die im Fernsehen dargestellte Realität auf die Einschätzung der Alltagswirklichkeit seitens der Zuschauer auswirkt. Vermutet wird vor allem bei den sogenannten Vielsehern, Menschen die mehr als 4 und mehr Stunden pro Tag fernsehen, eine „Kultivierung“ eines Fernseh-Weltbildes festsetzt, das mit den realen Gegebenheiten nur mehr wenig zu tun hat.

„Kultivierung als Medieneffekt meint dabei, dass bei Personen, die viel fernsehen und zwar im Gegensatz zu den Wenigsehern, die Wahrnehmung der Welt von den inhaltlichen Strukturen des Fernsehens geprägt ist.“⁸

Die Durchschnittliche Fernsehdauer für jeden Deutsche ab 14 Jahren liegt bei 3 Stunden 49 min, die technische Verweildauer bei 4h 59. Wenigseher weisen starken Hang zur Erlebnisorientierung auf. Vielseher sind unter den Nutzern mit starker häuslicher Bindung zu finden. Häusliche und vielseitig Interessierte bleiben knapp unter 6 Stunden täglich. Im Winter wird mehr ferngesehen. Zuschauer denen eine Sendung nicht gefällt wechseln meist das Programm. Zuseher sollen am Ende eines Programms für das nächste interessiert werden.⁹

⁶ vgl. Pluch 1988. 34; zitiert in Burkart: S.325

⁷ vgl. Burkart, S.326ff

⁸ Bonfadelli, S.262

⁹ vgl. MediaPerspektiven, 5/2007, S.243ff

Populär sind TV Programme dann, wenn sie die vorherrschende Ideologie darstellen. Beim Publikum begründet Gerbner die Kultivierung mit dem hohem Fernsehkonsum und der nicht selektiven Programmwahl. In der Anfangsphase liegt das Hauptinteresse der Studien auf der Darstellung von Gewalt im Fernsehen. Erwachsene und Jugendliche wurden befragt, wie hoch sie persönlich die Gefahr einschätzen, selbst Opfer eines Gewaltaktes zu werden. Untersucht wurde, ob Vielseher verstärkt die Vorstellungen wiedergeben, die als TV Realität im Fernsehen vermittelt wurden.

Kritiker führten allerdings an, dass die Unterscheidung zwischen Viel und Wenigsehern nicht immer aufgrund der gleichen Kriterien erfolgten.¹⁰

Für Gerbner ist das Fernsehen das zentrale Medium der modernen Kultur, meint Jäckl. Eine bestimmte Sicht der Wirklichkeit kann durch das Fernsehen in den Vordergrund gedrängt werden und durch Wiederholungen bestimmte Eindrücke dauerhaft beeinflussen. Nach Gerbner ist eine Wirkung von Medienbotschaften auf das öffentliche Bewusstsein dann nachgewiesen, wenn sich die Antworten der Vielseher von denen der Wenigsehern unterscheidet. Vielseher betrachten ihre Umwelt ängstlicher und misstrauischer. Das Bild der Wirklichkeit dieser Menschen deckt sich somit weitgehend mit den Schwerpunktsetzungen der Fernsehberichterstattung.¹¹

Doch auch andere Themen wurden unter dem Gesichtspunkt der Kultivierungsthese untersucht. Die Studie Rössler 2006 aus Deutschland wurde unter anderem von Jäck, 2008 angeführt. Der dort angeführte Sollernnährungskreis wird einem Fernsehernährungskreis gegenübergestellt, der aus einer Inhaltsanalyse eines Programmtages des deutschen Fernsehens resultiert. (siehe Kapitel 2.9.: „Studie Rössler“)

Das Fernsehen repräsentiert andere Werte, als jene, die die DGE, Deutsche Gesellschaft für Ernährung für Notwendig hält. Durch diese falsche Darstellung, werden Vielseher, laut der Kultivierungshypothese allerdings negativ in ihrer Ernährung geprägt. Diese Ernährungsbeispiele können in den Bereich genrespezifische Kultivierung eingeordnet werden.

Letztendlich lassen sich aber mit Inhaltsanalysen nur erste Hinweise auf Wirklichkeitskonstruktionen finden, die sich nur selten im Denken und Handeln der Menschen derartig niederschlagen.

¹⁰ vgl. auch Jäckl S.218

¹¹ vgl. Jäckl, S.216ff

Unter heutigen Bedingungen ist die Fernsehdauer nicht mehr die entscheidende Variable, sondern die Tatsache, dass sich ein Großteil der Menschen mit den Bildern des Fernsehens konfrontiert sieht, meint Jäckl. Die Fragestellung könnte an Plausibilität gewinnen, wenn sie auf konkretere Fragestellungen angewendet wird, zum Beispiel bei bestimmten Berufsbildern wie Wissenschaftlern oder Politikern.¹²

Fernsehen und Bildung

Bei der Bildung im Fernsehen gehen die Einschätzungen von euphorischen Hoffnungen bis zu pessimistischen Befürchtungen. Als Beispiel für Wissensvermittlung wird die Fernsehserie „Sesamstraße“ (orig.: „Sesam Street“) herangezogen. Untersuchungen aus Deutschland, die diese Sendungen begleiten, ergeben, dass Kinder, die diese Sendung sehen, besser abstrakt denken und verallgemeinern können, und den Ablauf von Handlungen eher durchschauen.¹³ Aber es wird auch deutlich, dass die erwünschten Wirkungen v.a. dort auftreten, wo die Mütter Sendungsinhalte anschließend mit ihren Kindern besprechen. Seitdem ist bekannt, dass Fernsehen bestenfalls „Hauslehrer“ sein kann und die wirklichen Erzieher und Eltern keineswegs ersetzen kann. Allerdings wird eine allgemeine Aktivitätsverminderung bei kindlichen und jugendlichen Zuschauern vermutet, da Spazieren gehen, Wandern und ähnliche Tätigkeiten weniger werden. Insgesamt sind aber bei sprachlichen, schulischen und außerschulischen Leistungen und Aktivitäten kindlicher Fernsehzuschauer kaum bemerkenswerte negative Effekte fest zu stellen.¹⁴

Angela Schorr, führt in dem Beitrag über Daniel Anderson: „Fernsehen als Bildungsinstrument“ an, dass in den 80er Jahre vieler Forscher die Meinung vertreten hatten, dass Kinder speziell geschult werden sollten um dem Fernsehen kritischer gegenüber agieren zu lernen.¹⁵

Somit würden diese eine Medienkompetenz erlernen.

„Medienkompetenz (auch: media literacy) beinhaltet die Fähigkeit Medien kritisch, selbstbestimmt und verantwortlich bewerten und gestalten zu können.“¹⁶

¹² vgl. Jäckl, S.226ff

¹³ vgl. auch Schorr, S.29

¹⁴ vgl Winterhoff-Spurk 1986, S.74ff, zitiert in Burkart, 345f

¹⁵ vgl. Schorr, S. 29f

¹⁶ Trepte, 2008,S.102 zitiert in Schorr, S.403

Sie meinte, dass Anderson schon damals die Ansicht vertreten hatte, dass ungelertes Fernsehen den natürlichen Lernprozess behindere und Informations- und Bildungspotentiale vernichte. Das Fernsehen soll nicht für Aufgaben genutzt werden für die es nicht gedacht ist, allein Information und Unterhaltung seien seine Aufgaben. Anderson wendete sich immer wieder vehement gegen die Verallgemeinerungen, dass Fernsehen eine negative Wirkung bei Kindern habe.¹⁷

Fernsehen und Familie

Das Fernsehen ist ein Medium, das vor allem zu Hause konsumiert wird und einerseits die Familiengemeinschaft fördern kann, andererseits wird das Gegenteil vermutet, dass zu viel Fernsehen das familiäre Gespräch verhindern würde. Die Familienstrukturen haben sich im Lauf der letzten Jahrzehnte grundlegend verändert und die alte Sichtweise sollte neu überdacht werden, da diese für die heutigen Verhältnisse viel zu vereinfacht und eindimensional dargestellt wird, meint Burkart.¹⁸

Meyen meint, dass Fernseh- und Lesegewohnheiten bilden sich im Elternhaus heraus und dies ist von der empirischen Forschung mehrfach belegt wurde. Kinder und Jugendliche erlernen den Umgang mit Medien über ihr Elternhaus und erwerben so Medienkompetenz durch Vorbilder oder Bezugspersonen¹⁹.

Die Medien verändern sich und die Mediennutzung der Jugendlichen ist besonders flexibel und dem vergleichsweise hohen Entwicklungstempo angepasst. In Europa gibt es große Unterschiede in den einzelnen Ländern. Englische Eltern haben eine hohe Meinung von der Qualität der BBC Fernsehprogramme und nahezu alle Kinder in Großbritannien ein eigenes Fernsehgerät.²⁰

„Dass die simple Positionierung des Fernsehers im eigenen Zimmer den Fernsehkonsum merklich steigert und dadurch das Leistungsverhalten und die Gesundheit der jungen Zuschauer nachhaltig beeinflusst, ist eine neue Erkenntnis, die sich erst in den letzten Jahren durch empirische Forschung zweifelsfrei bestätigen ließ.“²¹

¹⁷ vgl. Schorr, S.29f

¹⁸ vgl. Burkart, S.352ff

¹⁹ vgl. Meyen, S.32f

²⁰vgl. Schorr, S.4ff

²¹ Schorr, S.9

Zahlreiche Studien bestätigen, dass Eltern als Vorbildfunktion eine wichtige Rolle besitzen. Sowohl der elterliche Konsum, die Familienfreizeitaktivitäten als auch eventuelle Einschränkungen der Fernsehzeit prägen das kindliche Fernsehverhalten. Wer einen Fernseher oder Computer im eigenen Zimmer stehen hat nutzt diesen auch häufiger, zeigt die Medienforschung der letzten Jahre, meint Schorr.²²

Heutzutage wird allerdings neben dem Fernseher noch einige andere Medien von Jugendlichen kontinuierlich genutzt.

Nach der Studie Jim2006 ist zum ersten Mal der Computer als das am wenigsten verzichtbarsten Medium verzeichnet worden. Rund 26% der Jugendlichen gaben dies an und dadurch wurde der Fernseher zum ersten Mal von der Spitze verdrängt. Auch in der Studie 2007 sind die Ergebnisse von 25% zu 15% ähnlich die des Vorjahres.²³

Doch nicht nur andere Medien, auch das Fernsehen selber kämpft gegen sich selber. *„Es besteht kein Zweifel, dass das Fernsehverhalten seit der Etablierung des dualen Rundfunksystems und der damit verbundenen Kanalvielfalt durch mehr Umschaltungen geprägt ist“.*²⁴

Das Fernsehen wird immer mehr zum „Nebenbei Medium“, Parallelhandlungen wie Essen und diverse Hausarbeiten werden ausgeführt oder das Fernsehen selbst wird zur Nebenbeschäftigung und läuft, vergleichbar dem Radio, nur noch im Hintergrund.²⁵

Aber nicht nur der Fernsehkonsum, auch die Inhalte wurden der Aufmerksamkeitsspanne der Rezipienten angepasst. Seit Einführung der ARD „Tagesschau“ dauerte diese 15 Minuten, erklärt Ettenhuber, aber die Anzahl der Beiträge und Schnitte wurden im Laufe der Jahre immer mehr, die Programmelemente allerdings wurden verkürzt. Das bedeutet, dass das Tempo der Bilder, gemessen an der Zahl der Bildschnitte, Zooms und Schwenks sich gesteigert hat. Allgemein haben eine Zunahme der Nichtprogrammelemente oder kleinteiligere Angebotsstrukturen, also kürzere Formate, stattgefunden. Die Sendezeit ist ein teuer, und beim Rezipient wächst mit Beitragslänge die Langeweile, worauf dieser mit

²² vgl. Schorr, S.405ff

²³ vgl. Media Perspektiven, 6/2007 S. 295

²⁴ Ettenhuber, S.13

²⁵ vgl. Meyen, S. 171

Programmwechsel reagiert. Mit schnellen Schnitten wird versucht die Aufmerksamkeit der Zuseher zu steigern und beim Sender zu halten.²⁶

Die Studie Ettenhuber baut auf einer Sekundäranalyse telemetrischer Daten aus dem GfK Fernsehpanel auf. Von 1995 bis 2005, ab Einführung des dualen Rundfunksystems und der Fernbedienung hat sich das Fernsehverhalten sehr beschleunigt. Die Kanalintervalldauer nimmt ab und die Zuseher bleiben weniger lang bei einem Kanal wie noch vor 10 Jahren. Die Umschalthäufigkeit pro Stunde nimmt von 10 auf 16 mal zu. Vor allem zwischen 14 und 19 Jährigen wird häufiger umgeschaltet. Jüngere Rezipienten haben eine kürzere Verweildauer als Ältere und Männer schalten häufiger um als Frauen. Die Nutzung des Fernsehens erfolgt oft habitualisiert, das heißt sie wird nicht täglich neu durchdacht.²⁷

²⁶ vgl. Ettenhuber, S.20ff

²⁷ vgl. Ettenhuber, S.152ff

2.1.2 Fernsehnutzung in Ö

Das Fernsehen zählt nach wie vor zu den Leitmedien in Österreich, meint Steininger. Im Jahr 2007 verzeichnet die TV Nutzung zwar Verluste, aber im Vergleich zu anderen Medien zeigt sich das Fernsehen nach wie vor dominierend in Bezug auf alle Altersgruppen beider Geschlechter. Die Daten sind Veröffentlichungen des Teletests durch die Media Analyse bzw. Medienforschung des ORF. Teletest wird seit 1991 kontinuierlich vom Marktforschungsinstitut GfK Austria durchgeführt. Ein elektronisches Zusehermesssystem, welches die Reichweiten und Beurteilungen aller, in Österreich empfangbaren, Fernsehsender mit Hilfe einer repräsentativen Publikumsstichprobe erhebt. Seit 2007 wurde der ORF von der Arbeitsgemeinschaft Teletest, AGTT, als Auftraggeber abgelöst worden.

Aus den Ergebnissen der Analysen, kann abgelesen werden, dass seit 2002 der Gesamtreichweitenverlust des Fernsehkonsums von damaligen 70,3% auf 67,2% im Jahr 2006 gefallen ist. Durch die Medienanalyse 2007 konnte man ablesen, dass die Reichweite wieder um 3% gesunken war. Der ORF hatte einen Verlust von 4,3%, ORF1 5,1% bei ORF2 3,3%, doch ATV hatte um 0,7% zugenommen. Es konnte außerdem festgestellt werden, dass Frauen mehr fernsehen als Männer. Von den Privaten wird Sat1 und RTL am häufigsten genutzt. ORF2 sehen eher ältere Zuseher, ORF1 eher Jüngere.

Die 12 bis 19 Jährigen sehen circa 91 min fern. Im Vergleich zu 2006 sind die Nutzungszeiten allerdings außer bei den 3-11jährigen, zwischen 4,9 und 6,5% gesunken. Die 12 bis 19 Jährigen nutzen das Fernsehen an Wochentagen vor allem zwischen 18 und 23Uhr mit 10 bis knapp 20% zwischen 20 und 22 Uhr, am Samstag etwas geringer. Dafür hat der Sonntag in dieser Gruppe die höchste Reichweite zu dieser Zeit.²⁸

Mitte der 1990er Jahre wird die Anzahl an Kabelanschlüssen mit 20% angegeben und die technischen Empfangsmöglichkeiten sind nicht mehr an nationale Grenzen gebunden. Mit der Umstellung auf duale Rundfunksysteme in den Nachbarländern, also den privaten Fernseh Anbietern, hat sich die Konkurrenzstellung grundlegend verändert und den Wettbewerb verschärft. Erst im Jahr 2001 erfolgte der Erlass des Privatfernsehgesetzes. Im Juni 2003 startete ATV plus, heute ATV, das erste Österreich weit empfangbare Privatfernsehprogramm. Im Mai 2004 folgte außerdem der Musiksender GOTV und regional empfangbare „Ballungsraumsender“. Im Dezember 2007 startet das

²⁸ vgl. Steininger, S.99ff

Unterhaltungsspartenprogramm Austria9 und im Jänner 2008 das aus dem Wiener privaten Stadtsender hervorgegangene PULS 4.

Mit Umstellung auf digitales Antennenfernsehen ab Sommer 2007 haben sich die Empfangsbedingungen der Haushalte in Österreich nochmals verändert. Viele Haushalte wechseln von analog auf digitales Antennen- oder Satellitenfernsehen, was die Programmauswahl nochmals vergrößert.²⁹

Doch neben dem Fernseher stehen auch noch andere Medien.

Zugenommen hat die Nutzung von PC und MP3 Player, der Computer wird wegen seiner Multifunktionalität geschätzt und ist erstmals das unentbehrlichste Medium der Jugendlichen. Radio und MP3 Player sind die häufig genutzten Musikmedien der Jugendlichen.³⁰

Programmanalyse

In der TV Programmanalyse 2007 wurde insgesamt zwischen Information, Unterhaltung, Sport, Religiös und Kindersendungen unterschieden.

Informationssendungen wurden in der TV Analyse als fernsepublizistische Sendungen bezeichnet und Unterhaltungssendungen wurden in den Bereich fiktionale und non-fiktionale Sendungen aufgeteilt.

Von allen Sendungen, die der Form nach der fernsehspezifischen Realitätsvermittlung diene, liegen tatsächlich 76,3% im engeren Leistungsbereich gesellschaftlich relevanter Informationen, während 23,7% der fernsehpublizistischen Sendezeit Human Touch, und damit eher Unterhaltung sind.

In diesen Programmprofilen wird zwischen den Programmbereichen Information, im Sinne politischer Meinungsbildung (=politische Publizistik/kontroverse Themen) und Information im Sinne von Bildung und Beratung (=Sach- und Lebensweltpublizistik/Service Themen), Unterhaltungsangeboten (fiktionale und non-fiktionale Unterhaltungssendungen), sonstigen Programmangeboten (Trailer, Überbrücker) und Werbung getrennt.³¹

Programmprofile

ORF1 zeige wenig Unterschied zum Vorjahr. Fernsehpublizistische Sendungen kommen trotz kleiner Steigerungen nur im geringen Ausmaß mit 6% vor und auch die interne

²⁹vgl. Steininger, S.113ff

³⁰ vgl. Media Perspektiven 5/2007 S.298

³¹vgl. Steininger, S.16ff

Differenzierung ist sehr gering. ORF1 ist ein „Unterhaltungssender“, der mit vielen US Serien und amerikanischen Spielfilmen fiktionale Unterhaltung bietet.

Bei ATV haben sich die Fernsehpublizistische Sendungen seit dem Vorjahr fast verdoppelt. Von den 13% eines 24h Fernsehtages sind 5% Information im Sinne von Bildung und Beratung, der größte Teil ist Unterhaltungspublizistik. ATV hat sich den privaten deutschen Sendern weiter angenähert.

ORF2 weist 41% fernsehpublizistische Sendungen auf, verschiebt sich aber in Richtung Unterhaltung. ORF2 gehört aber klar zu den öffentlich rechtlichen Sendern wie ARD und ZDF. Insgesamt bietet der ORF2, im Gegensatz zu ORF1, ein differenziertes Gesamtprogramm mit inhaltlich publizistischer Vielfalt.³²

Fernsehnutzung als Unterhaltung

Medien bieten Menschen in erster Linie Unterhaltung und Überblickswissen. Die Mehrheit der Menschen nutzt die Medien zur Unterhaltung, um zu entspannen, sich von der Realität zu entlasten, in eine andere Welt entfliehen zu können, um die Zeit zu füllen, Langeweile zu bekämpfen, Gesprächsstoff und eine Beschäftigung zu haben. Insgesamt ist aber der Begriff Unterhaltung negativ besetzt. Unterhaltung wird oft als das Gegenstück zu Kunst und Hochkultur, das Billige, die Minderwertigkeit gesehen. Eine Kategorie zur Beschreibung von Büchern, Musikstücken etc und später auch den Redaktionen in den Rundfunkanstalten zugeschrieben wird, die Familiensendungen, Serien etc herstellten und damit etwas, von dem man annimmt, dass es die Zuseher unterhält. Was jemand unterhaltsam findet hängt von seinem Alltag ab, und den persönlichen Voraussetzungen.

Wer den Unterhaltungsbegriff verwendet um das Medienangebot zu beschreiben, vermischt die Ebenen. Der Rezipient kann jedes Angebot zur Unterhaltung nutzen. Die Tagesschau ebenso wie die Titelgeschichte des Spiegels und natürlich all jene Dinge, die mit dem Label „Unterhaltung“ geliefert werden, meint Meyen.³³

Allerdings ist Information, wie Unterhaltung ein subjektiver Begriff, denn was einer als Information auffasst kann für eine andere Unterhaltung sein. Dies hängt von seinem Kenntnisstand ab und nicht von dem Stempel, den eine Redaktion beispielsweise einer Sendung aufdrückt.³⁴

³² vgl. Steininger, S.50ff

³³ vgl. Meyen, S.109ff

³⁴ vgl. Meyen, S.125

2.1.3. Mediennutzung in der Zukunft

Lesemedien sind in den letzten Jahren durch das Internet in neue Konkurrenzsituation geraten. Die Kommunikationsmedien kommen sich immer näher und Endgeräte wachsen zusammen und so wandeln sich auch die Nutzungsgewohnheiten. 98% aller Haushalte haben mindestens ein Fernsehgerät, Kabel und Satellit dominieren. Laut JIM Studie: 2006 haben 64% aller Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren ein eigenes Fernsehgerät. Der Empfang des Fernsehens ist aber auch über Internet möglich.

Im Jahr 2000 sind noch weniger als 30% der Erwachsenen online, davon drei Viertel von zu Hause, 2006 hat sich dies auf 90% erhöht. Jüngere Bevölkerungsgruppen sind aufgeschlossener für neue Fernsehempfangswesen. Das Internet zeigt deutliche Nutzungssteigerung.

Die Nutzung von Mobiltensträgern wie MP3 Playern ist auf 29% gestiegen.

Beim Fernsehen zeigt die Nutzung 2% Rückgang, beim Hörfunk 4%.

Das Fernsehen bleibt also relativ konstant. Bei Kindern und Jugendlichen leicht rückläufig. Die Fernsehnutzung findet nach wie vor am häufigsten am Abend statt, am Nachmittag hat sich die Nutzung erhöht. Die Motive der Fernsehnutzung verfügen über ein breites Spektrum, von „weil es mir Spaß macht“ 79%, über „Information“ 84%, und „weil ich dabei entspannen kann“. Die jüngeren Zuschauer bis Mitte 20 vertrauen auf ihre Lieblingssendungen und suchen für sie Interessantes beim Zappen. 88% der 14 bis 19jährigen sehen mehrmals wöchentlich fern.

Das Fernsehen bleibt für den Durchschnitt der Bevölkerung Alltagsmedium, bei den Jüngeren verliert es an Nutzungsquantität. Das bedeutet, dass das Zeitbudget vom Fernsehen mit anderen Medien und deren Nutzungszeit in Konkurrenz steht.

Für jugendliche Zuseher wird sich innerhalb der Wohnstätte der PC mit TV Karte im eigenen Zimmer etablieren, doch bei der außer Haus Nutzung das Handy.

Fernsehen wird auch in den nächsten Jahren ein vielgenutztes Medium sein, das gleichermaßen für Information, Unterhaltung und Entspannung steht.³⁵

³⁵vgl. Media Perspektiven, 6/2007, S.296ff

2.2. Medien und Rezipientenwirkung

Dieser Teil meiner Arbeit beschäftigt sich mit den Gründen, weswegen Rezipienten das, zu jener Zeit sehen, weshalb sie es tun. Es wird die Theorie des Dynamisch- transaktionalen- Ansatzes vorgestellt und diskutiert und somit ein kurzer Einblick in die Welt der kommunikationswissenschaftlichen Forschung gewährleistet.

Eine reine Stimulus- Response Wirkungserklärung, meint Früh Werner, wurde schon in den 1950er Jahren als nicht ausreichend erkannt.³⁶

Denn die Stimulus Response Theorie vertritt die Meinung, dass die, zum Beispiel vom Fernsehen gesendeten Stimuli, von jedem Individuum der Gesellschaft in der gleichen Art und Weise wahrgenommen werden. Diese Reize bewirken somit bei allen ähnliche Reaktionen.³⁷

Auch der später favorisierte Uses and Gratifikation Ansatz kann, laut Früh einige Wirkungen wie zum Beispiel etwas gegen den Willen des Rezipienten zu rezipieren nicht erklären, denn, so meint Früh, wollen Rezipienten manchmal auch bewusst unvernünftig sein.

Denn beim U-G-Ansatz werden die Medien der Meinung nach von Rosengren und Windhal, als unter anderem, Bedürfnisbefriedigung verwendet. Das Publikum ist ihrer Meinung nach „aktiv“ am Rezeptionsprozess beteiligt.³⁸

Doch im Dynamisch-transnationalen Ansatz werden beide Perspektiven vereint.

Kulturelle, gesellschaftliche, und situative Kontexte sind als aktuelle Rahmenbedingungen für Kommunikation relevant.

Alle Einflussgrößen für einen vermuteten Effekt müssen in Betracht gezogen werden und dies können auch andere Wissenschaften wie Psychologie, Soziologie und so weiter, sein.

Der molare Kontext besagt, dass es viele verschiedene Einflussgrößen gibt und wählt diese Variablen aus.

Der DTA ist ein genuin kommunikationswissenschaftlicher Ansatz, ein integratives Konzept, das Stimulus- Publikums- und Kontexteinflüsse verbindet und durch multidisziplinäre

³⁶ vgl. Wunsch, Früh, Gehrau 2008 S.31

³⁷ vgl. Burkart S.195

³⁸ vgl. ebd. S.221

Perspektiven den kommunikationswissenschaftlichen Anspruch auf Interdisziplinarität umsetzt und kann so als Heuristik benutzt werden.

Der DTA ist eine Integration von Medien-, Kontext- und Publikumsfaktoren zur Erklärung von Rezeption und Wirkung. Die Kombination von diesen 3 Dimensionen nennt Früh „triadisches Modell“.³⁹

Transaktionen

„Eine Ursache kann nur wirken, indem sie sich selbst verändert“⁴⁰, dies ist allerdings keine wechselseitige Kausalbeziehung wie Zug und Zug, weil man eine Transaktion nicht in 2 Einzelteile aufspalten kann, ohne wichtige Informationen zu verlieren.

Niemand kann Medien nutzen, ohne dass dies bei ihm Wirkungen hervorrufen würde, als unmittelbare Reaktionen genauso wie langfristige Lernprozesse, als einfacher Überblick des Medienangebots sowie der Prägung unserer Vorstellung von der Realität. Der Rezipient kann sich langweilen, ärgern, informieren oder betroffen sein. Immer aber wird es irgendeinen Effekt hervorrufen. Es kann sogar dazu führen, dass der Rezipient abbricht, umschaltet oder etwas anderes tun möchte.

„Wenn aber die Ursache schon die Wirkung und die Wirkung auch die Ursache sein kann, sollte man dann vielleicht nicht über einen anderen Begriff von „Wirkung“ nachdenken?“⁴¹

Dynamik

Mit Dynamik wird die Prozesshaftigkeit der Kommunikation gemeint.

Kommunikation ist dynamisch, weil es sich um einen Prozess handelt, der sowohl intern wie nach außen transaktional verschränkt ist.⁴²

molare Perspektive

Ziel der molaren Perspektive ist die Erfassung aller relevanten Wirkungsfaktoren. Durch das Zusammenwirken medialer, personaler und situativer Bedingungen entstehen subjektive Realitätsvorstellungen. Medienwirkungen sind nicht isoliert sondern in den relevanten

³⁹ vgl. Wünsch, Früh, Gehrau 2008 S.31ff

⁴⁰ Wünsch, Früh, Gehrau 2008, S.35

⁴¹ Früh, 1991, S. 39, zitiert in Burkart, S.248

⁴² vgl. Wünsch, Früh, Gehrau 2008, S.31ff

Kontext eingebettet zu betrachten, wie zum Beispiel Personeneigenschaften des Rezipienten, die Situation der Rezeption und so weiter.⁴³

Burkart erklärt, dass es zwei Betrachtungsweisen für Medienwirkungen gibt, auf der einen Seite die Kommunikator- und die medienzentrierte, auf der Anderen, die Rezipienten und publikumszentrierte. Der dynamisch transaktionale Ansatz (Früh/Schönbach 1982, und Schönbach/Früh 1991) versucht diese beiden Perspektiven (Wirkungs- und Nutzungsansatz) zu vereinen. Kommunikator und Rezipienten können als passive sowie aktive Teilnehmer in einem Kommunikationsprozess gesehen werden. Der Kommunikator wählt aktiv die Information aus, die er auch gestaltet. Passiv ist er durch zum Beispiel die zeitliche Begrenzung oder die Vorgabe der Medienart.

Der Rezipient ist passiv, indem er nur aus einem bestimmten, vorhandenen Angebot auswählen kann. Aktiv, wie beim Nutzeransatz, ist er durch seine Selektionsstrategien, aber auch Rezeptionsweisen der rezipierten Inhalte.

Ursache und Wirkung, abhängige und unabhängige Variable sind in einem Wechselspiel aufs engste miteinander verzahnt. Die Medienbotschaft ist nicht nur ein objektiver und damit vom Rezipienten unabhängiger Stimulus, sondern sie verändert ihre Identität im Prozess des Verstehens. Dieselbe Information ist für verschiedene Interpreten und zu verschiedenen Zeiten nicht dieselbe. So entsteht aus der Medienbotschaft, wie in der Wirkungsperspektive, und der gleichzeitigen aktiven Bedeutungszuweisung durch den Rezipienten, der Nutzerperspektive, das eigentliche Wirkungspotential der Medien.

Die Bedeutungszuweisung hat zwei Komponenten, die interagieren. Dies ist mit einer gleichzeitigen Erhöhung des Aktivationsniveaus verbunden, die sich in einem vermehrten Interesse am Thema zeigt. Höheres Interesse und auch der höhere Informationsstand führen dazu, dass weitere Informationen zu diesem Thema auf günstigere Voraussetzungen beim Rezipienten treffen. Er kann besser verstehen und investiert mehr Aufmerksamkeit. Der Wissenszuwachs ist motivierend. Rezeptionsbereitschaft und Rezeptionsfähigkeit sind untrennbar miteinander verbunden. Was Stimulus und was Reaktion ist, lässt sich nicht mehr trennen.

Es gibt verschiedene Perspektiven und Kommunikationsziele. Der Kommunikator will zum Beispiel das Publikum von seiner Sichtweise überzeugen, das Kommunikationsziel des Rezipienten kann Meinungsbildung oder Aufbau einer umfangreichen Themenvorstellung

⁴³ vgl. Früh, 1994, S.80ff

sein, die gesellschaftliche Perspektive hat die Entwicklung rational strukturierter Wirklichkeitsvorstellungen als Kommunikationsziel.⁴⁴

Nach dem DT-Ansatz gibt es, laut Früh, nicht „die Medienwirkung“ an sich, denn jede Größe im Kommunikationsprozess kann prinzipiell sowohl Ursache als auch Wirkung sein.⁴⁵

Wahrnehmung

Es wird davon ausgegangen, dass das menschliche Wahrnehmungsvermögen generell eine ganze Reihe einheitlicher Reaktionen zeigt, die nicht nur vom Subjekt bestimmt sind. Menschen aller Kulturen müssen bestimmte Außenreize wie die Form von Objekten vergleichbar wahrnehmen, ob sie dies wollen oder nicht. Dies gilt auch umgekehrt, indem sie bestimmte Objekte auch dann nicht beliebig wahrnehmen können, wenn sie dies nur wollen oder für sich selbst beschließen. Es muss demnach einen Reiz aus der Außenwelt geben, der bestimmte Eigenschaften hat, auf die Menschen in ganz bestimmter Weise reagieren.⁴⁶

*„Rezeption ist die Aufnahme symbolhaft codierter Information aus der Umwelt und sie stellt damit einen besonderen Typus der Wahrnehmung dar“.*⁴⁷

Informationsverarbeitung

Informationen können ganz, teilweise oder fehlerhaft übernommen werden. Dazu werden sie auch noch interpretiert.

Früh unterscheidet die reduktive von der kognitiven Informationsverarbeitung.

Zur Informationsreduktion gibt es, nach Dijk 1980, der Sprachwissenschaftler war, kognitive Operationen zur Informationsreduktion, wie die Generalisierung, Auslassung, Integration, und Selektion.

Konstruktive Informationsverarbeitung ist Interferenz und Elaboration

(Interferenzen sind Schlussfolgerungen, die der Rezipient aufgrund im Text vorkommender Informationen zieht wie das Auto bremst, Reifen quietschen.

⁴⁴ vgl. Burkart, S.239ff

⁴⁵ vgl. Früh, 1994, S.12

⁴⁶ vgl. Früh, 1994 S.23f

⁴⁷ Früh, 1994, S.39

Elaborationen bedeutet, dass der Rezipient aufgrund von Kenntnissen und Gefühlslage Sachen assoziiert.)

Informationsverarbeitung kann aufsteigend sein (bottom up) von Merkmalen des Textes und des Medienbeitrages gesteuert, oder absteigend (top down). Hier wird die Initiative beim Rezipienten gesehen, der seine Wahrnehmungen aufgrund seiner Sprachkenntnisse und Weltwissens Bedeutung zuordnen kann.

Beide Prozesse bedingen sich wechselseitig und laufen gleichzeitig ab, sie „transagieren“.

Rezeptionsrelevante Einheiten sind nicht einzelne Aussagen sondern Schemata oder Sinnzusammenhänge. Dynamisch holistisch gesehen ist die Rezeption ein Prozess der permanenten Konstruktion, Reorganisation, Elaboration und gegebenenfalls Revision verschiedener komplexer, ganzheitlicher Bedeutungskonstruktionen.

Sofern es Vorwissen gibt, werden die Einheiten zu höheren semantischen Einheiten verarbeitet und dies entspricht einem tieferen, umfassenden Verstehen. Früh weist schon 1983, sowie Im Jahr 1991 nach, dass im Konfliktfall die schemaorientierte holistische Bedeutung dominiert.

Denn Rezeption ist immer eine Interaktion zwischen Wissen und aktueller Information. Was und wie viel verstanden wird, ist zum Teil auch durch das verfügbare Wissen bestimmt. Das Wissen ist aber nahezu ausschließlich das Ergebnis der persönlichen Erfahrung. Diese verdichtet sich zu bestimmten Schemata und Regeln, die auf aktuelle Informationen angewandt werden.

Die neurologische Kognitionspsychologie sieht Erinnerung nicht mehr als Abruf einer in „Speichern“ abgelegten Information, sondern als Aktivierung diverser Muster im Nervensystem.

Es gibt also starken Medieneinfluss aber auch stark modifizierte Einflüsse des Publikums. Der Interaktive Einfluss, also wenn die Medien Themen vorgeben und bestimmte Kernaussagen übermitteln, interpretiert diese das Publikum und gliedert in die eigene Vorstellungswelt ein und verändert somit Inhalt und Struktur deutlich. Doch unter welchen Bedingungen die eine oder andere Seite überwiegt ist unklar.⁴⁸

⁴⁸ vgl. Früh, 1994, S.39ff

Realität versus Medienrealität

Journalisten orientieren sich bei der Auswahl der Themen nach bestimmten Journalismustypischen Kriterien. Medienberichterstattung ist auch selektiv, strukturierend, konstruktiv und evaluierend. Nur ein Teil des Geschehens wird ausgewählt, interpretiert und kommentiert.

Medienrealität versus Publikumsrealität

Menschen besitzen differenzierte Vorstellungen über die Welt, das heißt zum Beispiel dass Zusammenhänge hergestellt, Vermutungen, Befürchtungen und Hoffnungen gefühlt werden.

Dieser ganze Komplex von Kognitionen über alles, was außerhalb der eigenen Person real zu existieren scheint wird somit für „wahr“ gehalten, schreibt Vitouch 198, und wird subjektive Realitätsvorstellung (Weltwissen, Vorstellungsbilder, subjektives Realitätsmodell..) genannt.⁴⁹

Die Medienberichterstattung hat lediglich ein Wirkungspotential, das bedeutet sie besteht aus einem medialen Realitätsvorschlag. Diesen Vorschlag muss der Rezipienten zuerst in seine subjektive Realität umarbeiten, erklärt Früh.⁵⁰

Fernsehen als Unterhaltung

Unterhaltung ist ein „Allerweltsbegriff“, meint Früh, denn jeder spricht darüber und doch meint kaum jemand dasselbe. Ein Medienfachmann zählt dafür eine Reihe von Sendungen auf, die zur Unterhaltung gezählt werden, ein Philosoph bezeichnet Unterhaltung als Spiel, der Soziologe nennt Freizeitpraktiken und so weiter.

Ursprünglich wird Unterhaltung in Europa mit Spaß und Spiel gleichgesetzt, meist als nutzlos, minderwertig und sogar schädlich angesehen. Heute sollen politische und sonstige Informationen durch unterhaltsame Aufbereitung plötzlich attraktiv werden, dadurch sogar besser wahrgenommen und verstanden werden. Auch in pädagogischen Programmen haben unterhaltsame Bestandteile längst Eingang gefunden.

Doch Unterhaltung kann nicht nur bei speziell darauf abgezielten Unterhaltungssendungen entstehen, sondern auch bei Informationsendungen und Bildungsangeboten, als sogenanntes Info- oder Edutainment.

⁴⁹ vgl. Früh, 1994, S.47ff

⁵⁰ vgl. Früh, 1994, S.68

Ziel ist es aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht Unterhaltung als Kommunikationsphänomen zu erklären. Sowohl das Medienangebot, als auch der gesellschaftliche und situative Kontext, sowie die Mechanismen des Informationsverarbeitungsprozesses bei der Rezeption prägen diesen Kommunikationsprozess.

Mediennutzung verläuft nicht nur zielgerichtet sondern auch habituell, und Unterhaltung muss daher auch eher beiläufig und absichtsfrei entstehen können.

Selbst wenn, während der Rezeption, überwiegend negative Emotionen beim Rezipienten auftreten, kann trotzdem dies als Unterhaltung angesehen werden und somit entsteht ein positives Erleben.

Der Begriff „Unterhaltung“ wird in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur Kategorisierung von Medieninhalten, im Rahmen der Programmstrukturanalysen der Inhalte des Fernsehens verwendet. Hintergrund ist die Konkurrenzsituation der öffentlich-rechtlichen und privaten Anbieter gegenüber der Werbewirtschaft und dem Publikum. In den durchgeführten Programmstrukturanalysen findet sich diese Kategorisierung wieder. Es gibt aber keine einheitliche Definition von Unterhaltung.⁵¹

Unterhaltung durch das Fernsehen entsteht als erlebte Makroemotion im Zuge eines transaktionalen Informationsverarbeitungsprozesses unter der Bedingung, dass bestimmte personale, mediale, und situative beziehungsweise gesellschaftliche Faktoren kompatibel sind und der Rezipient außerdem die Gewissheit hat, die Situation souverän zu kontrollieren.⁵²

Die Theorie der Unterhaltung bezieht sich auf Konzepte der Sprachwissenschaften, Soziologie und Psychologie, ist aber eine kommunikationswissenschaftliche Unterhaltungstheorie, die gegenstandszentriert alle wichtigen Aspekte integriert.

Unterhaltung ist ein positives, kognitiv- affektives Erleben mit emotionsähnlichem Charakter. Unterhaltung ist selbstbestimmt, kann somit nicht erzwungen werden, und ist ein Erleben eigenständiger Art, ist aber nicht ident mit Spaß und Freude. Sie entsteht in einer abhängigen Konstellation dreier Faktoren. Dem Stimulus, der Person und der Situation.

Medienvermittelte Unterhaltung entsteht dynamisch durch informationsverarbeitende und kommentierende Aktivitäten im Verlauf eines Kommunikationsprozesses einschließlich prä- und postkommunikativer Phase.

⁵¹ Vgl. Früh, 2002, S.40 und 67f; / Früh, 2003, S.9ff

⁵² Vgl. Früh, 2002, S.240

Statische Hauptfaktoren sind Person, Medium und Situation.⁵³

Unterhaltung ist nicht das, was unterhält oder die Reaktion auf ein Medienangebot, sondern Unterhaltung liegt dann vor, wenn man sich unterhält.

Im Prinzip kann vermutlich jedes Medienangebot unterhaltend sein.⁵⁴

Regulation des Energiebudgets

Aktivierung erfordert, je nach täglich vorhandener, Energie.

Ist das Energiebudget sehr groß, wird eher zunehmende Aktivierung bevorzugt, als angenehm erlebt und angestrebt. Je länger ein bestimmter Aktivierungszustand dauert, desto langweiliger wird er, denn Personen vermeiden Monotonie. Es folgt nun ein niedrigerer Aktivationszustand, der als positiv erlebt wird. Das Energiebudget hat seine Grenzen. Man kann sagen, dass *„eine Variable, Energie, dadurch dass sie wirkt, sich selbst verändert, indem sie sich verbraucht“*.⁵⁵

Internale und externale Stimulation

Externale Stimulation erfordert mehr Energieaufwand. Der Stimulus geht von außen vom Medium aus, oder auch von situativen Einflüssen.

Internale Stimulation ist selbstbestimmt, denn es kann jederzeit umgestellt werden.⁵⁶

Streben nach angenehmen Erleben

Die primären Gratifikatoren des Unterhaltungserlebens sind Abwechslung, Souveränität/Selbstbestimmung und Kontrolle, inklusive Erfolg und Kompetenz.

Zur Unterhaltung einer Person muss zumindest einer der drei oben genannten Faktoren (Gratifikatoren) zutreffen.

Abwechslung

Abwechslung wird als Veränderung im Wahrnehmungsfeld aufgefasst, wird durch äußere oder innere Stimulation, wie Nachdenken oder Erinnern, hervorgerufen und ist eine kognitive Größe.

⁵³ Vgl. Früh, 2003, S.14ff/ Früh, 2002, S.88ff

⁵⁴vgl. Früh, 2002, S.84

⁵⁵ Früh, 2003,S.30

⁵⁶ vgl. Früh, 2002 S.93ff

Abwechslung hängt aber auch von den Verarbeitungsstrategien des Publikums ab. Denn rezipierte Inhalte entstehen durch die „angebotsgesteuerte“ Interpretation des Zusehers.⁵⁷

Souveränität/Selbstbestimmung

Beim Fernsehen sind dabei Dispositionsfreiheiten gemeint wie zum Beispiel der Programmwahl aber auch, sich auf risikoreiche oder extreme Handlungen zumindest virtuell einlassen zu können. Es kann „einfach nichts“ getan werden, oder die lächerlichsten Angebote amüsant gefunden werden, der Rezipient ist niemandem Rechenschaft schuldig. Falls die Situation unkontrollierbar zu werden droht, kann jederzeit abgebrochen werden. Dieses Bewusstsein der unbegrenzten Möglichkeiten vermittelt ein angenehmes Gefühl, dies nennt früh die passive Souveränität.⁵⁸

Kontrolle (inklusive Erfolg und Kompetenz)

Die evolutionstheoretische Grundlage ist eine sich verändernde Umwelt (= permanenter Prozess). Dies muss erkannt werden um darauf einwirken zu können.

Im geschonten Raum des Fernsehens kann alles riskiert werden und die erfolgreiche Kontrolle wird als Kompetenz positiv erlebt.⁵⁹

Das Streben nach angenehmen Erleben liegt als allgemeines Handlungsziel jeder unterhaltenden Rezeption zugrunde. Die drei Unter Aspekte Abwechslung, Souveränität/Selbstbestimmung und Kontrolle/Kompetenz können unterschiedlich gewichtet sein. Zumindest einer muss vorhanden sein, dann können alle Emotionen zu Unterhaltung verarbeitet werden (Staunen, Humor, Kurioses, Angst, Lernen, Interesse..).⁶⁰

„Unterhaltungserleben kann sich auf alle positiven wie negativen Emotionen beziehen – es kommt nur auf den Modus an, der es zur positiven Emotion transferiert.“⁶¹

Kontrollprozesse und triadisches Fitting

Aus dynamisch transaktionaler Sicht ist das Unterhaltungserleben durch den Rezipienten von den drei Seiten Medienangebot, der Person und der Situation beeinflusst. Der Begriff Kontext meint den relevanten Zusammenhang und nicht das situative Umfeld. Es ist die Summe der

⁵⁷ vgl. Früh, 2002 S.97ff

⁵⁸ vgl. Früh 2003 S.32

⁵⁹ vgl. Früh, 2002 S.108f/ Früh 2003, S.30ff

⁶⁰ vgl. Früh, 2003, S.35ff

⁶¹ Früh, 2002, S.123

relevanten konstituierenden Bedingungen, der molarer Kontext. Es gehören das Wissen, Stimmungen, Interessen, Vorlieben, Informationsverarbeitungsstile, dazu, aber auch das Medienangebot, Merkmale der sozialen Situation und die gesellschaftlichen Werte und Normen, welche den sozialen Kontext bilden. Dieser vollzieht sich vor dem Hintergrund der Fernsehunterhaltung und dadurch wird Unterhaltung ermöglicht.

