

#planetaryhealthfood? Hotel Mama!

Gen Z und studentische Esspraxen zwischen Elternhaus und Onlinerecherchen¹

Esther Abraham, Jan Grossarth, Gunther Hirschfelder

1. Ernährung und Soziale Medien – eine Blackbox

Soziale Medien sind für die ›Generation Z‹ Kommunikationsanker und Multitool gleichermaßen: 84 % der zwischen 1997 und 2012 Geborenen nutzen täglich WhatsApp, 41 Prozent TikTok; im Durchschnitt und über alle Kanäle hinweg verbringt diese Altersgruppe täglich rund 3,5 Stunden am Bildschirm (vgl. MPFS 2023), Tendenz zunehmend. Dabei geht es auch um das Thema Ernährung. Dieses spielt geradezu eine Schlüsselrolle in einer Gesellschaft, welche damit oft auch die großen Fragen der Zeit verhandelt – etwa jene über die Zukunft der Welt, über die Stellung des Individuums, über ethisch korrektes Handeln, über die Umwelt oder auch den eigenen Körper. Dass die Thematisierungskonjunktur der Ernährung auch eine nicht unbegrenzte Halbwertszeit hat, kann an dieser Stelle außer Acht gelassen werden – in der dritten Dekade des 21. Jahrhunderts ist sie fraglos ein Leitnarrativ (vgl. Hirschfelder 2022). Soziale Medien fungieren hierbei als ›Hot Spot‹ der Kommunikation über ernährungsbezogene Ideale. Visuelle Posts erzählen von Identitäten, Moralen und Ideologemen, die mit dem Essen verbunden sind; darüber hinaus stellen TikTok, Instagram oder Messengerdienste wie WhatsApp auch Orte des praktischen Austauschs von Rezepten und kulinarischen Erfahrungen dar (vgl. Grossarth 2022).

Die intensive Mediennutzung jüngerer Menschen, ihre Struktur und ihre Konsequenzen sind inzwischen in den Forschungsfokus unterschiedlicher Disziplinen gerückt: Dabei reichen die Fragen von der Dauer der Mediennutzung über Effekte von digitalen Vorbildern und Lehrformaten bis zu den Folgen für demokratische Systeme (vgl. Franken 2023). Diverse empirische Studien stellten etwa Korrelationen zwischen der Nutzung digital-bildbezogener Medieninhalte und einer erhöhten Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper fest, ferner auch mit ernährungsbe-

1 Für die kritische Durchsicht des Manuskripts und fruchtbaren Diskurs danken wir Prof. Dr. Lina Franken (Vechta) und Alexandra Regiert M.A. (Regensburg).

zogenen Gesundheitsproblemen (vgl. Rounsefell et al. 2020). Zugleich sind es die betont gesundheitsbewussten Konsumierenden, welche entsprechende Seiten frequentieren. Auf den Virtual-Eating-Plattformen wie Instagram oder TikTok treffen somit sowohl problematische als auch – zumindest aus ernährungsphysiologischer Sicht – vorbildliche Motivlagen aufeinander.

Dieser Beitrag nimmt nicht jene Plattformen und ihre Inhalte in den Fokus, sondern verfolgt vielmehr einen exemplarisch-empirischen Ansatz. Am Beispiel dreier Studierendenkohorten geht er der Frage nach, welche Bedeutung Social-Media- und Onlinerecherchen hinsichtlich des Essverhaltens zukommt: Inwiefern beeinflussen und überschneiden sich Digitalität und Realität im Ernährungsalltag von Studierenden? Vergleichbare spezifische Forschungen über Studierende in Deutschland, ihre ernährungsbezogene Social-Media-Nutzung und die Folgen für ihre Esspraxis liegen unseres Wissens nicht vor – insbesondere nicht mit dezidiert kulturwissenschaftlichem Blick, der sich im Kontext des Essens auf Narrative und Identitäten des Essens konzentriert. Eben hier knüpft der vorliegende Aufsatz mit einem ersten explorativen Feldzugang an und möchte somit auch methodische Anknüpfungspunkte für nachfolgende Studien offerieren.