In allen Phasen wird ein triadisches Unterhaltungsmodell gefordert. In einem kognitiven Kontrollprozess wird vom Publikum mit unterschiedlicher Aufmerksamkeit und Konzentration geprüft, in welcher Ausprägung diese 3 Dimensionen vorliegen, die Zweckdienlichkeitskontrolle.

Sie wirken nicht einzeln sondern erst als spezifische Konstellation führen sie zu Unterhaltungsempfinden.

Welches die passende Konstellation ist, wird vom einem weiteren Kontrollprozess, dem „Fitting Control“ entschieden.

Oft handelt es sich nicht um „motivierter“ Unterhaltung. Man sieht fern, weil man gerade Zeit hat. Es wird auf einer sehr allgemeinen Ebene geprüft, es entsteht ein „negativ Check“/ „Low Energy Rezeption“. Erst durch einen konkreten Anlass wird die kognitive Komponente präziser (High Energy).

Intensive und periphere Wahrnehmung beziehen sich auf alle Unterhaltungsfaktoren.

Wenn der Rezipient normalerweise zu dieser Tageszeit gerne Unterhaltung hat, kann auch sein, dass er es heute nicht möchte und er überprüft die Bedürfnislage, „Kontroll Check“.⁶²

Motivierte Unterhaltung

Bei der motivierter Unterhaltung werden zum Beispiel schon beim Sichten der Programmzeitschriften und Vorschauen Wahrnehmungshypothesen aufgrund von Vorwissen (Stereotypen, Schemata, Images) aufgestellt. Daraus werden Schlüsse gezogen, ob das Angebot Unterhaltungspotenziale enthält und dadurch kann Vorfreude entstehen. Die Unterhaltungsangebote müssen aber auch zu den eigenen momentanen Bedürfnissen passen und auch das Umfeld muss geeignet sein (triadisches Fitting). Die Szenen werden nun sukzessive kontrolliert, inhaltlich interpretiert (Denotation) und nach Valenz, Dynamik und Potenz bewertet (Zweckdienlichkeitsprüfung, ob Erwartungen auf dem jeweiligen Informationsstand Unterhaltungserleben weiter bieten wird).

⁶² vgl. Früh, 2002, S.142ff

Die Wahrnehmungshypothesen werden zunehmend konkreter und damit konkretisieren sich auch die Emotionen. Ist dies problemlos möglich, verfestigt sich die ursprüngliche Erwartungshaltung.

Irritationen können zu Abbruch sowie zur Anpassung an die neue Situation führen. Selbst wenn oft über lange Passagen keine Unterhaltungselemente vorkommen, zeigt der Rezipient dennoch Geduld (=kognitiv- affektive Trägheit).⁶³

Bildung/ Information

Die Wahrnehmungshypothesen sind auf Bildung, Information eingestellt. Die Sendung wird hinsichtlich ihrer informativen Bestandteile intensiv verarbeitet, aber nur peripher kontrolliert, denn der Rezipient ist sich ja sicher dass er Information „bekommt“. Information kann Emotionen wie zum Beispiel Betroffenheit oder Angst hervorrufen, allerdings aber keine Unterhaltung. Die Folgen nicht kontrollierbar.

Emotionen können die „Aufmerksamkeit“ verstärken, Special-Effekts und unterhaltende Elemente können als störend empfunden werden. Je positiver die Einstellung gegenüber Unterhaltung ist, desto eher wird dies aber toleriert. Es kann auch die dominante Rezeptionshaltung zur Unterhaltung hin verschoben werden. Es kann auch sein, dass die Erwartungen hinsichtlich der Information nicht erfüllt werden. Kommt wieder eine interessante relevante Information wird wieder die Rezeptionspräferenz gewechselt. Unterhaltung kann auch phasenweise in andere Rezeptionshaltung eingebunden sein, periphere und intensive Informationsverarbeitung wechseln ab.⁶⁴

⁶³ vgl. Früh, 2003, S.39ff

⁶⁴ vgl. Früh, 2002 S.175ff / Früh, 2003 S.48f

2.3. Fernsehen und Gesundheit

Das Fernsehen und die Gesundheit können zwei abhängige Variablen sein, welche unter anderem in den folgenden Kapiteln behandelt wird. Wie bei der Fernsehnutzung und dem dynamisch transaktionalen Ansatz erklärt wurde, ist der Fernseher ein beliebtes Unterhaltungsobjekt der österreichischen und deutschen Gesellschaft. Deswegen ist es interessant zu sehen in wie und durch welche Mittel, Information über Gesundheit über dieses Medium an die Rezipienten gebracht wird.

2.3.1. Gesundheitskommunikation

Ein eigener Forschungszweig beschäftigt sich mit Gesundheitsthemen und Kampagnen in den Massenmedien speziell im Fernsehen, wobei gesunde Ernährung ein ganz wesentlicher Teil davon ist.

Vermittlung von Ernährungswissen durch Schule ist zwar ein wichtiger Aspekt der Ernährungsaufklärung, dadurch wird allerdings nur ein wesentlich kleiner Teil der Bevölkerung erreicht. Um den restlichen Bevölkerungsteil Österreichs auch zu erreichen, werden auch, im Rahmen der Ernährungsaufklärung, optische und akustische Mitteilungen durch technische Mittel, in diesem Fall das Fernsehen, vermittelt.⁶⁵

Der Begriff „Gesundheitskommunikation“ ist eine Übertragung aus der englischen Sprache: „Health Communication“ und hat als eigenständiges Teilgebiet der Gesundheitswissenschaft, vor allem in den USA, Beachtung gefunden.⁶⁶

Der Begriff Gesundheitskommunikation führt zwei interdisziplinäre ausgerichtete Wissenschaftsgebiete zusammen, die Gesundheitswissenschaften und die Kommunikationswissenschaften. Es existieren unterschiedliche theoretische und methodische Zugänge nebeneinander. Beide Disziplinen haben sich in den letzten Jahrzehnten einander angelehrt, doch zurzeit gibt es noch keine allgemein anerkannte theoretische und methodische Position. Es mangelt an Grundlagenforschung, die eine Integration beider Bereiche erst ermöglichen würde.⁶⁷

Dieter Jazbinsek definiert Health Communication als direkte Kommunikation zwischen Arzt und Patient, welche untersucht wird, als auch die bevölkerungsweite Beeinflussung des

⁶⁵ vgl. Ö.Ernährungsbericht 2008 Kapitel 7 S.392

⁶⁶ vgl. Hurrelmann/Leppin S 9

⁶⁷ vgl. Hurrelmann/Leppin S.10

Gesundheitsverhaltens durch gezielte Gesundheitsinformation über öffentliche Kampagnen und schulische Gesundheitserziehung, auch Health-Education.

In den 80er Jahren werden die beabsichtigten und unbeabsichtigten Funktionen der Nutzung der Massenmedien, wie Presse, Funk, Fernsehen und Computer auf das Gesundheits- und Krankheitsverhalten der Bevölkerung untersucht und wie Massenmedien in die Strategien der Gesundheitsförderung mit einbezogen werden können.

In den 90er Jahren werden beide Forschungsstränge weiter ausgebaut und zusammengeführt. Gesundheitskommunikation wird als wichtiger Bestandteil einer modernen Gesundheitspolitik verstanden, die sich verschiedener Medien und Strategien bedient um gesundheitsfördernde Verhaltensweisen in der Bevölkerung zu initiieren und unterstützen. Die Bedeutung der interaktiven Medien wird zunehmend erkannt.⁶⁸

Bei der massenmedialen Kommunikation werden Zeitschriften oder das Fernsehen eingesetzt über die große Gruppen von Menschen zeitgleich erreicht werden können. Bei den neuen interaktiven Medien, die auf Computertechnik beruhen, haben die Adressaten dagegen die Möglichkeit, auf die übertragene Information zu reagieren. Somit besteht die Möglichkeit eines Austausches.⁶⁹

Strategien der Gesundheitskommunikation über Massenmedien richten sich in vielen Fällen auch auf die primärpräventive Verbesserung des Gesundheitsverhaltens. Neben dem Fernsehen wird auch das Internet immer bedeutender.

Die Erfahrung mit dem sozialen Marketing hat gezeigt wie wichtig die genaue Kenntnis der Eigenschaften der Zielgruppe ist. Wissen und Information sind nicht gleichmäßig in der Bevölkerung verteilt. Menschen mit höherer Bildung haben in der Regel auch bessere Kenntnisse über gesundheitliche Themen, nehmen mehr Informationen auf und können diese besser nutzen. Neben Bildung und Wissen spielt aber auch Einstellungen, Werte und Erwartungen eine entscheidende Rolle für die Aufnahmebereitschaft bestimmter Botschaften.⁷⁰

Massenmedien können dem Publikum „wichtige“ Themen nahe legen (Gatekeeperfunktion) indem sie diese oft und intensiv behandeln.

⁶⁸ vgl. Jazbinsek, 2000, S.13 zitiert in Hurrelmann/Leppin, S.9

⁶⁹ vgl. Hurrelmann/Leppin, S.10

⁷⁰ vgl. Hurrelmann/Leppin S.11ff

Die Themenauswahl der Medien auch bei gesundheitlichen Problemen verläuft nicht unabhängig und neutral, sondern wird von verschiedenen Interessensgruppen beeinflusst. Journalisten können bei gesundheitsrelevanten Themen, genauso wie bei anderen, kaum Stimmungen und Einstellungen herbei schreiben, wohl aber vorhandene Stimmungen akzentuieren und kanalisieren.

Medienwirkungsstudien zeigen, dass Medien nur in seltenen Fällen Einstellungen und Verhalten von sich aus manipulativ beeinflussen können, sondern ihre Stärke eher in der Thematisierungsfunktion liegt die im Amerikanischen als „Agenda Setting“ bezeichnet wird. Selbst dieser Einfluss ist aber begrenzt, da in der Regel die eigenen gesundheitlichen Probleme in stärkerem Maße eine individuelle Informations- Agenda bestimmen, als die Vorgabe der Medien dies tun können – und können nicht bestimmen, wie über diese Themen gedacht wird und wie Ergebnisse von Untersuchungen aufgenommen werden.⁷¹

Auch in Österreich setzt man vermehrt auf Gesundheitskommunikation. Vermittlung von Ernährungswissen von Ernährungsberatern erreicht nur einen kleinen Teil der Bevölkerung und so wird auch das Fernsehen, mit in die Ernährungsaufklärung, eingebunden. Es dient zur Verbesserung des Ernährungswissens. Vor allem Jugendlichen gaben bei einer Befragung an, dass sie 46% ihres Wissens über Ernährung aus dem Fernsehen beziehen. Danach kamen Familie und Freunde und an dritter Stelle die Schule.

Doch auch 50% der Erwachsenen holen sich ihre Informationen über das Fernsehen, gefolgt von Familie und Freunden, doch im Gegensatz zu den Jugendlichen, steht an dritter Stelle der Erwachsenen Gesundheitsbroschüren.⁷²

Durch Österreichweite Kampagnen wie zum Beispiel „bewusst-gesund“ 2009, gesendet vom 20. bis 26. April, im ORF, unterstützt vom Forum „gesundes Österreich“, FGO, wird versucht den ÖsterreicherInnen gesunde Ernährung auf unterhaltsame Weise näher zu bringen. Bei solchen Aktionen wird versucht zwischen Sendungen oder in bestimmten Sendungen Aufklärungsinformationen und Ernährungshinweise, Bewegungstipps und Diäten zu geben, positionieren und integrieren.⁷³

⁷¹ vgl. Hurrelmann/Leppin, S.14ff

⁷² vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008 S.392f

⁷³ vgl. <http://wien.orf.at/magazin/studio/stories/337863/> „bewusst gesund“ (14. 04 .09)

Allerdings sind solche Aktionen zeitlich begrenzt und der Bekanntheitsgrad leider von vielen sehr gering. An die Kampagne „ISCH“(innerer Schweinehund) zum Beispiel im Jahr 2006 konnten sich nur 15% der Befragten erinnern. Auch „5 am Tag“, eine Aufforderung fünf Mal am Tag Obst und Gemüse zu essen, wurde, nach einer Befragung nur von 22% wiedererkannt.⁷⁴

⁷⁴ vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008 Kapitel 7 S.394ff

2.4 Body-Mass-Index /BMI

Der Body-Mass-Index, BMI, ist eine häufig genannte Größe, wenn es sich darum handelt, die Gesundheit eines Menschen zu bestimmen.

Er definiert sich aus dem Körpergewicht dividiert durch die Körpergröße in Metern zum Quadrat. Derzeit ist er der am häufigsten verwendete Index, um Unter-, Normal-, Übergewicht und Adipositas festzustellen. Bei Erwachsenen gilt ein BMI unter 18,5 als Untergewicht, zwischen 18,5 und 24,9 als Normal-, zwischen 25 und 29,9 als Übergewicht und ab 30,0 spricht man von Adipositas. Da zwischen dem BMI und der Körperfettmasse ein enger Zusammenhang besteht, kann man, ab einem Body-Mass-Index über 25, von einem erhöhtem Erkrankungsrisiko sprechen.⁷⁵

BMI bei Kindern und Jugendlichen

Bei Kindern und Jugendlichen wird die Anwendung des BMI empfohlen, aber es gibt keine festen Grenzen, was die Interpretation erschwert. Es ist daher notwendig, alters- und geschlechtsspezifische Referenzwerte zur Verfügung zu haben. Diese werden von Institut für Ernährungswissenschaften der Universität Wien für Kinder und Jugendliche erstellt. Die European Childhood Obesity Group (ECOG) empfiehlt diese BMI Referenzwerte zumindest in Mitteleuropa zur Definition von Übergewicht und Adipositas von Kindern und Jugendlichen heranzuziehen. Laut diesen Empfehlungen wird die 90. Perzentile (90.P.) als Grenzwert für die Definition von Übergewicht und die 97. Perzentile als Grenzwert für Adipositas verwendet. Von klinisch relevantem Untergewicht spricht man bei einem BMI unterhalb der 3. Perzentile und der Normalbereich liegt zwischen der 10. und der 90. Perzentile.⁷⁶

BMI und Ernährungsverhalten bei Erwachsenen

Korreliert wird der BMI mit dem Konsum von einzelnen Lebensmitteln nach Pearson. Ein hochsignifikanter Zusammenhang zeigt sich bei versteckten Fetten, Light- Getränken, Fleisch und Alkohol. Je höher der BMI ist, desto weniger Obst und Gemüse wird gegessen und desto weniger kohlenhydrathaltige Speisen werden konsumiert. Kein auffälliger Zusammenhang besteht mit dem Konsum von Zucker und Süßem. Der Salzkonsum korreliert

⁷⁵ vgl. WHO 2003, zitiert nach Ö. Ernährungsbericht 2008 S.5

⁷⁶ vgl. Ö. Ernährungsbericht S.6

positiv mit dem BMI. Bei Erwachsenen ist ein signifikanter Zusammenhang zwischen Verzehr von tierischen Produkten und erhöhtem BMI festzustellen.⁷⁷

⁷⁷ vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008, S.87 und 137

2.5 gesunde Ernährung

Gesundheit ist für uns Menschen die Basis eines zufriedenen Lebens und um sich allen Anforderungen der Arbeitswelt aber auch jenen, des Privatlebens stellen zu können. Gesundheit wird meist als selbstverständlich hin genommen und nicht weiter darüber nachgedacht.

„Doch Gesundheit ist nach Definition der WHO keine „objektiv messbare Größe“ sondern ein „Zustand vollständigen körperlichen Wohlbefindens und nicht nur Freiseins von Krankheiten und Gebrechen“.“

Die Trennung von Gesundheit und Krankheit ist nicht immer eindeutig möglich.⁷⁸

Eine gesundheitsförderliche Ernährung, sowie körperliche Betätigung notwendige Voraussetzungen für die langfristige Erhaltung der Gesundheit, als auch für ein langes, selbst bestimmtes und aktives Leben.

*„Eine bedarfsgerechte Ernährung ist von fundamentaler Bedeutung für die normale Entwicklung, Gesundheit und Leistungsfähigkeit des Menschen“.*⁷⁹

Nährstoffbedarf

Der Nährstoffbedarf ist jene Menge an Nährstoffen, die für die Aufrechterhaltung aller Körperfunktionen des Organismus und für eine gute Gesundheit, sowie Leistungsfähigkeit benötigt wird.

Zu den von uns Menschen täglich benötigten Nährstoffen werden Kohlenhydrate ca. 50%, Eiweiße ca. 20% und Fette ca. 30% gezählt, außerdem Mineralstoffe, Spurenelemente, Vitamine und Flüssigkeit ca. 2-3Liter pro Tag. Der jeweilige Nährstoffbedarf ist aber von Alter, Geschlecht, Körperkonstitution und genetischer Ausstattung abhängig und unterscheidet sich von Person zu Person.⁸⁰

„Die in der Ernährungsaufklärung für eine gesundheitsfördernde, bedarfsgerechte Ernährung empfohlene Zusammensetzung des Speiseplans wird von der Deutschen

⁷⁸ WHO, zitiert nach Elmadfa, S.60f

⁷⁹ Ernährungsbericht 2008(DGE), S.19

⁸⁰ vgl. Elmadfa, S.60ff

Gesellschaft für Ernährung (DGE) in Form eines Ernährungskreises veranschaulicht, der sich an die 10 Regeln der DGE anlehnt.⁸¹



Abb. Ernährungskreises⁸²

Dieser Ernährungskreis setzt sich, wie in der Abbildung, aus sieben Elementen zusammen. Kohlenhydrate, Obst und Gemüse, Milchprodukte, Fleisch, Fette und Öle und zum Schluss Getränke, die über den Tag verteilt konsumiert werden sollen.

Fette und Öle sollen nur sparsam verwendet werden. Für Fleisch, Fisch, Wurst, Eier und Milchprodukte wird ein mäßiger Verzehr empfohlen. Von Obst, Gemüse, Brot, Getreideprodukten, Kartoffeln sowie Getränken darf reichlich genommen werden, wobei Kaffee, Tee und Limonaden nur eine geringe Rolle spielen sollten. Süßes, fette Snacks und Alkohol sollten im Rahmen einer gesund erhaltenden Ernährung bestenfalls gar nicht verzehrt werden.⁸³

Noch genauer gibt darüber die Ernährungspyramide Aufschluss, wie oft pro Woche die unterschiedlichen Produkte verzehrt werden wollen.⁸⁴

⁸¹ vgl. Rössler, S.66f,

⁸² <http://www.fitkid-aktion.de/upload/bilder/Sonstiges/DGEKreisweb.gif>

⁸³ vgl. Rössler S.66

⁸⁴ vgl. Rössler, S.66

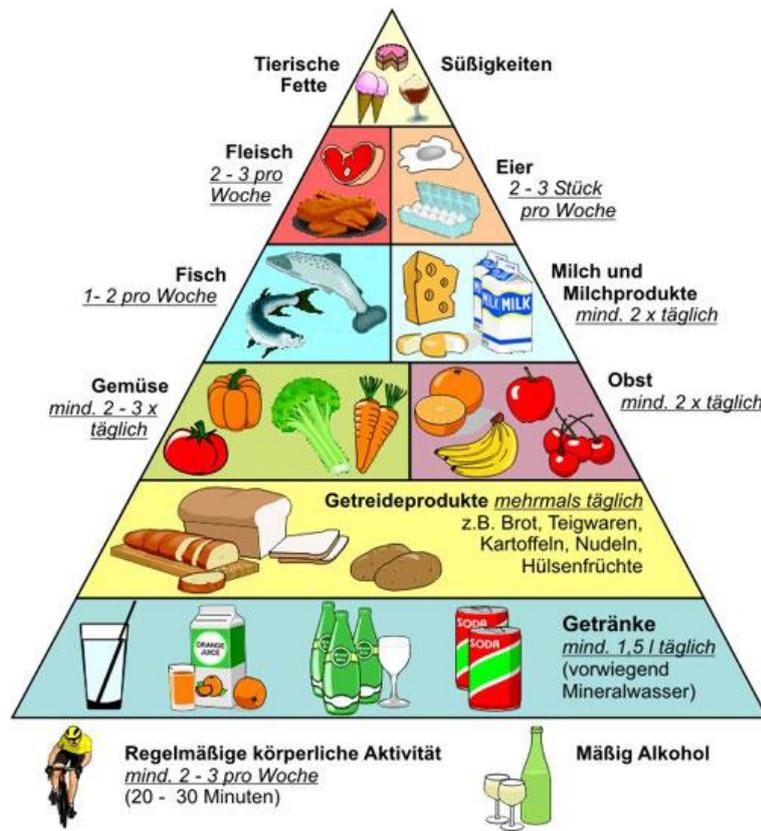


Abb. Ernährungspyramide⁸⁵

Als allgemeine Leitlinie dienen die 10 Ernährungsregeln der DGE:

- *Vielfältig essen*
- *Mehrmals täglich Getreideprodukte*
- *Fünfmal am Tag Obst oder Gemüse*
- *Täglich Milchprodukte*
- *Wenig Fett (Fleisch, Süßes)*
- *Zucker und Salz wenig (vielfältig würzen)*
- *Viel Wasser trinken- wenig Alkohol*
- *Schonende Zubereitung*
- *Zeit für Mahlzeiten nehmen*
- *Auf Gewicht achten und viel Bewegung*⁸⁶

⁸⁵ <http://www.w3box.ch/Portals/1/ernaehrungspyramide.jpg>

⁸⁶ Rössler, S.66

Jugendliche

Jugendlichen unterscheiden sich im Stoffwechsel von dem der Erwachsenen durch das körperliche Wachstum, die entwicklungsbedingten Veränderungen der Organfunktionen und die Körperzusammensetzung. Je jünger Jugendliche sind desto größer ist die Körperoberfläche im Verhältnis zur Körpermasse.

Die Zeit der Pubertät ist die Zeit des höchsten Nährstoffbedarfs des Menschen.

Für Burschen und Mädchen gibt es unterschiedliche Empfehlungen, abhängig vom Alter und Einsetzen der Pubertät. Männliche Jugendliche entwickeln eine größere Skelettmasse und weniger Fettgewebe als weibliche Jugendliche. Dadurch ergibt sich ein unterschiedlicher Nährstoffbedarf. Die benötigte Nahrungsenergie kann nicht genau angegeben werden, denn von 2550 kcal pro Tag zum Eintritt der Menarche bei Mädchen bis 3400 kcal bei Burschen gibt es eine größere Bandbreite von Nahrungszufuhrbedarf. Am Ende der Pubertät haben junge Männer doppelt so viel Muskelmasse wie junge Frauen.⁸⁷

Energie und Nährstoffzufuhr bei Jugendlichen

Die Ernährung der Jugendlichen ist laut dem Österreichischen Ernährungsbericht 2008 zu reich an Fett, insbesondere gesättigte Fettsäuren, tierischen Proteinen und Zucker. Komplexe Kohlenhydrate, Ballaststoffe und mehrfach ungesättigte Fettsäuren werden zu wenig konsumiert. Eine bessere Versorgung mit Vitamin E, D und Folsäure und mit Calcium, Magnesium und Jod wäre wünschenswert, bei der weiblichen Jugend außerdem noch mit Eisen. Die Energieaufnahme der Jugendlichen liegt im Bereich der D-A-Ch Referenzwerte, Burschen um 2600 bis 2700 Kcal und Mädchen bei circa 2100 Kcal.⁸⁸

2.5.1. Übergewicht

Unter Präadipositas und Adipositas versteht man die „Zunahme von Körpergewicht, die durch eine über das Normalmaß hinausgehende, exzessive Vermehrung des Körperfettanteiles verursacht ist und zu einer Beeinträchtigung der Gesundheit führt“.⁸⁹

Übergewicht, BMI über 25, stellt eines der häufigsten Gesundheitsprobleme in Österreich dar und betrifft alle Altersklassen. Aber auch schon 19% der Schüler zwischen 6 und 15 Jahren

⁸⁷ vgl. Elmadfa, S.486ff

⁸⁸ vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008, S.22

⁸⁹ Ernährungsbericht 2008 (DGE), S.387

weisen ein zu hohes Körpergewicht auf und 8% davon sind sogar adipös. Etwas niedriger liegen die Zahlen bei den höheren Schülern.⁹⁰

Auch in Deutschland lässt sich eine weite Verbreitung von Übergewicht in allen Altersgruppen feststellen. Übergewicht entwickelt sich in zunehmendem Maße bereits bei Kindern und Jugendlichen und betrifft besonders sozial benachteiligte Familien. Die Ernährungsgewohnheiten werden zu wenig an die mit relativ wenig körperlicher Aktivität verbundene Arbeitssituation und Freizeitgestaltung angepasst. *„Die Gene des Menschen sind zwar gut darauf eingerichtet, Situationen des Hungers und des Mangels, nicht aber solche der Überernährung zu meistern“.*⁹¹

*„Die Entwicklung der Ernährungsweise des Menschen von der des altsteinzeitlichen Wildbeuters (protein- und fettreich) zur kohlenhydratreichen des sesshaft gewordenen Acker- und Hackfruchtbauern lässt sich heute noch erkennen(...) Die Eskimos in Alaska und die Massai in Afrika.“*⁹²

Die vielfältigen Veränderungen der Ernährung und der Freizeitaktivität sind sehr schnell und nur innerhalb weniger Generationen eingetreten, sodass vermutlich die Zeitspanne für den Stoffwechsel zu kurz war, um sich an die veränderte Situation anzupassen. Gegensteuernde Veränderungen im Lebensstil finden meist nicht statt. Es wäre besonders wichtig möglichst früh bei Kindern und Jugendlichen mit der Ernährungsbildung zu beginnen und zu mehr Sport zu motivieren. Die Ernährungsgewohnheiten, was gegessen und wie die Freizeit verbracht wird, hängt entscheidend vom Angebot der Lebensmittel und Sportmöglichkeiten, den familiären Gegebenheiten, den kulturellen Bedingungen und dem ständig wachsenden Wissen um eine vollwertige Ernährung und gesunderhaltende Lebensführung.⁹³

Die allgemein ungünstigen Veränderungen der Ernährungsgewohnheiten in den letzten Jahrzehnten betreffen auch schon Klein- und Schulkinder. Zunehmend werden Nahrungsmittel mit geringer Nährstoffdichte wie Zucker, Weißbrot, Feingebäck, Marmelade, Süßigkeiten und fett- bzw. cholesterinreiche Lebensmittel wie Fleisch Eier und Fette verzehrt.

⁹⁰ vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008, S.405

⁹¹ vgl. ebd, S.19

⁹² Elmadfa, S.65

⁹³ vgl. ebd. S.113

So kann es auch zu einer Unterversorgung von Vitaminen kommen. Ernährungsphysiologisch wertvolle Lebensmittel mit einer hohen Nährstoffdichte wie Obst, Gemüse und Vollgetreide werden aus dem Speiseplan verdrängt. Ein solches Ernährungsverhalten ist problematisch, weil früh angenommene Ernährungsgewohnheiten oft ein Leben lang beibehalten werden und sich oft erst Jahrzehnte später in einer manifesten Gesundheitsstörung äußern. Etwa 25% aller Schulkinder sind übergewichtig. Etwa 80% aller übergewichtigen Kinder bleiben auch im Erwachsenenalter zu dick.⁹⁴

Die weite Verbreitung von Übergewicht, BMI über 25, ist in allen Altersgruppen festzustellen. Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass in Zeiten des Nahrungsüberflusses und Bewegungsmangels Präadipositas und Adipositas fast unweigerlich die Folge sind, wenn nicht bewusst gegengesteuert wird.⁹⁵

2.5.2 Folgeerkrankungen

*„Obwohl das Wissen um eine gesunde Ernährung in der Bevölkerung sehr hoch ist, mangelt es offensichtlich an der Umsetzung“.*⁹⁶

Mit zunehmendem Körperfett, vor allem langfristig gesehen, stellen Präadipositas und Adipositas ein hohes Risiko für die Gesundheit dar. Als Folge können Diabetes, Bluthochdruck, Herz und Kreislauferkrankungen und Störungen des Fett- und Harnstoffsäurewechsels sowie Erkrankungen des Muskel- und Skelettsystems auftreten. Besonders bei vorwiegend viszeraler Fettverteilung, dies wird durch die Messung des Taillenumfanges diagnostiziert, ist dies der Fall. Die Risikokonstellation hat einen erheblichen Einfluss auf die Lebensqualität und Lebenserwartung.⁹⁷

Übergewicht ist der Hauptrisikofaktor für Diabetes mellitus Typ 2, der auch schon immer häufiger Kinder und Jugendliche betrifft und kardiovaskuläre Erkrankungen bis hin zum Herzinfarkt und Schlaganfall. Langwierige, belastende und bei Adipositas oft wenig erfolgreiche Therapieoptionen sind mit hohen und in Zukunft noch vermutlich steigenden

⁹⁴ vgl. Elmadfa, S.493

⁹⁵ Vgl. ebd. S.19

⁹⁶ Ö. Ernährungsbericht 2008 S.90

⁹⁷ vgl. ebd. S.336ff

Kostenbelastungen der öffentlichen Gesundheitssysteme verbunden. Somit wächst die Notwendigkeit Präventionsmaßnahmen zu ergreifen.⁹⁸

Weitere Risikofaktoren neben einseitiger Ernährung sind Rauchen, Alkoholkonsum, Bewegungsmangel und sitzende Lebensweise. *„Eine Verbesserung des Ernährungsverhaltens ist in jedem Alter ein wichtiger Faktor für die Krankheitsprävention“.*⁹⁹

Dies beginnt schon durch die Untersuchung des Ernährungszustandes der Schwangeren auf die Körpergewichtsentwicklung des Kindes.

Es fällt auf dass in den letzten Jahrzehnten in den Bevölkerungen der westlichen Industriestaaten ein vermutlich einzigartiger Anstieg des kindlichen Geburtsgewichtes zu verzeichnen ist, pro Dekade um circa 126g. Eine vermehrte Fettakkumulation beim Neugeborenen scheint dafür verantwortlich zu sein. Die Energiezufuhr der Mutter während der Schwangerschaft dürfte in engem Zusammenhang mit dem Risiko für Übergewicht des Neugeborenen stehen, während eine zu geringe Energiezufuhr der Mutter scheint keine bis sehr geringen Einfluss auf das Geburtsgewicht zu haben.¹⁰⁰

Hypertonie

Hypertonie, auch Bluthochdruck, liegt vor, wenn der Blutdruckwert über 140 mm Hg/ 90, mit höherem Alter sind etwas höhere Werte erlaubt, ist. Dies stellt ein wesentliches Risiko für zahlreiche degenerative Erkrankungen wie Arteriosklerose, Herzinfarkt, Schlaganfall und Nierenerkrankungen. Druckgefühl, Schmerzen im Kopf, Müdigkeit, Leistungsminderung und Atemnot sind oft erste Alarmzeichen. Schlechte Ernährungsfaktoren sind, unter anderem, zu hohe Zufuhr von Natrium, Kochsalz, Energie und Fettgehalt. Die Hauptrisikogruppe ist jene mit Übergewicht.

Koronar- Erkrankungen

Wenn der Herzmuskel unterversorgt wird, treten als Folge Herzinfarkt, Angina Pectoris und Sekundenherztod auf. In den industrialisierten Ländern sind dies Haupttodesursache. Durch Atherosklerose ist die Gefäßwand verhärtet und verdickt. Dies führt zu Elastizitätsverlust und Durchblutungsstörungen. Viele atherosklerotische Risikofaktoren sind ernährungsabhängig.

⁹⁸ vgl. Ernährungsbericht 2008 (DGE) S.113

⁹⁹ vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008 S.26

¹⁰⁰ vgl. Ernährungsbericht 2008 (DGE) S.274ff

Angina pectoris

Angina pectoris tritt anfallartig mit Schmerzen in der linken Brust auf. Schreitet die Einengung der Herzkranzgefäße fort, kann es zum Herzinfarkt kommen, mit heftigen Schmerzen, Kollaps und Kreislaufschock, aber auch fast unbemerkt und schmerzfrei. Jedes Aussetzen der Blutzufuhr führt zu Zelltod einiger Muskelfasern und es bleiben Narben zurück.¹⁰¹

Gicht

Bei Gicht führt erhöhter Harnsäuregehalt im Blut zu Ablagerung von Harnsäurekristallen (Natrium-Urat) in Gelenken, oft ist das Großzehengelenk als erstes betroffen, und Geweben. Exogene Faktoren wie Purin- und Aminosäure-reiche Nahrung, also Fleisch, Wurst, Innereien, sowie Alkoholkonsum wirken Anfall auslösend. Gicht ist früher eine Krankheit der reichen Leute gewesen.

Diabetes mellitus

Diabetes Typ 2 wird begünstigt durch Übergewicht, falsche Ernährungsgewohnheiten und geringe körperliche Betätigung. Eine Reduzierung des Körpergewichtes trägt oft deutlich zur Verbesserung der Krankheitssymptomatik bei.¹⁰²

Krebserkrankungen

Maligne Tumore stehen bei einer derzeit immer älter werdenden Bevölkerung an 2.Stelle der Gesamtmortalität. Der Obst- und Gemüseverzehr, vor allem grün-gelbes Gemüse, lässt für etliche Tumore des Verdauungstraktes, also Magen, Rachenraum, Speiseröhre, Darm, ein vermindertes Risiko bei steigendem Verzehr erkennen.

Rotes Fleisch und Wurstwaren stehen v.a. bei Dickdarm- und Mastdarmkrebs im Verdacht das Risiko daran zu erkranken zu erhöhen. Ballaststoffe lassen eine Risiko senkende Wirkung bei Dickdarm- und Mastdarmkrebs vermuten. Alkohol steht bei etlichen Tumoren des Atmungs- und Verdauungstraktes im Verdacht diese zu fördern, außerdem auch bei Brustkrebs.¹⁰³

¹⁰¹ vgl. Elmadfa, S.537ff

¹⁰² vgl. ebd. S.545ff

¹⁰³ vgl. ebd. S.301ff

Auch Elmadfa erwähnt eine Hypothese, nach der Ballaststoffe Krebs verhindern helfen, da durch diese ein geringerer Kontakt und weniger Adsorption von Kanzerogenen mit der Darmwand erfolgt.¹⁰⁴

Auch stark geräucherte Nahrungsmitteln, oder Essen, das gerillt wird (Nitrosamine, in den schwarzen Stellen), steht im Verdacht Krebs zu verursachen. Eine wirkliche Krebsdiät gibt es aber nicht. Eine allgemeine Reduzierung der Fettzufuhr wird empfohlen.¹⁰⁵

Die Erforschung des Zusammenhanges zwischen der Ernährung und dem Risiko für die Entstehung von Krebserkrankungen hat weiterhin hohe Aktualität. Sekundäre Pflanzenstoffe (wie Flavonoide oder Carotinoide) werden für etliche Tumore als Risiko mindernd vermutet.¹⁰⁶

¹⁰⁴ vgl. Elmadfa S.593

¹⁰⁵ vgl. ebd., S.595

¹⁰⁶ vgl. ebd. S.335

2.6. Österreichischer Ernährungsbericht 2008

Seit 1991 erhebt und dokumentiert das Institut für Ernährungswissenschaften der Universität Wien den Ernährungszustand, Ernährungsstatus, von verschiedenen Bevölkerungsgruppen in Österreich. Risikogruppen sollen identifiziert werden um durch gezielte Maßnahmen möglichst die gesamte Bevölkerung vor den Folgen von Fehlernährung und ungünstigem Gesundheitsverhalten zu schützen.

In allen untersuchten österreichischen Altersgruppen zeigt sich ein hoher Anteil an übergewichtigen Personen. Buben und Männern weisen häufiger einen BMI (siehe Punkt 4.4: BMI) über dem wünschenswerten Bereich auf, welcher mit zunehmendem Alter ebenfalls zunimmt und außerdem ein Ost-Westgefälle aufweist. In allen Altersgruppen kann im Vergleich zu den Erhebungen der Vorjahre eine Zunahme in der Häufigkeit von Übergewicht und Adipositas festgestellt werden.¹⁰⁷

Jugendliche

Für Jugendliche und Kinder sind die Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr von den Bedarfswerten für Erwachsene abgeleitet und daher nur eingeschränkt anwendbar. Anders als bei Erwachsenen wird bei Kindern und Jugendlichen im Wachstum zwar die Anwendung des BMIs empfohlen, aber es können keine festen Klassifikationsgrenzen angesetzt werden, was die Interpretation der BMI Werte erschwert.

Jugendliche in der Altersgruppe 15 bis 19 Jahre werden anhand eines Kollektivs von Wiener Berufsschülern und Wiener Schülern der AHS, Allgemein Bildende Höhere Schule, behandelt. Die Daten wurden im Rahmen einer Diplomarbeit und Dissertation erhoben (Haas, 2006 und Hegedüs, 2005). 4% der Berufsschüler und 35% der AHS Schüler sind als adipös einzustufen, 8% beziehungsweise 6% sind übergewichtig. Von Untergewicht betroffen sind 12% und 9%. Bei den BerufsschülerInnen sind 2 1/2 mal so viele als untergewichtig einzustufen als bei den Berufsschülern. Bei einer Unterstichprobe von 143 Berufsschülern, bei denen die Körpergröße und -gewicht gemessen und der BMI berechnet wird, sind sowohl bei den weiblichen als auch männlichen Berufsschülern der adipöse oder übergewichtige Anteil wesentlich höher und der untergewichtige Anteil wesentlich geringer.¹⁰⁸

¹⁰⁷ vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008 S.1ff

¹⁰⁸ vgl. ebd. S.8f

allgemeine Ernährungsempfehlungen

Die Ernährungsempfehlung für Fleisch liegt bei 1 bis 2 Fleischportionen pro Woche. Bei einer Fleischportionsgröße von 125g kommen in Österreich durchschnittlich 2x pro Woche Rindfleisch auf den Tisch, 6x Schweinefleisch, doch 66 kg pro Kopf pro Jahr, das ist Spitzenwert in Europa. Das bedeutet, dass jeder täglich 85g und 1-2x Geflügel isst.

Die Empfehlungen werden also weit überschritten.

Fisch hingegen spielt in Österreich nur eine geringe Rolle.

In Österreich ist, vor allem bei Jugendliche, der Verzehr an rotem Fleisch, Wurstwaren und Eiern zu hoch und der Verzehr von Fisch zu niedrig.

Bei Obst und Gemüse lautet die Ernährungsempfehlung „5 am Tag“.

5 Portionen werden aber nur sehr selten erreicht, Kinder erreichen die Menge nur zu 50%.

Beliebteste Obstsorte ist der Apfel und die Banane, bei Gemüse sind es die Tomaten und der Salat. Es wird deutlich weniger Gemüse als Obst gegessen.

Rund 30% der gesamten Lebensmittelmenge sollte aus Getreide, Getreideerzeugnissen und Kartoffeln, Reis, Teigwaren etc., als wichtige Lieferanten von Nährstoffen, Ballaststoffen (Vollkornprodukte) und Vitaminen bestehen.

Der Konsum von Getreideprodukten steigt zwar etwas an, der an Kartoffeln sinkt aber. Bei Brot liegt die Aufnahme weit unter den Empfehlungen.

Die empfohlene Menge an Milchprodukten liegt bei 2 bis 3 Portionen pro Tag ($\frac{1}{4}$ l Milch und 50 bis 60g Käse..), als wichtiger Ca Lieferant, der Verzehr liegt aber unter den empfohlenen Mengen. Bei den Süßwaren beträgt die empfohlene Menge weniger als 10% der täglichen Gesamtenergie. Vor allem Jugendliche konsumieren zu viel davon und dadurch werden beträchtliche Menge an Fett und Zucker aufgenommen.

Bei der Gruppe der Süßwaren zeigt sich gerade bei den Kindern und Jugendlichen ein steigender Verzehr mit zunehmendem Körpergewicht.¹⁰⁹

¹⁰⁹ vgl. ebd. S.98ff

2.7 Ernährungsbericht 2008 (DGE)

Auch im Ernährungsbericht Deutschland 2008 ist eine weite Verbreitung von Übergewicht, BMI über 25 (siehe Kapitel 2.5.1: „Übergewicht“), in allen Altersgruppen festzustellen. In den vergangenen Jahrzehnten haben sich die Lebensbedingungen der Industrie- und Informationsgesellschaft stark verändert und zu einer signifikanten Abnahme der körperlichen Aktivität in Beruf und Freizeit geführt, ohne dass die Ernährung an den verringerten Energiebedarf angepasst wurde. Gleichzeitig hat ein grundlegender Wandel im Essverhalten und der Esskultur stattgefunden. Diese Veränderungen der Ernährung und der Freizeitaktivitäten sind sehr schnell und nur innerhalb weniger Generationen eingetreten.¹¹⁰

Ernährungsverhalten Kinder und Jugendliche

Bei Kindern und Jugendlichen sind die Ergebnisse ähnlich wie in Österreich. Nur 16% der Jungen und 26% der Mädchen erreichen die empfohlenen Obstmengen, 19% der Jungen und 30% der Mädchen erreichen den erwünschten Gemüsekonsum.

Der Konsum von Fleisch und Wurstwaren wird um das Doppelte übertroffen. 83% der Jungen und 89% der Mädchen bleiben unter den empfohlenen Kohlenhydratmengen, Zucker wird weit mehr konsumiert als Stärke.

Die Fettzufuhr liegt im Bereich der Richtwerte, aber nicht in der richtigen Fettsäurezusammensetzung.

Die Proteine liegen deutlich über den Referenzwerten. Die Richtwerte der Ballaststoffe werden im Mittel nicht erreicht.

Die Calcium Zufuhr ist zu gering und bei den Mädchen auch das Eisen. Vitamin D, E und Folsäure sind deutlich unter den Referenzwerten. Bei den Jungen liegt die Energiezufuhr leicht über und bei Mädchen leicht unter der empfohlenen Richtwerten. Allgemein gesehen werden zu wenig pflanzliche und zu viele fettreiche Lebensmittel konsumiert.

Die potenzielle Hypothese, dass sich die zu hohe frühkindliche Proteinzufuhr ungünstig auf das spätere Körpergewicht auswirkt, wird aufgeworfen. Es wird allerdings darauf hingewiesen, dass dringend weitere Untersuchungen zur Überprüfung nötig wären.

Auch der Zusammenhang von hohem roten Fleischverzehr und späterem Dickdarmkrebs müsse weiter untersucht werden.¹¹¹

¹¹⁰ vgl. Ernährungsbericht 2008(DGE), S.19

¹¹¹ vgl. ebd. S.385f

2.8. Körperzufriedenheit

Die Körperzufriedenheit hängt mit mehreren Faktoren zusammen. Das Gewicht, spielt mit der Auffassung von Schönheit eine große Rolle. Der Vergleich des persönlichen Aussehens mit dem von Models wird immer größer. Somit spielt die Körpersozialisation eine große Rolle in unserer Selbstwahrnehmung, welche vor allem auch durch die Medien stark geprägt wird. Durch den Spiegel und die Waage kann man sein Aussehen und sein Gewicht kontrollieren, doch für manche können diese Geräte auch der Anfang einer gefährlichen Krankheit werden. (siehe Kapitel 2.8.1.: „Essstörungen“)

Ein negativer Zusammenhang von Zufriedenheit mit dem eigenen Körpergewicht und dem Ernährungsverhalten besteht beim Fleischkonsum, vor allem bei Männern und bei Frauen bei Light-Getränken und der Konsum von Junkfood. Bei Männern korreliert positiv Zucker, Obst, Gemüse, negativ korreliert Obstersatz. Bei Frauen ist dieser Effekt nur gering aber vorhanden, bei Männern, entgegen den Erwartungen, vorhanden.¹¹²

Schönheit und Aussehen

Schönheit ist keine objektive Größe, Schönheit hängt immer vom sozialen Kontext ab. Nicht das Aussehen einer Person zählt, sondern wie es von der jeweiligen Gesellschaft bewertet wird, denn Schönheit ist Ansichtssache. Die Menschen einer jeweiligen Zeit und Kultur wissen jedoch genau, was sie als schön empfinden. Hat sich ein Ideal einmal etabliert, so herrscht weitgehend Übereinstimmung darüber, was schön ist und was nicht. In unserer heutigen Gesellschaft ist es fast schon normal, ein Problem mit dem eigenen Körper zu haben. Menschen mit einem freundschaftlichen Verhältnis zu ihrem Körper sind die Ausnahme. Die erschreckende Zunahme an Essstörungen – neuerdings auch bei Männern – ist ein Beispiel für diese Fehlentwicklung.