Mediennutzung und Essverhalten stehen in einer Wechselbeziehung: Unsicheres Essverhalten, sozio-ökonomische wie auch persönlich-biographische Dispositionen für Fehlernährung befördern die Nutzung und Produktion von Social-Media-Inhalten sowie netzbasierten Ernährungsratgebern und Rezeptblogs (vgl. Schmidt/Taddicken 2015). Diese aber stellen auch tradierte Ernährungsweisen infrage und rücken sie in neue Rechtfertigungskontexte – seien es Körperideale, Gesundheitsideologeme, tierethische oder klimafolgenbezogene Auswirkungen des Essens. Die Appelle, Normen und Essmaximen, welche sich virtuell vermitteln, konfrontieren Alltagspraxen (vgl. Hirschfelder 2018).

Im Folgenden werden Aussagen von Studierenden der Studiengänge Vergleichende Kulturwissenschaft (Universität Regensburg) sowie Architektur und Bauingenieurwesen (Hochschule Biberach) vergleichend gegenübergestellt. Zwar sind pauschale Kategorisierungen in der Kulturwissenschaft eher unüblich, da die Disziplin im Rahmen qualitativer Forschung vornehmlich subjektive Wahrnehmungen und individuelle Aushandlungen in den Mittelpunkt stellt (vgl. Bischoff/Oehme-Jüngling/Leimgruber 2014); die empirischen Erfahrungen der Autoren und Autorin des vorliegenden Aufsatzes zeugen jedoch davon, dass die ernährungsbezogenen Gewohnheiten und Sichtweisen von Studierenden aus den technischen Disziplinen stark von jenen der hermeneutisch arbeitenden geisteswissenschaftlichen Fachrichtungen divergieren. Repräsentativen Umfragen zufolge weisen etwa Ernährungsstile von Frauen und Männern im typischen Alter Studierender markante Differenzen auf (vgl. Acatech 2020). Das legt die These nahe, dass sich auch die Gruppen technischer und geisteswissenschaftlicher Studiengänge hin-

sichtlich ihrer subjektiven Aushandlung zeitgenössischer Weichenstellungen, etwa der Klimakrise, voneinander unterscheiden.

Im Wintersemester 2023/2024 wurde ein Fragebogen, der sowohl offene als auch geschlossene Fragen enthielt, insgesamt 58 Probandinnen und Probanden vorgelegt. Die Antworten geben Grund zur Annahme, dass die medial zu Kenntnis genommen Ernährungsnarrative allenfalls eine begrenzte Schnittmenge mit den jeweiligen Ernährungspraxen aufweisen – ein durchaus überraschender Befund. Vielmehr nutzen die Studierenden eigenen Angaben zufolge Social-Media-Plattformen zu Unterhaltungszwecken. Hingegen werden für den praktischen Gebrauch »klassische« Internetseiten ähnlich virtuellen Kochbüchern herangezogen. Die Studierenden verweisen stets von Neuem auf den weitaus größeren Einfluss der Küche des Elternhauses, auf Informationen aus dem Freundeskreis oder auch auf die Zwänge des Alltags, etwa Lebensmittelpreise und Zeitknappheit, die maßgeblich zur Konstitution einer pragmatischen Alltagsküche beitragen. Auch wurde erfragt, welche Priorität der Ernährung im Studierendenalltag tatsächlich zukommt, wobei sich diesbezüglich zwischen den drei Studierendengruppen kaum Unterschiede konstatieren ließen. Gleichzeitig bedingt die Social-Media-Nutzung eine verbreitete Kenntnis und Bezugnahme auf ernährungsbezogene Narrative, die veganen, nachhaltigen, fleischarmen, gesundheitsfördernden, hedonistischen oder leistungsoptimierenden Ernährungsweisen entspringen.

2. Empirie und methodische Vorgehensweise

Die Datenerhebung erfolgte im Dezember 2023 anhand einer digitalen anonymisierten Umfrage mit insgesamt 58 Studierenden (n=58) der Vergleichenden Kulturwissenschaft (n=20, Universität Regensburg) sowie der Architektur (n=24) und des Bauingenieurwesens (n=14, beides Hochschule Biberach). Im Rahmen von Präsenzlehrveranstaltungen waren die Teilnehmenden dazu aufgerufen, einen Umfragekatalog des Tools »Empirio.de« mit insgesamt 19 geschlossenen und offenen Fragen zu beantworten (vgl. Porst 2014). Sechs offene Fragen ermöglichten frei formulierbare Antworten, weitere neun konnten auf einer siebenstufigen Skala von »stimme überhaupt nicht zu« bis »stimme vollkommen zu« beantwortet werden. Die letzte Frage diente dazu, die bevorzugten Medienformate (Bild-, Video-, Audio- und Text) zu erschließen. Der Fragenkatalog ist im Anhang dargestellt.

Die Analyse der offenen Fragen erfolgte hermeneutisch qualitativ, während als ergänzende Zusatzinformation einige Multiple-Choice-Fragen anhand einer kategorisch sortierten Excel-Tabelle auf Basis der automatischen Datenausgabe durch den Anbieter »Empirio.de« quantitativ in Form deskriptiver Statistiken ausgewertet wurden. Da die relativ geringe Teilnehmendenzahl für eine quantitative Untersuchung nicht geeignet ist, liegt der Schwerpunkt jedoch auf einem qualitativen Vor-

gehen. Die vorliegende Studie erhebt somit keinen Anspruch auf Repräsentativität, sondern skizziert lediglich ein punktuelles Stimmungsbild. Neben einer übergreifenden Analyse dienen die Kriterien ›Studiengang‹ (Geisteswissenschaften im Vergleich zum technischen Studiengang Bauingenieurwesen) sowie ›Geschlecht‹ der Spezifizierung. Analysen der sozialen Herkunft wurden hier außer Acht gelassen, um den Rahmen des Beitrags nicht zu sprengen, gleichwohl dürften diese durchaus von Relevanz sein.

3. Der empirische Befund: Faktencheck und Analyse

Im Folgenden werden die Ergebnisse hinsichtlich verschiedener thematischer Distinktionen dargestellt und gedeutet. Zunächst erfolgt die Darlegung der beobachteten Narrative und Bedingungen des studentischen Ernährungsalltags. Die daraus resultierende Frage, wie groß der Einfluss der Sozialen Medien tatsächlich ist, wird im Anschluss anhand statistischer Umfrageparameter und eines Blicks auf die elterlichen Einflussfaktoren aufgeschlüsselt. Abschließend werden studentische Perspektiven der Geisteswissenschaften dem technischen Studiengang des Bauingenieurwesens vergleichend gegenübergestellt.

3.1 Narrative: Nachhaltigkeit, Veganismus, Bio-Produkte und plastikfreies Einkaufen

Das Ess- wie auch Mediennutzungsverhalten der Befragten spiegelt sich in einem breiten Spektrum ernährungsbezogener Narrative. Dass den Parametern ›Nachhaltigkeit‹, ›Fleischverzicht‹, ›Regionalität‹ und ›bio‹ besonders hohe Relevanz zukommt, überrascht nicht, da diese gezielt abgefragt wurden. Die Antworten lassen die Deutung zu, dass entsprechende Narrative zwar durchaus als Orientierungspunkte verwendet, jedoch kaum diskutiert oder kritisch hinterfragt werden. Die Nachhaltigkeit oder Stofflichkeit veganer Produkte wurden somit beispielsweise kaum oder gar nicht problematisiert, sondern Veganes wurde in vielen Fällen mit ›gesund‹ gleichgesetzt. Es liegt nahe, dass die Teilnehmenden grundsätzlich davon ausgehen, dass vegane Ernährung physiologisch unproblematischer und gesundheitsfördernder sei als etwa Fleisch- oder Fischprodukte. Die Tatsache, dass gerade Fleischersatzprodukte häufig besonders energiedicht, stark salzhaltig und hochverarbeitet sind, ist im Bewusstsein offenbar nicht verankert (vgl. Vilgis 2020). Auch die implizit angenommene Nachhaltigkeit veganer Lebensmittel entpuppt sich nicht selten als Chimäre: Milch- und Fleischersatzprodukte dienen oftmals als Brücke zu vegan basierten Ernährungsstilen, erinnern optisch, nominell und sensorisch aber zumeist noch an ihre Vorlagen tierischer Provenienz. Auch identifiziert keiner der Teilnehmenden als Konfliktthema, dass Herstellerunternehmen

von Milchersatzprodukten zu multinationalen Lebensmittelkonzernen gehören. Wir können daraus schließen, dass die Akzeptanz veganer Lebensmittel primär an die bloße Abwesenheit tierischer Inhaltsstoffe gekoppelt ist, während Nachhaltigkeit, soziale Faktoren bei der Produktion oder auch physiologische Aspekte unter dem Wahrnehmungsradar bleiben; dies wird auch der akademischen Diskussion und den institutionellen Manifestierungen der Nachhaltigkeit nicht gerecht (vgl. Grossarth 2024).