Frauen machen ihren Selbstwert vom Aussehen abhängig. Für Frauen ist die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper der wichtigste Faktor für den Selbstwert, bei Männern gehört dies nicht einmal zu den wichtigsten 4, ergibt eine Untersuchung der Zeitschrift „WOMAN“.¹¹³

¹¹² vgl. Ö. Ernährungsbericht 2008, S.88

¹¹³ vgl. Posch, S.14ff

„Der Schönheitskult wirkt so subtil, dass sogar heute noch Millionen von Frauen glauben, sie machen freiwillig Diäten und teure Schönheitsoperationen „nur für sich selbst“. Schönheit verlangt aber immer den Blick des anderen Menschen.“¹¹⁴

Im 20. Jahrhundert wirkt sich die mediale Verbreitung aus. Unablässig sehen wir Bilder von schönen Menschen. Diese scheinen realistisch, weil wir glauben „Fotos lügen nicht“. Seit Ende der 80er Jahre beginnt ein Trend der bis heute anhält. Die Körper der Models entfernen sich in unbekanntem Ausmaß von dem der durchschnittlichen Frau. Das aktuelle Schönheitsideal ist ein extrem schlanker Körper und möglichst lang währende Jugendlichkeit. Beim aktuellen Schönheitsideal handelt es sich um einen an Unterernährung erinnernden Kunstkörper. Fett ist zum Sinnbild für hässlich ungesund, wertlos, undiszipliniert und dumm geworden. Das Folgeschwere ist, dass Schlankheit mit Schönheit und Dicksein mit Hässlichkeit gleichgesetzt wird. Frauen die zu dick sind oder zu viel essen fühlen sich häufig schuldig. Schönheit muss erarbeitet werden, an oberster Stelle stehen Selbstdisziplin, Askese und Konsequenz.¹¹⁵

Models

Models sind Berufsschönheiten und zu viel Individualität (Persönlichkeit) schadet ihnen nur. Sie gleichen Puppen, die man an und auszieht. Die Arbeit der Models ist die Repräsentation. Ihr Körper ist ihr Beruf, ihr Aussehen das Wichtigste. Sie erscheinen locker, gut drauf und spontan, doch was hinter dieser Fassade steckt ist harte Arbeit. Diese wird oft nur durch Alkohol oder Drogen erreicht. (Modelling ist der zweite Beruf in dem Frauen mehr Geld als Männer verdienen. Der zweite ist Prostitution).

Bezüglich Popularität haben Models Schauspielerinnen und andere Persönlichkeiten schon verdrängt. Sie verkörpern nicht nur eine Kleidermarke oder Modetyp, sondern einen Lebensstil.

Posch schreibt, dass Frauen sich viel dicker fühlen wenn sie zuvor Bilder von dünnen Models gesehen hatten. Dies weckte den inneren Wunsch abzunehmen um dem gezeigten Ideal näher zu kommen.¹¹⁶

Kaum eine Frau ist mit ihrem Körper zufrieden. Mädchen und Buben werden unterschiedlich erzogen. Geschlecht ist eine zentrale Kategorie unserer Kultur. Wenn Frauen und Männer

¹¹⁴ Simone de Beauvoir zitiert in Posch, S.35

¹¹⁵ vgl. Posch, S.37ff

¹¹⁶ vgl. Posch, S.60ff

verschieden sind, dann ist das oft nicht Ursache sondern Ergebnis geschlechtsspezifischer Erziehung.

Körpersozialisation

Mädchen werden auch bezüglich ihres Körpers anders erzogen als Burschen. Töchter sollen nicht zu dick werden und den Töchtern wird vermittelt wie wichtig es ist dünn zu sein. Söhne werden zum Essen ermuntert. Das Nationale Institut für Essstörungen (USA) zeigt auf, dass 80% der 13 jährigen Mädchen mindestens einmal eine Diät gemacht haben. Körpergefühl und Selbstwert korrelieren in der Pubertät extrem stark miteinander. Bei Mädchen ist das Körpergefühl geprägt von großem Unbehagen und Unsicherheit. In der Adoleszenz scheinen nur wenige heranwachsende Frauen es zu schaffen, ein positives Körpergefühl zu entwickeln. Mädchen neigen dazu ihren Körper als Austragungsort für Konflikte zu sehen. Sachbezogene Leistungen und Fähigkeiten scheinen das Selbstbewusstsein der Mädchen nicht stärken zu können, eigene Kompetenz reicht als Basis für ein positives Selbstbild nicht mehr aus.¹¹⁷

Die Zahl der Frauen, die sich selbst als unattraktiv einschätzen und unzufrieden mit ihrem Körper sind, stieg seither dramatisch an und erreichte Mitte der 90er Jahre ihren Höhepunkt. Gleichzeitig nahmen schwere Essstörungen bei Frauen deutlich zu. Unversehens wird der Körper den Frauen endgültig zum Feind und das Idealbild vom schönen Körper zur fixen Idee und zur Obsession.¹¹⁸

Medien

In den Medien sind Frauen aller Emanzipation zum Trotz noch immer vor allem schön und angepasst. Zu sagen, die Medien seien schuld an dem Stress mit der Schönheit, wäre zu einfach, sie haben aber sehr wohl ihren Anteil daran, ein absurdes Ideal in Umlauf zu setzen, aufrecht zu erhalten, zu verstärken und zu verzerren. Sie tragen bei zur Entstehung einer öffentlichen Meinung, Festigung von Klischees, Rollenbilder und geschlechtsspezifischen Zuschreibungen. Körperbilder und Schönheitsideale werden hier gewissermaßen öffentlich inszeniert. Glaubt man den Medien sind alle Begehrenswerten jung schön, schlank und reich.¹¹⁹

¹¹⁷ vgl. Posch, S.79ff

¹¹⁸ vgl. Posch, S.95

¹¹⁹ vgl. Posch, S.98ff

Spiegel und Waage

Diese sind Kontrollorgane und können zur Sucht werden. Der Spiegel wird zur imaginären Öffentlichkeit. Verzerrte Körperwahrnehmung ist ein Frauenphänomen, vor allem beim Gewicht.

Wenn das Ernährungsverhalten permanent vom Zeiger der Waage beobachtet wird, kann es schnell passieren, dass die Waage zum Gradmesser für Erfolg und Versagen, zum Richter über Gut und Böse, zum Auslöser von Selbstachtung und Beschämung avanciert.¹²⁰

Der Ernährungspsychologe Diehl erklärt, dass von idealgewichtigen Frauen nur 28% mit ihrem Gewicht zufrieden sind. Oft aber sind Diäten der Einstieg in ernsthafte Essstörungen wie Magersucht und Bulimie.

2.8.1. Essstörungen

Essstörungen sind eine Folgeerscheinung von veränderten Ernährungsgewohnheiten. Kalorienreiche Snacks und Süßigkeiten sind mit Spaß und Fröhlichkeit, Freunden und Schlanksein verbunden. Das ist die Botschaft, der Medien, speziell der Werbeindustrie. Den Verbrauchern wird suggeriert, dass Menschen ungebremst, ungesund Essen und dabei schlank bleiben können. Doch diese medialen Bilder, die extreme Schlankheit propagieren, eine bestimmte Körperästhetik vermitteln und diese mit Anerkennung, Erfolg, Glück und Selbstwert verknüpfen können eine fatale Folgen mit sich ziehen.¹²¹

Denn vor allem Frauen stehen zunehmend unter dem Druck und denken einem extremen Schönheitsideal genügen zu müssen. Somit entsteht ein gestörtes Körperbild und ein abnormes Essverhalten schleicht sich ein und Essstörungen sind eine häufige Folge.¹²²

Sich diesen Idealen äußerlich anzunähern wird zur Lösungsstrategie für innere Konflikte. „Je dünner desto schöner“ wird eng mit dem Gedanken liebens-, begehrenswert und anerkannt zu sein verknüpft. Essstörungen zeigen, dass die Betroffenen Probleme auf der seelischen Ebene nicht verarbeiten können. Die Essstörung ist somit eigentlich ein Hilferuf der Seele, meinen ExpertInnen.

¹²⁰ vgl. Posch, S.138

¹²¹ vgl. Fonds Soziales Wien, Internet 27. 04 09

¹²² vgl. Rössler 2006, S.40

Unbeschwertes Genießen, gesunder Appetit und Hunger sind für Betroffene nicht möglich. Essen ist oft mit Scham und Schuldgefühlen verbunden, der Angst zuzunehmen und dem Empfinden zu versagen. Das Leben der Betroffenen kreist zwanghaft um das Essen beziehungsweise um das Nicht-Essen.

Ursachen für Essstörungen sind immer multifaktoriell. Ein wichtiger Faktor, neben den familiären, persönlichen und biologischen, ist auch der gesellschaftliche Schlankeits- und Jugendkult.

Als Risikofaktor für die Entwicklung eine Essstörung gilt die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper. Diäten sind sogar Hochrisikofaktoren für die Entstehung von Essstörungen¹²³.

Verglichen mit anderen Kulturkreisen, dominierten in der westlichen Welt Essstörungen. Das gesellschaftliche Ideal hinsichtlich der Figur hat sich immer mehr in Richtung einer extremen Schlankeits entwickelt, ist aber für die meisten Frauen unerreichbar.

Diese Einflüsse von Schönheitsidealen werden schon bei Grundschulern angetroffen, welche sich als „zu dick“ fühlen und bereits Diäten durchführen um dünner zu werden.

Als Grund für den großen Einfluss dieses Schlankeitsideals wird das, von den Medien dargestellte, Vorbild vor allem bei Frauen verantwortlich gemacht, welches an Attribute wie Attraktivität, Glück und Erfolg gekoppelt ist. Kommen die oben angeführten Faktoren, wie zum Beispiel geringes Selbstwertgefühl noch dazu, dann führt dies zu einer umso stärkeren Verinnerlichung und Zielsetzung dieses Schlankeitsideals.¹²⁴

2.8.1.1. Binge Eating Disorder

Bei der Essstörung „Binge Eating“ versuchen Betroffene durch übermäßiges Essen mit ihren Ängsten, Trauer, Wut und Einsamkeit fertig zu werden. Sie wollen ein emotionales Loch stopfen. Anfangs wechseln Fressattacken mit Diäten ab, doch schließlich bleiben nur noch die Heißhunger-Anfälle.

Eine deutlich größere Nahrungsmenge als „normal“ wird in einem bestimmten Zeitraum gegessen und während des Essanfalls wird der Verlust der Kontrolle über das Essen empfunden. Es wird meist sehr schnell und große Mengen gegessen. Oft ohne wirklich

¹²³ vgl. Elmadfa, S.528f

¹²⁴ vgl. Fonds Soziales Wien, Internet 27. 04 09

hungrig zu sein, so lange bis sich der Betroffenen unangenehm voll fühlt, meist alleine, weil es ihm peinlich ist. Außerdem fühlen sich viele Menschen depressiv, von sich selbst angeekelt oder sogar schuldig. Die Essanfälle treten durchschnittlich 2x wöchentlich auf.

Als körperliche Folgeschäden werden Überlastungen des Herzens und Kreislaufes angegeben, sowie Überbelastung des Skelettes, Leberschäden, Diabetes, Gelenksleiden bis zu Schlaganfall und Herzinfarkt.¹²⁵

2.8.1.2. Bulimie/Ess-Brechsucht

Der Einstieg in die Bulimie erfolgt häufig im Zuge einer Diät. Nahrungsmittel werden in großen Mengen in sich hineingestopft und anschließend wird künstlich Erbrechen ausgelöst – aus Angst vor Gewichtszunahme. Oft handelt es sich um scheinbar selbstbewusste, beliebte junge Frauen, die sich innerlich leer und verzweifelt fühlen und ihr Leiden gut vor anderen verstecken können. Die Selbstwahrnehmung „zu fett“, und die Angst zu dick zu werden führt meist zu Untergewicht. Die immer wieder auftretenden Heißhungerattacken können nicht kontrolliert werden und um einer Gewichtszunahme entgegenzusteuern wird zu selbst induzierten Erbrechen, Abführmitteln, Entwässerungsmitteln und strengen Diäten oder übermäßiger körperlicher Betätigung gegriffen. Bulimie tritt 3x häufiger als Magersucht auf und die höchste Anzahl gibt es bei 20 bis 24 jährigen Mädchen und Frauen. Körperliche Folgeschäden können von Schwellungen der Speisedrüsen und Schäden am Zahnschmelz, über Einrisse der Speiseröhre bis Schäden an Magen und Nieren sein, sowie auch zum Ausbleiben der Monatsblutung führen.¹²⁶

2.8.1.3. Magersucht/Anorexie

Magersucht ist eine schwere psychische Krankheit mit der höchsten Sterblichkeitsrate. Betroffene fühlen sich viel zu dick, unabhängig vom tatsächlichen Körpergewicht. Gewichtsverluste bis unter 15% des für die Körpergröße und Alter erwarteten Körpergewichtes sind üblich. Die starke Angst vor einer Gewichtszunahme oder Angst vor dem Dickwerden herrscht vor, obwohl die betroffenen eigentlich schon weit untergewichtig sind. Bei Frauen tritt oft Amenorrhoe (=Ausbleiben der Monatsregel) auf, bei Männern Interesseverlust an Sexualität und Potenzverlust. Folgeschäden sind von Müdigkeit, Konzentrationsstörungen, Absinken der Körpertemperatur, über Verstopfung, brüchige Haare,

¹²⁵ vgl. Unterdorfer „Wahnsinnig Schön“ S.88ff

¹²⁶ vgl. Elmadfa S.528ff

Zahnschäden bis Osteoporose. In schweren Fällen besteht Lebensgefahr. Es betrifft 10x mehr Frauen als Männer und zu 60% sind die weiblichen betroffenen zwischen 14 und 19 Jahre alt.¹²⁷

Die allgemeinen Persönlichkeitsfaktoren von einer Magersüchterkranken Person sind zum Beispiel niedriges Selbstwertgefühl, niedrige Frustrationstoleranz starke Leistungsorientierung und schlanke Schönheitsideale zählen zu den individuellen Risikofaktoren. Außerdem können noch Schwierigkeiten in der Familie, Schule, Beruf, Partnerschaft oder Verlust von Personen dazukommen.¹²⁸

¹²⁷ vgl. Elmadfa, S.529ff

¹²⁸ vgl. Fonds Soziales Wien, Internet 27. 04 09

2.9. Studie Rössler

„Gesunde Ernährung im Fernsehen“ wurde die Studie von Rössler, Patrick betitelt und erschien 2006. Es ist eine Grundlagenstudie aus Deutschland, die einen ersten Gesamteindruck in ernährungsbezogene Berichterstattung im Fernsehen vermitteln möchte. Die Arbeit gliedert sich in drei Teilaspekte.

Der erste Teil befasst sich mit einer Inhaltsanalyse des gesamten deutschen Fernsehprogramms. Dadurch wird herausgefiltert, wie Ernährung im deutschen privaten, als auch im öffentlichen-rechtlichen, Fernsehen dargestellt wird.

Der zweite Teil der Studie beschäftigt sich mit der Befragung von Rezipienten nach ihrer persönlichen Einschätzung von Ernährung im Fernsehen, als auch deren Ernährungs- und Fernsehgewohnheiten. Diese Gewohnheiten werden befragt, um zu erfahren, ob Nahrung und Fernsehen Kultivierungseffekte besitzen, wobei im Rahmen dieser Studie dezidiert keine Kultivierungsanalyse stattfindet. Allerdings fungiert der Kultivierungsansatz von Georg Gerbner als Interpretationsrahmen für mögliche Zusammenhänge zwischen Inhaltsanalyse und Befragung. Auch der Framing-Ansatz kommt für die Auswertung der Rössler Studie als wichtige Instanzen hinzu, damit alle Zielgruppen umfasst werden können. Dies ergibt den dritten Punkt, der in der Studie Rössler bearbeitet wurde, mögliche kausale Effekte von medialen Nahrungsdarstellungen auf die Einstellung der Rezipienten.¹²⁹

In diesem Kapitel möchte ich einen kurzen Einblick in die Studie geben, werde aber nur auf die wesentlichen Punkte der Studie eingehen und klammere unter anderem behandelte Punkte wie zum Beispiel Lebensmittelskandale, Bio-Produkte etc. von der Studie aus. Die hier angeführte Zusammenfassung ist ein kurzer Überblick der Fakten, an denen ich mich für meine Forschungsfragen und Hypothesen, unter anderem, orientiert habe.

Die Studie definiert den Ernährungsbegriff, für ihre Auswertungen, sehr weit und definiert diesen, neben der reinen Aufnahme von Nährstoffen auch mit den Stadien der menschlichen Nahrungskette wie zum Beispiel der Präsentation von Ernährung und ihrer Analyse mit ein.¹³⁰

¹²⁹ vgl. Rössler S.8ff

¹³⁰ vgl. ebenda S.71

2.9.1. Die quantitative Inhaltsanalyse

Bei der quantitativen Inhaltsanalyse werden alle Ernährungsinhalte erfasst, mit denen die untersuchten Sender die Zuseher konfrontieren. Die Fragestellung der Studie lautet: „Wie und in welchem Umfang wird Ernährung im Fernsehen dargestellt?“ Außerdem gibt es noch einen weiteren zentralen Untersuchungspunkt, welcher sich mit der Intensität der Nahrungsdarstellung beschäftigt. Es wird der Frage nachgegangen, ob Ernährung Hauptthema oder nur als Aspekt, des Fernsehbildes ist.

Ernährung als Hauptthema wäre die Darstellung des essenden Protagonisten, der Aspekt wäre ein Obstkorb, der im Hintergrund steht und nicht Thema der Konversation ist.

Auch die Frage, welche Lebensmittel bevorzugt dargestellt werden, welche Ernährungsweisen, Diäten und Trends und Aufklärungsbotschaften gesendet werden, so wie wer, über diese Themen spricht, ist von Bedeutung.¹³¹

2.9.2. Methode

Das gesamt Programmangebot wird erhoben, getrennt in non-fiktionale Fernsehgattungen wie Nachrichten, Magazine, Ratgebersendungen, Talkshows, Dokumentationen, Quizsendungen, Reality-TV, sowie fiktionale Fernsehgattungen Spielfilme, Serien, Daily-Soaps, Trickfilme und der Werbung.¹³²

2.9.3. Untersuchungsmaterial

Aus den privaten, als auch öffentlich-rechtlichen deutschen Fernsehsendern wurden folgende acht zur Untersuchung ausgewählt: ARD, ZDF, RTL, SAT 1, Pro Sieben, RTL 2, VOX und WD. Der Untersuchungszeitraum betrug ein Jahres, vom 26. August 2002 bis 12 August 2003. Es wurde eine systematische Stichprobe von 4 künstlichen Wochen herangezogen das Programm aller acht Sender jeweils 24 Stunden, von 15 bis 3 Uhr, aufgezeichnet. Für einen zufällig ausgewählten Tag gehen alle acht Sender über 24 Programmstunden in die Auswertung ein. An weiteren neun Tagen werden die 4 quotenstärksten Sender ARD, ZDF, RTL, SAT 1 über 24 Programmstunden analysiert. Von den übrigen 18 Tagen wird schließlich für die oben genannten 4 Sender die Prime Time, 19 bis 23 Uhr, untersucht, da die Sender in diesem Zeitfenster über den Tagesverlauf betrachtet die höchsten Einschaltquoten verzeichnen. Insgesamt umfasst das Untersuchungsmaterial 1344 Programmstunden.¹³³

¹³¹ vgl. ebd. S.50

¹³² vgl. ebd. S.50f

¹³³ vgl. Rössler 2006, S.52f

Die Erhebung erfolgte durch 4 Analyseeinheiten welche folgende Untersuchung umfasste:

Ebene 1: *Programmelement* (jede Sendung, jeder Werbeblock)

Ebene 2: *Ernährungsrelevanter Beitrag*: (inhaltlich und formal abgegrenzte Einheit innerhalb von Nachrichten-, Magazin oder Ratgebersendungen, mit Berichterstattung über ein Hauptthema)

Ebene 3: *Ernährungsrelevante Sinneinheit* (Abfolge von Schnitten innerhalb eines Programmelements, die in gemeinsamen Sinnzusammenhang stehen. Szenen in Spielfilm, Spot in Werbeblock..)

Ebene 4: *Ernährungsrelevanter Prozess*: Stadium der Nahrungskette (Produktion, Einkauf..); reine Darstellung von Ernährung (Obstschale= Präsentation)¹³⁴

2.9.4. Ergebnisse der Untersuchungen

Vor allem wurden, in der Studie Rössler, die Anzahl der ernährungsrelevanten Analyseeinheiten, ihre zeitliche Dauer, als auch Intensität untersucht.¹³⁵

aus der Anzahl ernährungsrelevanter Analyseeinheiten

Von den insgesamt 3123 Programmelementen, die die Gantztagesstichprobe umfasst, enthalten rund 2/3 ernährungsrelevante Inhalte 65,5%, 823 ernährungsrelevante Beiträge, wovon 35% sogar Ernährung als Hauptthema des Beitrages aufweisen. 9224 Sinneinheiten und 19.556 Prozesse können identifiziert werden. Je Programmstunde werden damit durchschnittlich 8,7 Sinneinheiten und 18,5 Prozesse ausgestrahlt.¹³⁶

Aus der zeitliche Dauer der Ernährungsdarstellung

In der Gantztagesstichprobe ergeben die ernährungsrelevanten Sinneinheiten rund 130 Programmstunden. In 12,3% der untersuchten Sendezeit wird Ernährung dargestellt. Dabei sind die Serien 26,3 Stunden, führend vor den Spielfilmen 17,4 Stunden, der Werbung 16,2 und Magazinsendungen 15,3.

75,2 Stunden, also 57,8%, entfallen auf diese 4 Gattungen. Bei den Ratgebersendungen entfallen zwar nur 4,9 Stunden auf Ernährung. Diese werden aber nur relativ selten gesendet

¹³⁴ vgl. Rössler S.54

¹³⁵ vgl. ebd. S.61

¹³⁶ vgl. ebd. S.60ff

mit 1,4% der Sendezeit, das sind aber 3,7% der ernährungsbezogenen Sendezeit. So tragen sie insgesamt gesehen weit überproportional zur Ernährungsdarstellung im Fernsehen bei.¹³⁷

Aus der Intensität der Ernährungsdarstellung

Die Ergebnisse relativieren sich, denn es wird für jeden ernährungsrelevanten Prozess unterschieden, ob Ernährung nur nebenbei, nur im Bild als „Aspekt“ vermittelt, oder ob sie unmittelbar angesprochen, „Ernährung als Objekt“ wird. Insgesamt zeigt sich in der Ganztagesstichprobe knapp die Hälfte, 48,7% der ernährungsrelevanten Prozesse als Aspekt, in den übrigen 51,3% als Objekt.¹³⁸

Der relativ hohe Anteil an Talkshows bei „Aspekt“ kann dadurch erklärt werden, dass ein Glas Wasser im Bild zu sehen ist, ähnlich sind in Daily Soaps, Serien und Spielfilmen ernährungsrelevante Prozesse nur Aspekte. In Magazinen hält sich die Darstellung in der Waage und in Ratgebersendungen ist die Intensität der Darstellung am höchsten.

Die Darstellung von Ernährung nimmt im Fernsehen breiten Raum ein. Ein wichtiger Faktor ist dabei die Vermittlung von Ernährung als beiläufiger Aspekt.¹³⁹

Werden die täglich empfohlenen Mengen an Lebensmittel des Ernährungskreises (siehe Punkt gesunde Ernährung, DGE) mit den durchschnittlichen Mengen der Produktgruppen des „Fernsehmenüs“ verglichen, zeigen sich erhebliche Abweichungen.¹⁴⁰

Die Ganztagesstichprobe weist mit 24,6% der genannten Lebensmittel, am häufigsten fette Snacks und Süßigkeiten und dies ist ausgerechnet die Gruppe von Lebensmittel, die eigentlich gar keinen Anteil am Speiseplan haben sollte. Danach folgt Alkohol mit 16,0%, dann kommen Fleisch, Wurst, und Eier, welche mit 12,8% vertreten sind, damit häufiger vorkommen, als die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt.

Dafür entsprechen 7% von Fetten und Ölen weitgehend dem empfohlenen Wert von 2,3%. Doch alle anderen Lebensmittel sind deutlich unterrepräsentiert. Am auffallendsten ist dies bei Brot, Getreide und Beilagen, nur 13% statt 30%, zu erkennen, als auch bei Gemüse mit 11,1%.

¹³⁷ vgl. Rössler S.63ff

¹³⁸ vgl. ebd. S.60ff

¹³⁹ vgl. ebd. S.65f

¹⁴⁰ vgl. ebd.S.66ff

Die Getränke sind im Ernährungskreis der DGE ein zentrales Element und kommen auch in der Fernseh- Ernährung relativ häufig vor, allerdings entfallen 43,1% davon auf Kaffee, Tee und Limonade. Doch genau diese Gruppe sollte aber nur einen ganz geringen Anteil für einen gesunden Konsums ausmachen.¹⁴¹

In der Studie Rössler 2006 wird folgender Schluss gezogen:

„Insgesamt vermittelt das Fernsehen somit ein alarmierend schlechtes Bild der „Fernseh- Ernährung“. Die dargestellten Lebensmittel spiegeln kaum die Ernährungsempfehlungen der DGE wider.“¹⁴²

Alkohol ist in Spielfilmen stets präsent, 46% der gezeigten Lebensmittel entfallen auf alkoholische Getränke, in Serien immerhin noch 31,5%. Vergleichsweise positiv fallen dagegen Daily Soaps auf, bei denen 18,6% der gezeigten Lebensmittel auf Obst entfallen. Das ist sogar etwas mehr als in den allgemeinen Empfehlungen. Bei anderen fiktionalen Gattungen wie Serien sind es nur 8,1% und bei Spielfilmen nur 5,2%.

Daily Soaps weisen immerhin noch 16,5% Süßes und Fettiges auf, aber immerhin weit weniger als in der „durchschnittlichen“ Fernsehernährung.¹⁴³

Ernährungsrelevante Prozesse

Fast die Hälfte aller Prozesse, 47,7%, fällt auf die reine Präsentation der Ernährung wie die Obstschale als Requisite. Ein weiteres Drittel zeigt den Verzehr, 31,5%, gefolgt von Zubereitung und Einkauf 13,5 und 3,4%.

Produktion, 1,1%, Verarbeitung, 1,2% und Vermarktung, 0,9%, sind kaum dargestellt, ähnlich das Tischabräumen und Entsorgung der Essensreste, 0,8%.¹⁴⁴

Prozess Verzehr

Verzehrt wird zu 31,5% dargestellt und wird häufiger gemeinsam als allein, im Kreis von Freunden und Bekannten in privaten Orten, in der freien Natur, Kneipe, Cafe und Arbeitsplatz und Restaurant.

Nicht einmal in jedem 2. Fall ist Essen und Trinken die Haupttätigkeit, oft ist

¹⁴¹ vgl. Rössler, S.68ff

¹⁴² Rössler, S.68

¹⁴³ vgl. Rössler, S.69f

¹⁴⁴ vgl. ebd. S.71ff

Essen nur Nebentätigkeit einer anderen Handlung, meist ein Gespräch. In einem Drittel der Verzehrprouesse wird auch nur getrunken, oft eine Tasse Kaffee oder Bier. Das vorhandene Wasserglas ist typisch für Talkshows.

35% der ernährungsrelevanten Beiträge haben Ernährung als Hauptthema.

65% sind durch ein nicht ernährungsrelevantes Hauptthema gekennzeichnet und enthalten nur eine nebensächliche Darstellung von Ernährung als Aspekt.

In Nachrichtensendungen kommt die Produktionsseite tendenziell häufiger vor, bei Ratgebersendungen eher die Verbraucherseite, beide weisen aber insgesamt relativ häufig ein ernährungsrelevantes Thema auf.¹⁴⁵

Handlungsträger, Quellen der Vertiefung

Handlungsträger sind vor allem Schauspieler seltener Moderatoren, Normalbürger, und Experten. Unter diesen Experten werden häufig Köche genannt, da sie auf den richtigen Umgang mit Lebensmittel hinweisen. Echte Ernährungsexperten werden insgesamt nur 66x genannt, doch nur ganz selten wird überhaupt eine Quelle genannt Zuseher werden zur Vertiefung an das Internet oder Telefonhotlines verwiesen.¹⁴⁶

Aufklärungsbotschaft und Vorbildfunktion

„Das Fernsehen fungiert derzeit kaum als Medium zur Ernährungsaufklärung(...)“¹⁴⁷
Insgesamt gesehen findet täglich eine ausführliche Darstellung von Ernährung statt, oft jedoch nur im Bild als Aspekt verpackt. Die Repräsentation der Lebensmittel entspricht in weiten Teilen nicht den Ernährungsempfehlungen der DGE, besonders bei fetten Snacks, Süßem und Alkohol. Zu selten werden Getreideprodukte, Gemüse und Obst gezeigt. Allgemein überwiegen verbraucherbezogene Prozesse, wie Verzehr, Zubereitung und Einkauf. In Ratgebersendungen ist relativ häufig Ernährung das Hauptthema der Berichterstattung und trägt daher überproportional, im Vergleich zum Vorkommen dieser Sendungen im Programmangebot, zur Ernährungsdarstellung bei. Bei den fiktionalen Sendungen sind es die Daily Soaps, die überproportional dazu beitragen. Echte Experten treten selten auf und das Fernsehen als Aufklärungsmedium wird viel zu wenig genutzt. Auch Schauspieler mit Vorbildfunktion sind kaum zu finden.

Zusätzliche Informationen werden über Internetadressen angeboten.

¹⁴⁵ vgl. Rössler, S.75ff

¹⁴⁶ vgl. ebd. S.78ff

¹⁴⁷ Rössler, S.82

Zielgruppen werden, außer Kinder und Jugendliche, kaum angesprochen. Bei ernährungsbedingten Krankheiten geht es meist um Adipositas oder Krebs.¹⁴⁸

Das Thema Ernährung hat beim Prozess des „Gatekeepings“, der Nachrichtenauswahl, leider nur einen geringen Nachrichtenwert. Genauere Studien zur Kriterienauswahl wären notwendig damit das Thema stärker beachtet wird.

Wesentlich wäre auch eine verstärkte Präsenz der hinter den Institutionen stehenden Vertretern, Experten der DGE und ähnliche. Hier liegt aber das Problem, da in den Redaktionen oft nicht bekannt ist, wer ein Experte ist. Idealerweise sollten sich die Experten selbst als Ansprechpartner in Ernährungsfragen anbieten.¹⁴⁹

2.9.5. Die Rezipientenbefragung

Ziel der Befragung ist es zu überprüfen, ob sich das Massenmedium Fernsehen prinzipiell für die Ernährungsaufklärung der VerbraucherInnen eignet und welchen Einfluss ernährungsrelevante Darstellungen im Fernsehen auf die ernährungsbezogenen Wahrnehmungen, auf die Einstellung zu einer gesund erhaltenden Ernährung, sowie auf das Ernährungsverhalten der Rezipienten haben.¹⁵⁰

Methode

Methodisch ist es ein „Ex-post-facto-Design“, eine Querschnittsuntersuchung, die Zusammenhänge, aber keine kausalen Wirkungen feststellen kann.

Da es um Zusammenhang von Fernsehkonsum, ernährungsrelevanter Wahrnehmung, Einstellung zur gesunden Ernährung sowie dem Ernährungsverhalten geht, wird diese Methode angewendet. Bei dem standardisierten, stark strukturierten Interview haben alle Interviewpartner die gleichen Fragen in gleicher Formulierung und Reihenfolge. Die Antwortmöglichkeiten sind vorgegeben und so herrscht für alle die gleiche Interviewsituation vor.¹⁵¹

Untersuchungsfaktoren

Es wurde auf verschiedene Einflüsse in der Befragung geachtet, wie die schulische Bildung, das Einkommen und sonstige mögliche Variablen.

¹⁴⁸ vgl. Rössler S.83f

¹⁴⁹ vgl. ebd. S.111ff

¹⁵⁰ vgl. ebd. S.115

¹⁵¹ vgl. Rössler, S.116

Schon bei der Vorauswahl zum Interview sind eher Frauen interessierter und geben eher ihre Zustimmung zu einem zusätzlichen Interview. Auch in den Ernährungswissenschaften wird immer wieder die Beobachtung gemacht, dass Frauen an Ernährungsfragen interessierter seien.¹⁵²

Der empirischen Analyse liegt ein Auswertungsmodell zugrunde, das die Einflüsse verschiedener Faktoren auf ernährungsbezogene Variablen und Wechselwirkungen untereinander darstellt. Die Wahrnehmung beeinflusst die Einstellung und dies ist wieder bedeutend für das tatsächliche Ernährungs-Verhalten. Die positive Einstellung zu einer gesundheitsbewussten Ernährung wird als wichtige Voraussetzung dafür gesehen, dass sich eine Person tatsächlich ausgewogen ernährt. Eine Wirkungshierarchie wird vermutet und dies entspräche den zahlreichen Befunden in der Medienwirkungsforschung, wonach Einflüsse von Medien auf die Wahrnehmung und das Wissen von Rezipienten als niedrigste Stufe potentieller Medienwirkung gelten, während Einstellungsänderungen dagegen deutlich schwieriger zu erreichen sind. Verhaltensänderungen als höchste Stufe von Medienwirkungen werden durch Medienbotschaften nur äußerst selten hervorgerufen.¹⁵³

Der Forschungsfrage liegt, in der Studie Rössler, als Theorie der Kultivierungsansatz zugrunde und mögliche Kultivierungseffekte werden erwartet. Deshalb wird die tägliche Nutzungsdauer des Fernsehens erhoben, die unterschiedliche Rahmung und Schwerpunktsetzung der öffentlich rechtlichen Fernsehsender und der Privatsender und auch einzelne Fernsehgattungen, da sich diese durch die Intensität mit der Ernährung thematisiert wird, unterscheiden. In Informationssendungen ist Ernährung gleichmäßig oft Objekt und Aspekt, bei Spielfilmen und Serien eher nur nebenbei, als Aspekt. Auch die weitere Mediennutzung von Zeitungen, Radio und Internet wird erhoben. Stellt sich das Fernsehen als relevanter Faktor heraus, kann es verstärkt als Aufklärungsmedium verwendet werden.¹⁵⁴

¹⁵² vgl. Rössler, S.147

¹⁵³ vgl. Bonfadelli 1999 S.24 in Rössler S.128

¹⁵⁴ Vgl. Rössler, S. 127ff

Ergebnisse der Rezipienten-Untersuchung

Das Ernährungswissen stellt sich als „durchwachsen“ heraus. Dass nur „wenig Süßigkeiten“ gegessen werden sollen, wissen fast alle, aber „5x am Tag Obst und Gemüse“ nur sehr wenige.¹⁵⁵

Mediennutzung

Nach eigenen Angaben sehen die Befragten täglich circa 128 Minuten fern. Dadurch wird vermutet, dass Fernsehzuschauer ihre tägliche Sehdauer unterschätzen, wenn sie nicht detailliert abgefragt werden.

Die Interviewpartner sehen an 5,8 Tagen in der Woche fern, der Fernseher ist damit das am häufigsten verwendete Massenmedium. Am häufigsten wird ARD, ZDF und RTL gesehen. Als häufigstes werden Nachrichtensendung 5,8x pro Woche gesehen, Spielfilme, Dokumentationen und Ratgebersendungen.¹⁵⁶

Aus der Ernährungsaufklärung ist bekannt, welche Faktoren die Wahrnehmung ernährungsrelevanter Information, die Ernährungseinstellungen und das Ernährungsverhalten entscheidend mitbestimmen. Dies ist das Geschlecht, Alter, Bildungsstand, zeitliches Ausmaß der Berufstätigkeit und der Familienstatus. Außerdem „subjektive“ Faktoren wie das Interesse und die Bereitschaft sich mit dem Thema auseinander zu setzen (=Themeninvolvement), der individuelle Gesundheitszustand, die Sozialisation durch das Elternhaus, Partner, Freunde und Bekannte.

Einstellung zu einer gesunderhaltenden Ernährung

Die Einstellung zu einer gesunderhaltenden Ernährung wird durch das 3 Komponenten-Modell ermittelt. Eine Einstellung ist ein Konstrukt aus kognitiver, (Wissen, Bewertung, Überzeugung), affektiver (Emotionen und Gefühle) konativer Komponente (Verhaltensabsicht)¹⁵⁷.

Die Einstellungsforschung gehört zu den Schwerpunkten der Sozialpsychologie.¹⁵⁸

Weibliche ältere Befragte zeigen eine positive Einstellung zu einer gesunden Ernährung, außerdem das Themeninvolvement und das tatsächliche Ernährungsverhalten.

¹⁵⁵ Vgl. Rössler 136f, 143f, 158

¹⁵⁶ vgl. Rössler, S. 151-153

¹⁵⁷ vgl. Mummendey, S. 78f

¹⁵⁸ vgl. Rössler, S. 131

Insgesamt gesehen ist eine intensive Fernsehnutzung einer positiven Einstellung zu einer gesunden Ernährung abträglich.

Die Wahrnehmung ernährungsrelevanter Sendungen wird zwar durch höhere Fernsehdauer erhöht, aber wirkt sich nicht signifikant positiv auf Einstellung zu gesund erhaltender Ernährung aus. Je mehr Zeit mit Sendungen verbracht wird, die keine Auseinandersetzung mit gesunder oder ungesunder Ernährung bringt, desto weniger relevant scheint das Thema für den Zuseher zu sein.¹⁵⁹

selbst eingeschätztes Ernährungsverhalten

Die Resultate sind insgesamt ernüchternd. Das weibliche Geschlecht und Alter fördert gesundes Ernährungsverhalten. Je positiver die Einstellung ist und der selbst eingeschätzte Gesundheitszustand desto vorbildlicher ist das tatsächliche Ernährungsverhalten. Das tatsächliche Ernährungsverhalten lässt sich nur sehr begrenzt durch andere Faktoren vorhersagen. In der Studie Rössler wird vermutet, dass möglicherweise die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Lebensstil- Milieu, welches auch die Fernsehnutzung präge, das Ernährungsverhalten besser erklären könne. Die Medien-Nutzer-Typologie der ARD/ZDF Programmforschung stelle fest, dass bestimmte Mediennutzungstypen ein überdurchschnittlich hohes Interesse am Thema "gesunder Ernährung" aufweisen.¹⁶⁰

Gesundheitszustand

Der Gesundheitszustand wird durch Selbsteinschätzung (chronische Beschwerden, Rauchen..) auf einer Skala zwischen 1 und 5 (= nicht zufrieden) gefragt. 27,5% sind mit ihrer Gesundheit sehr zufrieden, 44,9% weitgehend, und nur 5,3 und 2% sind weitgehend oder überhaupt unzufrieden. Der BMI der Befragten entspricht in den jeweiligen Altersgruppen nahezu der Verteilung in der Bevölkerung (Deutschland).

Sozialisation

Sozialisationsfaktoren wie Eltern, Freunde oder die Peer-Group sind in den Ernährungswissenschaften als wesentliche Einflussfaktoren bekannt und prägen das Ernährungsverhaltens nachhaltig. Auch

¹⁵⁹ vgl. Rössler, S. 164- 67

¹⁶⁰ vgl Rössler, 167 –170

soziodemografische Daten wie Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße, Bildung werden daher erhoben.¹⁶¹

Zielgruppenspezifische Analyse

Nutzung verschiedener Informationsquellen zu Ernährungsthemen

Um die Nutzung weitere Informationsquellen zum Thema „gesunde Ernährung“ zu ermitteln werde 15 Informationsquellen vorgelesen. Das Fernsehen wird an 5. Stelle als Informationsquelle genannt, davor kommt die Familie, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, nach dem Fernsehen erst Arzt oder Apotheker. Öffentliche Aufklärungsinstitutionen werden kaum genannt. Im Österreichischen Ernährungsbericht 2008 wird im Kapitel Ernährungskommunikation nach Quellen des Ernährungsinformationwissen gefragt und dort wird immer an erster Stelle das Fernsehen genannt, an 2. Stelle die Familie und der Freundeskreis.

Junge Frauen und Männer zwischen 16 und 29 Jahren informieren sich in der Studie Rössler im persönlichen Lebensumfeld Familie, Freunden und Bekannten, die über 50 Jährigen häufiger beim Arzt oder Apotheker. Das Internet ist für alle bis circa 29 Jahre eine wichtige Informationsquelle, bei den über 50 Jährigen das Radio. Nur das Fernsehen wird durch alle Zielgruppen zu rund 50% genannt. Unabhängig vom Alter und Geschlecht besteht beim Fernsehen ein gleichbleibendes Interesse an Ernährungsfragen.¹⁶²

Erinnerung an ernährungsrelevante Sendungen:

690 Befragte nannten durchschnittlich 1,7 Sendungen: An den ersten 6 Stellen liegen diverse Kochsendungen, danach Ratgeber und Magazine, die sich regelmäßig mit Themen rund um das Essen befassen.

„Zacherl: einfach kochen!“ (Privatsender Pro7) wird besonders erwähnt, da diese Kochsendung speziell auf die Altersgruppe zwischen 16 und 29 Jahre hin abzielt und sich durch enormen Bekanntheitsgrad in dieser Zielgruppe auszeichnet. 30,8% der männlichen und 23% der weiblichen Personen zwischen 16 und 29 Jahren rezipieren auch wirklich diese Sendung, welche von 11:30 bis 12.00 gesendet wird.

„Über den Tellerrand“ läuft episodisch in der Ratgebersendung ARD *Buffet*, ebenfalls in der Mittagszeit gesendet (in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Ernährung, als

¹⁶¹ vgl. Rössler, S. 145f

¹⁶² vgl. Rössler, S. 172ff

Sendung in der Sendung). Dies sind Aufklärungsfilme über gesunde Ernährung und kommen nicht ein einziges Mal bei 1203 Nennungen von Sendungen vor, sind also in der Bevölkerung überhaupt nicht bekannt obwohl *ARD Buffet* immerhin von 26% zumindest einmal gesehen wird.¹⁶³

Nutzung von Zusatzinformationen

Um die Flüchtigkeit von Bild und Text besser kompensiert zu können, werden im Fernsehen oft Internetadressen und Telefonhotlines angegeben. Von den befragten 993 Personen nutzen die meisten den Videotext und Internetseiten. Broschüren, Bücher, Zeitschriften folgen auf den nächsten Plätzen. Internetnutzer sind eher unter den jüngeren Männern und Frauen zu finden. V. a. informationsorientierte Personen, die Nachrichten, Magazine/Ratgeber verfolgen greifen auf diese Zusatzinformationen zu.

Glaubwürdigkeit

Die Glaubwürdigkeit hängt von der Sendung ab, seltener vom Sender, meinen die Rezipienten, unabhängig von Alter und Geschlecht. Den Magazin und Kochsendungen wird ein gewisser Vertrauensbonus entgegengebracht.¹⁶⁴

Einstellung zu einer gesunderhaltenden Ernährung

Menschen mit einem niedrigen Themen Involvement haben eine negativere Einstellung zu einer gesunden Ernährung und sehen anders fern als Menschen für die Ernährung einen hohen Stellenwert hat.¹⁶⁵

Selbst eingeschätztes Ernährungsverhalten

Männer und Frauen bis 30 Jahre weisen in dieser Untersuchung nur einen mittleren Indexwert auf, Frauen ab 30 zeigen ein wesentlich gesünderes Ernährungsverhalten. Insgesamt ist das Ernährungsverhalten bei Frauen deutlich besser.¹⁶⁶

Themen Involvement

Das Ernährungsverhalten wird mit steigendem Involvement eindeutig gesünder.¹⁶⁷

¹⁶³ vgl. Rössler, S.178 - 185

¹⁶⁴ vgl. Rössler, S. 185- 191

¹⁶⁵ vgl. Rössler, S. 221

¹⁶⁶ vgl. Rössler, S. 221 -224

¹⁶⁷ vgl. Rössler, S.225

Die Fragen über die persönliche Einschätzung im Vergleich zur übrigen Bevölkerung werden im Sinne eines Kultivierungseffektes untersucht und gehören daher nicht zu meiner Fragestellung.

Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass häufig Lebensmittel repräsentiert werden, die im Rahmen der gesundheitlichen Ernährung, weder von Experten, noch Wissenschaftlern etc., eigentlich gar nicht empfohlen werden. Diese treten außerdem nur selten im Fernsehen zur Aufklärung in Erscheinung.

Fernsehen wird bei den meisten zwar als Aufklärungsmedium benutzt, das Ernährungsverhalten wird auch indirekt beeinflusst, die tatsächliche Beeinflussung konnte aber durch die Studie nicht nachgewiesen werden.¹⁶⁸

¹⁶⁸ vgl. Rössler S.14

3. Empirischer Teil

3.1. Forschungsleitende Fragestellung

Jugendliche werden durch ihre Familie, Freunde und Verwandten aber auch den Medien geprägt. In der Pubertät eignet man sich seinen eigenen Lebensstil und somit auch Ernährungsgewohnheiten an. Das vorgegebene Essen von zu Hause, aber auch die Möglichkeiten, in denen sie selber für sich kochen, oder in der Kantine sich eine Mahlzeit aussuchen werden zur Gewohnheit und meist das restliche Leben beibehalten.

In Deutschland sind bereits 15% der Jugendliche übergewichtig, und 6% davon, laut DGE adipös, ohne spezielle Geschlechterunterschiede. ¹⁶⁹

Doch Übergewicht birgt nicht nur Konditions-mangel und mögliche Folgekrankheiten, sondern auch gesellschaftlichen Druck.

In dieser Arbeit werden Jugendliche zwischen 15-18 Jahren zu ihren Fernseh- und Ernährungsgewohnheiten befragt. Dazu wird auf die Studie Rössler, auf Körperzufriedenheit und auf zwei Fernsehbeispiele eingegangen.

Meine Studie beschäftigt sich mit der Frage, ob die Wahrnehmungen der befragten Jugendlichen vergleichbare Ergebnisse erzielen, wie in der deutschen Studie „Ernährung im Fernsehen“ von Rössler. (siehe 2.9.: Studie Rössler)

Im Gegensatz zu Deutschland, die mit der Studie Rössler „Ernährung im Fernsehen“, als auch die gleichnamige Folgestudie von Lücke, welche auf die Kultivierung abzielt und deshalb von mir nicht näher behandelt wird, gibt es meines Wissens nach keine derartige Studie für Österreich.

Ich hinterfrage, ob Jugendliche Kochshows, in denen Ernährungsinformationen, -tips mitgeliefert werden, rezipieren und ob diese für sich selber versorgen.

Ähnlich der Studie Rössler untersuche ich auch, ob Jugendliche mit ihrem Körper zufrieden sind und vergleiche diese Ergebnisse, ob sie sich „Österreich isst besser“ oder „Austria’s Next Topmodel“ ansehen.

Die Sendungen gehen jeweils recht unterschiedlich mit dem Thema Ernährung für Jugendliche um. „Österreich isst besser“ mit Sascha Walleczek auf ATV, und Austria’s Next Topmodel auf PULS4, sind recht junge Formate und speziell für Jugendliche konzipiert.

¹⁶⁹ vgl. Ernährungsbericht 2008 (DGE) S.103

Posch geht in ihrem Aufsatz „Körper machen Leute“, darauf ein, dass vor allem Frauen sich mit dem Schönheitswahn auseinandersetzen und identifizieren. Fragen, ob ihre Meinung bei meiner Fragebogenuntersuchung standhält, ob es einen Unterschied beim Rezeptionsverhalten zwischen Mädchen und Burschen bei Austria´s Next Topmodel gibt und ähnliche möchte ich in dieser Arbeit klären?

Auch die Sendung „Österreich isst besser“ zeigt Jugendliche auf ihrem Weg, Kilos durch Sport und Ernährungsumstellung zu verlieren. Dadurch interessiert mich, ob sich Jugendliche generell für gesunde Ernährung interessieren und, sollte dies der Fall sein, ob sie dieses Format sehen und Tipps von Sascha Walleczek wiedererkennen oder sogar in ihrem eigenen Leben umsetzen.

Insgesamt gibt es somit vier Themenblöcke, welche mit meinem Literaturteil zusammenpassen.

Der Erste Umfasst die Forschungsfragen und Hypothesen zur Studie Rössler, welche die generelle Mediennutzung, Kochshows, dem Erkennen von negativen und positiven Ernährungsdarstellungen beinhaltet als auch nach dem persönlichen Interesse der Rezipienten nach gesunder Ernährung fragt.

Der zweite Block beschäftigt sich mit der Körperzufriedenheit und dem persönlichen Wissen von Fakten über gesunde Ernährung der Jugendlichen.

Die Forschungsfragen und Hypothesen der dritten und vierten Themen, beinhalten die Sendungen, „Österreich isst besser“ und „Austria´s Next Topmodel“, welche sehr viel mit Ernährungs- und Abnehmtipps arbeiten, sowie die Körperzufriedenheit und die Schönheit eine wichtige Rolle spielen.

Durch diese Anregungen habe ich Forschungsfragen und Hypothesen erstellen, welche ich im Kapitel 3.3. ausführlich behandelt habe.

3.2. Methodenwahl und Theoriezugang

Meine Ergebnisse kamen anhand der qualitativen Fragebogenermittlung zustande und wurden mit dem SPSS-System ausgewertet. Der Schwerpunkt der Fragebogenuntersuchung wurde mittels geschlossenen Antwortvorgaben vorgegeben. Allerdings gab es auch wenige offenen Fragen.¹⁷⁰

Diese Stichprobe wurde am GRG 23 an 130 SchülerInnen durchgeführt und ausgewertet. Alle Daten wurden anonym ermittelt, der Fragebogen größtenteils anhand der Studie Rössler, Körperzufriedenheit und den Sendungen Austria's Next Topmodel und „Österreich isst besser“ zusammengestellt.

Allerdings geht diese Arbeit, im Gegensatz zu der Studie Rössler, der Kultivierungseffekte unter Betracht zog, von dem dynamisch-transaktionalen Forschungsansatz aus.

Dieser Ansatz betrachtet zwei Perspektiven. Einerseits die des Kommunikators, also die der Medien, andererseits, jene der Rezipienten, beziehungsweise des Publikums. Der aktive Kommunikator, in dem Fall dieser Arbeit, das Fernsehen wählt die Informationen für die Vorstellung seines Publikums aus und gestaltet diese dementsprechend. Bestimmte Bedingungen lassen den Kommunikator allerdings auch passiv erscheinen, wodurch auch der Rezipient nur jene Informationen erhält, die gesendet werden. Auch habitualisierte Fernsehgewohnheiten sind, unter anderem ein weiterer Selektionsfaktor.¹⁷¹

Außerdem liegt dem dynamisch-transaktionellen Ansatz liegt zu Grunde, dass er von Rezipient zu Rezipient veränderbar ist. Denn der Stimulus, als der Grund, ob jemand zum Beispiel unterhalten wird vom Fernsehen oder nicht, entsteht nicht nur durch die Medienbotschaft an sich, sondern auch durch die persönliche Interpretation des Rezipienten. Diese Interpretation ist allerdings veränderbar, das bedeutet, dass ein und sie selbe Medienbotschaft nicht jedes Mal automatisch die gleiche Unterhaltung bietet, wie am Tag zuvor. Diese zwei Größen stehen in Beziehung zueinander, es erfolgt keine Interaktion.¹⁷²

Das heißt also, dass es nicht „die Medienwirkung“ an sich gibt, sondern jede Größe im Kommunikationsprozess sowohl Wirkung als auch Ursache sein kann.

¹⁷⁰ vgl. Mummendey, Grau S. 13ff

¹⁷¹ vgl. Burkart S.239f

¹⁷² vgl. Früh: Unterhaltung durch das Fernsehen S.68f

Allerdings gibt es, laut Früh, verschiedene Perspektiven und Kommunikationsziele. Der Kommunikator will zum Beispiel das Publikum von seiner Sichtweise überzeugen. Das Kommunikationsziel des Rezipienten kann in Meinungsbildung oder im Aufbau einer umfangreichen Themenvorstellung bestehen und dann gibt es noch die gesellschaftliche Perspektive die die Entwicklung rational strukturierter Wirklichkeitsvorstellungen als Kommunikationsziel hat.¹⁷³

Außerdem beruft sich Früh auch auf seine Theorie der Unterhaltung. Diese besagt, dass Menschen sich, durch das Fernsehen, unterhalten wollen. Allerdings spielen drei Faktoren dafür eine wichtige Rolle. Unterhaltung ist nur dann tatsächlich möglich, wenn unterhaltungsrelevante Faktoren auf 3 verschiedenen Dimensionen der Person/Rezipient, des Medienangebotes und der sozialen Situation vereinbar zueinander sind. Allerdings stellen, unter anderem, folgende Merkmale markante Bausteine für diese Theorie dar: ein positives Erlebnis, Bezug auf positive Erwartungen wie Lustgewinn oder Identitätsfindung, Verarbeitung von inhaltlichen und emotionalen Reizkomponenten und einigen mehr.¹⁷⁴

Das Ziel der dynamisch-transaktionalen Unterhaltungstheorie bezieht sich also, auf die Entstehung diverser Emotionen für das Individuum, welches ein subjektives Erlebnis darstellt.¹⁷⁵

(siehe detaillierter auch Kapitel 2.2. „Medien und Rezipientenwirkung“)

¹⁷³ vgl. Früh: „Realitätsvermittlung“ S.12

¹⁷⁴ vgl. Früh: „Unterhaltung durch das Fernsehen“ S.239

¹⁷⁵ vgl. ebd. S.68

3.3. „Austria´s Next Topmodel“

„Austria´s Next Topmodel“ ist eine Produktion von PULS4, einem österreichischen Privatsender. Herbst 2009 startete die 2.Staffel, in der nach jungen, hübschen Mädchen gesucht wird. Lena Gercke, Model und Gewinnerin der ersten Staffel von „Germany´s Next Topmodel“ moderiert die Sendung, welche einmal wöchentlich um 20:15 ausgestrahlt wird. Die Sendung besteht aus einer Jury von vier Personen, in der sich auch die Moderatorin befindet, Gastjuroren, die jeder Folge wechseln und den Kandidatinnen. Die Mädchen lernen, wie man am Laufsteg von Modefirmen zu laufen hat, und haben Aufgaben zu lösen. Von dreihundert BewerberInnen kann nur eine einzige am Ende „Austria´s Next Topmodel“ sein. Dadurch werden am Ende jeder Sendung Mädchen, durch die Entscheidung der Jury wieder nach Hause geschickt. Es wird aber nicht nur nach der Hübschesten, sondern auch der Talentiertesten gesucht, wodurch die Anforderungen an die Mädchen von jeder Folge größer werden.

Doch die Schönheit, als auch „dünn sein“ steht bei „Austria´s Next Topmodel“ im Vordergrund und das eine bedingt das andere Ideal. Allerdings wird von den Jurymitgliedern auch erwähnt, dass keine „Mager-Models“ gesucht werden.

Wobei, gerade für Jugendliche und im speziellen Frauen der Unterschied zwischen „dünn sein“ und „zu dünn sein“, also der Magersucht, nicht immer erkennbar scheint. (siehe auch Kapitel 2.8.: „Körperzufriedenheit“ und 2.8.1.3.: „Magersucht“)

Nach dem Finale gewann in der 1. Staffel die Siegerin Larissa Marolt, ein Auto, war auf einer Modezeitschrift abgebildet und durfte auch bei „Germany´s Next Topmodel“ mit um den Titel kämpfen.

Diese Sendung gibt Tipps, wie sich Mädchen schminken und kleiden sollen, aber auch Koch- und Ernährungstipps.

Sie kochen und Essen gemeinsam und man sieht die Mädchen auch in Fast-Food Läden sitzen.

Hinter „Austria´s Next Topmodel“ steckt eine kommerziell ausgerichtete Marketingstrategie und spricht gerade junge Menschen sehr an.

Der Grund, weshalb ich diese Sendung genommen habe, besteht darin, dass durch die vorgegebenen Körperideale das Geschäft mit der Schönheit boomt. Jugendliche orientieren sich an diesen Vorbildern. Doch sie kennen nur das Bild, welches das Fernsehen vermittelt

und nicht welche Arbeit und Kasteiung es erfordert solch einen Körper zu erlangen. (siehe Kapitel 2.8.: „Körperzufriedenheit“)¹⁷⁶

Deswegen möchte ich, unter anderem, der Frage nachgehen, wie die persönliche Körperzufriedenheit, mit dem Sehen dieser Sendung zusammenhängt.

¹⁷⁶ <http://topmodel.puls4.com/stories/rekordbrechend-zurueck/>;
http://www.seitenblicke.at/no_cache/stars/starstories/tag/02032009/viva-larissa/detail

3.4. „Österreich isst besser“

„Österreich isst besser“ ist ein Teil der Produktionsreihe mit Sascha Walleczek als Moderatorin. Sie hilft, von ATV ausgewählten, freiwilligen Teilnehmern der Sendung bei der Gewichtsreduktion, in dem sie ihnen bei der Ernährungsumstellung hilft und versucht ihnen das Gespür für eine gesunde Ernährung zu vermitteln.

Diese Produktion von ATV, einem österreichischen Privatsender, findet bei „Österreich isst besser“ in einem Ernährungscamp in der Steiermark, mit acht Jugendlichen aus ganz Österreich, statt.

Neben Sascha Walleczek Ernährungs- und Kochtipps, steht außerdem noch ein Fitnesstrainer bereit, der mit ihnen Sport macht und ihnen einfache Übungen zeigt. Um die Jugendlichen zu ihrer neuen Lebens- und Essenseinstellung zu motivieren, werden regelmäßig bekannte Gäste eingeladen, die mit ihnen einige Stunden im Camp verbringen. Außerdem haben die Jugendlichen des Camps, der bereits 2. Staffel von „Österreich isst besser“, alle Aufgaben in zweier Teams zu erledigen, die an einem Bauernhof anfallen.

Gegen Ende des vierzehntägigen Aufenthaltes, werden die Eltern zu den Jugendlichen eingeladen, damit diese auch das neue Leben ihrer Kinder teilen können. Sportliche Aktivitäten, als auch gesundes Essen werden miteinander geteilt. Danach erklärt Sascha Walleczek auch ihnen, wie man sich richtig, gesund ernährt und gibt Ratschläge, damit die ganze Familie diese Ernährungsrichtung auch im Alltag beibehalten kann. In der ersten, als auch der letzten Folge werden die Teilnehmer gewogen, und bemessen um den Erfolg der vierzehn Tage auch schriftlich festhalten zu können. Vier Wochen nach dem Camp, werden die Jugendlichen auch weiterhin noch von ihrer Ernährungsexpertin und Fitnesstrainer begleitet, allerdings durchleben zu dieser Zeit bereits alle wieder ihren Alltag. Mit „Vorher-Nachher“ Rückblenden wird gearbeitet, und die Mittel der Darstellung der schlechten Ernährung werden drastisch mit einem überfüllten Tisch mit „schlechten“ Lebensmitteln, darstellt. Also solche, die ohne oder kaum Nährwerte für den jugendlichen Körper, der sich noch im Wachstum befindet, sind und „dick machen“. Wie zum Beispiel Eis, Pommes Frites oder Pizza. (siehe auch Kapitel 2.6.: „Österreichischer Ernährungsbericht 2008“)

Der Grund, weshalb ich „Österreich isst besser“ als zweites Beispiel gewählt habe begründet sich dadurch, dass dieses Format ein konkreter Gegensatz zu Austria´s Next Topmodel ist. In beiden Sendungen liegt das Hauptaugenmerk auf dem Gewicht. Doch bei „Österreich isst besser“ wird darauf geachtet, dass man seine Ernährung umstellt und nicht „nur“ dünn sein

soll, weil es schön ist. Weniger Gewicht zu haben, bedeutet an weniger Folgekrankheiten zu leiden. (siehe Kapitel 2.5.2: „Folgekrankheiten“)

Obwohl Sascha Walleczek ihre eigenen Methoden und Namen für ihre Erklärungen verwendet, wie zum Beispiel die „80:20 Regel“, wenn du 80% der Woche gesund isst, darfst du 20% „falsche“ Nahrungsmittel zu dir nehmen, stimmten ihre Empfehlungen doch stark mit denen des Österreichischen Ernährungsbericht 2008 und der DGE überein.¹⁷⁷ (siehe Kapitel 2.5: „gesunde Ernährung“)

¹⁷⁷ <http://www.issgesund.at/gesundessen/oesterreichisstbesser.html>

3.5. Forschungsfragen und Hypothesen

3.5.1. Studie Rössler

3.5.1.1. Fernsehnutzung

Forschungsfrage 1: Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Fernsehnutzung, und der persönlichen Einstellung Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren zu gesunder Ernährung? In der Studie von Rössler „Ernährung im Fernsehen“ kommen die Forscher, nach einer mehrteiligen Untersuchung zu dem Schluss, dass die Befragten, die sehr lange ferngesehen haben, eine negativere Einstellung zum Thema „Ernährung“ aufgewiesen haben, als jene Befragten, die seltener ferngesehen haben.¹⁷⁸

Dadurch lautet die Hypothese 1a wie folgt:

Hypothese 1: Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren sehr lange fernsehen, dann wird die negative Einstellung zu Ernährung noch verstärkt.

3.5.1.2. Kochshows

Forschungsfrage 2: Gib es einen Zusammenhang zwischen dem Interesse an Kochshows und dem Interesse am Thema „gesunde Ernährung“?

Kochshows sind Sendungen, die das Thema Ernährung beinhalten. Sie stellen Lebensmittel und ihren Verwendungszweck vor und wurden somit auch in der Studie Rössler „Ernährung im Fernsehen“ in ihre Untersuchung behandelt.

Kochsendungen werden um die Mittags- oder Abendzeit gesendet, und erreichen fernsehende recht häufig, da an 6.Stelle der genannt-gesehenen Sendungen Kochsendungen fallen. (siehe Kapitel 2.9.: „Studie Rössler“)

Somit folgt Hypothese 2 und Hypothese 3:

Hypothese 2: Je öfters Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Kochshows rezipieren, desto mehr interessieren sie sich am Thema „gesunde Ernährung“.

Forschungsfrage3: Gibt es einen Zusammenhang, zwischen Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren, die sich selbst versorgen müssen und dem Ansehen einer Kochshow? (siehe Literaturbegründung bei Forschungsfrage 2)

¹⁷⁸ vgl. Rössler: „Ernährung im Fernsehen“ S.38ff.

Hypothese 3: Wenn Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren sich selbst versorgen müssen, dann sehen sie sich Kochsendungen an.

3.5.1.3. Erkennen von negativer Ernährungsdarstellung

Forschungsfrage 4: Haben Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren ein negatives Bild von der Lebensmitteldarstellung, wie in der Studie Rössler, wenn sie ihre bevorzugten TV-Sendungen sehen, oder haben sie ein besseres Bild von der Situation?

In der Studie von Rössler „Ernährung im Fernsehen“ kommen die Forscher, nach einer mehrteiligen Untersuchung, zu dem Schluss, dass die Befragten, die sehr lange ferngesehen haben, eine negativere Einstellung zum Thema „Ernährung“ aufgewiesen haben, als jene Befragten, die seltener fernsahen.¹⁷⁹

Dies wirft die Frage auf, ob es auch eine negative Einstellung der Lebensmitteldarstellung in den bevorzugten Sendungen der österreichischen Jugendlichen gibt.

Hypothese 4: Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren ihre bevorzugten TV-Sendungen sehen, dann nehmen sie ein ähnlich negatives Bild bezüglich der Lebensmitteldarstellung wahr, wie in der Studie Rössler.

3.5.1.4. Interesse am Thema „gesunde Ernährung“

Forschungsfrage 5: Gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Wissen über gesunde Ernährung und dem Interesse am Thema gesunde Ernährung bei Jugendlichen?

Das Ernährungswissen wird durch die Schule, Eltern aber auch das Fernsehen und speziell entwickelte Kampagnen in Österreich für Jugendlichen vermittelt. (siehe Kapitel 2.6.: Österreichischer Ernährungsbericht 2008). Diese Frage geht dem Zusammenhang zwischen diesem Ernährungswissen und dem persönlichen Interesse, welches durch persönliche „Involvement“-Gründe wie zum Beispiel Ernährungskrankheiten beeinflusst wird. (siehe Kapitel 2.9.: „Studie Rössler“)

Hypothese 5: Je höher das Wissen über gesunde Ernährung bei Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren ist, desto wichtiger ist ihnen das Thema „gesunde Ernährung“.

¹⁷⁹ vgl. Rössler: „Ernährung im Fernsehen“ S.38ff.

Forschungsfrage 6: Wenn Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren Interesse an gesunder Ernährung haben, informieren sie sich dann über dieses Thema auch über andere Wege als nur durch das Fernsehen?

Das Fernsehen zählt zu den Leitmedien in Österreich, doch die TV-Nutzung zeichnet auch Verluste. Das Internet, sowie die Nutzung von mobilen Tonträgern werden immer intensiver. (siehe Kapitel 2.1.2.: „Fernsehnutzung in Ö“ und 2.1.3.: „Mediennutzung in der Zukunft“) Dadurch entsteht Hypothese 6:

Hypothese 6: Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Interesse am Thema gesunde Ernährung haben, dann informieren sie sich auch über andere Wege, als nur dem Fernsehen.

3.5.2. Körperzufriedenheit

Forschungsfrage 7: Gibt es einen Zusammenhang mit der Zufriedenheit des Körpergewichtes und dem Sehen von Sendungen wie „Österreich isst besser“ und „Austria’s Next Topmodel“? Die Ernährungsgewohnheiten der Österreicher weisen einen Zusammenhang, mit der Zufriedenheit des Körpergewichtes und dem Ernährungsverhalten, auf. Je nach Körperzufriedenheit besteht beim Konsum verschiedener Lebensmittel unterschiedliche Häufigkeit und Intensität, abgesehen vom gesundheitlichen Soll-Aspekt. (siehe Kapitel 2.8.: „Körperzufriedenheit“)

Da Sendungen wie „Österreich isst besser“ und „Austria’s Next Topmodel“ in Österreich Sendungen speziell für Jugendliche sind, die sich mit dem Thema „Körperzufriedenheit“ auf unterschiedlichen Ebenen auseinandersetzen (siehe Kapitel 3.3.: „Austria’s Next Topmodel“ und 3.4.: „Österreich isst besser“) folgt Hypothese 7:

Hypothese 7: Je weniger Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren mit ihrem Körpergewicht zufrieden sind, desto eher wollen sie Tipps zum Abnehmen von Sendungen wie „Österreich isst besser“ und „Austria’s Next Topmodel“ erhalten.

3.5.3. „Österreich isst besser“

Forschungsfrage 8a: Gibt es einen Zusammenhang von den Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren, die „Österreich isst besser“ ansehen, und deren Geschlecht?

Vor allem Frauen stehen unter Druck einem Schönheitsideal nacheifern zu müssen und somit ihr Körperbild verändern wollen. Frauen werden in über unterschiedliche Medien über Diäten

informiert und zum Abnehmen aufgefordert.¹⁸⁰ Dadurch stellt sich die Frage, ob es einen Zusammenhang zwischen der Sendung „Österreich isst besser“, welche über Ernährungstipps und das Abnehmen Informationen sendet, gibt.

Deswegen geht Hypothese 8a und 8b2 auf die Frage nach den weiblichen Befragten Zuseherinnen und Hypothese 8b auf den Grund der männlichen Zuseher von der Sendung „Österreich isst besser“ wie folgt ein:

Hypothese 8a: Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahre „Österreich isst besser“ gesehen haben, dann waren es vorwiegend weibliche Zuseherinnen.

Forschungsfrage 8b: Gibt es einen Unterschied zwischen dem Geschlecht Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren und dem Grund, weshalb sie „Österreich isst besser“ ansehen? (siehe Literaturbegründung bei Forschungsfrage 8a)

Hypothese 8b1: Wenn Burschen zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ rezipiert haben, dann aus dem Grund, sie lustige Szenen sehen wollen.

Hypothese 8b2: Wenn Mädchen zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ gesehen haben, dann aus dem Grund, weil sie das Thema „gesunde Ernährung“ interessiert.

Forschungsfrage 8c: Gibt es einen Zusammenhang, dass sich Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ ansehen und dem Wunsch ihre Ernährung umzustellen? Die Sendung „Österreich isst besser“ zielt darauf ab, Ernährungsumstellungen anhand von freiwilligen Personen zu vollziehen und dem Zuseher zu zeigen, wie man sich gesund ernährt und dadurch Kilos verlieren kann. (siehe Kapitel 3.4.: „Österreich isst besser“) Dadurch folgt Hypothese 8c:

Hypothese 8c: Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ rezipieren, dann möchten sie ihre Ernährung umstellen.

Forschungsfrage 8d: Gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Interesse an gesunder Ernährung von Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren und der Wahrnehmung der positiven Ernährungsdarstellung von gesunder Ernährung bei „Österreich isst besser“?

¹⁸⁰ vgl. Rössler: „Ernährung im Fernsehen“ S.40

Durch die Sendung „Österreich isst besser“ soll den ZuseherInnen ein Gespür vermittelt werden, welche Lebensmittel als gesund gelten und welche dem Körper dick machen und ohne Nährstoffe für diesen sind. (siehe Kapitel 3.4.: „Österreich isst besser“ und Kapitel 2.5.: „gesunde Ernährung“)

Dadurch ergibt sich folgende Hypothese:

Hypothese 8d: Je höher das Interesse für gesunde Ernährung bei den Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahre ist, desto besser nehmen sie die positive Ernährungsdarstellung zur gesunden Ernährung in „Österreich isst besser“ wahr.

3.5.4. „Austria´s Next Top Model“

Forschungsfrage 9a: Gibt es einen Zusammenhang von den Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren, die „Austria´s Next Topmodel“ ansehen, und deren Geschlecht?

Vor allem Frauen stehen unter Druck einem Schönheitsideal nacheifern zu müssen und somit ihr Körperbild verändern wollen. Frauen werden in über unterschiedliche Medien über Diäten informiert und zum Abnehmen aufgefordert.¹⁸¹

Dadurch stellt sich die Frage, ob es einen Zusammenhang zwischen der Sendung „Austria´s Next Topmodel“, welche die Themen „Schönheit“ und „Dünn sein“ im Vordergrund hat, dem Grund das, und weshalb sich Mädchen diese Sendung ansehen.

Deswegen geht Hypothese 9a und 9b2 auf die Frage nach den weiblichen Befragten Zuseherinnen und Hypothese 9b auf den Grund der männlichen Zuseher, von der Sendung „Österreich isst besser“ wie folgt ein:

Hypothese 9a: Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahre „Austria´s Next Topmodel“ gesehen haben, dann waren es vorwiegend weibliche Zuseherinnen.

Forschungsfrage 9b: Gibt es einen Unterschied zwischen dem Geschlecht Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren und dem Grund, weshalb sie „Austria´s Next Topmodel“ ansehen? (siehe Literaturbegründung bei Forschungsfrage 9a)

Hypothese 9b1: Wenn Burschen zwischen 15 bis 18 Jahren „Austria´s Next Topmodel“ rezipiert haben, dann aus dem Grund, weil es sonst nichts gespielt hat.

¹⁸¹ vgl. Rössler: „Ernährung im Fernsehen“ S.40

Hypothese 9b2: Wenn Mädchen zwischen 15 bis 18 Jahren „Austria’s Next Topmodel“ gesehen haben, dann aus dem Grund, weil das Thema sie interessiert.

Forschungsfrage 9c: Gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Interesse am Thema gesunde Ernährung von Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren, und dem Erkennen der negativen Darstellung von Ernährung bei „Austria’s Next Topmodel“?

Rössler schreibt in „Ernährung im Fernsehen“, dass häufig Lebensmittel im Fernsehen gesendet werden, die nicht zu einer gesunderhaltenden Ernährung empfohlen werden. Allerdings informieren sich die Mehrheit der Befragten, laut der Rezipientenbefragung, über gesunde Ernährung durch das Fernsehen. Dadurch könnte es zu einer Fehleinschätzung der Lebensmitteldarstellung kommen.

Allerdings ist die Intensivität des persönlichen Interesses an gesunde Ernährung auch vom „Themen-Involvement“, also die persönliche Eingebundenheit wie zum Beispiel Essstörungen oder Ernährungsbedingte Krankheiten ein wichtiger Faktor. ¹⁸²

„Austria’s Next Topmodel“ propagiert die Sendung mit dünnen und hübschen Mädchen und zielt vor allem auf Jugendliche und schönheitsbewusste Menschen ab. (siehe Kapitel 3.3: „Austria’s Next Topmodel“) Doch im Gegensatz zu „Österreich isst besser“ wird in diesem Fernsehformat nicht auf die Art der Ernährung geachtet oder gezeigt, was richtig oder falsch ist, um sich gesund zu ernähren.

Dadurch stellt sich Hypothese 9c aber auch im Gegensatz dazu 9d zusammen:

Hypothese 9c: Je mehr Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Interesse am Thema gesunde Ernährung haben, desto eher fällt ihnen die einseitig negative Darstellung von Ernährung bei „Austria’s Next Topmodel“ auf.

Forschungsfrage 9d: Gibt es einen Zusammenhang zwischen keinem Interesse am Thema gesunder Ernährung bei Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren und der Wahrnehmung von Abnehmtipps bei „Austria’s Next Topmodel“? (siehe Literaturbegründung bei Forschungsfrage 9c)

¹⁸² vgl. Rössler: „Ernährung im Fernsehen“ S.14ff

Hypothese 9d: Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren kein Interesse am Thema gesunder Ernährung haben, dann nehmen sie die reinen Abnehmtipps wahr, die in „Austria´s Next Topmodel“ gegeben werden.

3.6.Operationalisierung

Studie Rössler

Fernsehnutzung

Hypothese 1

Variable 1=„Fernsehdauer“: offene Abfrage von 1.: Tage pro Woche

2.:Stunden unter der Woche

3.: Stunden am Wochenende

Kategoriebegründung: Offene Antwortmöglichkeit, da jeder Befragte eine individuelle Fernsehzeiten hat und dadurch kurz über seine Antwort reflektieren kann. Eine Stunde= 01; zwei Stunden= 02, drei Stunden=03,...

Variable 2=“negative Einstellung zu Ernährung“: zum Ankreuzen

„Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich?“ 1= sehr wichtig bis 5= nicht wichtig

Erläuterung: „negative Einstellung“: wenn 0 4 oder 0 5 angekreuzt wurde, also das Thema gesunde Ernährung nicht wichtig erscheint.

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Kochshows

Hypothese 2

Messbarkeit von:

Variable 1= “Interesse an Kochshows“: ankreuzen der Häufigkeit der gesehenen Sendung

„Welche Sendungen schaust Du dir an?“, durch Ankreuzen von „Jede Sendung“, „5-6Mal“, „3-4Mal“, „1-2Mal“ und „Nie“

1.Kochsendungen

2. Andi und Alex

3. Promi Dinner

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche,

im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Variable 2= “mehr Interesse am Thema gesunde Ernährung”: zum Ankreuzen
„Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich?“ 1= sehr wichtig bis 5= nicht wichtig

Erläuterung: „mehr Interesse“, wenn die Befragten 0 1 oder 0 2 angekreuzt haben, das Thema, also für „sehr wichtig“ bis „wichtig“ halten.

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Hypothese 3

Messbarkeit von:

Variable 1= “selbst versorgen”:

„Wie wichtig sind dir folgende Aspekte?“, von 1= trifft zu bis 5=trifft nicht zu

1. Mein Essen wird zu Hause frisch gekocht
2. Ich bereite mir oft selbst frisch gekochte Speisen zu
3. Ich versorge mich mit Pizza, Burger...
4. Ich würde gerne besser kochen können
5. Ich kaufe mir schnell irgendetwas zum Essen
6. Ich esse Mahlzeiten aus der Schulküche
7. Ich verwende schnelle Fertigprodukte zum Kochen

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder Befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Variable 2= “Ansehen einer Kochshow”: ankreuzen der Häufigkeit der gesehenen Sendung

„Welche Sendungen schaust Du dir an?“, „Jede Sendung“, „5-6Mal“, „3-4Mal“, „1-2Mal“ und „Nie“

1. Kochsendungen
2. Andi und Alex
3. Promi Dinner

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Erkennen von negativer Ernährungsdarstellung

Hypothese 4

Messbarkeit von:

Variable 1= „bevorzugte TV-Sendung“

„Welche Sendung/-en waren Grundlage deiner Überlegungen?“, mit offener Antwortmöglichkeit

Kategoriebegründung: Durch die offene Frage kann jeder Befragte kurz über seine Antwort reflektieren und seine individuelle Lieblingsendung, die verschieden ausfallen kann, benennen. Jede Sendung bekommt eine eigene Codierungs-Zahl z.B. „Two and a half man“= 01; „Anna und die Liebe“=02,...

Variable 2= „negative Einschätzung der Art der Ernährungsdarstellung in einer Sendung, die in Erinnerung und häufig gesehen wird“

” Wie schätzt du so eine Art der Ernährung ein?“, durch Ankreuzen von 1= sehr gesund bis 5= sehr ungesund

Erläuterung: „negative Einstellung“: wenn 0 4 oder 0 5 angekreuzt wurde, also das Thema gesunde Ernährung nicht wichtig erscheint.

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus. Durch die offene Frage kann jeder Befragte kurz über seine Antwort reflektieren und seine individuelle Lieblingsendung, die verschieden ausfallen kann, benennen. Jede Sendung

bekommt eine eigene Codierungs-Zahl z.B. „Two and a half man“= 01; „Anna und die Liebe“=02,...

Interesse am Thema „gesunder Ernährung“

Hypothese 5

Messbarkeit von:

Variable 1: „Wissen über gesunde Ernährung“, das Richtige soll angekreuzt werden.

1. Wie oft sollte Obst und Gemüse gegessen werden?

01= 1x täglich 02= 1x pro Woche 03= 3x pro Woche 04= 3x täglich 05= 5x täglich

2. Wie oft dürfen Süßigkeiten gegessen werden?

01= 1x täglich 02= 1x pro Woche 03= 3x pro Woche 04= 3x täglich 05= 5x täglich

3. Wie oft soll Fleisch und Geflügel gegessen werden?

01= 1x täglich 02= 1x pro Woche 03= 3x pro Woche 04= 3x täglich 05= 5x täglich

4. Wie oft soll man Fisch essen?

01= 1x täglich 02= 1x pro Woche 03= 3x pro Woche 04= 3x täglich 05= 5x täglich

5. Wie viel Salz muss man zusätzlich, zu dem in den Nahrungsmittel vorhandenen, täglich aufnehmen, um seinen Bedarf zu decken?

01=gär keines 02= 1g 03= 10g 04= 100g 05= 1EL voll

6. Wie viele Kalorien hat Butter im Vergleich zur gleichen Menge Margarine?

01= um die Hälfte weniger 02= beide haben gleich viel 03= doppelt so viel
04= ¼ mehr 05= ¼ weniger

7. Welches der folgenden Getränke hat den geringsten Zuckeranteil?

01= Energy Drinks 02= Softdrinks 03= Fruchtsaft 04= frisch gepresster Saft

8. Wie oft sollten Milchprodukte gegessen werden?

01= 1x täglich 02= 1x pro Woche 03= 3x pro Woche 04= 3x täglich 05= 5x täglich

9. Wie oft sollten Getreideprodukte (Kohlenhydrate) gegessen werden?

01= 1x täglich 02= 1x pro Woche 03= 3x pro Woche 04= 3x täglich 05= 5x täglich

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, wobei eine davon „richtig“ ist, alle anderen falsch. Dies dient, ähnlich wie Jugendliche durch die Schule gewöhnt sind, zur Wissensabfragung. Wie die Antwortmöglichkeiten von links nach rechts, geht auch die Kategorisierung von eins bis fünf von links nach rechts, wie im Schulnotensystem.

Variable 2: „wichtiger das Thema gesunde Ernährung“: zum Ankreuzen

„Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich?“ von 1= sehr wichtig bis 5= nicht wichtig

Erläuterung: „mehr Interesse“, wenn die Befragten 0 1 oder 0 2 angekreuzt haben, das Thema, also für „sehr wichtig“ bis „wichtig“ halten.

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Hypothese 6

Messbarkeit von:

Variable 1= “Interesse am Thema gesunde Ernährung”: zum Ankreuzen

„Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich?“ von 1= sehr wichtig bis 5= nicht wichtig

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Variable 2= “andere Wege informieren”: ankreuzen

„Welchen Aussagen stimmst Du beim Thema gesunde Ernährung zu?“ von 1= stimme sehr zu; 5=stimme gar nicht zu

1. Ich informiere mich im Internet über gesunde Ernährung
2. Ich frage meine Eltern, um mich zu informieren
3. Ich frage meinen Arzt/Apotheker um mich zu informieren
4. Ich lese Zeitschriften, Broschüren um mich zu informieren

Erläuterung: „auch über andere Wege“, wie dem Internet, Broschüren, Eltern, Arzt/Apotheker etc,...

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Körperzufriedenheit

Hypothese 7

Messbarkeit von:

Variable 1= “Zufriedenheit mit dem Körpergewicht”: ankreuzen von 1 = stimme sehr zu bis 5 = stimme gar nicht zu

1. Ich fühle mich zu dick
2. Ich fühle mich zu dünn

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Variable 2= “eher Abnehmstipps von “Österreich isst besser” und “Austrias Next Topmodel““:

„Warum hast Du dir „Österreich isst besser“ angesehen?“ ankreuzen von 1= trifft zu bis 5= trifft nicht zu

Weil ich Tipps zum Abnehmen bekommen möchte

„Warum hast Du dir „Austria’s Next Topmodel“ angesehen?“ ankreuzen von 1= trifft zu bis 5= trifft nicht zu

Weil ich Tipps zum Abnehmen bekommen möchte

Erläuterung: „eher Tipps zum Abnehmen“, anstatt um diese Sendung zum Beispiel wegen der „lustigen Szenen“ oder den „Modetipps“

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

„Österreich isst besser“

Hypothese 8a

Messbarkeit von:

Variable 1=“ansehen “Österreich isst besser““:

„Hast Du Sendungen (Österreich isst besser, Diät Jugendcamp) mit Sasha Walleczek auf ATV gesehen?“

1= O Ja, immer 2= O Ja, fast jedesmal 3= O Ja, manchmal 4= O 1-2 Mal 5= O Nie

Kategoriebegründung: Ähnlich dem Notenschlüssel in der Schule, mit dem Jugendliche von 15 bis 18 Jahren vertraut sind, kann man durch ankreuzen „ja immer“ bis „nie“ eine von fünf verschiedene Antwortmöglichkeiten ankreuzen. So wie der Notenschlüssel geht's es von links nach rechts, von „ja immer“=01 bis „nie“=05

Variable 2= „Geschlecht“: ankreuzen

Geschlecht: 01= Männlich 02=Weiblich

Erläuterung: „vorwiegend weiblich“, also die Mehrheit von den befragten Teilnehmern waren weiblichen Geschlechts.

Kategoriebegründung: Zufällig gereichte Ordnung um das Geschlecht abzufragen.

Hypothese 8b1

Messbarkeit von:

Variable 1=„Geschlecht“: ankreuzen

Geschlecht: 01=Männlich 02=Weiblich

Kategoriebegründung: Zufällig gereichte Ordnung um das Geschlecht abzufragen.

Variable 2= „Grund“

„Warum hast Du dir die Sendungen angesehen?“ ankreuzen von 1= trifft zu bis 5= trifft nicht zu

1. Das Thema interessiert mich
2. Weil ich gerne lustige Szenen sehe (Stuhlproben..)

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Hypothese 8b2

Messbarkeit von:

Variable 1=„Geschlecht“: ankreuzen

Variable 1=„Interesse am Thema gesunde Ernährung“: zum Ankreuzen

„Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich?“ von 1= sehr wichtig bis 5= nicht wichtig

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Variable 2=„ Wahrnehmung der positiven Art der Ernährung“: ankreuzen

„Wie schätzt du so eine Art der Ernährung ein?“ von 1= sehr gesund bis 5= sehr ungesund

Erläuterung: „positiven Art der Ernährung“: wenn die Befragten 0 1 oder 0 2 angekreuzt haben, das Thema, also für „sehr gesund“ bis „gesund“ halten.

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

„Austria´s next Top Model“

Hypothese 9a

Messbarkeit von:

Variable 1= Frage, ob „Austrias Next Topmodel“ gesehen wurde:

„Hast du dir die Sendung Austria ´s Next Topmodel, auf PULS 4 angesehen?“

01= O Ja, immer 02= O Ja, fast jedesmal 03=O Ja, manchmal 04= O 1-2 Mal 05= O Nie

Kategoriebegründung: Ähnlich dem Notenschlüssel in der Schule, mit dem Jugendliche von 15 bis 18 Jahren vertraut sind, kann man durch ankreuzen „ja immer“ bis „nie“ eine von fünf verschiedene Antwortmöglichkeiten ankreuzen. So wie der Notenschlüssel geht’s es von links nach rechts, von „ja immer“=01 bis „nie“=05

Variable 2= „Geschlecht“: ankreuzen

Geschlecht: 01=Männlich 02=Weiblich

Erläuterung: „vorwiegend weiblich“, also die Mehrheit von den befragten Teilnehmern waren weiblichen Geschlechts.

Kategoriebegründung: Zufällig gereichte Ordnung um das Geschlecht abzufragen.

Hypothese 9b1

Messbarkeit von:

Variable 1= Geschlecht": ankreuzen

Geschlecht: 01=Männlich 02=Weiblich

Kategoriebegründung: Zufällig gereichte Ordnung um das Geschlecht abzufragen.

Variable 2= "Grund"

„Warum hast Du dir die Sendungen angesehen?“ zum Ankreuzen von 1= trifft zu bis 5= trifft nicht zu

1. Das Thema interessiert mich
2. Weil es sonst nichts spielt

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Hypothese 9b2

Messbarkeit von:

Variable 1= Geschlecht": ankreuzen

Geschlecht: 01=Männlich 02=Weiblich

Kategoriebegründung: Zufällig gereichte Ordnung um das Geschlecht abzufragen.

Variable 2="Grund"

„Warum hast Du dir die Sendungen angesehen?“ zum Ankreuzen von 1= trifft zu bis 5= trifft nicht zu

1. Das Thema interessiert mich
2. Weil es sonst nichts spielt

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Hypothese 9c

Messbarkeit von:

Variable 1=„Interesse am Thema gesunde Ernährung“: zum Ankreuzen

„Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich?“ von 1= sehr wichtig bis 5= nicht wichtig

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Variable 2=„negative Wahrnehmung der Art der Ernährung“: ankreuzen

„Wie schätzt du so eine Art der Ernährung ein?“ von 1= sehr gesund bis 5= sehr ungesund

Erläuterung: „negative Art der Ernährung“: wenn die Befragten 0 4 oder 0 5 angekreuzt haben, das Thema, also für „ungesund“ bis „sehr ungesund“ halten.

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Hypothese 9d

Messbarkeit von:

Variable 1=„kein Interesse am Thema gesunde Ernährung“: zum Ankreuzen

„Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich?“ von = sehr wichtig bis 5= nicht wichtig

Kategoriebegründung: Ein Notenschlüssel von eins bis fünf. Eins ist „sehr wichtig“, dieses Schema geht bis fünf und bedeutet „nicht wichtig“, ähnlich dem Schulnotensystem. Dieses sollte jeder befragte Jugendlicher zwischen 15 bis 18 Jahren kennen und damit umgehen können. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

Variable 2= „Grund“

„Warum hast Du dir die Sendungen angesehen?“, zum Ankreuzen von 1= trifft zu bis 5= trifft nicht zu

„Weil ich Tipps zum Abnehmen bekommen möchte“

Kategoriebegründung: geschlossene, vorgegebene Antwortmöglichkeiten, die von „jede Sendung“ bis „nie“ gesehen geht ähnlich dem schulischen Notenschlüsselsystem von eins für „jede Sendung“ bis fünf für „nie“. Diesen Notenschlüssel lernte jeder befragte Jugendliche, im Laufe seiner Schulzeit kennen. Durch dieses Wissen, fällt das Beantworten der Fragen zügiger und einfacher aus.

3.7 Auswertung und Ergebnisse

Die Auswertung erfolgte durch SPSS von 130 Fragebögen, ausgefüllt durch Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahre am GRG 23. Die genauen Zahlen und Tabellen der Auswertungen befinden sich, zum Nachschlagen, im Anhang.