Zudem deutet sich in den Antworten ein markanter Consumer-Citizen-Gap an, der in der empirischen Einstellungsforschung schon mehrfach nachgewiesen wurde (vgl. Busch/Spiller et al. 2023). Das bedeutet, dass sich die moralischen Ansprüche an die Nachhaltigkeit der Lebensmittelproduktion im eigenen Konsumverhalten nicht widerspiegeln. Eine unserer Fragen (Nr. 7) eruierte zum Beispiel die generelle Zustimmung zur Aussage »Nachhaltigkeit und Klimaschutz gehören zu den relevanten Aufgaben der Gesellschaft«. Unter allen Teilnehmenden pflichteten 86,2 % (n=50) bei – mehr Zustimmung fand keine andere Aussage. Zur Aussage der Frage 11 aber, »Ethnisch-moralische Kriterien spielen bei meinen Einkaufs- und Ernährungsentscheidungen eine entscheidende Rolle«, gaben aber nur 62 % (n=36) der Befragten Zustimmung, 17,2 % (n=10) verneinten sie sogar.

Welche Rolle wird den in den sozialen Medien präsenten Normen zugesprochen? Eine Studierende der Vergleichenden Kulturwissenschaft (VKW) antwortete auf diese Frage:

»Einfluss haben vor allem Rezepte, die auf TikTok oder Instagram im Trend sind, da ich die gerne ausprobieren. Hierbei spielt vor allem die Frequenz eine wichtige Rolle, denn je öfter ich Videos zu bestimmten Rezepten sehe, umso wahrscheinlicher ist es, dass ich diese auch nachkoche. Gerade der Trend zu einem veganen Lebensstil übt durch Social-Media Druck auf mich aus. Mein Wunsch ist es, mich auch selbst irgendwann vegan zu ernähren, aber im Moment fehlt mir vor allem die Disziplin. Auch mein Elternhaus ist sehr vom Fleischkonsum geprägt, weswegen es mir schwerfällt, komplett darauf zu verzichten. Im Moment reguliere ich also meinen Verzehr von sämtlichen tierischen Produkten, soweit es mir möglich ist, ohne das Gefühl zu haben, auf etwas verzichten zu müssen.« (VKW, 23, weiblich)

Aus dem Zitat geht die wahrgenommene Diskrepanz von Ideal und Realität als Spannungs- und Problemfeld hervor. Dieses Muster lassen auch weitere Antworten erkennen. Gelungene Beispiele einer Kohärenz von Tat und Ideal werden ausführlich erinnert und beschrieben, auch wenn herausgestellt wird, dass dies nur Versuch bleiben und kaum konsequente Ernährungspraxis werden kann:

»Auch hier spielt das Gefühl von Verzicht die entscheidende Rolle. Ich versuche also nachhaltiger zu leben, ohne direkt auf etwas zu verzichten. Ich kaufe, wenn

möglich unverpackt, verzichte weitestgehend auf Einwegprodukte (z.B. durch Bienenwachstücher, Jutebeutel etc.). Ich verzichte nicht auf bestimmtes Obst oder Gemüse, wenn ich die Alternative habe, regional zu kaufen mach ich das, auch wenn es teurer ist. Manchmal kaufe ich auch direkt vom Bauernhof. Ich versuche also Produkte, die ich konsumiere, durch nachhaltigere Alternativen zu ersetzen. Wenn das allerdings nicht möglich ist, konsumiere ich die Produkte einfach weiter.« (VKW, 23, weiblich)

Die insgesamt ausführlicheren Antworten der weiblichen Studierenden geisteswissenschaftlicher Disziplinen lassen auf ein breiteres Themeninteresse schließen. Einige geben an, dass das persönliche Interesse an Nachhaltigkeit abgeklungen sei, so etwa diese Studierende, welche vor der damit assoziierten Komplexität geradezu kapituliert zu haben scheint:

»Nachhaltigkeit spielte für mich vor einigen Jahren noch eine größere Rolle. Wenn möglich achte ich gerne auf Regionalität oder Bio-Produkte. Unverpacktes finde ich auch toll. Trotzdem denke ich, dass häufig sehr viel auf den einzelnen Konsumenten abgewälzt wird, inwiefern dieser nachhaltiger sein soll. Letztlich hängen viele Kaufentscheidungen einerseits vom Angebot, andererseits aber auch von den persönlichen finanziellen Mitteln ab. Ich fühle mich beispielsweise gut, eine unverpackte Paprika zu kaufen. Ob ich mir dann aber noch Gedanken über die Verpackung, in der sie an den Supermarkt geliefert wird, mache oder ob diese aus den Niederlanden, Spanien oder sonst wo herkommt, ist wieder ein anderes Thema. Leider fühlt sich auch hier vieles nach Green Washing für mich an. Auch Wissen dazu anzueignen, finde ich schwierig, da so viele Teilbereiche mit in Betracht gezogen werden müssen, dass das für die einzelne Person durchaus unmöglich erscheinen kann.« (VKW, 30, weiblich)

Auffallend häufig wird auf Verpackungsfragen eingegangen, wie auch in dieser Antwort einer Architektin:

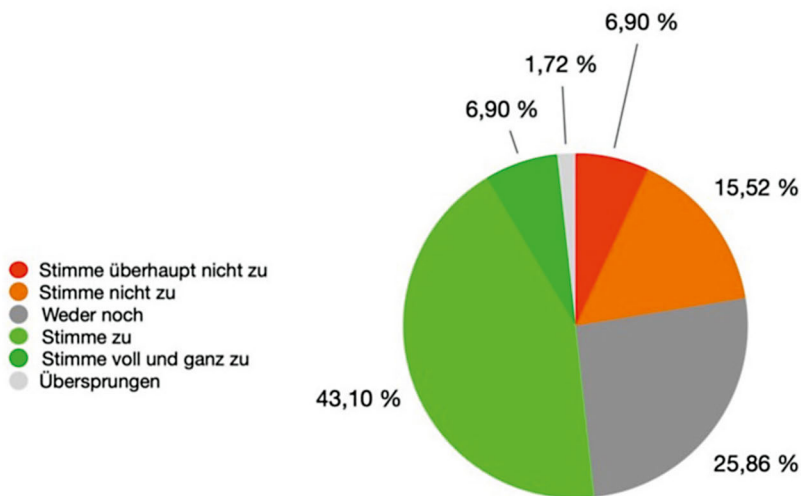
»Nachhaltige Ernährung bedeutet für mich, dass Produkte aus einer ökologischen Landwirtschaft sowie regionale und saisonale Produkte verwendet werden. Auch umweltverträgliche Verpackungen sind dabei notwendig. Leider ist diese Notwendigkeit bis heute nicht in deutschen Supermärkten angekommen. Wer Obst oder Gemüse kauft, kauft auch viel Plastik und Müll ein.« (Architektur, 23, divers)

3.2 Pragmatisch und phlegmatisch? Schnelle Zubereitung, günstiger Preis, Zeitmangel und Wohnen bei den Eltern

Trotz wiederholt artikulierter Maxime nachhaltiger, gesunder Ernährung und entsprechender Vorsätze determinieren die Parameter Preis und Zeit das Praxisver-

halten maßgeblich. Entgegen allen narrativen Beteuerungen dominieren phlegmatisch-pragmatische Haltungen das reale Ernährungsverhalten vieler Studierender. Hinweise lassen vermuten, dass die ab 2022 zugenommene reale wie gefühlte Inflation der Lebensmittelpreise diese Tendenz verstärkt hat (vgl. Krämer et al. 2022). Preissensitivität lassen vor allem die Antworten der männlichen Studierenden erkennen: Hier treten Präferenzen für eine genuss- und bedürfnisorientierte Ernährung deutlich hervor – eine Tendenz, die sich bereits 2021 in einer empirischen Untersuchung von Studierenden der Universität Regensburg abzeichnete, in der die ökologischen und klimatischen Folgen der Ernährung unter die Lupe genommen wurden (vgl. Weber et al. 2023). Zudem deutet sich in unserer Untersuchung eine gewisse Resignation an, wenn es um die Reichweite der Konsequenz individuellen Ernährungsverhaltens auf die Umwelt geht – etwa die Hälfte der Befragten glaubt kaum noch, die Folgen des Klimawandels über die eigene Ernährung abmildern zu können.

Abb. 1: Frage 10 »In der Umstellung meiner Ernährungsgewohnheiten sehe ich eine Möglichkeit, das Ausmaß und die Folgen des Klimawandels abzumildern.«



Statistisch erzielte die Frage 10 mit der Aussage, »In der Umstellung meiner Ernährungsgewohnheiten sehe ich eine Möglichkeit, das Ausmaß und die Folgen des Klimawandels abzumildern«, insgesamt 50 % (n=29) Zustimmung. 22,4 % (n=13) der Teilnehmenden verneinten sie.