Auf Grund der Lesbarkeit wird in der Auswertung der Ergebnisse, die Gendergerechte Schreibweise übergangen. Wenn ich zum Beispiel von einem „Befragten“ rede ist die weibliche und männliche Form gemeint, außer es steht explizit dabei. Diese Formulierung wurde gewählt, da sonst die Schreibform der Auswertung zu kompliziert und zu lange geworden wäre.

Bei *Hypothese 1a* war die Frage ob es einen Zusammenhang gibt, zwischen sehr langem fernsehen und der Verstärkung von negativer Einstellung zur Ernährung. Die Ergebnisse der Studie Rössler waren jene, dass je länger die Rezipienten fern gesehen hatten, eine negativere Einstellung gegenüber der Darstellung von Ernährung hatten, als jene die weniger lang Sendungen rezipiert hatten.

Hypothese 1

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren sehr lange fernsehen, dann wird die negative Einstellung zu Ernährung noch verstärkt.

Die Signifikanz beträgt 0,236. Da die Signifikanz über 0,05 liegt, also die Fehlerwahrscheinlichkeit zu hoch ist, bedeutet dies, dass die Hypothese 1, für diese Arbeit, nicht bestätigt werden kann.

Die Forschungsergebnisse der Studie Rössler, dass die Befragten, die sehr lange fernsehen einen negative Einstellung zum Thema „Ernährung“ aufweisen, als jene, die seltener fernsehen erweisen sich, für diese Arbeit, als nicht haltbar für die österreichischen, befragten Jugendlichen. Ein Grund könnte die kleiner bemessene Zielgruppe sein, da in dieser Arbeit nur Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren befragt worden ist.

In dieser Arbeit gibt es also keinen Zusammenhang zwischen sehr langem fernsehen und der negativen Einstellung, zum Thema „gesunde Ernährung“.

Kochshows

In *Hypothese 2* wird der Frage nachgegangen, ob es einen Zusammenhang mit dem Interesse Jugendliche an dem Thema gesunder Ernährung und dem Ansehen von Kochshows gibt.

Im Fragebogen unterschied man von Kochsendungen an sich, von der Kochsendung „Andi und Alex“, die mittags auf ORF 2 gezeigt wird, dem „Promi Dinner“ auf VOX.

Hypothese 2

- Je öfters Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Kochshows rezipieren, desto mehr interessieren sie sich am Thema „Ernährung“.

Da die Signifikanz bei 1 liegt, weicht der Wert, den vertretbaren 5% ab.

Das bedeutet, dass das Interesse am Thema „gesunde Ernährung“ und das Sehen von generellen „Kochsendungen“, keinen Zusammenhang aufweist.

Bei „Andi und Alex“ liegt die Signifikanz bei 0,317 ist auch dieser Wert höher, als erlaubt, um eine Signifikanz zu erreichen um diese Hypothese, für diese Arbeit, zu bestätigen. Somit gibt es keinen Zusammenhang für das Interesse und dem Sehen von „Andi und Alex“.

Bei dem „Promi Dinner“ liegt die Signifikanz liegt bei 0,157 und somit gibt es auch hier keinen Zusammenhang zwischen dem Interesse an dem Thema gesunde Ernährung und dem „Promi Dinner“.

Zusammenfassend ist für diese Arbeit die Hypothese 2 nicht haltbar.

Ein möglicher Grund für diese Signifikanz könnte sein, dass Jugendliche zu der Zeit, in der es die Kochsendungen spielt, nicht zu Hause sind. „Andi und Alex“ spielt es zum Beispiel um die Mittagszeit, zu der die befragten Jugendlichen noch in der Schule sein könnten. „Promi Dinner“ spielt es auf VOX, einem deutschen Sender, und dies könnte bedeuten, dass einige der Befragten, den Sender nicht empfangen und somit die Sendung nicht rezipieren können. Die Hypothese zwei wurde von der Studie Rössler abgeleitet, die eine sehr große Rezipienten gruppe untersucht hat. Da meine untersuchte Zielgruppe kleiner und auf Jugendliche beschränkt war, könnte dies auch ein Grund, für die nicht übertragbare Hypothese sein.

Für *Hypothese 3* wurde untersucht, ob die befragten Jugendlichen sich selber versorgen müssen und, sollte dies der Fall sein, sich Kochsendungen ansehen.

Hypothese 3

- Wenn Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren sich selbst versorgen müssen, dann sehen sie sich Kochsendungen an.

Da die Signifikanz mit einem Wert von 0,983 über dem akzeptierten Grenzwert von 0,05 liegt, bedeutet dies, dass kein Zusammenhang zwischen dem Sehen von „Kochsendungen“ und dem „Zubereiten frischer Speisen“, der jugendlichen Befragten, hergestellt werden kann.

Da die Signifikanz mit einem Wert von 0,955 über dem akzeptierten Grenzwert von 0,05 liegt, kann kein Zusammenhang zwischen dem Sehen von „Kochsendungen“ und dem persönlichen „Versorgen mit Fast Food“, der jugendlichen Befragten hergestellt werden.

Die Signifikanz liegt mit 0,019 innerhalb des akzeptierten Signifikanzwertes. Somit besteht ein Zusammenhang zwischen dem „Kaufen von irgendwas zum Essen“ und dem Sehen von „Kochsendungen“.

Da die Signifikanz mit einem Wert von 0,663 über dem akzeptierten Grenzwert von 0,05 liegt, kann kein Zusammenhang zwischen dem Sehen von „Kochsendungen“ und dem persönlichen „Versorgen mit Fertigprodukten“, der jugendlichen Befragten hergestellt werden.

Zusammenfassend lässt sich für Hypothese 3 sagen, dass die Mehrheit der untersuchten Variablen keine Signifikanz aufweist und, bis auf „Kaufe irgendetwas zum Essen“, sonst kein Zusammenhang mit dem Sehen von „Kochsendungen“, für diese Arbeit, gebracht werden kann. Grund dafür könnte sein, dass die untersuchte Stichprobe zu klein war. Es könnte auch sein, dass die befragten Jugendlichen, zu den Zeiten, zu denen es Kochsendungen spielt, gerade zum Beispiel in der Schule sind, und somit der Umfang der ausgewerteten Stichproben zu klein gewesen ist, um diese Hypothese besser untersuchen zu können.

Erkennen von negativer Ernährungsdarstellung

Hypothese 4 hinterfragt, ob Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren ein ähnlich negatives Bild von der Lebensmitteldarstellung im Fernsehen, ähnlich der Studie Rössler, haben.

Hypothese 4

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren ihre bevorzugten TV-Sendungen sehen, dann nehmen sie ein ähnlich negatives Bild bezüglich der Lebensmitteldarstellung wahr, wie in der Studie Rössler.

Keiner, der 130 Befragten meinte, dass in den bevorzugten Sendungen, welche die Mehrheit unterschiedlichste Serien waren, „sehr gesunde“ Ernährungsdarstellung gewesen sei.

2,3% waren „Reality Shows“, 0,8% „Nachrichten“, 1,5% „Wissenssendungen“, 4,6% „Kochsendungen“, 3,8% „Spielfilme“, 25,4% gaben „keine Angaben“ und der Rest gaben „Serien“, als Überlegung an. Also 61,6% dachten bei ihren Angaben an Serien, wobei „Mein cooler Onkel Charlie“ von insgesamt 10%, die meist genannte Serie war.

Die Ernährung wurde von der Mehrheit, bei allen Überlegungen als „mittel gesund“ eingeschätzt, danach folgt „wenig gesund“.

Zusammenfassend zeigt sich, dass die befragten Jugendlichen eine positivere Einstellung gegenüber der Lebensmitteldarstellung im Fernsehen und ihren bevorzugten Sendungen, haben als die Befragten in der Studie Rössler. Das bedeutet, dass die Hypothese 4 nicht bestätigt werden kann.

Allerdings muss dazu gesagt werden, dass diese Einstellung sich nicht mit der, einer gesunden Ernährung deckt, sondern allein die Einstellung der Jugendlichen gegenüber allen befragten Lebensmitteln und deren Darstellung positiver empfunden wird, als sie nach Richtlinien der DGE und des Österreichischen Ernährungsbericht 2008 eigentlich sein sollten.

Interesse am Thema „gesunder Ernährung“

Hypothese 5 hinterfragt, ob das Wissen über „gesunde Ernährung“ mit dem Interesse an diesem Thema zusammenhängt.

Hypothese 5

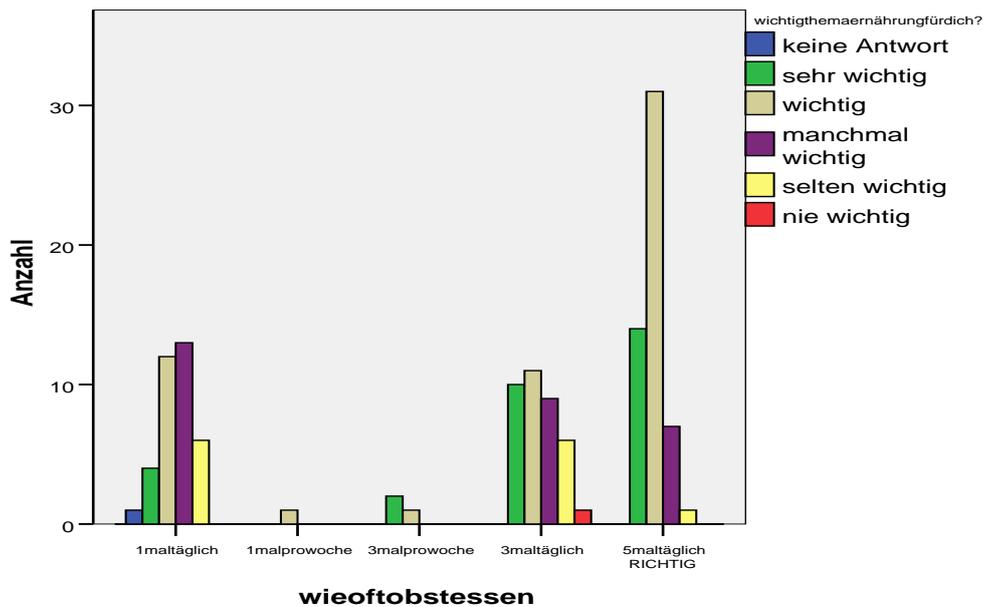
- Je höher das Wissen über gesunde Ernährung bei Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren ist, desto wichtiger ist ihnen das Thema „gesunde Ernährung“.

Es wurden die Aussagen verglichen, wie die Jugendlichen auf einer Skala von 1-5, die Ernährungsdarstellung generell in ihrer bevorzugten Sendung sehen, mit Wissensfragen.

Diese wurden, inspiriert durch die Studie Rössler und mittels den Ernährungs-Richtlinien der DGE und dem Österreichischen Ernährungsbericht 2008, zusammengestellt

Die erste Wissensfrage lautete, „Wie oft sollte Obst und Gemüse gegessen werden?“.

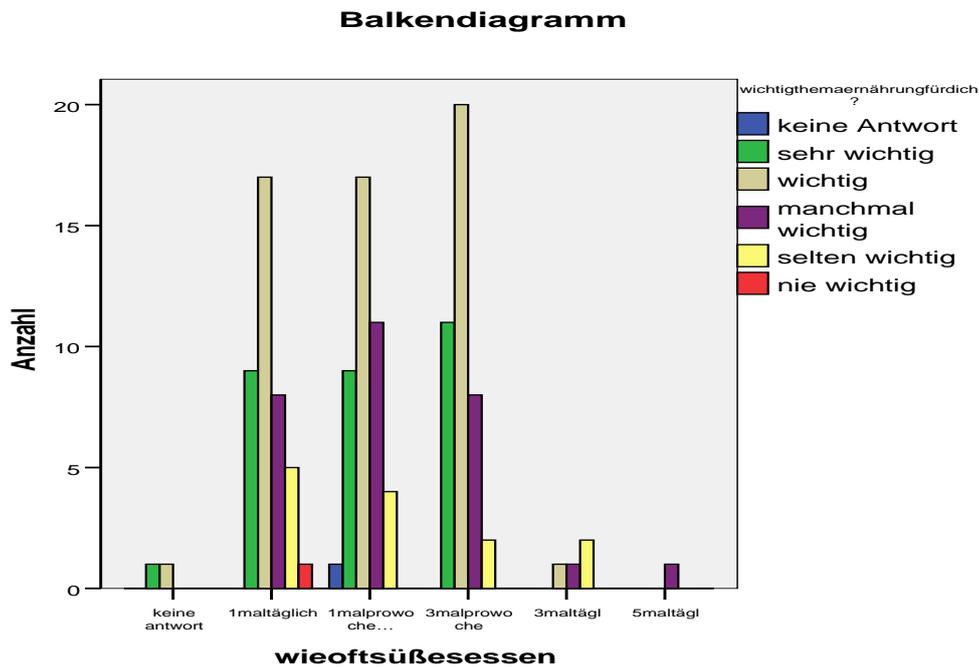
Balkendiagramm



58,5% der Befragten, welche die richtige Antwort „5 Mal täglich“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 26,4% als „sehr wichtig“, 13,3% „manchmal wichtig“ und 1,9% „selten wichtig“. Allerdings haben nur 53, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet.

Bei der Frage nach „Obst“ kann man sehen, dass das Wissen, mit dem Interesse größtenteils einher geht. Allerdings ergibt die Signifikanz einen Wert von 0,077. Das bedeutet, dass die Werte, keine eindeutige Signifikanz aufweisen, allerdings eine Tendenz besitzen.

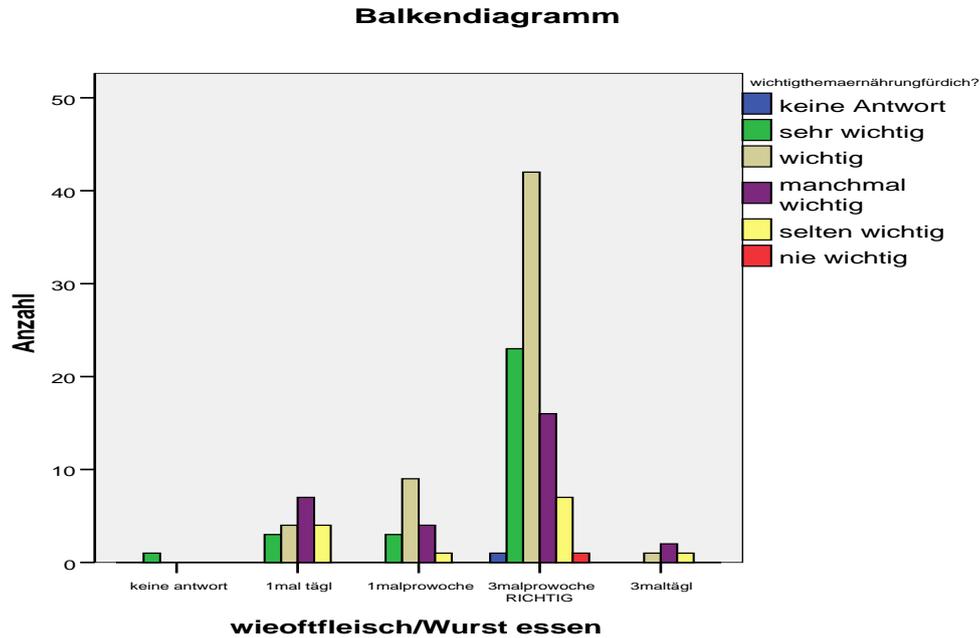
Die zweite Wissensfrage lautete „Wie oft dürfen Süßigkeiten gegessen werden?“.



40,5% der Befragten, welche die richtige Antwort „1Mal pro Woche“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 21,4% als „sehr wichtig“, 26,2% „manchmal wichtig“ und 9,5% „selten wichtig“. Allerdings haben nur 42, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet. Die Mehrheit, welche die Frage falsch beantwortet habt, empfindet „Ernährung“ allerdings auch „wichtig“.

Bei der Frage nach „Süßem“ kann man mit einem Wert von 0,783 keine Signifikanz und somit auch keinen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse.

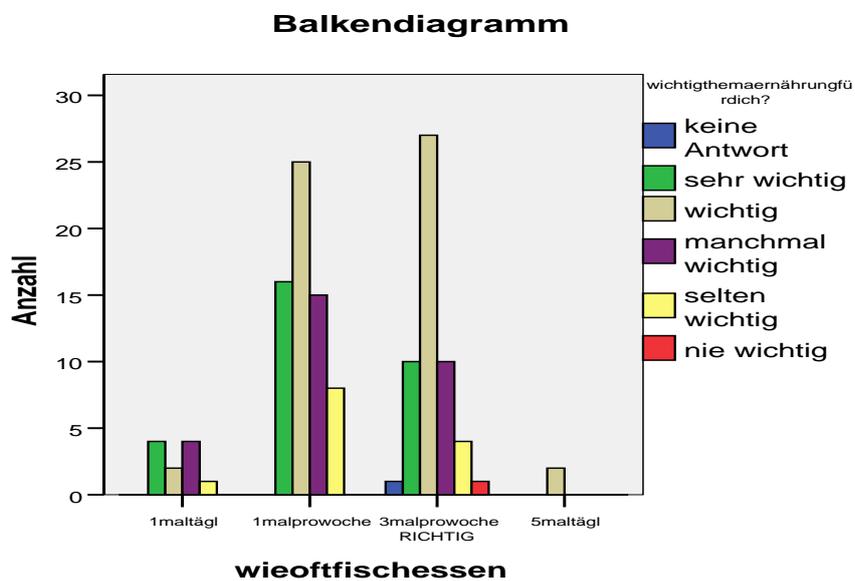
Die dritte Wissensfrage lautete „Wie oft soll Fleisch und Geflügel gegessen werden?“.



46,7% der Befragten, welche die richtige Antwort „3Mal pro Woche“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 25,6% als „sehr wichtig“, 17,8% „manchmal wichtig“, 7,8% „selten wichtig“ und 1,1% als „nie wichtig“. Insgesamt haben 90, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet.

Bei der Frage nach „Fleisch/Wurst“ kann man mit einem Wert von 0,625 keine Signifikanz und somit auch keinen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse.

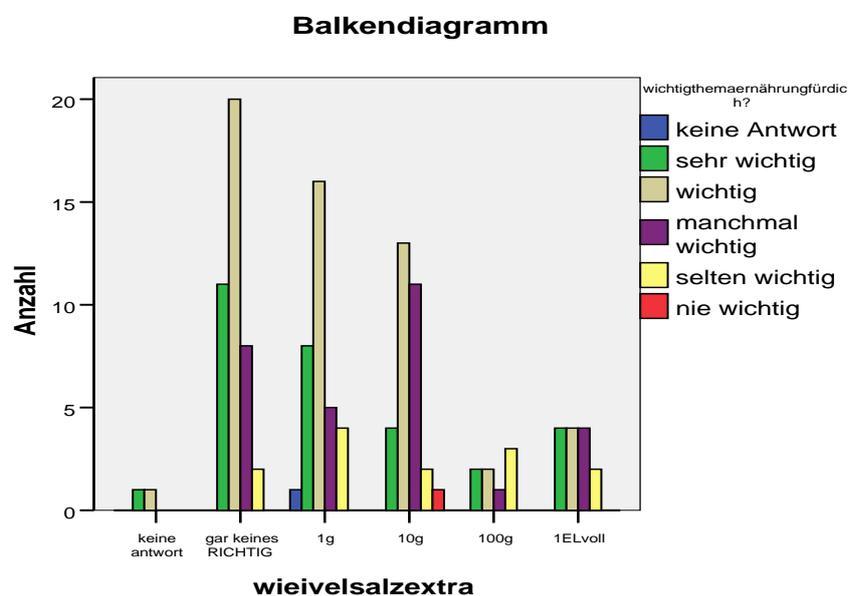
Die vierte Wissensfrage lautet „Wie oft soll Fisch gegessen werden?“



50,9 % der Befragten, welche die richtige Antwort „3Mal pro Woche“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 18,9% als „sehr wichtig“, 18,9 % „manchmal wichtig“, 7,5% „selten wichtig“ und 1,9% als „nie wichtig“.

Es haben 53, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet. Die Mehrheit, welche die Frage falsch beantwortet hat, empfindet „Ernährung“ allerdings auch „wichtig“. Bei der Frage nach „Wurst/Fleisch“ kann mit einem Wert von 0,718 keine Signifikanz und somit auch keinen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse.

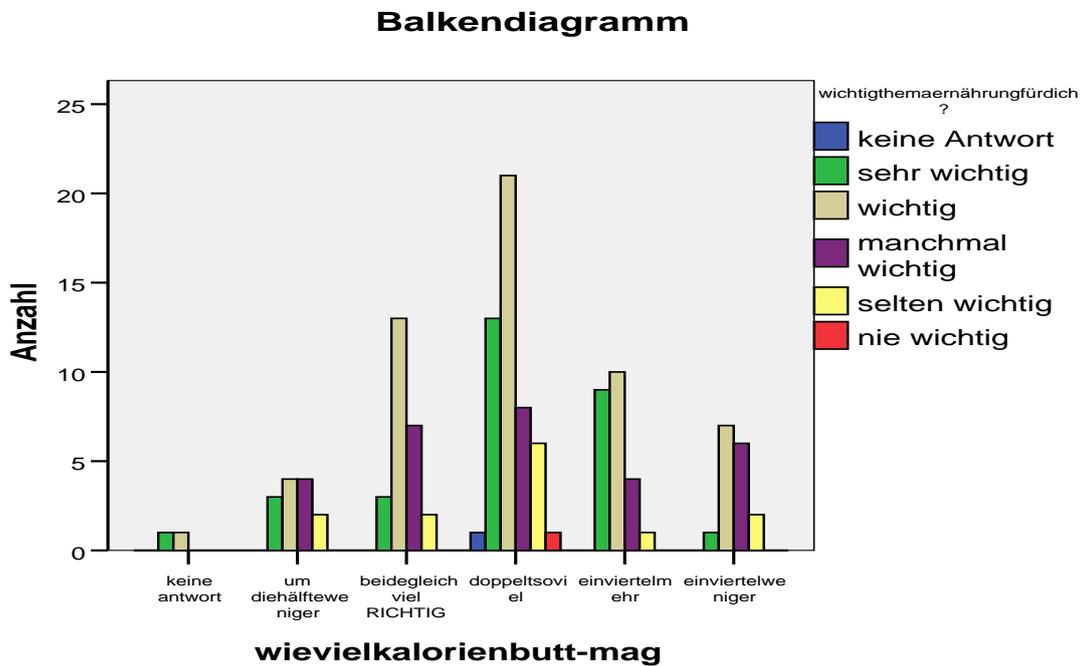
Die fünfte Wissensfrage lautete „Wie viel Salz muss man zusätzlich, zum dem in den Nahrungsmittel vorhandenen, täglich aufnehmen, um seinen Bedarf zu decken?“.



48,8% der Befragten, welche die richtige Antwort „gar keines“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 26,8% als „sehr wichtig“, 19,5% „manchmal wichtig“ und 4,9% „selten wichtig“. Allerdings haben nur 41, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet. Die Mehrheit, welche die Frage falsch beantwortet haben, empfinden „Ernährung“ allerdings auch „wichtig“.

Bei der Frage nach „Salz“ kann man mit einem Wert von 0,590 keine Signifikanz und somit auch keinen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse.

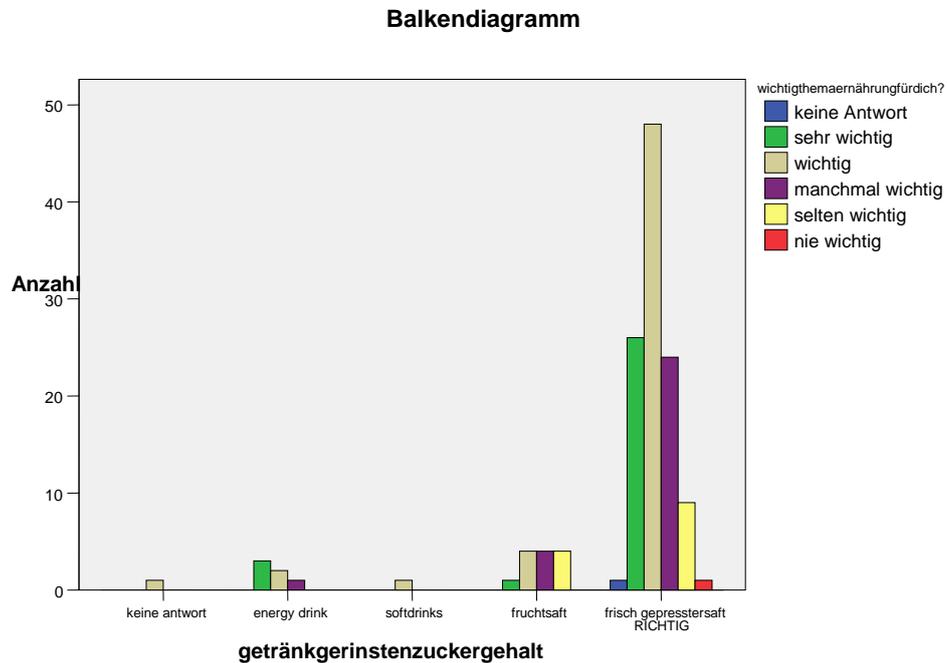
Die sechste Wissensfrage lautete „Wie viele Kalorien hat Butter im Vergleich zu Margarine?“.



52% der Befragten, welche die richtige Antwort „beide haben gleich viel“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 12% als „sehr wichtig“, 28% „manchmal wichtig“ und 8% „selten wichtig“. Allerdings haben nur 25, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet. Die Mehrheit, welche die Frage falsch beantwortet hat, empfindet „Ernährung“ allerdings auch „wichtig“.

Bei der Frage nach „Kalorien“ kann man mit einem Wert von 0,904 keine Signifikanz und somit auch keinen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse.

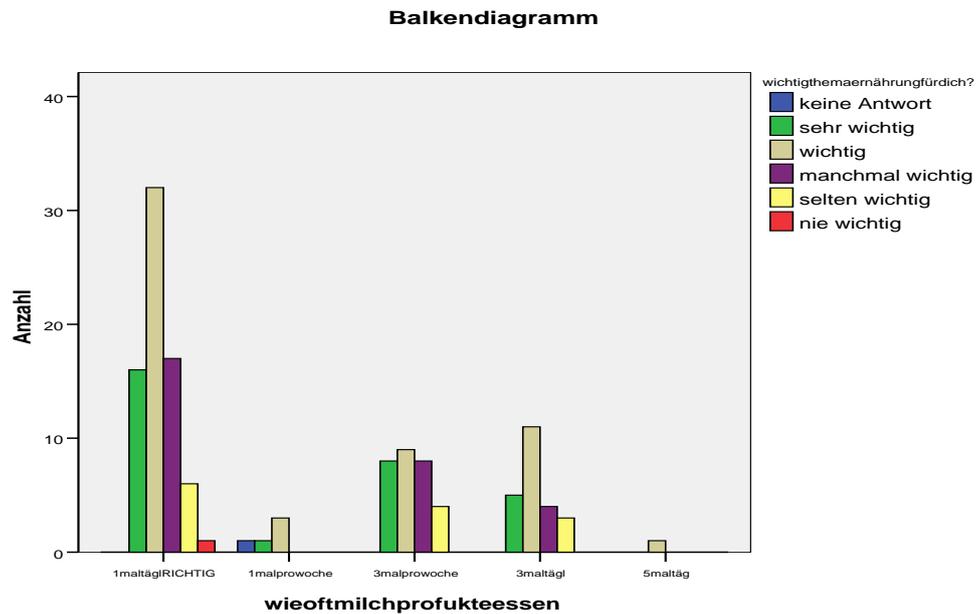
Die siebente Wissensfrage lautete „Welches der folgenden Getränke hat den geringsten Zuckeranteil?“.



44% der Befragten, welche die richtige Antwort „frisch gepresster Saft“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 23,9% als „sehr wichtig“, 22% „manchmal wichtig“, 8,3% „selten wichtig“ und 9% als „nie wichtig“. Es haben 109, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet.

Bei der Frage nach „Zucker“ kann man allerdings mit einem Wert von 0,835 keine Signifikanz und somit keinen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse.

Die achte Wissensfrage lautete „Wie oft sollen Milchprodukte gegessen werden?“.



44,4% der Befragten, welche die richtige Antwort „1Mal täglich“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 22,2% als „sehr wichtig“, 23,6% „manchmal wichtig“, 8,3% „selten wichtig“ und 1,4% als „nie wichtig“.

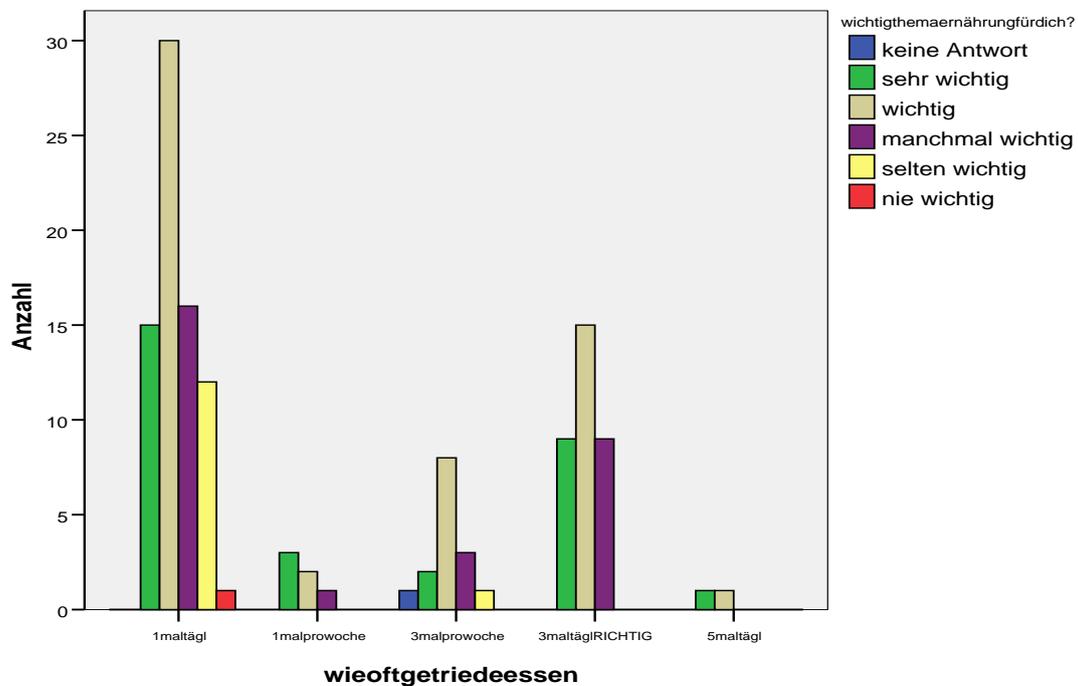
72, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet.

Die Mehrheit, welche die Frage falsch beantwortet hat, empfindet „Ernährung“ allerdings auch „wichtig“.

Bei der Frage nach „Milch/-produkten“ kann man mit einem Wert von 0,043 eine Signifikanz und einen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse.

Die neunte und letzte Wissensfrage lautete „Wie oft sollten Getreideprodukte /Kohlenhydrate gegessen werden?“.

Balkendiagramm



45,5% der Befragten, welche die richtige Antwort „3Mal pro Tag“ angekreuzt haben, empfinden das Thema „Ernährung“ als „wichtig“, 27,3% als „sehr wichtig“ und 27,3% „manchmal wichtig“.

Allerdings haben nur 33, der insgesamt 130 Befragten die Frage richtig beantwortet.

Die Mehrheit, welche die Frage falsch beantwortet hat, empfindet „Ernährung“ allerdings auch „wichtig“.

Bei der Frage nach „Getreide“ kann man mit einem Wert von 0,409 keine Signifikanz und somit auch keinen Zusammenhang erkennen, zwischen dem Wissen und dem Interesse, wobei die Mehrheit falsch geantwortet hat.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass, obwohl viele Fragen von der Mehrheit falsch beantwortet worden sind, und die Signifikanz über dem wünschenswerten Bereich liegt, doch die Richtig beantworteten Fragen, mit einem Interesse am Thema „gesunde Ernährung“ einhergeht. Somit lässt sich die Hypothese 5, für diese Arbeit, teilweise bestätigen.

Bei *Hypothese 6* wird das Interesse nach gesunder Ernährung und die Wege, wie Jugendliche an Information über gesunde Ernährung kommen, ermittelt.

Hypothese 6

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Interesse am Thema gesunde Ernährung haben, dann informieren sie sich auch über andere Wege, als nur dem Fernsehen.

Die Frage, ob Jugendliche sich auch auf anderen Wegen über das Thema „gesunde Ernährung“ informieren, wurde wie folgt ausgewertet. Wenn Jugendliche sich über das Internet noch zusätzlich informieren und die Eltern befragen, liegt die Signifikanz über der wünschenswerten Grenze von 0,05. Wenn Jugendliche allerdings den Arzt/Apotheker fragen und/oder Zeitschriften lesen, beträgt die Signifikanz 0,05 und 0,027. Somit sind die letzteres zwei Signifikant.

Das bedeutet, dass sich Jugendlichen über den Arzt/Apotheker und/oder Zeitschriften noch zusätzlich über „gesunde Ernährung“ informieren.

Somit kann die Hypothese 6, für diese Arbeit, teilweise bestätigt werden.

Körperzufriedenheit

Bei *Hypothese 7a* wurde untersucht, ob die Unzufriedenheit des Körpergewichtes von Jugendlichen zwischen 15 und 18 Jahren mit Tipps zum Abnehmen zusammenhängt. Wobei die Unzufriedenheit ein persönliches Gefühl darstellt und nicht mit tatsächlichem Übergewicht zusammen hängen muss.

Hypothese 7

- Je weniger Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren mit ihrem Körpergewicht zufrieden sind, desto eher wollen sie Tipps zum Abnehmen von Sendungen wie „Österreich isst besser“ und „Austria´s Next Topmodel“ erhalten.

Bei beiden Auswertungen, der Variablen „Unzufriedenheit des Gewichtes“, „zu dünn“, sowie „zu dick“, ergibt sich bei beiden Sendungen, „Österreich isst besser“, als auch „Austria´s Next Topmodel“, und dem Wunsch Tipps zum Abnehmen zu bekommen, ein Wert über 0,05. Das bedeutet, dass keine Signifikanz, bei keiner der untersuchten Variablen besteht.

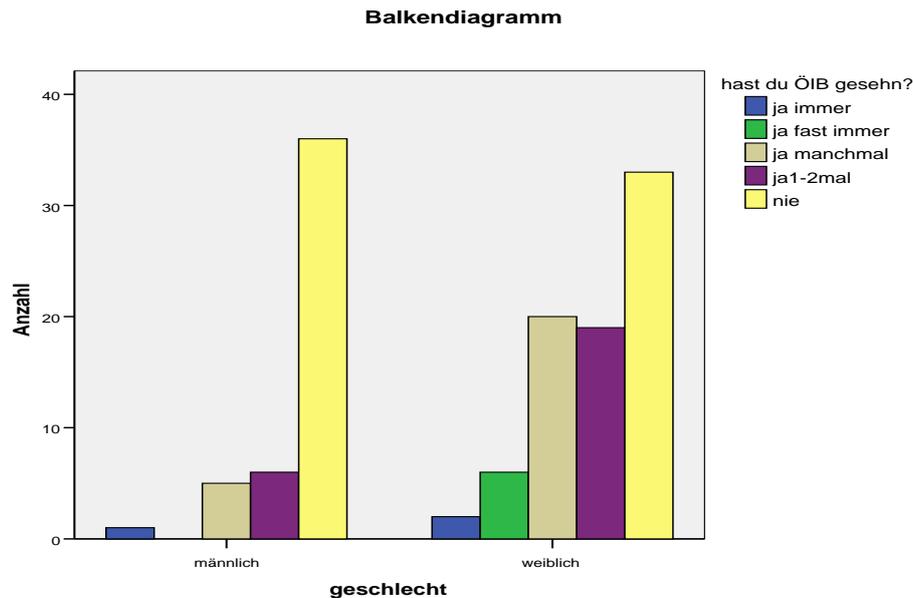
Das bedeutet, dass, die Hypothese 7, für diese Arbeit, nicht bestätigt werden kann.

„Österreich isst besser“

Bei *Hypothese 8a* wird untersucht, ob es einen Zusammenhang mit dem weiblichen Geschlecht und dem Sehen von „Österreich isst besser“ gibt.

Hypothese 8a

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahre „Österreich isst besser“ gesehen haben, dann waren es vorwiegend weibliche Zuseherinnen.



Die Auswertung ergibt, dass von 130 Befragten, mehr weibliche, als männliche Jugendliche „Österreich isst besser“ gesehen haben. Von den weiblichen Antworten ausgegangen, haben 23,8% die Sendung „selten“, 25% „manchmal“, 7,5% „fast jede“ und 10,6% „jede“ Folge gesehen.

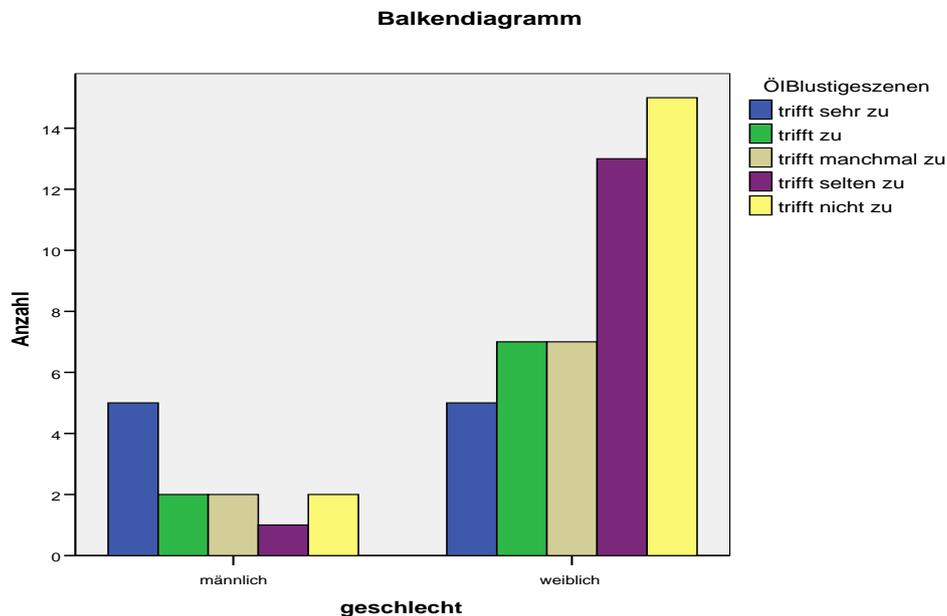
Die Residuen und die Grafik zeigen eine Gegenläufigkeit des Sehverhaltens zwischen den männlichen und weiblichen Befragten.

Die Hypothese 8a weist mit einem Wert von 0,004 einen hohen Signifikanz Wert auf. Somit kann, für diese Arbeit, die Hypothese 8a angenommen werden.

Für *Hypothese 8b1* wurde untersucht, ob es einen Zusammenhang gibt zwischen männlichen Rezipienten von „Österreich isst besser“ und dem Grund, ob sie sich diese Sendung wegen den „lustigen Szenen“ ansehen.

Hypothese 8b1

- Wenn Burschen zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ rezipiert haben, dann aus dem Grund, sie lustige Szenen sehen wollen.



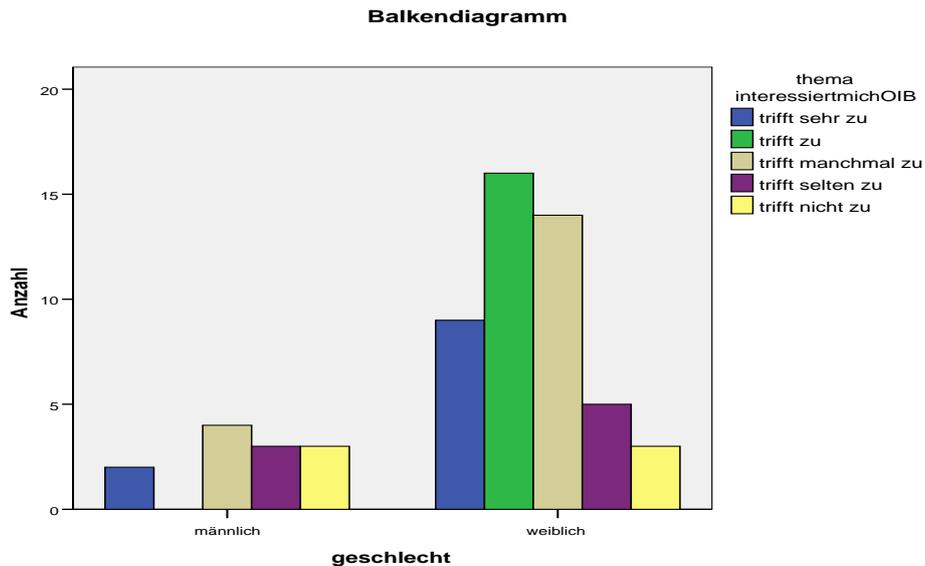
Die Auswertung ergibt, dass von 130 Befragten, mehr weibliche, als männliche Jugendliche „Österreich isst besser“ gesehen haben. Doch wenn männliche Befragte die Sendung rezipierten, sahen 41,7%, von denen aus dem Grund „lustige Szenen“ diese Sendung und nur 10,6% weibliche Befragte aus demselben Grund.

Die Hypothese 8b1 weist mit einem Wert von 0,101 keine Signifikanz auf und kann somit, für diese Arbeit, nicht bestätigt werden.

Hypothese 8b2 hinterfragt, ob weibliche Rezipientinnen von „Österreich isst besser“, die Sendung aus dem Grund des Interesses sehen.

Hypothese 8b2

- Wenn Mädchen zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ gesehen haben, dann aus dem Grund, weil sie das Thema „gesunde Ernährung“ interessiert.



Die Auswertung ergibt, dass von 130 Befragten, mehr weibliche, als männliche Jugendliche „Österreich isst besser“ gesehen haben. Wenn weibliche Befragte die Sendung rezipierten, sahen 19,1% von denen aus dem Grund „weil mich das Thema interessiert“ jede, und 34% „fast jede“ Sendung. Nur 16,7% der männlichen Jugendlichen sahen jede und 0% „fast jede“ Sendung aus demselben Grund.

Mit einem Wert von 0,064 ergibt sich keine Signifikanz, wobei eine leichte Tendenz vorhanden ist. Somit tendiert Hypothese 8b2 teilweise als korrekt, für diese Arbeit.

Bei *Hypothese 8c* wird hinterfragt, ob der Wunsch aufkommt, die Ernährung umzustellen, wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ sehen.

Da es in dieser Sendung um Ernährungsumstellung geht, könnte es sein, dass man durch die offensichtlichen Vorteile einer gesünderen Ernährung, wie Leistungssteigerung, Beseitigung von Nahrungsbedingten Krankheiten und so weiter, Lust bekommt, sich auch gesünder zu ernähren.

Hypothese 8c

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ rezipieren, dann haben sie den Wunsch ihre Ernährung umzustellen.

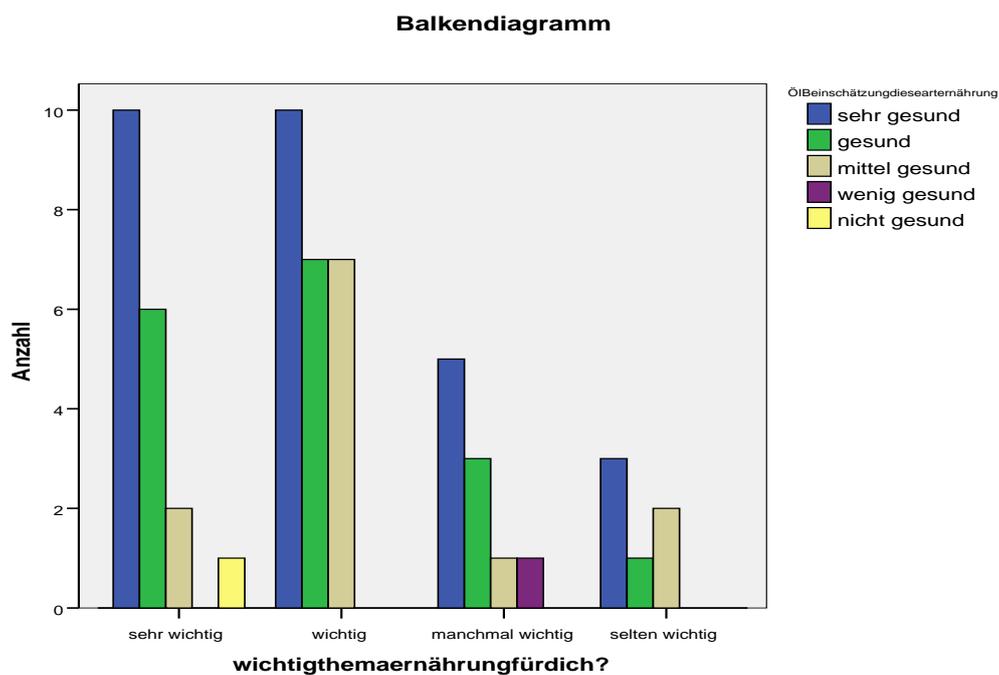
Die Signifikanz liegt beim Vergleich der Variablen, ob die Befragten ihre Ernährung umstellen würden, nachdem sie „Österreich isst besser“ gesehen haben, bei einem Wert von

0,003. Das bedeutet, dass diese Variablen hoch signifikant sind. Somit kann die Hypothese 8c, für diese Arbeit, angenommen werden.

Die *Hypothese 8d* untersucht, ob das Interesse an gesunder Ernährung Jugendliche erkennen lassen, dass „Österreich isst besser“ eine positive Ernährungsdarstellung vermitteln möchte. Das bedeutet, dass gesunde Lebensmittel gezeigt und über diese gesprochen werden, allerdings auch falsche Ernährungsformen aufgezeigt werden.

Hypothese 8d

- Je höher das Interesse für gesunde Ernährung bei den Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahre ist, desto besser nehmen sie die positive Ernährungsdarstellung zur gesunden Ernährung in „Österreich isst besser“ wahr.



Die befragten Jugendlichen, erkannten alle, auch wenn Ernährung für sie nur „selten“ wichtig war, dass die Ernährungsdarstellung von „Österreich isst besser“ positiv ist.

Allerdings ist der Mehrheit das Thema „gesunde Ernährung“ „sehr wichtig“ bis „wichtig“, und davon nehmen insgesamt 94,3%, die Ernährungsdarstellung bei „Österreich isst besser“ positiv wahr.

Der Wert von 0,571 weist keine Signifikanz auf, und auch die Residuen sind wenig aussagekräftig. Somit muss die Hypothese 8d, für diese Arbeit, falsifiziert werden.

Einer der möglichen Gründe für diese Hypothese könnte sein, dass der Umfang der Stichprobe zu klein gewesen ist. Vielleicht hätte man mehr Seher der Sendung „Österreich isst besser“ und deren Wahrnehmung zur Ernährungsdarstellung dieser Sendung vergleichen müssen.

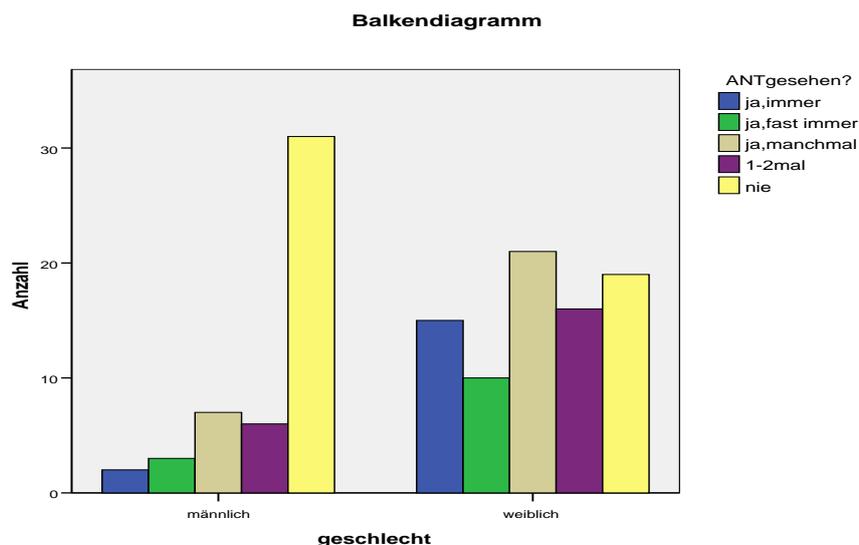
Vielleicht wäre allerdings auch eine qualitative Befragung für diese Fragestellung sinnvoller gewesen.

„Austria´s Next Top Model“

Bei *Hypothese 9a* soll herausgefunden werden, ob der weibliche Anteil der „Austria´s Next Topmodel“ Rezipienten weiblich sind.

Hypothese 9a

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahre „Austria´s Next Topmodel“ gesehen haben, dann waren es vorwiegend weibliche Zuseherinnen.



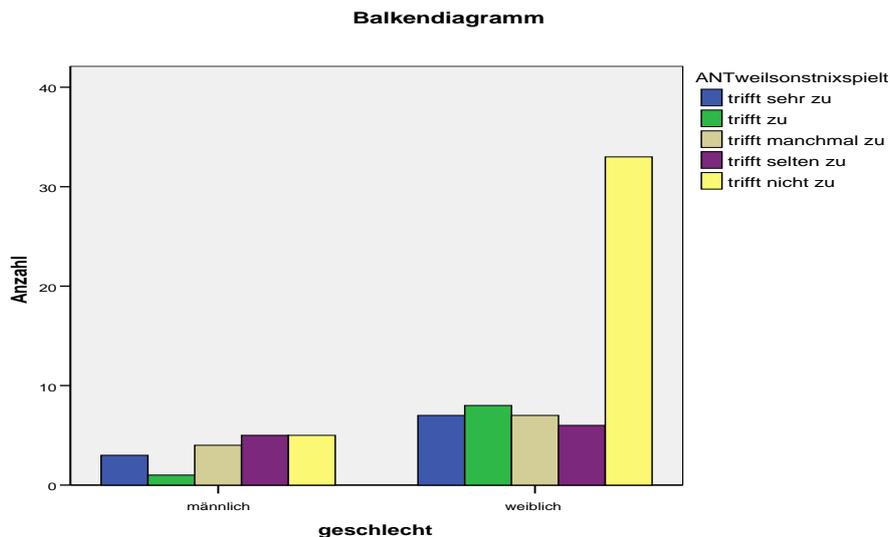
Die Auswertung ergibt, dass von 130 Befragten, mehr weibliche, als männliche Jugendliche „Austria´s Next Topmodel“ gesehen haben. Wobei von den weiblichen Jugendlichen 19,8% die Sendung „selten“, 25,9% „manchmal“, 12,3% „fast jede“ und 18,5% „jede“ Folge gesehen haben. Im Gegensatz, haben nur 4,1% der befragten Burschen „jede“, 6,1% „fast jede“, 14,3% „manchmal“, und 12,2% „selten“ die Folgen angesehen haben.

Das bedeutet, dass die Hypothese 9a, mit einem Wert von 0,000 eine eindeutige Signifikanz aufweist und somit diese Hypothese für diese Arbeit, angenommen werden kann.

Bei *Hypothese 9b1* soll herausgefunden werden, ob Burschen sich „Austria’s Next Topmodel“ angesehen haben, weil es sonst nichts anderes im Fernsehen gespielt hat.

Hypothese 9b1

- Wenn Burschen zwischen 15 bis 18 Jahren „Austria’s Next Topmodel“ rezipiert haben, dann, weil es sonst nichts gespielt hat.



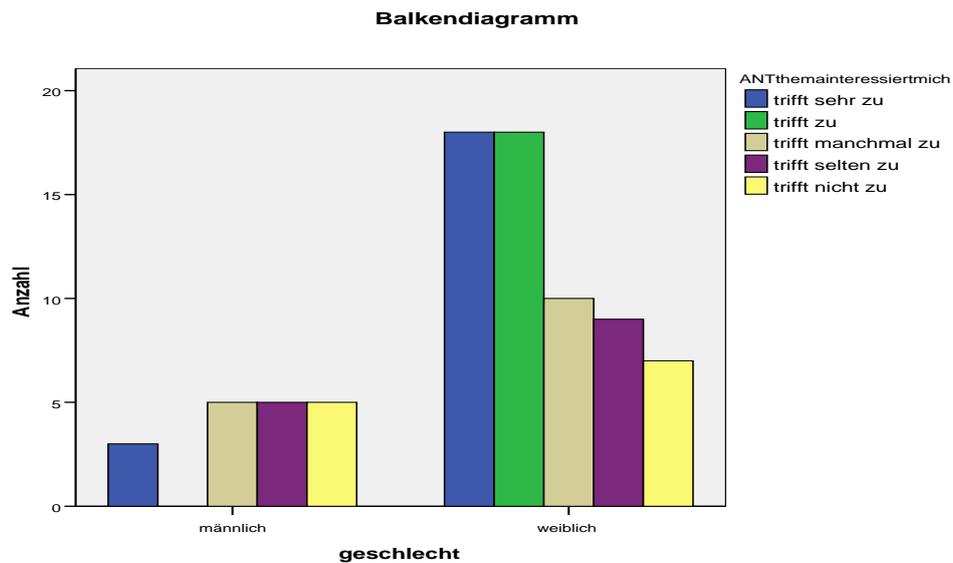
Die Auswertung ergibt, dass von 130 Befragten, mehr weibliche, als männliche Jugendliche „Austria’s Next Topmodel“ gesehen haben. Doch wenn männliche Befragte die Sendung rezipierten, sahen insgesamt 72,3%, von denen aus dem Grund „weil es sonst nichts anderes spielt“ diese Sendung und nur 45,9% weibliche Befragte aus demselben Grund.

Mit einem Wert von 0,118 ergibt sich keine Signifikanz und somit kann die Hypothese 8b1, für diese Arbeit, nicht bestätigt werden.

Bei *Hypothese 9b2* wird angenommen, dass weibliche Rezipienten von „Austria’s Next Topmodel“ sich für dieses Thema interessieren.

Hypothese 9b2

- Wenn Mädchen zwischen 15 bis 18 Jahren Austria’s Next Topmodel gesehen haben, dann, weil das Thema sie interessiert.



Die Auswertung ergibt, dass von 130 Befragten, mehr weibliche, als männliche Jugendliche „Austria’s Next Topmodel“ gesehen haben. Der meistgenannte Grund weshalb weibliche Befragte die Sendung rezipierten, war mit insgesamt 88,6%, „weil mich das Thema interessiert“. Allerdings sahen auch 72,3% der männlichen Befragten aus demselben Grund diese Sendung.

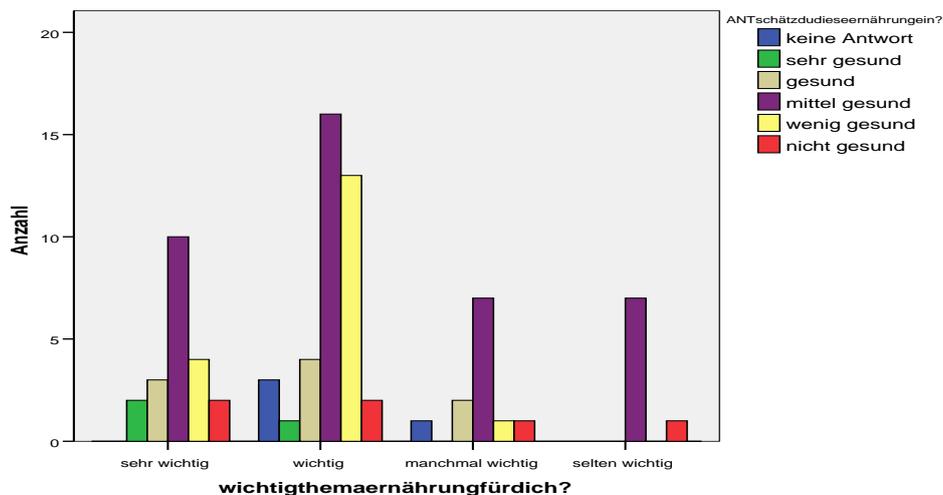
Mit einem Wert von 0,027 ergibt sich eine Signifikanz und somit bestätigt sich die Hypothese 8b2, für diese Arbeit.

Bei *Hypothese 9c* wird das Interesse Jugendliche an gesunder Ernährung und dem Erkennen der Darstellung von Ernährung bei „Austria’s Next Topmodel“ verglichen um zu sehen, ob diese Sendung Ernährung einseitig und negativ darstellt.

Hypothese 9c

- Je mehr Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Interesse am Thema gesunde Ernährung haben, desto eher fällt ihnen die einseitig negative Darstellung von Ernährung bei „Austria’s Next Topmodel“ auf.

Balkendiagramm



Die befragten Jugendlichen, erkannten alle, auch wenn Ernährung für sie nur „selten“ wichtig war, dass die Ernährungsdarstellung von „Austria’s Next Topmodel“ negativer, als „Österreich isst besser“ ist. Der Mehrheit der Befragten ist das Thema „gesunde Ernährung“ „sehr wichtig“ bis „wichtig“. Es wird erkannt, dass die Lebensmitteldarstellung in dieser Sendung eher „mittel gesund“ bis „wenig gesund“ ist. 47,6%, für die das Thema Ernährung „sehr wichtig“ ist, und 41%, die „wichtig“ angaben, empfinden die Darstellung von Ernährung als „mittel gesund“. 58,3%, denen das Thema „manchmal“ und 87,5%, denen das Thema Ernährung „selten“ wichtig ist, meinten, dass die Ernährungsdarstellung in „Austria’s Next Topmodel“ „mittel gesund“ ist.

Dies zeigt, dass die Mehrheit erkennt, dass diese Sendung einen negativeren Bezug zu gesunder Ernährung hat, als zum Beispiel „Österreich isst besser“(siehe Hypothese 8d). Allerdings kann die Hypothese 9c, mit einem Wert von 0,435 keine Signifikanz aufweisen und somit, für diese Arbeit, nicht bestätigt werden.

Bei *Hypothese 9d* werden die Daten der Jugendlichen mit einem niedrigen Interesse an gesunder Ernährung, mit jenen verglichen, die sich reine Abnehm Tipps von „Austria’s Next Topmodel“ erwarten.

Hypothese 9d

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren kein Interesse am Thema gesunder Ernährung haben, dann nehmen sie die reinen Abnehm Tipps wahr, die in „Austria’s Next Topmodel“ gegeben werden.

Da keiner der Befragten „kein Interesse“ an dem Thema „gesunde Ernährung“ besitzt, wurde untersucht, ob jene, mit wenig Interesse, reine Abnehmtipps wahrnehmen.

Jene, die nur „manchmal“ und „selten“ Interesse haben, weisen eine Signifikanz von 0,436 auf. Es besteht also auch kein Zusammenhang mit wenig Interesse am Thema „gesunde Ernährung“ und dem wahrnehmen von reinen Abnehmtipps von „Austria's Next Topmodel“. Somit kann die Hypothese 9d, für diese Arbeit, nicht bestätigt werden.

3.8 Schlussfolgerungen und Ausblick

Die Ergebnisse der Auswertung zeigen sich diese nicht mit jenen der Studie Rössler gleichen. Die Frage, die dadurch aufgeworfen wird ist, ob sich die österreichische Gestaltung der Lebensmitteldarstellung tatsächlich stark mit der Deutschen unterscheiden. Diese Möglichkeit könnte man mittels einer Inhaltsanalyse der Werbeblöcke, Sendungen etc., überprüfen lassen. Die andere Möglichkeit könnte an der eingegrenzten Stichprobe, welche sich auf Jugendliche zwischen 15-18Jahren beschränkt, liegen.

Zusammenfassend lässt sich aus den Ergebnissen dieser Arbeit schließen, dass die österreichischen Jugendlichen die Lebensmitteldarstellung im Fernsehen wesentlich optimistischer empfinden, als die Befragten der Studie Rössler.

Auch das Sehen von Kochsendungen findet bei den Befragten Jugendlichen keinen solchen Anklang, wie bei den Befragten der Studie Rössler. Dies kann man allerdings auch durch die eingeschränkte Stichprobe erklären.

Das Interesse am Thema Ernährung ist hoch bei den Jugendlichen, allerdings fehlt eine genauere Analyse, weshalb diese interessiert sind. Im Gegensatz zur Studie Rössler habe ich keine Auswertung der möglichen Gründe, wie zum Beispiel: persönliches Involvement, durchgeführt.

Dies könnte allerdings durch eine Folgestudie erhoben werden.

(siehe Kapitel 2.9: „Studie Rössler“)

Auch der Zusammenhang und die Auswirkung des Dynamisch-Transaktionalen Ansatzes, auf die Antworten des Fragebogens der Jugendlichen wäre ein wichtiger und interessanter Schritt, den man in einer erweiternden Arbeit untersuchen sollte.

Da dieser Ansatz den Uses and Gratifikation-, als auch den Stimulus Response Ansatz vereinigt, wären die Ergebnisse höchst interessant auszuwerten. Dadurch könnte man die Schwächen und Stärken des DT-Ansatzes herausfiltern oder diesen vielleicht sogar weiterentwickeln.(siehe auch Kapitel 2.2:“Medien und Rezipientenwirkung“)

Beim Thema „Körperzufriedenheit“ könnte man in weiteren Analysen zum Beispiel den BMI mit der Körperzufriedenheit untersuchen und Hypothesen aufstellen, ob es einen Zusammenhang zwischen einem „normalen“ BMI und einer negativen Körperzufriedenheit und dem Sehen der Sendungen wie „Österreich isst besser“ und „Austria´s Next Topmodel“ gibt.

Außerdem könnte man in einer weiterführenden Untersuchung zu den Sendungen „Österreich isst besser“ und „Austria’s Next Topmodel“ Hypothesen aufstellen, um diese, die Rezipientengruppen, deren Einstellung zum Thema „gesunde Ernährung“ und Lebensmitteldarstellung, miteinander zu vergleichen. Man könnte auch die Werbungen, während der Sendungen analysieren und diese vergleichen und die Unterschiede feststellen.

Diese Arbeit kann an vielen Seiten weitergeführt und erweitert werden, und die Ergebnisse wären interessant um mehr über die Gesundheit der österreichischen Jugend zu erfahren. Dafür könnte man die Altersgrenze der Jugendlichen von 15-18 Jährige auf 12-19jährige Jugendliche ausweiten. Somit würde man einen breiteren Rahmen und bessere Ergebnisse für Jugendliche in der Pubertät, ihre Einstellung zu gesunder Ernährung und ihre Fernseh- als auch Essgewohnheiten bekommen. Außerdem könnte man durch weitere Analysen erfahren, wie man Jugendlichen zum Beispiel Ernährungs-Kampagnen besser vorstellen kann, damit diese sie auch in Erinnerung behalten.

Man könnte Befragungen durchführen, wie Jugendliche selbst sich interessante Sendungen mit Ernährungsbotschaften vorstellen.

Somit ist eine weiterführende Forschung zu diesem Themengebiet ein interessantes Erkenntnisgebiet.

4. Literaturverzeichnis

Primärliteratur

Bonfadelli, Heinz: „Medienwirkungsforschung I“: Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz: UVK-Verlag-Ges. 2004

Bortz, Jürgen/Döring Nicola: „Forschungsmethoden und Evaluation“. Berlin: Springer, 2002

Brosius, Hans-Bernd: „Methoden der empirischen Kommunikationsforschung“: eine Einführung. Wiesbaden: Westdt. Verlag, 2009

Burkart, Roland: „Kommunikationswissenschaft“, 4.Auflage Böhlau UTB Verlag Ges.m.b.H., 2002

Darschin, Wolfgang/Gerhard, Heinz: „Tendenzen im Zuschauerverhalten“: Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2003, in Media Perspektiven 2004: S. 142 bis 150, ab 1996

DGE: Deutsche Gesellschaft für Ernährung: „Ernährungsbericht 2008“, im Auftrag des BMELV, DGE e.V., Bonn, 2008

Elmadfa, Ibrahim/ Leitzmann, Klaus: „Ernährung des Menschen“, 4.korrigierte und aktualisierte Auflage, Verlag: Eugen Ulmer, Stuttgart, 2004

Elmadfa, Ibrahim/ Freisling, H Nowak, V/ Hostädter, D; et al.: „Österreichischer Ernährungsbericht 2008“, Institut für Ernährungswissenschaften im Auftrag des Bundesministerium für Gesundheit, 2009

Ettenhuber, Andreas: „Die Beschleunigung des Fernsehverhaltens“: Reihe Rezeptionsforschung- Sekundäranalyse von Daten aus dem GfK Fernsehpanel, Verlag Reinhard Fischer, 2007

Feierabend, Sabine/ Kutteroff, Albrecht: „Medienumgang Jugendlicher in Deutschland“
„Ergebnisse JIM Studie 2006 in Media Perspektiven: S. 83 bis 95, 2007

Früh, Werner/Schönbach, Klaus: „Der dynamisch-transaktionale Ansatz“ : Ein neues
Paradigma der Medienwirkung, Verlag für Sozialwissenschaften in: Publizistik 27, S. 74-88
1982

Früh, Werner: „Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell“: Theorien und
empirische Forschung, Westdeutscher Verlag, 1991

Früh, Werner: „Realitätsvermittlung durch Massenmedien“: die permanente Transformation
der Wirklichkeit. Opladen: Westdt. Verl., 1994

Früh, Werner: „Unterhaltung durch das Fernsehen“: Eine molare Theorie. UVK
Verlagsgesellschaft mbH, 2002

Früh, Werner: „Theorie der Unterhaltung“: ein interdisziplinärer Diskurs, Herbert von
Halem Verlag, 2003

Hurrelmann, Klaus/Leppin, Anja(Hrsg.): „Moderne Gesundheitskommunikation“. Vom
Aufklärungsgespräch zur E-Health. Bern: Verlag Hans Huber, 2001

Jäckl, Michael: „Medienwirkungen“: ein Studienbuch zur Einführung, 4.überarbeitete und
erweiterte Fassung, Wiesbaden VS Verl. Für Sozialwissenschaft, 2008

Meyen, Michael: „Mediennutzung, Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster“.
UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2004

Mummendey, Hans Dieter/Grau,Ina: „Die Fragebogen-Methode“ .5.überarbeitete und
erweiteret Auflage Göttingen: Hogrefe, 2008

Posch, Waltraud: „Körper machen Leute“: Der Kult um die Schönheit, Campus Verlag,
Frankfurt/New York 1999

Ridder, Christa-Maria/ Engel, Bernhard: „Massenkommunikation 2000“: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich, ARD/ZDF Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung in Media Perspektiven: S. 102 bis 125, 2001

Rössler, Patrick: Medien und Gesundheit Band 1, „Ernährung im Fernsehen“, Darstellung und Wirkung. Eine empirische Studie, Verlag Reinhard Fischer, München, 2006

Schorr, Angelika (Hrsg.): „Jugendmedienforschung“: Forschungsprogramm, Synopse, Perspektiven, VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007

Schramm, Holger/ Wirth, Werne/ Bilandzic, Helena (Hrsg.): „Empirische Unterhaltungsforschung“: Studien zu Rezeption und Wirkung von medialer Unterhaltung. Verlag Reinhard Fischer, 2006

Steininger, Christian/ Woelke, Jens (Hg.): „Fernsehen in Österreich 2008“, UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2008

Unterdorfer/Deutigner/Langer/Richter/Wimmer/Puchinger: „Wahnsinnig schön“: Schönheit, Jugendwahn und Körperkult, Goldegg Verlag GmbH Wien 2009

Wirth, Werner/ Stiehler, Hans-Jörg/ Wünsch, Carsten (Hrsg.): „Dynamisch-transaktional denken“. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft – für Werner Früh, herbert von Halem Verlag, 2007

Wünsch, Carsten/ Früh, Werner/ Gehrau, Volker (Hrsg.): „Integrative Modelle in der Rezeptions- und Wirklichkeitsforschung“: Dynamische und transaktionale Perspektiven, Reihe: Rezeptionsforschung Verlag Reinhard Fischer, 2008

Zöfel, Peter: „Statistik für Psychologen im Klartext“. München, Boston, San Francisco: Person Studium, 2003

Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz: „Tendenzen im Zuschauerverhalten“: Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2004, in Media Perspektiven: S. 94 bis 104, 2005

Walleczek, Sasha: „die Walleczek- Methode“: ohne Diät zum Wunschgewicht, 1. Auflage Mosaik bei Goldmann, Random House 2007

Vitouch, Peter: „Fernsehen und Angstbewältigung“: Zuschauerverhalten. Westdeutscher Verlag, 2000

Weiterführende Literatur

Dehm, Ursula/ Storll, Dieter/Beeske, Sigrid: TV- Erlebnistypen und ihre Charakteristika: in Media Perspektiven: S. 217 bis 225, 2004

Feierabend, Sabine/Klingler, Walter: „Was Kinder sehen“: Analyse der Fernsehnutzung 3 bis 13 Jähriger 2003 in Media Perspektiven: 151 bis 162, 2004
in Media Perspektiven: S. 167 bis 179, 2003

Gerhards, Maria/Klinger, Walter: „Programmangebote und Spartenutzung im Fernsehen 2002“, Analyse auf Basis der AGF/GfK Programmkodierung, in Media Perspektiven S. 500-509, 2003

Gleich, Uli: „Kultivierung durch Fernsehen?“ ARD Forschungsdienst:
Wirklichkeitsdarstellung und ihr Einfluß auf die Zuschauer: in Media Perspektiven: S. 224 bis 228, 1996

Hasenbrink, Uwe/Mikos, Lothar/ Prommer, Elisabeth: „Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen“, Reihe: Rezeptionsforschung, Verlag Reinhard Fischer, 2004

Kutschera, Norbert: „Fernsehen im Kontext jugendlicher Lebenswelten“, Studie zur Medienrezeption Jugendlicher auf der Grundlage der kontextuellen Mediatisation. KoPäd Verlag München, 2001

Lechner, Silvia: „Sasha Walleczek isst anders“: ein österreichisches Reality Format und sein Publikum; Rezeptionsstudie. DA 2008/3918, 2008

Lücke, Stephanie: „Ernährung im Fernsehen“, Kultivierungsstudie zur Darstellung und Wirkung VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2007

Nungäßer, Ralf-Peter: „Fernsehen in der Familie“: Vom sinnvollen Umgang mit einem Massenmedium, Diplomica Verlag GmbH 2008

Rössler, Patrick/ Hasenbrink, Uwe/ Jäckl, Michael: „Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung“: angewandte Medienforschung: Schriftreihe des Medien Institutes Ludwigshafen; Verlag Reinhard Fischer, München 2001

Kneidinger, Mario: „Fernsehen als symbolische Ressource-Fernsehaneignung Jugendlicher im Alltag“, qualitative empirische Betrachtung der Fernsehrezeption E. Jugendlicher anhand der Cultural Studies, DA, 2002

Zimmermann, Natascha: „Germany’s next Topmodel“: wie die Medien unsere Vorstellung von Schönheit und damit die Beurteilung der Charaktere beeinflussen. DA 2008/3812, 2008

URL-Adressen

<http://www.fgoe.org/startseite> (fonds gesundes leben)

<http://www.goeg.at/> (Gesundheit Österreich GmbH) (05. 04.09)

<http://www.health-communication.info/> (05.04.09)

<http://www.ake-nutrition.at/> (17.04.09)

ORF: <http://wien.orf.at/magazin/studio/stories/337863/> “bewusst gesund“ (14. 04 .09)

[http://www.talkingfood.de/presse/presseschau/TITEL-Gesunde Ernahrung](http://www.talkingfood.de/presse/presseschau/TITEL-Gesunde_Ernaehrung) (14.04.09)

<http://www.issgesund.at/gesundessen/oesterreichisstbesser.html> (27.11.09)

<http://topmodel.puls4.com/stories/rekordbrechend-zurueck/> (27.11.09)

http://www.seitenblicke.at/no_cache/stars/starstories/tag/02032009/viva-larissa/detail
(27.12.09)

<http://www.fitkid-aktion.de/upload/bilder/Sonstiges/DGEKkreisweb.gif> (3.12.09)

<http://www.w3box.ch/Portals/1/ernaehrungspyramide.jpg> (3.12.09)

Anhang



Lebenslauf

■ 1. Persönliche Daten

Name: Häusler
Vorname: Katharina
Titel: Bakk. phil.; Mag. in spe
Geburtsdatum: 12.08.1987
Nationalität : Österreich
Lebensstand : Ledig

■ 2. Ausbildungen

Februar/März 2010- voraussichtlicher Abschluss mit „Magistra“ in P.u.Kw.
Herbst09-Frühling2010- Abschluss im Gebärdensprachkurs 1 in VHS

Alsergrund

Herbst 2009- Ausbildung zur diplom. Ganzkörpermassseurin und in „Dorn&Breuss“

Herbst 2008- Anfang Magisterstudium in Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien

Sommer 2008- Bakkalaureats-Abschluss und Titel Erwerb

September 2007 – Juni 2008 Ausbildung zum Diplomierten

Ernährungsvorsorgecoach am Wifi-Wien

März 2007- Juni 2007 Mitarbeit bei „Der Anderen Zeitung“- Online Zeitung

2005- Juni 2008 Studium an der Universität Wien Bakkalaureat in Publizistik u. Kommunikationswissenschaft inklusive Abschluss und Philosophie

1997-2005 BRG Erlgasse XII

Abschluss mit Matura: Juni 2005

1993-1997 Volksschule Wien XXIII

2.1. Zusatzausbildung

Habe Erfahrungen gesammelt im Verkauf und Kundenberatung, sowie Telefonverkauf. Sowie floristische Tätigkeiten bei Holland Blumen Mark und besuche seit der Schulzeit Schauspiel- und Gesangunterricht. Zurzeit außerdem Unterricht in Gebärdensprache.

■ 3. Persönliche Interessen

Karate seit 5 Jahren

Veröffentlichung eigener Bücher “Verbunden mit ihr“ 09 und „Fremd in dir“ 2010,

Lesen: Paulo Coelho, Isabel Allende

Reisen: Asien-Peking-Japan/Wakayama/Kyoto, Europa, Amerika-N.Y./Florida/Miami

Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften

Fragebogen

„gesunde Ernährung im Fernsehen“

Ich, Katharina Häusler, bin Studentin der Publizistik und Kommunikationswissenschaft und führe im Rahmen meiner Diplomarbeit an der Universität Wien eine Untersuchung über gesunde Ernährung im Fernsehen durch. Mit Deiner Hilfe komme ich zu wichtigen Ergebnissen. Alle Deine Antworten werden absolut anonym und vertraulich behandelt!

Vielen Dank für Deine Bereitschaft mitzumachen!

1. Mediennutzung

1. Siehst Du gerne fern? ja nein

1.1. Hast Du einen eigenen Fernseher? ja nein

1.2. Hast Du einen eigenen Computer? ja nein

1.3. In unserem Haushalt haben wir:

Fernseher: einen mehrere

Computer: einen mehrere

1.4 In unserem Haushalt haben wir Internetanschluss: ja nein

2. Wie oft siehst Du fern?

2.1. An wie vielen Tagen siehst du unterhalb der Woche fern? (denk an die letzte Woche)

Tage pro Woche: ____

2.2. Wie viele Stunden siehst du an den Wochentagen fern? Stunden pro Tag: ____

2.3. Wie viele Stunden siehst du am Wochenende fern? Stunden pro Tag: ____

3. Welche Sendungen schaust Du dir an? (bitte ankreuzen)

	Jede Sendung	5-6x	3-4x	1-2 x	Nie
Nachrichten	<input type="radio"/>				
Dokumentationen	<input type="radio"/>				
Musikclips	<input type="radio"/>				
Sport	<input type="radio"/>				
Service/Magazine	<input type="radio"/>				
Österreich heute	<input type="radio"/>				
Konkret	<input type="radio"/>				
Spielfilme	<input type="radio"/>				
Serien	<input type="radio"/>				
Soaps	<input type="radio"/>				
Sasha Walleczek	<input type="radio"/>				
Talkshows	<input type="radio"/>				
Game/Quizshows	<input type="radio"/>				
Wissensmagazine	<input type="radio"/>				
Galileo	<input type="radio"/>				
Casting Shows	<input type="radio"/>				
Austria's Next Top Model	<input type="radio"/>				
Germany's Next Top Model	<input type="radio"/>				
Kultursendungen	<input type="radio"/>				
Kochsendungen	<input type="radio"/>				
Andi und Alex	<input type="radio"/>				
Promi Dinner	<input type="radio"/>				
Andere Kochsendungen	<input type="radio"/>				

4. Wenn ich fernsehe, dann... (1=trifft zu; 5=trifft nicht zu)

	1	2	3	4	5
konzentriere ich mich meist voll auf das Programm	<input type="radio"/>				
mache ich gelegentlich etwas nebenbei	<input type="radio"/>				
mache ich meistens etwas nebenbei	<input type="radio"/>				
verlasse ich zeitweise den Raum	<input type="radio"/>				
habe ich mich vorher informiert, was läuft und schalte gezielt ein	<input type="radio"/>				
weiß ich meistens was kommt, weil ich immer zur selben Zeit fernsehe	<input type="radio"/>				
wechsle ich den Kanal, bis ich eine Sendung finde, die mir gefällt	<input type="radio"/>				
sehe ich das an, was gerade läuft	<input type="radio"/>				
bin ich dabei meistens allein	<input type="radio"/>				
bin ich dabei in Gesellschaft (Freunde, Bekannte, Familie)	<input type="radio"/>				
esse ich auch dabei	<input type="radio"/>				
benütze ich andere Medien gleichzeitig	<input type="radio"/>				

5. Wie wichtig sind für dich die folgenden Gründe um fernzusehen? (1= sehr wichtig; 5=gar nicht wichtig)

	1	2	3	4	5
um über Politik informiert zu sein	<input type="radio"/>				
um Neuigkeiten zu erfahren	<input type="radio"/>				
Ablenkung, Langeweile	<input type="radio"/>				
Spaß und Unterhaltung	<input type="radio"/>				
um mit Freunden/ Bekannten darüber reden zu können	<input type="radio"/>				
zur Entspannen	<input type="radio"/>				
aus Gewohnheit	<input type="radio"/>				
über das Weltgeschehen zu hören	<input type="radio"/>				
um Fortsetzungsserien nicht zu verpassen	<input type="radio"/>				
andere Gründe:					

6. Welche anderen Medien nutzt du außerdem täglich? (bitte ankreuzen)

Video/DVD Radio Handy Computer/Internet MP3-Player/CD andere

7. Welche anderen Medien nutzt du außerdem mehrmals wöchentlich (bitte ankreuzen)

Video/DVD Radio Handy Computer/Internet MP3-Player/CD andere

8. Wie viel Zeit pro Tag verwendest du circa für den Gebrauch deiner angekreuzten Medien?

2. Fernsehen und Ernährung

1. Denke an ein/zwei von dir gerne und häufig gesehene Sendungen (keine Sportsendung oder Musikclip), die möglichst mehrmals wöchentlich ausgestrahlt werden. Welche der folgenden Nahrungsmittel sind in diesen Sendungen gegessen, getrunken oder zubereitet worden?

(1= sehr oft; 5=nie)

	1	2	3	4	5
Obst	<input type="checkbox"/>				
Gemüse	<input type="checkbox"/>				
Fleisch	<input type="checkbox"/>				
Snacks	<input type="checkbox"/>				
Süßigkeiten	<input type="checkbox"/>				
Tee	<input type="checkbox"/>				
Kaffee	<input type="checkbox"/>				
Softdrinks	<input type="checkbox"/>				
Alkohol	<input type="checkbox"/>				

1.1....wie wurde mit diesen Lebensmitteln umgegangen? (Mehrfachnennungen möglich)

	nebenbei gegessen	bewusst gegessen	Zum Essen getrunken	nebenbei getrunken	zubereitet	Dekorationen	darüber gesprochen
Obst	<input type="checkbox"/>						
Gemüse	<input type="checkbox"/>						
Fleisch	<input type="checkbox"/>						
Snacks	<input type="checkbox"/>						

	neben ei gegessen	bewusst gegessen	Zum Essen getrunken	nebenbe i getrunken	Zubereit et	Dekoratio n	darüber gesprach en
Süßigkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaffee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Softdrinks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alkohol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Wie schätzt du so eine Art der Ernährung ein: (1= sehr gesund; 5= sehr ungesund)

1 2 3 4 5

3. Welche Sendung/-en waren Grundlage deiner Überlegungen?

4. Wie wichtig sind dir folgende Aspekte? (1= trifft zu; 5=trifft nicht zu)

	1	2	3	4	5
Ich sehe Kochsendungen, weil ich das Essen nachkochen will	<input type="radio"/>				
Ich sehe Kochsendungen, weil ich mir Ernährungstipps anhören will	<input type="radio"/>				
Ich sehe Kochsendungen, weil ich hungrig bin	<input type="radio"/>				
Mein Essen wird zu Hause frisch gekocht	<input type="radio"/>				
Ich esse, was auf den Tisch kommt	<input type="radio"/>				
Ich bereite mir oft selbst frisch gekochte Speisen zu	<input type="radio"/>				
Ich versorge mich mit Pizza, Burger...	<input type="radio"/>				
Ich würde gerne besser kochen können	<input type="radio"/>				
Ich kaufe mir schnell irgendetwas zum Essen	<input type="radio"/>				
Ich esse Mahlzeiten aus der Schulküche	<input type="radio"/>				
Ich verwende schnelle Fertigprodukte zum Kochen	<input type="radio"/>				

3. Gesunde Ernährung

1. Wie wichtig ist das Thema gesunde Ernährung für dich? (1= sehr wichtig; 5= nicht wichtig)

1 2 3 4 5

2. Bitte kreuze Zutreffendes an (1=trifft zu; 5=trifft nicht zu)

2.1. täglich esse ich:

2.2. besonders gerne esse ich:

2.3. gar nicht gerne esse ich:

	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Obst	<input type="radio"/>	Obst	<input type="radio"/>	Obst	<input type="radio"/>												
Gemüse	<input type="radio"/>	Gemüse	<input type="radio"/>	Gemüse	<input type="radio"/>												
Pizza	<input type="radio"/>	Pizza	<input type="radio"/>	Pizza	<input type="radio"/>												
Burger	<input type="radio"/>	Burger	<input type="radio"/>	Burger	<input type="radio"/>												
Fleisch/Wurst	<input type="radio"/>	Fleisch/Wurst	<input type="radio"/>	Fleisch/Wurst	<input type="radio"/>												
Süßigkeiten	<input type="radio"/>	Süßigkeiten	<input type="radio"/>	Süßigkeiten	<input type="radio"/>												
Milchprodukte	<input type="radio"/>	Milchprodukte	<input type="radio"/>	Milchprodukte	<input type="radio"/>												
Müsli	<input type="radio"/>	Müsli	<input type="radio"/>	Müsli	<input type="radio"/>												
Fisch	<input type="radio"/>	Fisch	<input type="radio"/>	Fisch	<input type="radio"/>												
Brot	<input type="radio"/>	Brot	<input type="radio"/>	Brot	<input type="radio"/>												
Salat	<input type="radio"/>	Salat	<input type="radio"/>	Salat	<input type="radio"/>												
Snacks/ Knabbereien	<input type="radio"/>	Snacks/ Knabbereien	<input type="radio"/>	Snacks/ Knabbereien	<input type="radio"/>												

3. Welchen Aussagen stimmst Du beim Thema gesunde Ernährung zu? (1= stimme sehr zu; 5=stimme gar nicht zu)

	1	2	3	4	5
Ich informiere mich immer wieder über gesunde Ernährung	<input type="radio"/>				
Ich informiere mich im Internet über gesunde Ernährung	<input type="radio"/>				
Ich frage meine Eltern, um mich zu informieren	<input type="radio"/>				
Ich frage meinen Arzt/Apotheker um mich zu informieren	<input type="radio"/>				
Ich lese Zeitschriften, Broschüren um mich zu informieren	<input type="radio"/>				
Ich lerne alles nötige in der Schule	<input type="radio"/>				
Ich würde gern mehr darüber wissen	<input type="radio"/>				

	1	2	3	4	5
Ich achte sowieso darauf mich gesund zu ernähren	<input type="radio"/>				
Ich will das nicht mehr hören, was ich alles „Gesundes“ essen soll!	<input type="radio"/>				
Mich regen die vielen Schadstoffe in der Nahrung auf!	<input type="radio"/>				
Was ich esse, hat nichts mit meiner Gesundheit zu tun!	<input type="radio"/>				
Ich lese die Beschriftung der Inhaltsstoffe	<input type="radio"/>				
Ich informiere mich auf der Packung über die Kalorienangaben	<input type="radio"/>				
Ich betreibe Sport (außer dem Schulsport)	<input type="radio"/>				
Ich esse was mir schmeckt, egal ob gesund oder nicht	<input type="radio"/>				
Wenn ich Sendungen, wie die von Sasha Walleczek sehe, würde ich gern was ändern	<input type="radio"/>				
Ich esse das, was meine Freunde essen	<input type="radio"/>				
Bei Gesundheitsproblemen würde ich auch meine Ernährungsgewohnheiten umstellen	<input type="radio"/>				
Ich gehe gern selbst Lebensmittel einkaufen	<input type="radio"/>				

4. Änderst du dein Essverhalten, wenn du „neue Ernährungstipps“ erhältst?

Ja Nein

4. Wissen über gesunde Ernährung

1. Wie oft sollte Obst und Gemüse gegessen werden?

1x täglich 1x pro Woche 3x pro Woche 3x täglich 5x täglich

2. Wie oft dürfen Süßigkeiten gegessen werden?

1x täglich 1x pro Woche 3x pro Woche 3x täglich 5x täglich

3. Wie oft soll Fleisch und Geflügel gegessen werden?

1x täglich 1x pro Woche 3x pro Woche 3x täglich 5x täglich

4. Wie oft soll man Fisch essen?

1x täglich 1x pro Woche 3x pro Woche 3x täglich 5x täglich

5. Wie viel Salz muss man zusätzlich, zu dem in den Nahrungsmittel vorhandenen, täglich aufnehmen, um seinen Bedarf zu decken?

gar keines 1g 10g 100g 1EL voll

6. Wie viele Kalorien hat Butter im Vergleich zur gleichen Menge Margarine?

um die Hälfte weniger beide haben gleich viel doppelt so viel
 ¼ mehr ¼ weniger

7. Welches der folgenden Getränke hat den geringsten Zuckeranteil?

- Energy Drinks Softdrinks Fruchtsaft frisch gepresster Saft

8. Wie oft sollten Milchprodukte gegessen werden?

- 1x täglich 1x pro Woche 3x pro Woche 3x täglich 5x täglich

9. Wie oft sollten Getreideprodukte (Kohlenhydrate) gegessen werden?

- 1x täglich 1x pro Woche 3x pro Woche 3x täglich 5x täglich

5. Körperzufriedenheit (1 = stimme sehr zu; 5 = stimme gar nicht zu)

	1	2	3	4	5
Ich fühle mich in meinem Körper wohl	<input type="radio"/>				
Ich fühle mich zu dick	<input type="radio"/>				
Ich fühle mich zu dünn	<input type="radio"/>				
Ich wäre gerne größer	<input type="radio"/>				
Ich bin zu groß	<input type="radio"/>				
Meine Proportionen sind in Ordnung	<input type="radio"/>				
Mit meinem Aussehen bin ich zufrieden	<input type="radio"/>				
Gutes Aussehen ist mir wichtig	<input type="radio"/>				
Ich möchte an meinem Körper was verändern	<input type="radio"/>				
Ich hätte gern mehr Muskeln	<input type="radio"/>				
Ich möchte abnehmen	<input type="radio"/>				
	1	2	3	4	5
Ich halte gerade Diät	<input type="radio"/>				
Ich habe schon mal Diät gehalten	<input type="radio"/>				

6. spezielle Sendungen

6.1. Österreich isst besser

1. Hast Du Sendungen (Österreich isst besser, Diät Jugendcamp) mit Sasha Walleczek auf ATV gesehen?

- Ja, immer Ja, fast jedesmal Ja, manchmal 1-2 Mal Nie (dann geh bitte gleich zu 6.2.)