Die ernährungsbasierte Informationsbeschaffung verläuft über die Social-Media-Netzwerke weitestgehend pragmatisch, wodurch diese weniger als ori-

entierungsstiftende Kommunikationsplattform genutzt werden. Ratgeber- und Rezeptwebsites werden hingegen für diese Zwecke gezielt angesteuert, wie diese Aussage einer Architekturstudentin vor Augen führt:

»Es stimmt nicht wirklich [...], da ich als Architekturstudent nicht wirklich Zeit habe zum Kochen und da meine Mutter dies übernimmt. Da wir eine traditionelle Familie sind kocht meine Mutter auch traditionelle (nicht immer sehr gesunde) Gerichte. Doch wenn ich mal Zeit habe koche auch gerne etwas aus dem Internet und auch aus unterschiedlichen Küchen (italienisch etc.).« (Architektur, 20, weiblich)

Paradigmatisch für das zweckmäßige Narrativ sind folgende Aussagen zweier Studierender:

»Ich koche meist improvisiert mit Zutaten, die noch Zuhause sind. Manchmal hole ich mir über das Internet etwas Inspiration und wandle das Rezept entsprechend meiner Zutaten um. Eine ideale Ernährung gibt es meiner Meinung nach für mich nicht, da auch ›Ungesundes‹ gerne auf dem Teller landen darf, ich aber dennoch sehr gerne gesunde, frisch zubereitete Speisen esse.« (VKW, 30, weiblich)

»Ich suche selten gezielt nach Rezepten oder Ernährungstipps, sondern solche Beiträge werden mir auf Instagram oder TikTok vorgeschlagen. Ich setze diese Ideen oder Rezepte eher selten um. Meine Wunschvorstellung einer idealen Ernährung stimmt eher nicht mit der Realität überein. Da ich bei meinen Eltern wohne, habe ich nicht immer die Möglichkeit für mich selbst zu kochen oder immer das zu essen, was ich möchte. Außerdem esse ich in der Arbeit und der Uni auch eher das was da ist.« (VKW, 23, weiblich)

Auch das letztere Zitat bringt eine passive, phlegmatische und konsumorientierte Social-Media-Nutzung zum Ausdruck: Einerseits sieht sich die Studentin als Adressatin von Kurzvideo-Vorschlägen, die sie auf Instagram oder TikTok erhält und offenbar auch konsumiert, andererseits scheint ihr bewusst, dass diese »nicht mit der Realität überein[stimmen]«; Mensaangebot und Elternhausküche determinieren den Speiseplan.

3.3 Social Media: Ein Scheinriese?

Die oben aufgeführte zweite Antwort leitet zu der These über, dass eine Social-Media-basierte Beschäftigung mit der Ernährung von Influencer*innen oder weniger reichweitenstarken Nutzenden, die Videos posten, vor allem eine Unterhaltungsfunktion hat: Videos oder Reels werden angesehen, aber nur selten als Anregung für die Küche umgesetzt. Allerdings ist diese zunehmende Unterhaltungsfunkti-

on nicht wirklich ein Phänomen der Netzwerkmedien – vielmehr ist sie schon wesentlich früher zu verorten: Die Anfänge des Ernährungsjournalismus und seines »Infotainments« liegen weit vor den Fernsehkochshows der 1990er-Jahre. Bereits ab 1953 strahlte das Fernsehprogramm des Nordwestdeutschen Rundfunks 14-tägig die Show des TV-Kochs Clemens Wilmenrod aus. Im Unterschied zu heutigen Formaten zeitigten die bis 1964 produzierten 185 Folgen jedoch Wirkung: eher zufällig kreierte Innovationen wie Käseigel, Toast Hawaii oder Rumtopf landeten tatsächlich auf den Esstischen (vgl. Hirschfelder/Pollmer 2021).

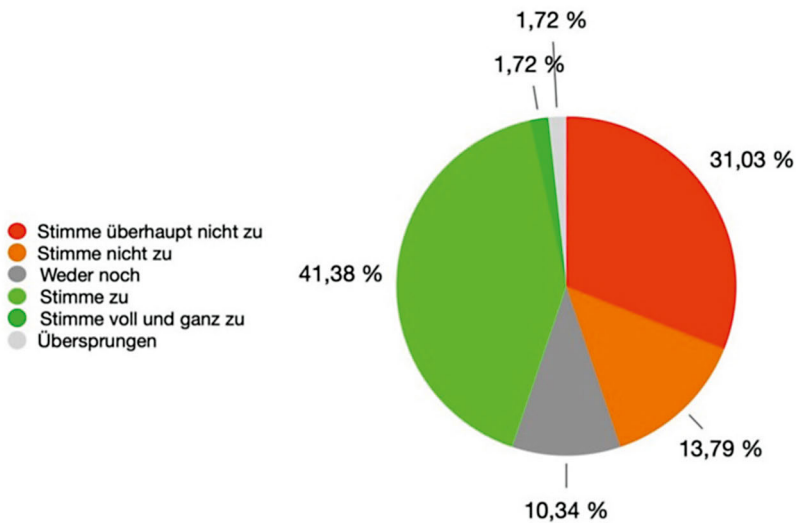
Erst mit der Flut an Ernährungsunterhaltungsformaten – seit den 1990er-Jahren im synchronen Fernsehen, im 21. Jahrhundert dann erst parallel und bald dominant netzbasiert – wurde die Ernährungsinformation zum Klamauk; immerhin bedeutet Social Media aber auch eine Intensivierung der zeitlichen Nutzung und eine »Demokratisierung« der Erstellung von Inhalten.

Eva Maria Endres formulierte die These, dass Inhalte aus sozialen Medien als identitätsbildende und vor allem -bestätigende »Anker« immer wieder angesteuert werden: »Soziale Medien werden zur Identitätsplattform und stellen verschiedene Identitätsangebote, die permanent ersetzt werden können, zur Verfügung« (Endres 2022: 223). Diese These lässt sich aber durch die Antworten aller drei Kohorten kaum bestätigen – gerade die Äußerungen zu den Inhalten auf Instagram oder TikTok lassen ein distanziertes und »abgeklärtes« Verhältnis zu diesen Plattformen erkennen. Oder handelt es sich eher um ein »Binge-Scrolling« von Beiträgen, die irgendetwas mit Essen und Kochen gemein haben (vgl. zum parallel gelagerten Phänomen des »Komaglotzens« Han 2016)? Dass Social-Media-Inhalte nicht als vertrauenswürdige Quelle angesehen werden – mit nur neun % Vertrauensraten gegenüber 62 % für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk –, wurde bereits deutlich (vgl. Van Eimeren 2017). Damit legen die Befragungen auch nahe, frühere Befunde eines schwindenden Einflusses der institutionellen Ernährungsbildung und Ernährungswissenschaft (vgl. Grossarth 2021; Hirschfelder 2022) infolge des medialen Wandels mit größerer Gelassenheit einzuordnen. Auch diese Teilnehmerin wies mit ihrer Antwort darauf hin, dass in der Social-Media-Welt vor allem Rezepte interessant erscheinen:

»Generell überwiegt in meinem Alltag der Konsum von Lebensmitteln, die mir schmecken. Funktionalität oder wie gesund bestimmte Lebensmittel sind spielen eine untergeordnete Rolle. Ich kaufe zwar öfters Light-Produkte, allerdings nicht regelmäßig. Netzbasierte Inhalte beziehe ich vor allem von TikTok und Instagram und benutze Rezepte, die ich speichere, wenn ich mal nicht weiß, was ich essen soll. Auch hier achte ich nicht speziell darauf, dass Rezepte besonders gesund sind, sondern probiere lieber Dinge aus, die mir schmecken könnten.« (VKW, 23, weiblich)

In Verbindung mit den häufigen Bezugnahmen auf das im Elternhaus Erlernte, den Einfluss von Peer Groups und Pragmatismus in der Versorgungsküche lässt sich die These formulieren, dass Social-Media-Inhalte allenfalls bedingt für das individuelle Ernährungsverhalten relevant sind. Häufiger werden auch die Einflüsse von Empfehlungen durch Kommentare und Bewertungen der Produkte genannt. Einige Befragte geben an, ausschließlich Rezepte der populären Plattform Chefkoch.de zu beachten, die besonders positiv – sprich mit vier Sternen oder mehr – bewertet würden.