2. Warum hast Du dir die Sendungen angesehen? (1= trifft zu, 5= trifft nicht zu)

	1	2	3	4	5
Das Thema interessiert mich	<input type="radio"/>				
Weil es sonst nichts spielt	<input type="radio"/>				
Weil ich Tipps bekommen möchte, damit ich gesünder esse	<input type="radio"/>				
Weil ich Tipps zum Abnehmen bekommen möchte	<input type="radio"/>				
Weil ich gerne lustige Szenen sehe (Stuhlproben..)	<input type="radio"/>				
Weil ich mit meinen Freunden und Eltern das Essen nachkochen kann	<input type="radio"/>				
Um mich zu entspannen	<input type="radio"/>				
Aus Gewohnheit	<input type="radio"/>				
Weil ich die Arzttipps hören möchte	<input type="radio"/>				
Weil Freunde das sehen wollen	<input type="radio"/>				
Andere:					

3. Welche Nahrungsmittel sind in dieser Sendung empfohlen worden zu essen oder trinken?
(1= trifft zu, 5= trifft nicht zu)

	1	2	3	4	5
Obst	0	0	0	0	0
Gemüse	0	0	0	0	0
Fleisch	0	0	0	0	0
	1	2	3	4	5
Snacks	0	0	0	0	0
Süßigkeiten	0	0	0	0	0
Tee	0	0	0	0	0
Kaffee	0	0	0	0	0
Softdrinks	0	0	0	0	0
Alkohol	0	0	0	0	0

4. Nach der Sendung von Sascha Walleczek habe ich mir vorgenommen meine Ernährung umzustellen und mehr Bewegung zu machen...

Ja Nein

5. Welche der folgenden Tipps hat Sascha Walleczek in ihrer Sendung gegeben, und welche sind dir persönlich wichtig? (Mehrfachnennungen möglich)

	Gegeben	Persönlich wichtig
du musst täglich Kalorien zählen	0	0
trink viel Leitungswasser	0	0
alles, was in deinem Eiskasten ist muss raus	0	0
iss nicht soviel Süßes, denn Naschen macht dick	0	0
iss bunt und vielfältig	0	0
iss viel Salat, das dämpft den Hunger	0	0
iss täglich rohes und gekochtes Gemüse	0	0
wenn du 80% deiner Ernährung richtig machst, darfst du 20% falsch machen	0	0
zu jeder Faust Kohlehydrate gehören zwei Fäuste Gemüse und eine Handfläche Eiweiß	0	0
der Körper braucht Zucker für Energie	0	0
alle Fette und Öle musst du meiden	0	0
du musst in kleine Kleidergrößen passen	0	0
du musst schlank sein-schlank ist schön	0	0
Bewegung ist gesund	0	0

5. Wie schätzt du so eine Art der Ernährung ein? (1= sehr gesund; 5= sehr ungesund)

1 2 3 4 5

6.2. Austria ´s Next Topmodel

1. Hast du dir die Sendung Austria ´s Next Topmodel, auf PULS 4 angesehen?

- Ja, immer
 Ja, fast jedesmal
 Ja, manchmal
 1-2 Mal
 Nie (dann geh bitte zu Punkt 7)

2. Warum hast Du dir die Sendungen angesehen? (1= trifft zu, 5= trifft nicht zu)

	1	2	3	4	5
Das Thema interessiert mich	<input type="radio"/>				
Weil es sonst nichts spielt	<input type="radio"/>				
Weil ich gerne lustige Szenen sehe (Catwalk....)	<input type="radio"/>				
Weil ich Tipps bekommen möchte, damit ich gesünder esse	<input type="radio"/>				
Weil ich Tipps zum Abnehmen bekommen möchte	<input type="radio"/>				
Weil ich selbst gern Model werden möchte	<input type="radio"/>				
Um mich zu entspannen	<input type="radio"/>				
Ich möchte bei so einer Sendung mitmachen	<input type="radio"/>				
Weil ich gerne hübsche Mädels anschau	<input type="radio"/>				
Weil ich so aussehen möchte wie ein Model	<input type="radio"/>				
Aus Gewohnheit	<input type="radio"/>				
Andere:					

3. Welche Nahrungsmittel sind in dieser Sendung empfohlen worden zu essen oder trinken? (1= trifft zu, 5= trifft nicht zu)

	1	2	3	4	5
Obst	<input type="radio"/>				
Gemüse	<input type="radio"/>				
Fleisch	<input type="radio"/>				
Snacks	<input type="radio"/>				
Süßigkeiten	<input type="radio"/>				
Tee	<input type="radio"/>				

	1	2	3	4	5
Kaffee	0	0	0	0	0
Softdrinks	0	0	0	0	0
Alkohol	0	0	0	0	0

4. Welche der folgenden Tipps wurden in dieser Sendung gegeben und welche sind dir persönlich wichtig?

	Gegeben	Persönlich wichtig
du musst täglich Kalorien zählen	0	0
trink viel Leitungswasser	0	0
alles, was in deinem Eiskasten ist muss raus	0	0
iss nicht soviel Süßes, denn Naschen macht dick	0	0
iss bunt und vielfältig	0	0
iss viel Salat, das dämpft den Hunger	0	0
iss täglich rohes und gekochtes Gemüse	0	0
wenn du 80% deiner Ernährung richtig machst, darfst du 20% falsch machen	0	0
zu jeder Faust Kohlehydrate gehören zwei Fäuste Gemüse und eine Handfläche Eiweiß	0	0
der Körper braucht Zucker für Energie	0	0
alle Fette und Öle musst du meiden	0	0
du musst in kleine Kleidergrößen passen	0	0
du musst schlank sein-schlank ist schön	0	0
Bewegung ist gesund	0	0

4. Wie schätzt du so eine Art der Ernährung ein? (1= sehr gesund; 5= sehr ungesund)

1 2 3 4 5

7. Demografische Daten (alle Daten werden anonym und diskret ausgewertet!)

Alter:

Gewicht:

Größe:

Geschlecht: Männlich Weiblich

Eventuelle Kommentare zum Fragebogen:

Vielen Dank für Deine Mitarbeit!

Auswertung

5.2.1. zu Studie Rössler

5.2.1.1. Fernsehnutzung

Hypothese 1

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren sehr lange fernsehen, dann wird die negative Einstellung zu Ernährung noch verstärkt.

Gruppenstatistiken

	TVHäufigkeit	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
wichtigthemaernährungsfürdich?	>= 5,00	104	2,2500	,94252	,09242
	< 5,00	26	2,0000	1,01980	,20000

Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
								Untere	Obere
wichtigthemaernährungsfürdich?	,313	,577	1,190	128	,236	,25000	,21008	-,16568	,66568
Varianzen sind gleich Varianzen sind nicht gleich			1,135	36,414	,264	,25000	,22032	-,19666	,69666

5.2.1.2. Kochshows

Hypothese 2

- Je öfters Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Kochshows rezipieren, desto mehr interessieren sie sich am Thema „Ernährung“.

Ränge

	kochsendungen	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
wichtigthemaernährungsfürdich?	jede sendung	1	1,50	1,50
	6-5Mal	1	1,50	1,50
	Gesamt	2		

Statistik für Test(b)

	wichtigthema ernährungfür dich?
Mann-Whitney-U	,500
Wilcoxon-W	1,500
Z	,000
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	1,000
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	1,000(a)

a Nicht für Bindungen korrigiert.
b Gruppenvariable: kochsendungen

Ränge

	andi und alex	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
wichtigthemaernä hrungfürdich?	jede sendung	1	2,00	2,00
	6-5Mal	1	1,00	1,00
	Gesamt	2		

Statistik für Test(b)

	wichtigthema ernährungfür dich?
Mann-Whitney-U	,000
Wilcoxon-W	1,000
Z	-1,000
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,317
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	1,000(a)

a Nicht für Bindungen korrigiert.
b Gruppenvariable: andi und alex

Ränge

	promi dinner	N	Mittlerer Rang
wichtigthemaernä hrungfürdich?	jede sendung	2	1,50
	6-5Mal	1	3,00
	Gesamt	3	

Statistik für Test(a,b)

	wichtigthema ernährungfür dich?
Chi-Quadrat	2,000
Df	1
Asymptotische Signifikanz	,157

a Kruskal-Wallis-Test
b Gruppenvariable: promi dinner

Hypothese 3

- Wenn Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren sich selbst versorgen müssen, dann sehen sie sich Kochsendungen an.

Ränge

	bereiteselbstfrischespeisenzu	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
KSsehenproWoche	trifft sehr zu	27	24,46	660,50
	trifft zu	21	24,55	515,50
	Gesamt	48		

Statistik für Test(a)

	KSsehenproWoche
Mann-Whitney-U	282,500
Wilcoxon-W	660,500
Z	-,022
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,983

a Gruppenvariable: bereiteselbstfrischespeisenzu

Ränge

	versorgemichmitpizza..	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
KSsehenproWoche	trifft sehr zu	10	14,90	149,00
	trifft zu	19	15,05	286,00
	Gesamt	29		

Statistik für Test(b)

	KSsehenproWoche
Mann-Whitney-U	94,000
Wilcoxon-W	149,000
Z	-,056
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,955
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,982(a)

a Nicht für Bindungen korrigiert.

b Gruppenvariable: versorgemichmitpizza..

Ränge

	kaufeirgendwaszumessen	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
KSsehenproWoche	trifft sehr zu	15	21,30	319,50
	trifft zu	19	14,50	275,50
	Gesamt	34		

Statistik für Test(b)

	KSsehenpr oWoche
Mann-Whitney-U	85,500
Wilcoxon-W	275,500
Z	-2,345
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,019
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,047(a)

a Nicht für Bindungen korrigiert.

b Gruppenvariable: kaufierendwaszumessen
Ränge

	verwendefertigprodukte	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
KSsehenproWoche	trifft sehr zu	12	17,33	208,00
	trifft zu	20	16,00	320,00
	Gesamt	32		

Statistik für Test(b)

	KSsehenpr oWoche
Mann-Whitney-U	110,000
Wilcoxon-W	320,000
Z	-,435
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,663
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,716(a)

a Nicht für Bindungen korrigiert.

b Gruppenvariable: verwendefertigprodukte

5.2.1.4. Erkennen von negativer Ernährungsdarstellung

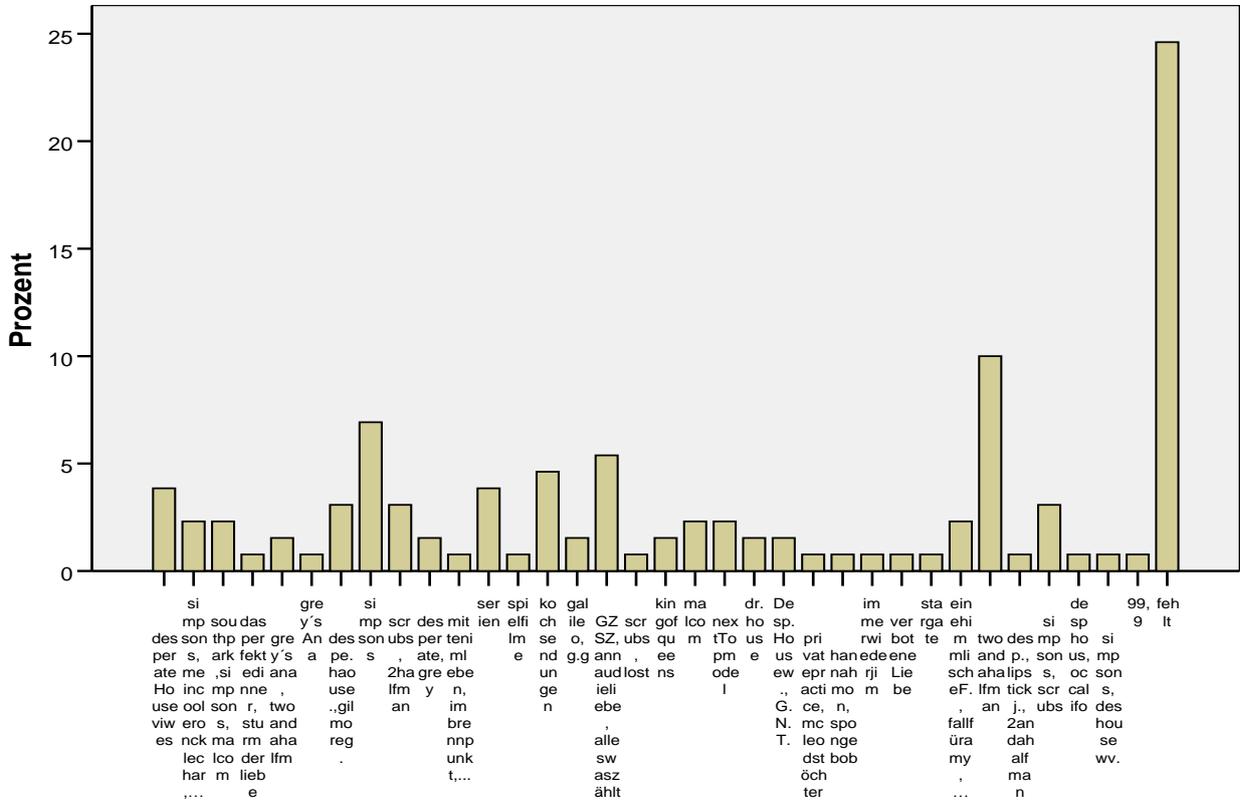
Hypothese 4

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren ihre bevorzugten TV-Sendungen sehen, dann nehmen sie ein ähnlich negatives Bild bezüglich der Lebensmitteldarstellung wahr, wie in der Studie Rössler.

Verarbeitete Fälle

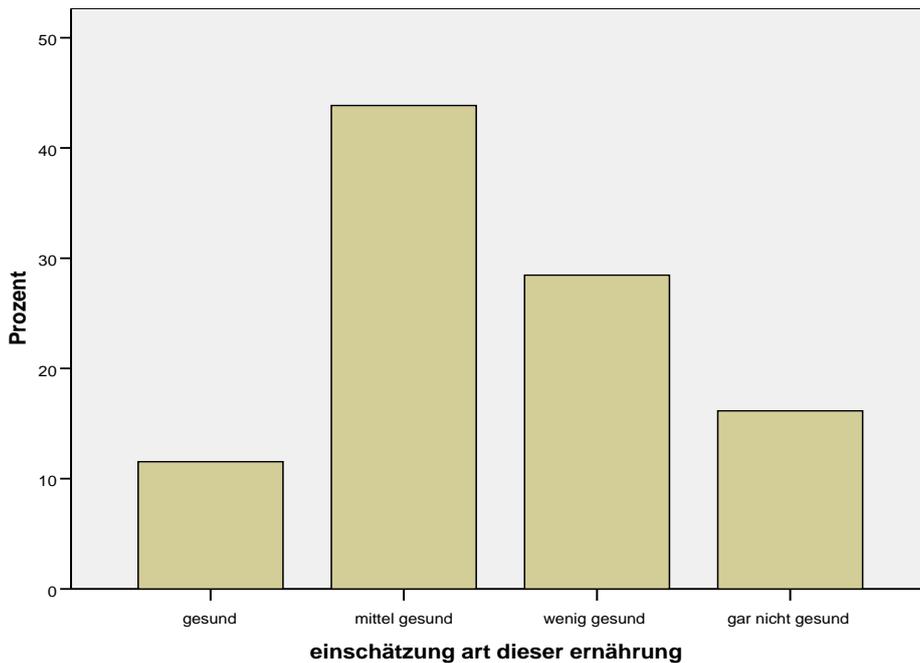
	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
einschätzung art dieser ernährung * sendungen grundl. der überleg.	130	100,0%	0	,0%	130	100,0%

sendungen grundl. der überleg.

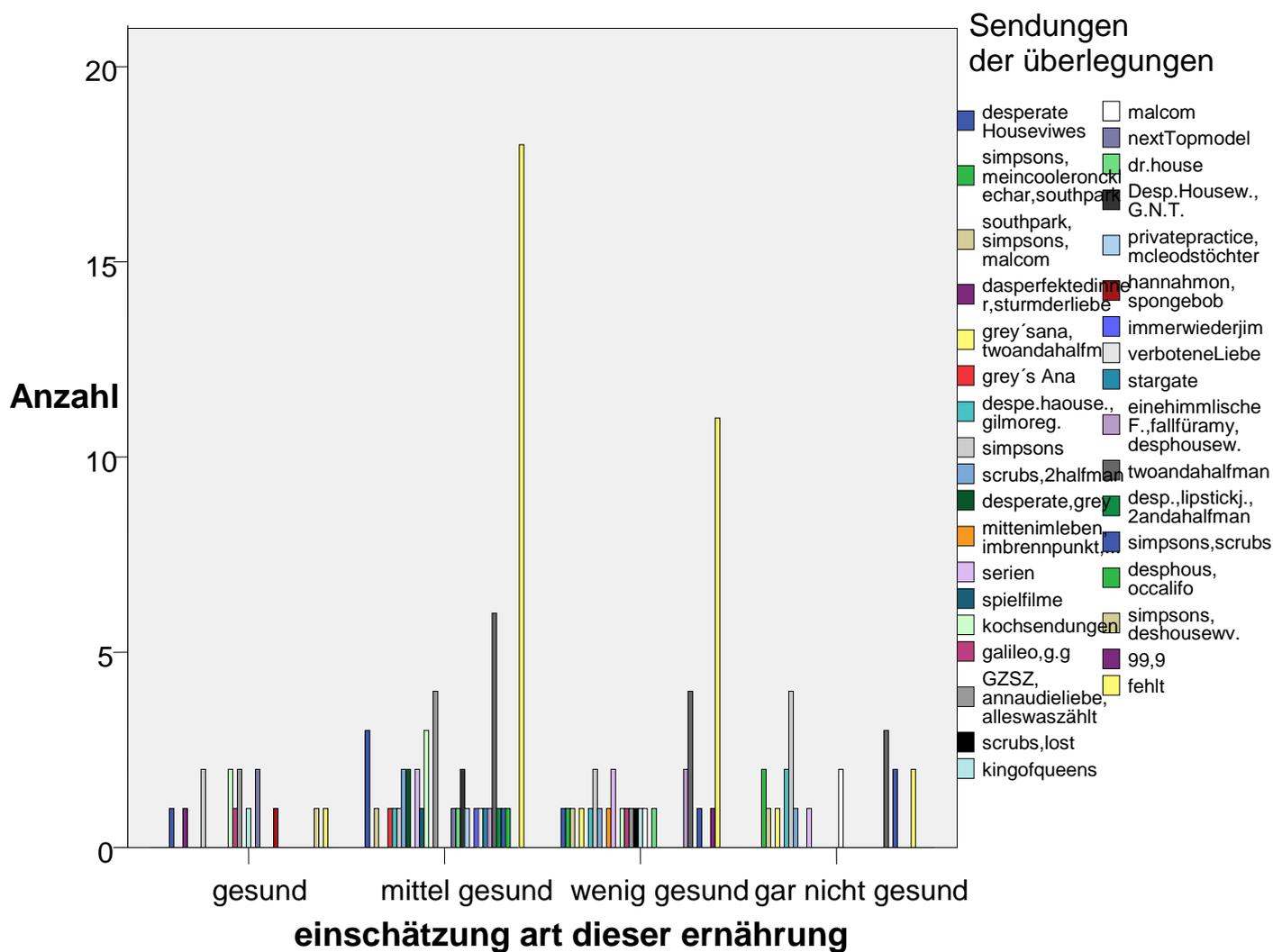


sendungen grundl. der überleg.

einschätzung art dieser ernährung



Balkendiagramm



5.2.1.4. Interesse am Thema „gesunde Ernährung“

Hypothese 5

- Je höher das Wissen über gesunde Ernährung bei Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahren ist, desto wichtiger ist ihnen das Thema „gesunde Ernährung“.

Kreuztabelle

			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
wieoftobstessen	1maltäglich	Anzahl	1	4	12	13	6	0	36
		% von wieoftobstessen	2,8%	11,1%	33,3%	36,1%	16,7%	,0%	100,0%
		Residuen	,7	-4,3	-3,5	5,0	2,4	-,3	
	1malprowoche	Anzahl	0	0	1	0	0	0	1
		% von wieoftobstessen	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		Residuen	,0	-,2	,6	-,2	-,1	,0	
	3malprowoche	Anzahl	0	2	1	0	0	0	3
		% von wieoftobstessen	,0%	66,7%	33,3%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		Residuen	,0	1,3	-,3	-,7	-,3	,0	
	3maltäglich	Anzahl	0	10	11	9	6	1	37
		% von wieoftobstessen	,0%	27,0%	29,7%	24,3%	16,2%	2,7%	100,0%
		Residuen	-,3	1,5	-4,9	,7	2,3	,7	
	5maltäglichRICHTIG	Anzahl	0	14	31	7	1	0	53
		% von wieoftobstessen	,0%	26,4%	58,5%	13,2%	1,9%	,0%	100,0%
		Residuen	-,4	1,8	8,2	-4,8	-4,3	-,4	
Gesamt		Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
		% von wieoftobstessen	,8%	23,1%	43,1%	22,3%	10,0%	,8%	100,0%

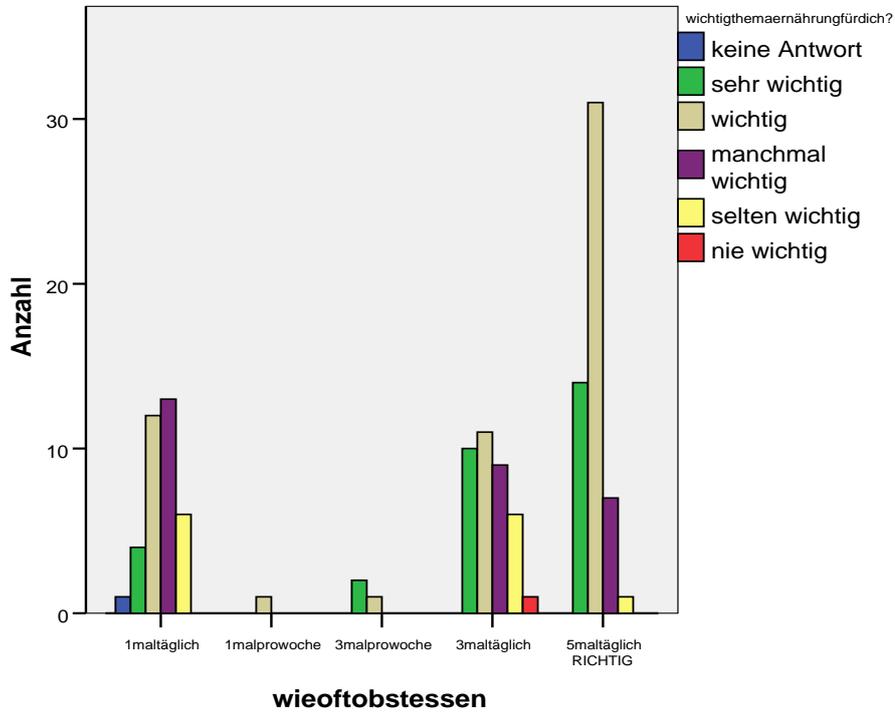
Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	29,551(a)	20	,077
Likelihood-Quotient	31,583	20	,048
Zusammenhang linear mit-linear	7,022	1	,008
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a 20 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,01.

Symmetrische Maße

Balkendiagramm



Kreuztabelle

Kreuztabelle

			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
wieoftsüßesessen	keine antworten	Anzahl	0	1	1	0	0	0	2
		% von wieoftsüßesessen	,0%	50,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
1maltäglich		Residuen	,0	,5	,1	-,4	-,2	,0	
		Anzahl	0	9	17	8	5	1	40
		% von wieoftsüßesessen	,0%	22,5%	42,5%	20,0%	12,5%	2,5%	100,0%
1malprowoche		Residuen	-,3	-,2	-,2	-,9	1,0	,7	
		Anzahl	1	9	17	11	4	0	42
		% von wieoftsüßesessen	2,4%	21,4%	40,5%	26,2%	9,5%	,0%	100,0%
3malprowoche		Residuen	,7	-,7	-,1	1,6	-,2	-,3	
		Anzahl	0	11	20	8	2	0	41
		% von wieoftsüßesessen	,0%	26,8%	48,8%	19,5%	4,9%	,0%	100,0%
3maltägl		Residuen	-,3	1,5	2,3	-,1	-,2	-,3	
		Anzahl	0	0	1	1	2	0	4
		% von wieoftsüßesessen	,0%	,0%	25,0%	25,0%	50,0%	,0%	100,0%

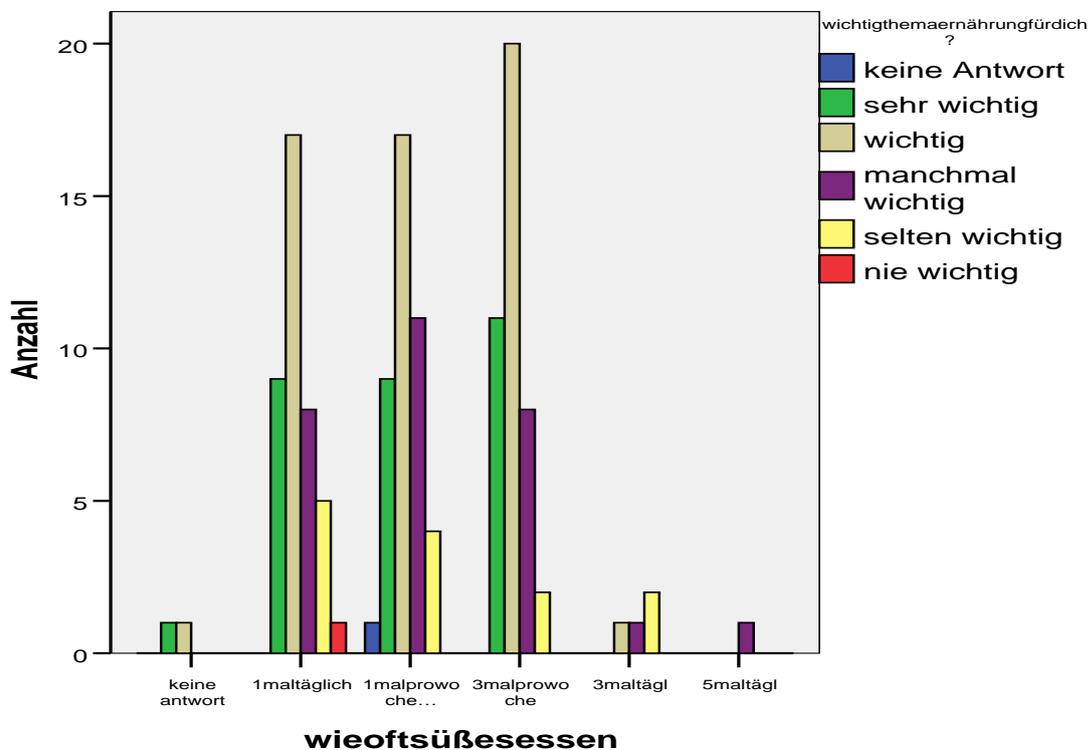
	5maltägl	Residuen	,0	-,9	-,7	,1	1,6	,0	
		Anzahl	0	0	0	1	0	0	1
		% von							
	wieoftsüßesessen	Residuen	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%
		Anzahl							
		% von							
Gesamt	wieoftsüßesessen	Residuen	,0	-,2	-,4	,8	-,1	,0	
		Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
		% von							
	wieoftsüßesessen	Residuen	,8%	23,1%	43,1%	22,3%	10,0%	,8%	100,0%
		Anzahl							
		% von							

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	Df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	19,291(a)	25	,783
Likelihood-Quotient	17,573	25	,860
Zusammenhang linear mit-linear	,055	1	,814
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a. 27 Zellen (75,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,01.

Balkendiagramm



Kreuztabelle

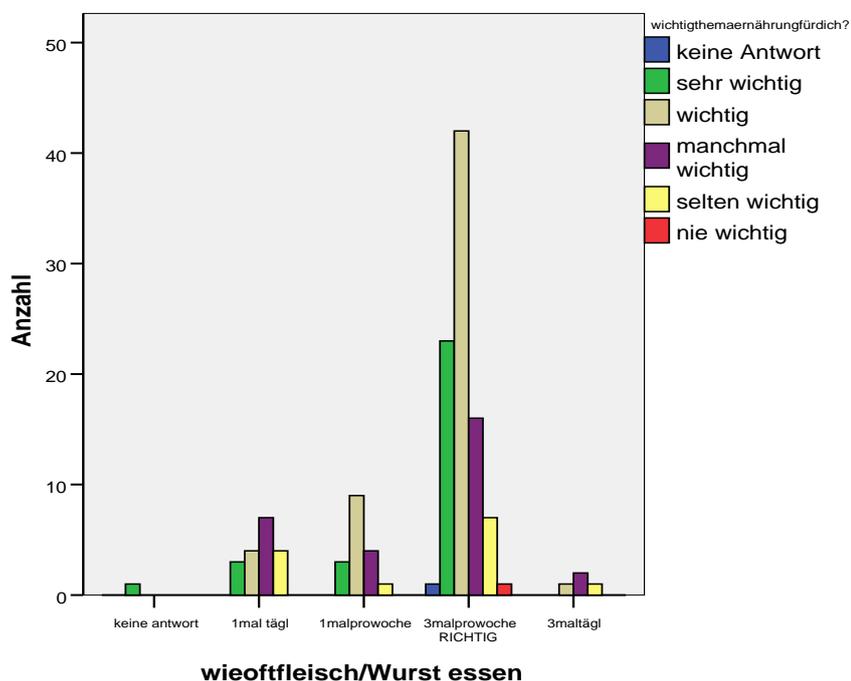
			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
wieofffleisch/Wurst essen	keine antwort	Anzahl	0	1	0	0	0	0	1
		% von wieofffleisch/Wurst essen	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	1mal tägl	Anzahl	0	3	4	7	4	0	18
		% von wieofffleisch/Wurst essen	,0%	16,7%	22,2%	38,9%	22,2%	,0%	100,0%
	1malprowoche	Anzahl	0	3	9	4	1	0	17
		% von wieofffleisch/Wurst essen	,0%	17,6%	52,9%	23,5%	5,9%	,0%	100,0%
	3malprowoche	Anzahl	1	23	42	16	7	1	90
		% von wieofffleisch/Wurst essen	1,1%	25,6%	46,7%	17,8%	7,8%	1,1%	100,0%
	3maltägl	Anzahl	0	0	1	2	1	0	4
		% von wieofffleisch/Wurst essen	,0%	,0%	25,0%	50,0%	25,0%	,0%	100,0%
Gesamt		Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
		% von wieofffleisch/Wurst essen	,8%	23,1%	43,1%	22,3%	10,0%	,8%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	17,436(a)	20	,625
Likelihood-Quotient	17,399	20	,627
Zusammenhang linear-mit-linear	1,232	1	,267
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a 24 Zellen (80,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,01.

Balkendiagramm



Kreuztabelle

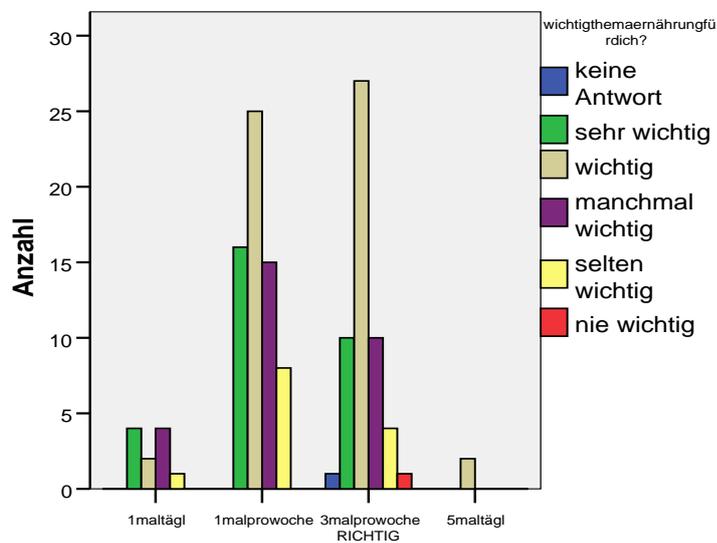
			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
wie oft fischessen	1maltägl	Anzahl	0	4	2	4	1	0	11
		% von wie oft fischessen	,0%	36,4%	18,2%	36,4%	9,1%	,0%	100,0%
	1malprowoche	Anzahl	0	16	25	15	8	0	64
		% von wie oft fischessen	,0%	25,0%	39,1%	23,4%	12,5%	,0%	100,0%
	3malprowoche RICHTIG	Anzahl	1	10	27	10	4	1	53
		% von wie oft fischessen	1,9%	18,9%	50,9%	18,9%	7,5%	1,9%	100,0%
	5maltägl	Anzahl	0	0	2	0	0	0	2
		% von wie oft fischessen	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Gesamt	Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
		% von wie oft fischessen	,8%	23,1%	43,1%	22,3%	10,0%	,8%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	Df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	11,472(a)	15	,718
Likelihood-Quotient	13,016	15	,601
Zusammenhang linear mit-linear	,114	1	,735
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a. 16 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

Balkendiagramm



wieoftfischessen

Kreuztabelle

Kreuztabelle

			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
wievielsalzextr a	keine antwort	Anzahl	0	1	1	0	0	0	2
		% von wievielsalzextr a Residuen	,0%	50,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
gar keinesRICHTI G		Anzahl	0	11	20	8	2	0	41
		% von wievielsalzextr a Residuen	,0%	26,8%	48,8%	19,5%	4,9%	,0%	100,0%
1g		Anzahl	-3	1,5	2,3	-1,1	-2,1	-,3	
		% von wievielsalzextr a Residuen	1	8	16	5	4	0	34
		% von wievielsalzextr a	2,9%	23,5%	47,1%	14,7%	11,8%	,0%	100,0%

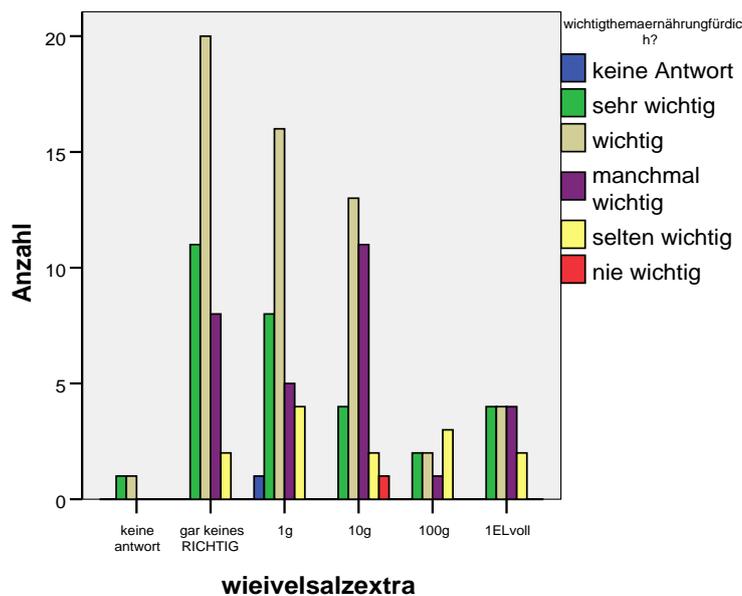
Gesamt	10g	Residuen	,7	,2	1,4	-2,6	,6	-,3	
		Anzahl	0	4	13	11	2	1	31
		% von wieivelsalzextr a	,0%	12,9%	41,9%	35,5%	6,5%	3,2%	100,0%
	100g	Residuen	-,2	-,3,2	-,4	4,1	-,1,1	,8	
		Anzahl	0	2	2	1	3	0	8
		% von wieivelsalzextr a	,0%	25,0%	25,0%	12,5%	37,5%	,0%	100,0%
	1ELvoll	Residuen	-,1	,2	-,1,4	-,8	2,2	-,1	
		Anzahl	0	4	4	4	2	0	14
		% von wieivelsalzextr a	,0%	28,6%	28,6%	28,6%	14,3%	,0%	100,0%
	Gesamt	Residuen	-,1	,8	-,2,0	,9	,6	-,1	
		Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
		% von wieivelsalzextr a	,8%	23,1%	43,1%	22,3%	10,0%	,8%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	Df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	22,795(a)	25	,590
Likelihood-Quotient	20,797	25	,704
Zusammenhang linear- mit-linear	3,870	1	,049
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a 26 Zellen (72,2%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

Balkendiagramm



Kreuztabelle

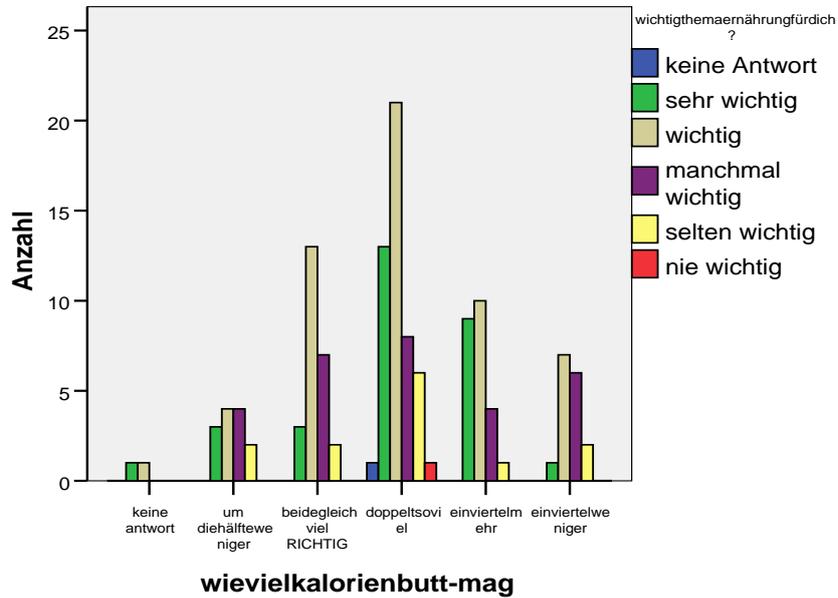
			wichtigthemaernährungfürdich?					Gesamt	
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
wievielkalorienbu tt-mag	keine antwort	Anzahl	0	1	1	0	0	0	2
		% von wievielkalorienbu tt-mag	,0%	50,0 %	50,0 %	,0%	,0%	,0%	100,0 %
um diehälfteweniger		Residuen	,0	,5	,1	-,4	-,2	,0	
		Anzahl	0	3	4	4	2	0	13
		% von wievielkalorienbu tt-mag	,0%	23,1 %	30,8 %	30,8%	15,4 %	,0%	100,0 %
		Residuen	-,1	,0	-,1,6	1,1	,7	-,1	
beidegleichvielRICH TIG		Anzahl	0	3	13	7	2	0	25
		% von wievielkalorienbu tt-mag	,0%	12,0 %	52,0 %	28,0%	8,0%	,0%	100,0 %
Doppeltsoviel		Residuen	-,2	-,2,8	2,2	1,4	-,5	-,2	
		Anzahl	1	13	21	8	6	1	50
		% von wievielkalorienbu tt-mag	2,0%	26,0 %	42,0 %	16,0%	12,0 %	2,0%	100,0 %
		Residuen	,6	1,5	-,5	-,3,2	1,0	,6	
Einviertelmehr		Anzahl	0	9	10	4	1	0	24
		% von wievielkalorienbu tt-mag	,0%	37,5 %	41,7 %	16,7%	4,2%	,0%	100,0 %
		Residuen	-,2	3,5	-,3	-,1,4	-,1,4	-,2	
		Anzahl	0	1	7	6	2	0	16
Einviertelweniger		% von wievielkalorienbu tt-mag	,0%	6,3%	43,8 %	37,5%	12,5 %	,0%	100,0 %
		Residuen	-,1	-,2,7	,1	2,4	,4	-,1	
Gesamt		Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
		% von wievielkalorienbu tt-mag	,8%	23,1 %	43,1 %	22,3%	10,0 %	,8%	100,0 %

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	16,347(a)	25	,904
Likelihood-Quotient	18,159	25	,836
Zusammenhang linear- mit-linear	,000	1	,988
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a 24 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

Balkendiagramm



Kreuztabelle

			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	Wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
getränkgerinsten- zucker-gehalt	keine antwort	Anzahl	0	0	1	0	0	0	1
		% von getränkgerinsten- zucker-gehalt	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
energy drink	energy drink	Anzahl	0	3	2	1	0	0	6
		% von getränkgerinsten- zucker-gehalt	,0%	50,0%	33,3%	16,7%	,0%	,0%	100,0%
Softdrinks	Softdrinks	Anzahl	0	0	1	0	0	0	1
		% von getränkgerinsten- zucker-gehalt	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Fruchtsaft	Fruchtsaft	Anzahl	0	1	4	4	4	0	13
		% von getränkgerinsten- zucker-gehalt	,0%	7,7%	30,8%	30,8%	30,8%	,0%	100,0%
frisch gepresstsaft RICHTIG	frisch gepresstsaft RICHTIG	Anzahl	1	26	48	24	9	1	109
		% von getränkgerinsten- zucker-gehalt	,9%	23,9%	44,0%	22,0%	8,3%	,9%	100,0%
		Residuen	,2	,8	1,0	-,3	-,1,9	,2	

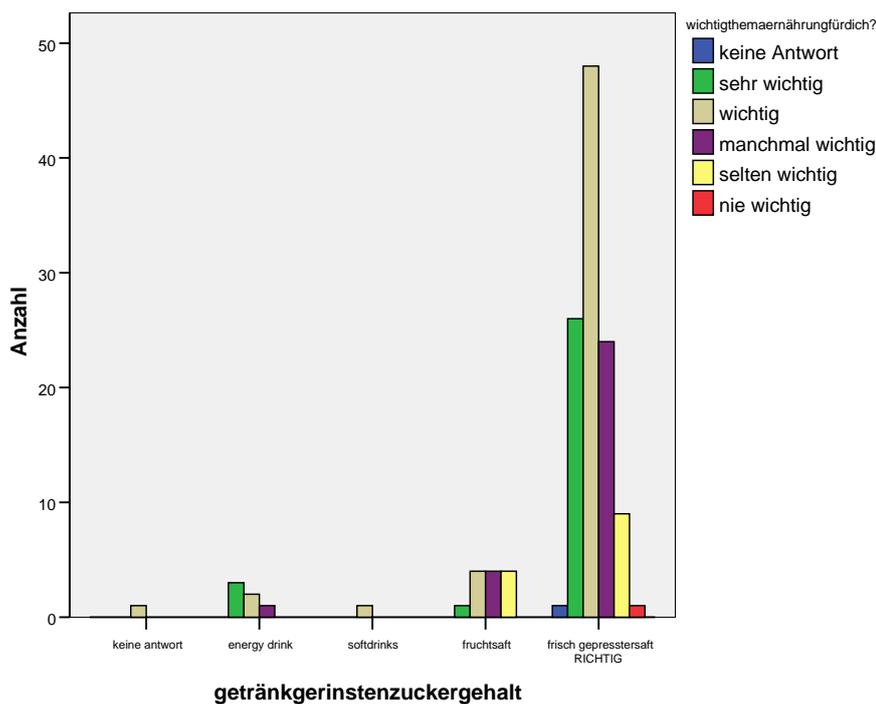
Gesamt	Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
	% von getränkgerinsten- zuckergerhalt	,8%	23,1 %	43,1 %	22,3%	10,0 %	,8%	100, 0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	13,902(a)	20	,835
Likelihood-Quotient	13,541	20	,853
Zusammenhang linear- mit-linear	,082	1	,775
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a. 25 Zellen (83,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,01.

Balkendiagramm



Kreuztabelle

Kreuztabelle

			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
Wieoftmilchprodukte essen	1maltäglRICH TIG	Anzahl	0	16	32	17	6	1	72
		% von wieoftmilchprodukte	,0%	22,2 %	44,4 %	23,6%	8,3%	1,4%	100,0 %

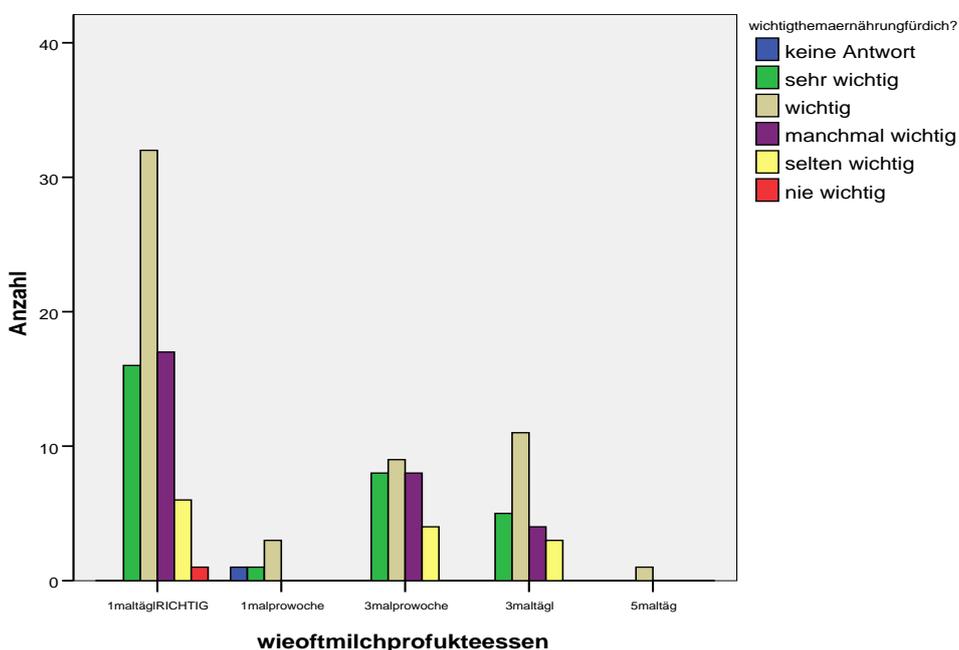
	essen								
	Residuen	-,6	-,6	1,0	,9	-1,2	,4		
1malprowoch	Anzahl	1	1	3	0	0	0	5	
e	% von wieoftmilchprofukte	20,0 %	20,0 %	60,0 %	,0%	,0%	,0%	100,0 %	
	Residuen	1,0	-,2	,8	-1,1	-,5	,0		
3malprowoch	Anzahl	0	8	9	8	4	0	29	
e	% von wieoftmilchprofukte	,0%	27,6 %	31,0 %	27,6%	13,8 %	,0%	100,0 %	
	Residuen	-,2	1,3	-3,5	1,5	1,1	-,2		
3maltägl	Anzahl	0	5	11	4	3	0	23	
	% von wieoftmilchprofukte	,0%	21,7 %	47,8 %	17,4%	13,0 %	,0%	100,0 %	
	Residuen	-,2	-,3	1,1	-1,1	,7	-,2		
5maltäg	Anzahl	0	0	1	0	0	0	1	
	% von wieoftmilchprofukte	,0%	,0%	100,0 %	,0%	,0%	,0%	100,0 %	
	Residuen	,0	-,2	,6	-,2	-,1	,0		
Gesamt	Anzahl	1	30	56	29	13	1	130	
	% von wieoftmilchprofukte	,8%	23,1 %	43,1 %	22,3%	10,0 %	,8%	100,0 %	
	essen								

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	32,001(a)	20	,043
Likelihood-Quotient	15,850	20	,726
Zusammenhang linear- mit-linear	,003	1	,953
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a 20 Zellen (66,7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,01.

Balkendiagramm



Kreuztabelle

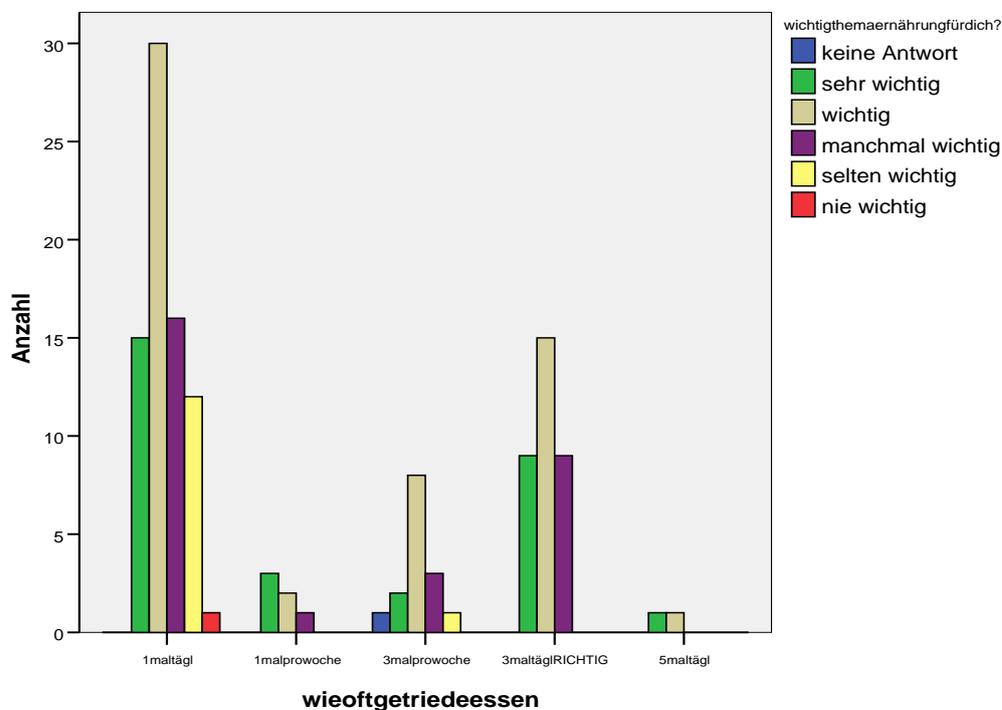
			wichtigthemaernährungfürdich?						Gesamt
			keine Antwort	sehr wichtig	wichtig	manchmal wichtig	selten wichtig	nie wichtig	
wieoftgetriedeessen	1maltägl	Anzahl	0	15	30	16	12	1	74
		% von wieoftgetriedeessen	,0%	20,3%	40,5%	21,6%	16,2%	1,4%	100,0%
	1malprowoche	Residuen	-,6	-2,1	-1,9	-,5	4,6	,4	
		Anzahl	0	3	2	1	0	0	6
		% von wieoftgetriedeessen	,0%	50,0%	33,3%	16,7%	,0%	,0%	100,0%
		Residuen	,0	1,6	-,6	-,3	-,6	,0	
	3malprowoche	Anzahl	1	2	8	3	1	0	15
		% von wieoftgetriedeessen	6,7%	13,3%	53,3%	20,0%	6,7%	,0%	100,0%
	3maltägl (RICHTIG)	Residuen	,9	-1,5	1,5	-,3	-,5	-,1	
		Anzahl	0	9	15	9	0	0	33
		% von wieoftgetriedeessen	,0%	27,3%	45,5%	27,3%	,0%	,0%	100,0%
		Residuen	-,3	1,4	,8	1,6	-3,3	-,3	
	5maltägl	Anzahl	0	1	1	0	0	0	2
		% von wieoftgetriedeessen	,0%	50,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Gesamt		Residuen	,0	,5	,1	-,4	-,2	,0	
		Anzahl	1	30	56	29	13	1	130
		% von wieoftgetriedeessen	,8%	23,1%	43,1%	22,3%	10,0%	,8%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	20,806(a)	20	,409
Likelihood-Quotient	21,385	20	,375
Zusammenhang linear mit-linear	4,855	1	,028
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a 22 Zellen (73,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

Balkendiagramm



Hypothese 6

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Interesse am Thema gesunde Ernährung haben, dann informieren sie sich auch über andere Wege, als nur dem Fernsehen.

Ränge

	wichtigthemaernährungsfürdich?	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Infoübergeserübersinter net	sehr wichtig	30	39,30	1179,00
	Wichtig	56	45,75	2562,00
	Gesamt	86		
frageelternzurinfo	sehr wichtig	30	40,13	1204,00
	Wichtig	56	45,30	2537,00
	Gesamt	86		

fragearztzurinfo	sehr wichtig	30	35,25	1057,50
	Wichtig	56	47,92	2683,50
	Gesamt	86		
lesezeitschriftenzurinfo	sehr wichtig	30	35,57	1067,00
	Wichtig	56	47,75	2674,00
	Gesamt	86		

Statistik für Test(a)

	infoübergeserü bersinternet	frageeltern zurinfo	fragearztz urinfo	Lesezeitschri ftenzurinfo
Mann-Whitney-U	714,000	739,000	592,500	602,000
Wilcoxon-W	1179,000	1204,000	1057,500	1067,000
Z	-1,204	-,936	-2,802	-2,211
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,229	,349	,005	,027

a Gruppenvariable: wichtigthemaernährungfürdich?

5.2.2. Körperzufriedenheit

Hypothese 7

- Je weniger Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren mit ihrem Körpergewicht zufrieden sind, desto eher wollen sie Tipps zum Abnehmen von Sendungen wie „Österreich isst besser“ und „Austria’s Next Topmodel“ erhalten.

Ränge

	Zudick	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
ÖIBabnehmen tipps	stimme seh zu	20	11,53	230,50
	stimme zu	4	17,38	69,50
	Gesamt	24		
ANTtippsab nehmen	stimme seh zu	19	11,92	226,50
	stimme zu	6	16,42	98,50
	Gesamt	25		

Statistik für Test(b)

	ÖIBabnehm entipps	ANTtippsab nehmen
Mann-Whitney-U	20,500	36,500
Wilcoxon-W	230,500	226,500
Z	-1,657	-1,348
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,098	,178
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,135(a)	,198(a)

a Nicht für Bindungen korrigiert.

b Gruppenvariable: zudick

Ränge

	Zudünn	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
ÖIBabnehmen tipps	stimme sehr zu	4	2,50	10,00

	stimme zu	1	5,00	5,00
	Gesamt	5		
ANTtippsabnehmen	stimme sehr zu	4	2,88	11,50
	stimme zu	3	5,50	16,50
	Gesamt	7		

Statistik für Test(b)

	ÖIBabnehm entipps	ANTtippsab nehmen
Mann-Whitney-U	,000	1,500
Wilcoxon-W	10,000	11,500
Z	-1,451	-1,755
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,147	,079
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,400(a)	,114(a)

- a Nicht für Bindungen korrigiert.
b Gruppenvariable: zudünn

5.2.3. „Österreich isst besser“

Hypothese 8a

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahre „Österreich isst besser“ gesehen haben, dann waren es vorwiegend weibliche Zuseherinnen.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
geschlecht * hast du ÖIB gesehn?	128	98,5%	2	1,5%	130	100,0%

geschlecht * hast du ÖIB gesehn? Kreuztabelle

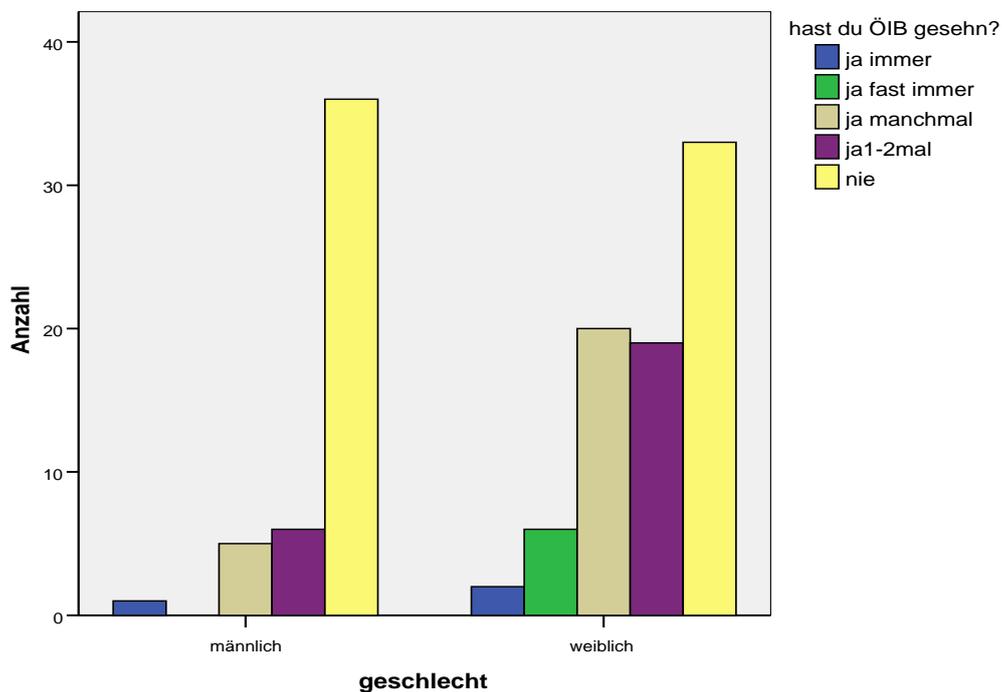
			hast du ÖIB gesehn?					Gesamt
			ja immer	ja fast immer	ja manchmal	ja1-2mal	nie	
Geschlecht	männlich	Anzahl	1	0	5	6	36	48
		% von geschlecht Residuen	2,1%	,0%	10,4%	12,5%	75,0%	
	weiblich	Anzahl	2	6	20	19	33	80
		% von geschlecht Residuen	2,5%	7,5%	25,0%	23,8%	41,3%	
Gesamt		Anzahl	3	6	25	25	69	128
		% von geschlecht	2,3%	4,7%	19,5%	19,5%	53,9%	

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	15,172(a)	4	,004
Likelihood-Quotient	17,443	4	,002
Zusammenhang linear mit-linear	11,281	1	,001
Anzahl der gültigen Fälle	128		

a 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,13.

Balkendiagramm



Hypothese 8b1

- Wenn Burschen zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich isst besser“ rezipiert haben, dann aus dem Grund, sie lustige Szenen sehen wollen.

			ÖIBlustigeszenen					
			trifft sehr zu	trifft zu	trifft manchmal zu	trifft selten zu	trifft nicht zu	Gesamt
geschlecht	männlich	Anzahl	5	2	2	1	2	12
		% von geschlecht	41,7%	16,7%	16,7%	8,3%	16,7%	100,0%
		Residuen	3,0	,2	,2	-1,8	-1,5	
	weiblich	Anzahl	5	7	7	13	15	47
		% von geschlecht	10,6%	14,9%	14,9%	27,7%	31,9%	100,0%
		Residuen	-3,0	-,2	-,2	1,8	1,5	
Gesamt		Anzahl	10	9	9	14	17	59
		% von	16,9%	15,3%	15,3%	23,7%	28,8%	100,0%

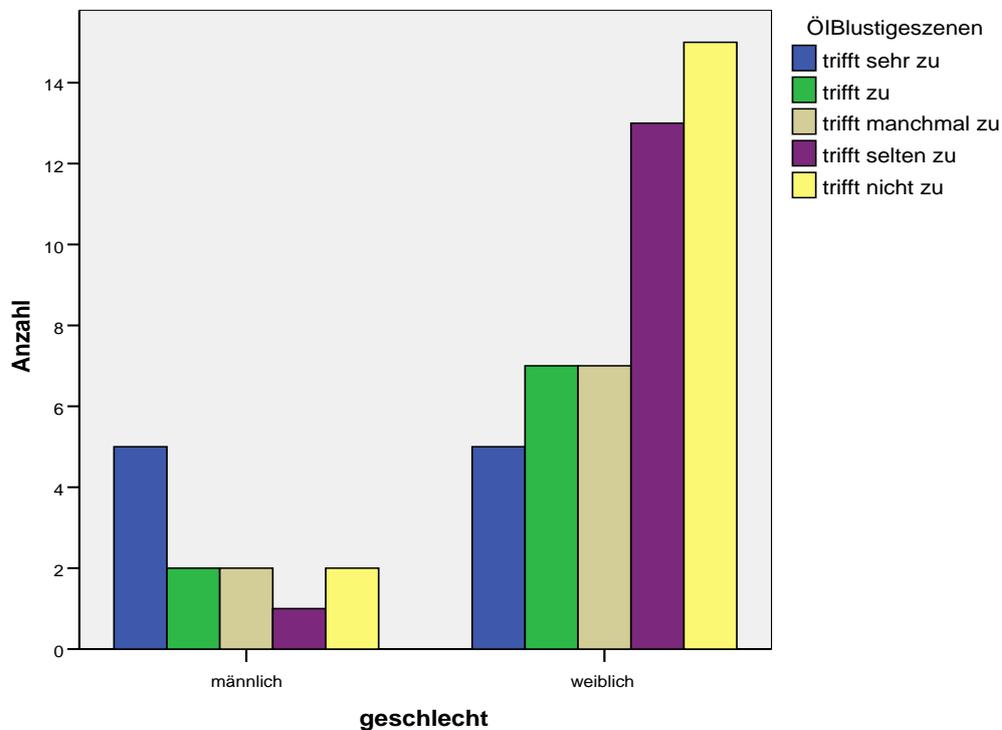
geschlecht

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	7,745(a)	4	,101
Likelihood-Quotient	7,145	4	,128
Zusammenhang linear-mit-linear	5,735	1	,017
Anzahl der gültigen Fälle	59		

a 5 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,83.

Balkendiagramm



Hypothese 8b2

- Wenn Mädchen zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich ist besser“ gesehen haben, dann aus dem Grund, weil sie das Thema „gesunde Ernährung“ interessiert.

Kreuztabelle

		thema interessiertmichOIB					Gesamt	
		trifft sehr zu	trifft zu	trifft manchmal zu	trifft selten zu	trifft nicht zu		
geschlecht	männlich	Anzahl	2	0	4	3	3	12
		% von geschlecht	16,7%	,0%	33,3%	25,0%	25,0%	100,0%

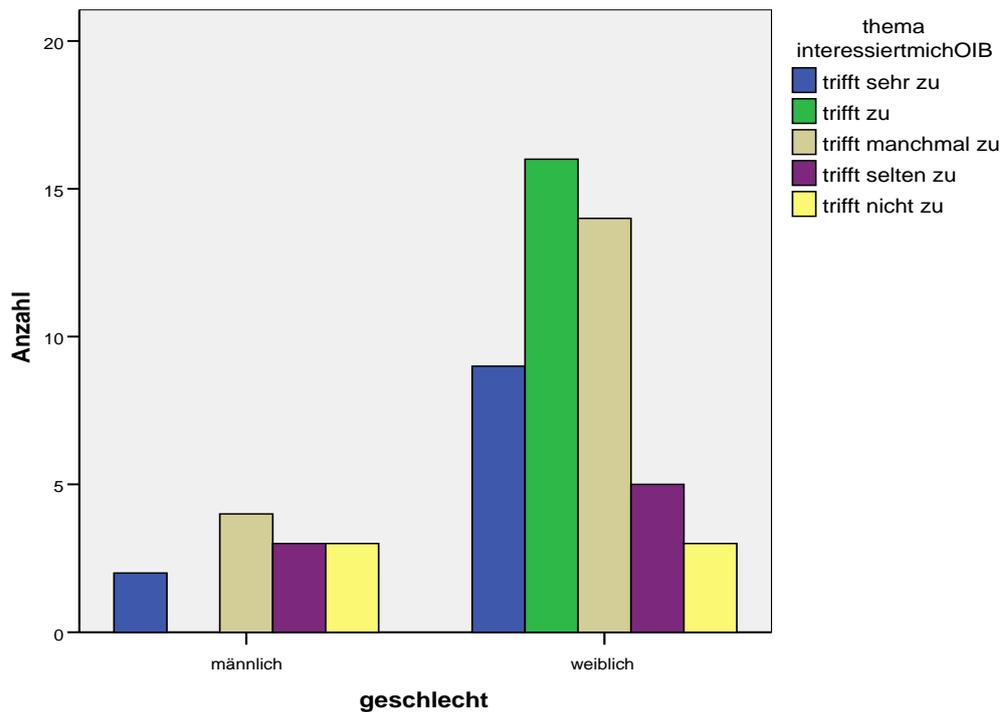
weiblich	Residuen	-2	-3,3	,3	1,4	1,8	
	Anzahl	9	16	14	5	3	47
	% von geschlecht	19,1%	34,0%	29,8%	10,6%	6,4%	100,0%
Gesamt	Residuen	,2	3,3	-,3	-1,4	-1,8	
	Anzahl	11	16	18	8	6	59
	% von geschlecht	18,6%	27,1%	30,5%	13,6%	10,2%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8,868(a)	4	,064
Likelihood-Quotient	11,195	4	,024
Zusammenhang linear mit-linear	5,261	1	,022
Anzahl der gültigen Fälle	59		

a 6 Zellen (60,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,22.

Balkendiagramm



Hypothese 8c

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren „Österreich ist besser“ rezipieren, dann haben sie den Wunsch ihre Ernährung umzustellen.

Ränge

hast du ÖIB gesehen?		N	Mittlerer Rang
ÖIBnachsendungen.umstellen?	ja immer	3	26,17
	ja fast immer	6	21,33
	ja manchmal	25	24,00
	ja 1-2mal	25	38,54
	Gesamt	59	

Statistik für Test(a,b)

	ÖIBnachsendungen.umstellen?
Chi-Quadrat	14,318
Df	3
Asymptotische Signifikanz	,003

a Kruskal-Wallis-Test

b Gruppenvariable: hast du ÖIB gesehen?

Hypothese 8d

- Je höher das Interesse für gesunde Ernährung bei den Jugendlichen zwischen 15 bis 18 Jahre ist, desto besser nehmen sie die positive Ernährungsdarstellung zur gesunden Ernährung in „Österreich isst besser“ wahr.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
wichtigthemaernährungsfürdich? * ÖIBeinschätzungdiesearternährung	59	45,4%	71	54,6%	130	100,0%

wichtigthemaernährungsfürdich? * ÖIBeinschätzungdiesearternährung Kreuztabelle

			ÖIBeinschätzungdiesearternährung					Gesamt
			sehr gesund	gesund	mittel gesund	wenig gesund	nicht gesund	
wichtigthemaernährungsfürdich?	sehr wichtig	Anzahl	10	6	2	0	1	19
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	52,6%	31,6%	10,5%	,0%	5,3%	100,0%
	Wichtig	Residuen	1,0	,5	-1,9	-,3	,7	
		Anzahl	10	7	7	0	0	24
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	41,7%	29,2%	29,2%	,0%	,0%	100,0%
	Residuen	-1,4	,1	2,1	-,4	-,4		

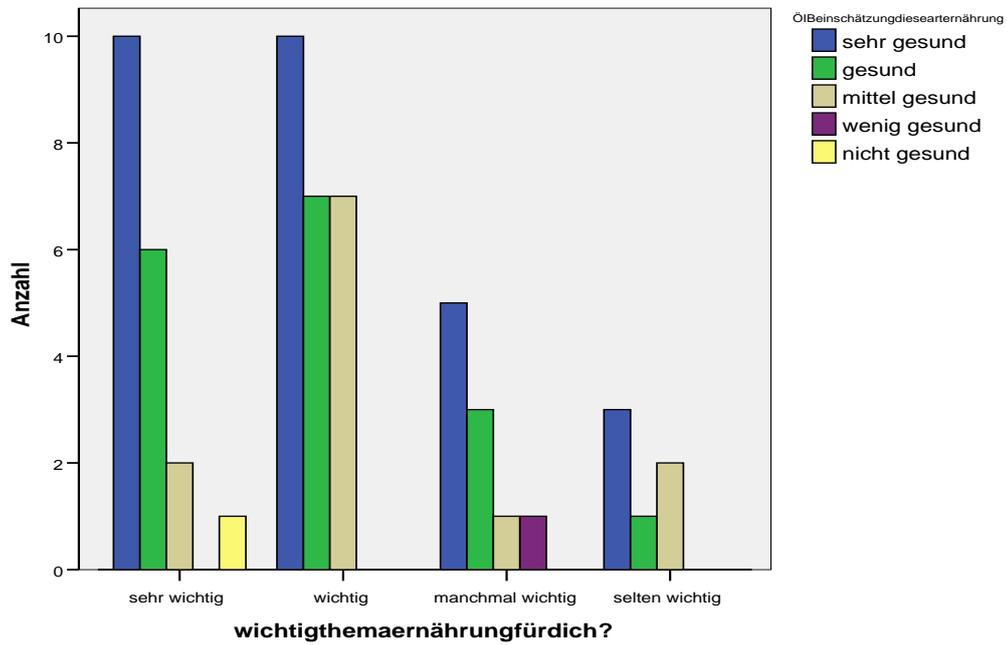
Gesamt	manchmal wichtig	Anzahl	5	3	1	1	0	10
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	50,0%	30,0%	10,0%	10,0%	,0%	100,0%
		Residuen	,3	,1	-1,0	,8	-,2	
	selten wichtig	Anzahl	3	1	2	0	0	6
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	50,0%	16,7%	33,3%	,0%	,0%	100,0%
		Residuen	,2	-,7	,8	-,1	-,1	
	Gesamt	Anzahl	28	17	12	1	1	59
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	47,5%	28,8%	20,3%	1,7%	1,7%	100,0%
		Residuen						

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,510(a)	12	,571
Likelihood-Quotient	9,504	12	,659
Zusammenhang linear-mit-linear	,052	1	,819
Anzahl der gültigen Fälle	59		

a 16 Zellen (80,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,10.

Balkendiagramm



5.2.4. „Austria’s Next Top Model“

Hypothese 9a

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahre „Austria’s Next Topmodel“ gesehen haben, dann waren es vorwiegend weibliche Zuseherinnen.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
geschlecht * ANTgesehen?	130	100,0%	0	,0%	130	100,0%

geschlecht * ANTgesehen? Kreuztabelle

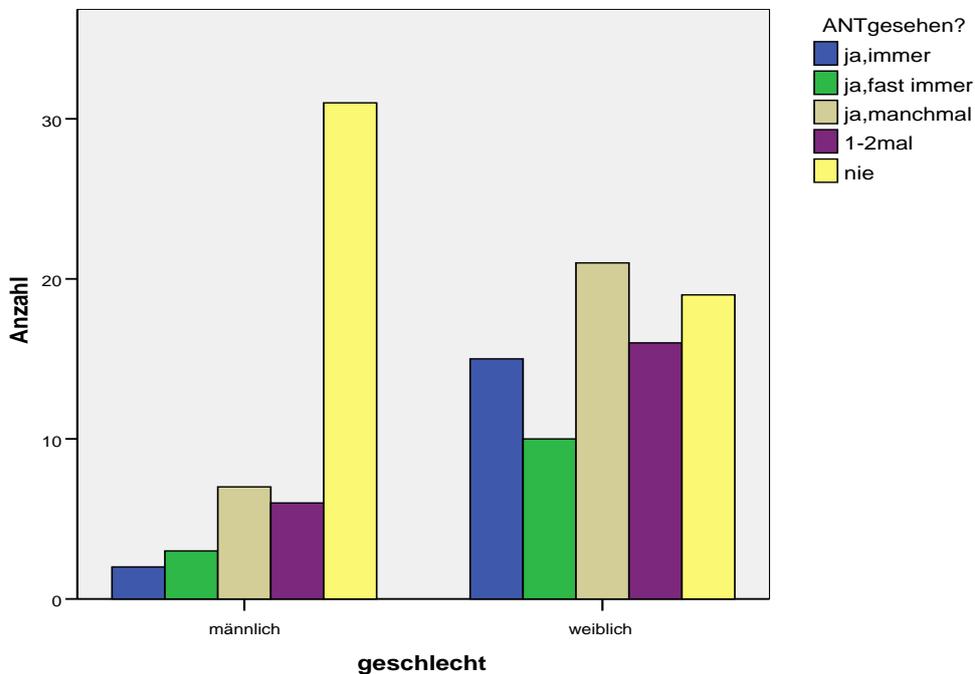
			ANTgesehen?					Gesamt
			ja,immer	ja,fast immer	ja,manchmal	1-2mal	Nie	
Geschlecht	Männlich	Anzahl	2	3	7	6	31	49
		% von geschlecht Residuen	4,1%	6,1%	14,3%	12,2%	63,3%	100,0%
Weiblich	Anzahl	Anzahl	15	10	21	16	19	81
		% von geschlecht Residuen	18,5%	12,3%	25,9%	19,8%	23,5%	100,0%
Gesamt	Anzahl	Anzahl	17	13	28	22	50	130
		% von geschlecht	13,1%	10,0%	21,5%	16,9%	38,5%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	21,566(a)	4	,000
Likelihood-Quotient	22,220	4	,000
Zusammenhang linear-mit-linear	17,428	1	,000
Anzahl der gültigen Fälle	130		

a 1 Zellen (10,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,90.

Balkendiagramm



Hypothese 9b1

- Wenn Burschen zwischen 15 bis 18 Jahren „Austria’s Next Topmodel“ rezipiert haben, dann, weil es sonst nichts gespielt hat.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
geschlecht * ANTweilsonstnixspielt	79	60,8%	51	39,2%	130	100,0%

geschlecht * ANTweilsonstnixspielt Kreuztabelle

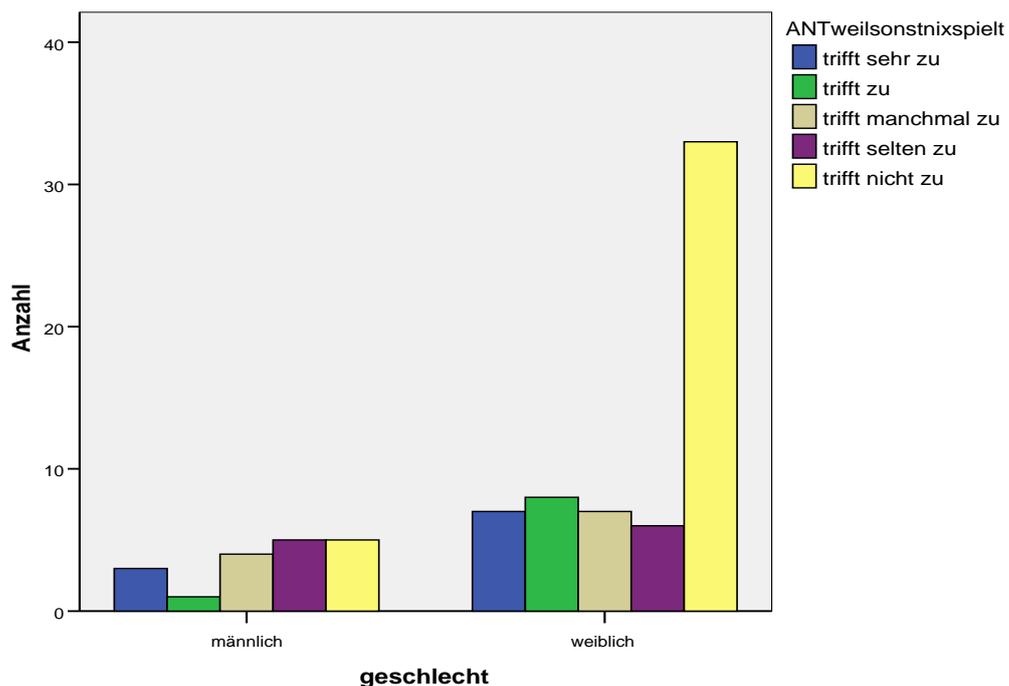
			ANTweilsonstnixspielt					Gesamt
			trifft sehr zu	trifft zu	trifft manchmal zu	trifft selten zu	trifft nicht zu	
Geschlecht	männlich	Anzahl	3	1	4	5	5	18
		% von geschlecht Residuen	16,7% ,7	5,6% -1,1	22,2% 1,5	27,8% 2,5	27,8% -3,7	100,0%
	weiblich	Anzahl	7	8	7	6	33	61
		% von geschlecht Residuen	11,5% -,7	13,1% 1,1	11,5% -1,5	9,8% -2,5	54,1% 3,7	100,0%
Gesamt	Anzahl		10	9	11	11	38	79
	% von geschlecht		12,7%	11,4%	13,9%	13,9%	48,1%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	7,361(a)	4	,118
Likelihood-Quotient	7,125	4	,129
Zusammenhang linear mit-linear	,901	1	,343
Anzahl der gültigen Fälle	79		

a. 4 Zellen (40,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,05.

Balkendiagramm



Hypothese 9b2

- Wenn Mädchen zwischen 15 bis 18 Jahren Austria's Next Topmodel gesehen haben, dann, weil das Thema sie interessiert.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
geschlecht * ANThemainteressiertmich	80	61,5%	50	38,5%	130	100,0%

geschlecht * ANThemainteressiertmich Kreuztabelle

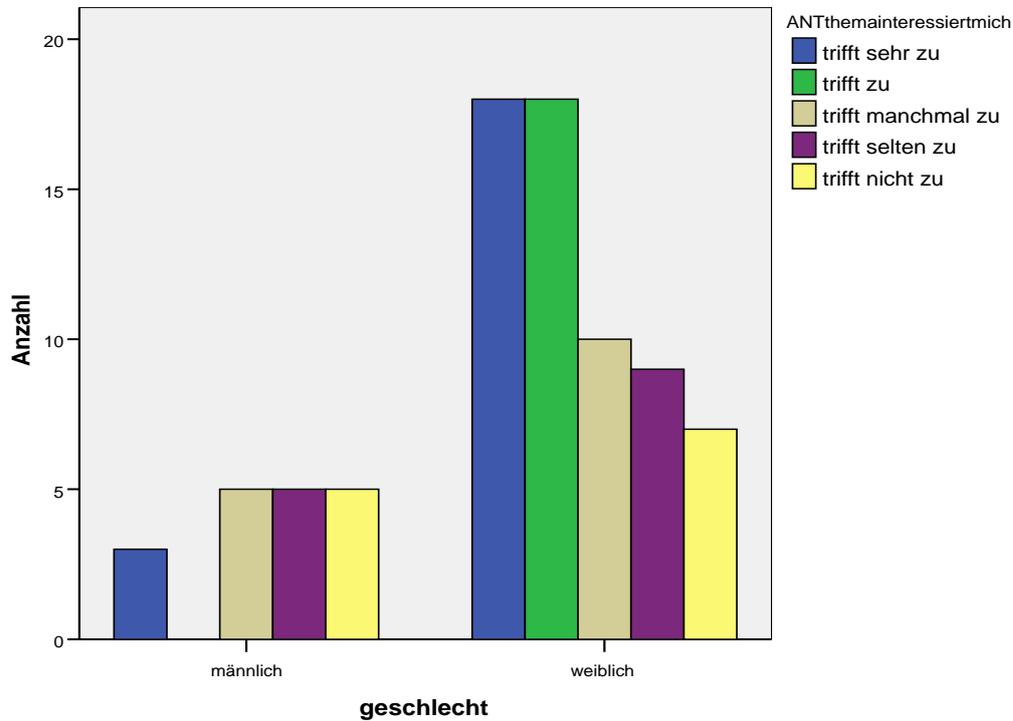
			ANThemainteressiertmich					Gesamt
			trifft sehr zu	trifft zu	trifft manchmal zu	trifft selten zu	trifft nicht zu	
Geschlecht	männlich	Anzahl	3	0	5	5	5	18
		% von geschlecht Residuen	16,7% -1,7	,0% -4,1	27,8% 1,6	27,8% 1,9	27,8% 2,3	100,0%
	weiblich	Anzahl	18	18	10	9	7	62
		% von geschlecht Residuen	29,0% 1,7	29,0% 4,1	16,1% -1,6	14,5% -1,9	11,3% -2,3	100,0%
Gesamt		Anzahl	21	18	15	14	12	80
		% von geschlecht	26,3%	22,5%	18,8%	17,5%	15,0%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	Df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,978(a)	4	,027
Likelihood-Quotient	14,436	4	,006
Zusammenhang linear mit-linear	6,977	1	,008
Anzahl der gültigen Fälle	80		

a 5 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,70.

Balkendiagramm



Hypothese 9c

- Je mehr Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren Interesse am Thema gesunde Ernährung haben, desto mehr fällt ihnen die einseitig negative Darstellung von Ernährung bei „Austria’s Next Topmodel“ auf.

Verarbeitete Fälle

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
wichtigthemaernährungsfürdich? * ANTSchätztdudieseernährungein?	80	61,5%	50	38,5%	130	100,0%

wichtigthemaernährungsfürdich? * ANTSchätztdudieseernährungein? Kreuztabelle

			ANTSchätztdudieseernährungein?						Gesamt
			keine Antwort	sehr gesund	gesund	mittel gesund	wenig gesund	nicht gesund	
wichtigthemaernährungsfürdich?	sehr wichtig	Anzahl	0	2	3	10	4	2	21
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	,0%	9,5%	14,3%	47,6%	19,0%	9,5%	100,0%

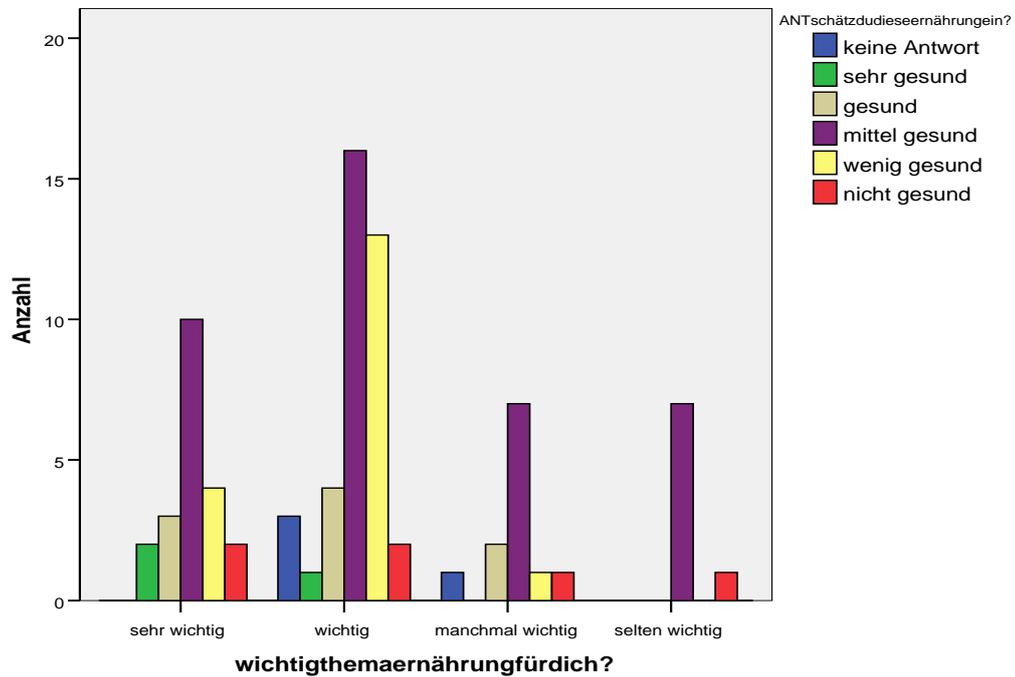
		Residuen	-1,1	1,2	,6	-,5	-,7	,4	
	wichtig	Anzahl	3	1	4	16	13	2	39
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	7,7%	2,6%	10,3%	41,0%	33,3%	5,1%	100,0%
		Residuen	1,1	-,5	-,4	-3,5	4,2	-,9	
	manchmal wichtig	Anzahl	1	0	2	7	1	1	12
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	8,3%	,0%	16,7%	58,3%	8,3%	8,3%	100,0%
		Residuen	,4	-,5	,7	1,0	-1,7	,1	
	selten wichtig	Anzahl	0	0	0	7	0	1	8
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	,0%	,0%	,0%	87,5%	,0%	12,5%	100,0%
Gesamt		Residuen	-,4	-,3	-,9	3,0	-1,8	,4	
		Anzahl	4	3	9	40	18	6	80
		% von wichtigthemaernährungsfürdich?	5,0%	3,8%	11,3%	50,0%	22,5%	7,5%	100,0%

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	15,234(a)	15	,435
Likelihood-Quotient	19,094	15	,210
Zusammenhang linear mit-linear	,007	1	,935
Anzahl der gültigen Fälle	80		

a 20 Zellen (83,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,30.

Balkendiagramm



Hypothese 9d

- Wenn Jugendliche zwischen 15 bis 18 Jahren kein Interesse am Thema gesunder Ernährung haben, dann nehmen sie die reinen Abnehtipps wahr, die in „Austria’s Next Topmodel“ gegeben werden.

	wichtigthemaernährungfürdich?	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
ANTippsabnehmen	selten wichtig	8	4,50	36,00
	nie wichtig	0(a)	,00	,00
	Gesamt	8		

a Der Mann-Whitney-Test kann bei leeren Gruppen nicht ausgeführt werden.

Ränge

	wichtigthemaernährungfürdich?	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
ANTippsabnehmen	manchmal wichtig	12	9,71	116,50
	selten wichtig	8	11,69	93,50
	Gesamt	20		

Statistik für Test(b)

	ANTippsabnehmen
Mann-Whitney-U	38,500
Wilcoxon-W	116,500
Z	-,778

Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,436
Exakte Signifikanz [2*(1-seitig Sig.)]	,473(a)

a Nicht für Bindungen korrigiert.

b Gruppenvariable: wichtigthemaernahrungfürdich?

Tabelle zu Hypothese 4:

einschätzung art dieser ernährung * sendungen grundl. der überleg. Kreuztabelle

		s e n d u n g e n g r u n d l . d e r ü b e r l e g .																												Gesamt											
		despereluce	simpsomente	swolparkshps	desperelofne	geysanzakent	geys1Ae	desperelucegl	simpsos	swolshofm	desperelugey	mleimbernt	serien	spelle	lucselunge	galleg	GSZ.zentralbde	swolshof	kingquers	mekon	reitpovel	dluse	Dezhkosen.21	prideprickon	haroldmospn	immerleijn	velvetleke	esage	eekimhofe	wardelhofn	desp.berickl.2a	simpsoswos	desp.us.azcl	simpsoseshn	feilit	99,9					
einschätzung	gesamt	Anzahl	1	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	1	2	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1.5			
		%vorausschätz	6,7%	,0%	,0%	6,7%	,0%	,0%	,0%	10,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	10,0%	6,7%	10,0%	,0%	6,7%	,0%	10,0%	,0%	,0%	,0%	6,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	6,7%	6,7%	,0%	100%		
		Residuen	,4	-,3	-,3	,9	-,2	-,1	-,5	1,0	-,5	-,2	-,1	-,6	-,1	1,3	,8	1,2	-,1	,8	-,3	1,7	-,2	-,2	-,1	,9	-,1	-,1	-,1	-,3	-,5	-,1	-,5	-,1	,9	-,2,7	-,1				
	nicht-gesamt	Anzahl	3	0	1	0	0	1	1	1	2	2	0	2	1	3	0	4	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	6	1	1	1	0	1,8	0	5,7		
		%vorausschätz	5,0%	,0%	1,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	1,0%	3,3%	3,3%	,0%	3,3%	1,0%	5,0%	,0%	7,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	3,3%	1,0%	,0%	1,0%	1,0%	1,0%	10,0%	1,0%	1,0%	1,0%	,0%	3,0%	,0%	100%				
		Residuen	,8	-,1,3	-,3	-,4	-,9	,6	-,8	-,2,9	,2	1,1	-,4	-,2	,6	,4	-,9	,9	-,4	-,9	-,1,3	-,3	,1	1,1	,6	-,4	,6	,6	,6	-,3	,3	,6	-,8	,6	-,4	4,0	-,4				
	weg-gesamt	Anzahl	1	1	1	0	1	0	1	2	1	0	1	2	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	4	0	1	0	0	1,1	1	3,7		
		%vorausschätz	2,7%	2,7%	2,7%	,0%	2,7%	,0%	2,7%	5,4%	2,7%	,0%	2,7%	5,4%	,0%	2,7%	2,7%	2,7%	2,7%	2,7%	,0%	2,7%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	5,4%	10,0%	,0%	2,7%	,0%	,0%	2,0%	2,7%	100%			
		Residuen	-,4	,1	,1	-,3	,4	-,3	-,1	-,6	-,1	-,6	,7	,6	-,3	-,7	,4	-,1,0	,7	,4	,1	-,9	,4	-,6	-,3	-,3	-,3	-,3	-,3	1,1	,3	-,3	-,1	-,3	-,3	1,9	,7				
	gering-gesamt	Anzahl	0	2	1	0	1	0	2	4	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	2,1
		%vorausschätz	,0%	3,3%	4,0%	,0%	4,0%	,0%	3,3%	10,0%	4,0%	,0%	,0%	4,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	14,0%	,0%	3,3%	,0%	,0%	,0%	3,3%	,0%	100%		
		Residuen	-,8	1,5	,5	-,2	,7	-,2	1,4	2,5	,4	-,3	-,2	,2	-,2	-,2	-,1,0	-,3	-,1,1	-,2	-,3	1,5	-,5	-,3	-,2	-,2	-,2	-,2	-,2	-,2	-,2	-,2	-,5	,9	-,2	1,4	-,2	-,2	-,2	-,2	

Gesamt	Anzahl	5	3	3	1	2	1	4	9	4	2	1	5	1	6	2	7	1	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	3	13	1	4	1	1	32	1	130
	Prozent	2,0%	1,2%		,8%	1,6%	,8%	3,2%	6,0%	3,2%	1,6%	,8%	2,0%	,8%	4,0%	1,6%	5,6%	,8%	1,6%	2,4%	2,4%	1,6%	1,6%	,8%	,8%	,8%	,8%	2,4%	10,0%	,8%	3,2%	,8%	,8%	24,0%	,8%	100%	