Abb. 2: Frage 12 »Ich nutze Social Media, um mich über Ernährung zu informieren.«

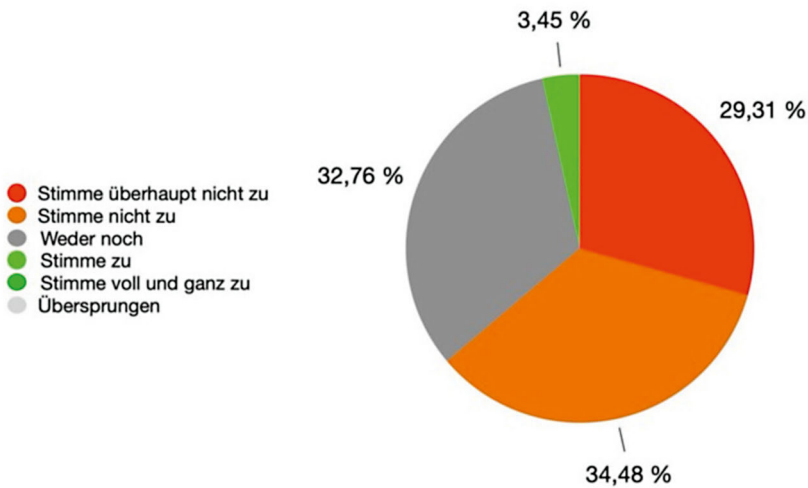


Auf Frage 12 mit der Aussage, »Ich nutze Social Media, um mich über Ernährung zu informieren«, antworteten nur 43,1 % (n=25) mit Zustimmung; etwas mehr verneinten (44,8 %, n=26). Noch seltener wird Social-Media-Nutzung mit der Information über nachhaltige Ernährungsweisen in Verbindung gebracht, die den Studierenden grundsätzlich wichtig sind. Der Aussage in Frage 14 (»Ich informiere mich auf Social Media über nachhaltige Ernährung mit der Intention, den Planeten schonen zu wollen«) stimmten nur 24,1 % (n=14) der Befragten zu, 56,9 % (n=33) verneinten sie.

In Verbindung mit dem empirischen Wissen darüber, dass eher »problematische« Essgruppen ernährungsbezogene Social-Media-Inhalte nutzen, liegt es nahe, in diesem Ergebnis eine Bestätigung der medienwissenschaftlichen Polarisierungsthese zu erkennen (vgl. Neubaum 2020). Influencer*innen, die starke (ideologische)

Narrative der Ernährung verbreiten, ziehen dafür empfängliche Minderheiten an, während die Mehrheit ihr Essverhalten pragmatisch gestaltet und das Internet für Information und Unterhaltung nutzt: So wird die Welt der Influencer*innen letztendlich als Scheinwelt entlarvt.

Abb. 3: Frage 15 »Ernährungsvorbilder auf Social Media stimmen mit meinem tatsächlichen Ernährungsverhalten überein.«



Auf die Aussage der Frage 15 (»Ernährungsvorbilder auf Social Media stimmen mit meinem tatsächlichen Ernährungsverhalten überein«) gibt es nur von 2 der 58 Befragten Zustimmung; das macht eine Quote von lediglich 3,45 % (n=2). 63,8 % (n=37) der Befragten verneinten diese Frage.

In eigenen Antworten wird ein ausdrückliches Befremden gegenüber Social-Media-Inhalten formuliert, die demnach eher als Kuriosum wahrgenommen werden, das kaum etwas mit der Wirklichkeit gemein hat:

»Meine Koch- und Essverhältnisse basieren auf den Gewohnheiten meiner Eltern; Kochen und der damit verbundene Einkauf laufen wie in der Kindheit gelernt ab. Gemüse und Obst sind gesund, Rezepte erhält man aus Büchern. Social Media Webseiten stellen mir durchaus immer wieder interessante neue Rezepte vor, doch ist das Format mir so fremd, dass kein ehrliches Interesse daran auftritt. Außerhalb dessen, in Restaurants oder bezüglich Snacks, fällt jegliche Gewichtung und Wertung auf Geschmack, bzw. was einem schon bekannt ist.« (VKW, 21, w)

3.4 Eltern – Prägekraft für die Gen Z

Der Einfluss ernährungsbezogener Onlinerecherchen wie der Social-Media-Nutzung schwindet besonders in Anbetracht der familiären Prägung durch das Elternhaus. Im kapitalistischen Meer der unendlichen Optionen, in dem Individualismus und (Online-)Performance die Oberhand ergreifen, ist hier ein Rückzug auf das Gewohnte, Traditionelle zu beobachten. Studierende, die entweder noch zu Hause wohnen oder kürzlich ausgezogen sind und nun ihren Ernährungsalltag selbst gestalten müssen, führen die Ernährungs- und Kochgewohnheiten fort. Eine Internetrecherche dient lediglich als abwechselnde Ergänzung, wie dieses Zitat illustriert:

»Ich koche meistens Dinge, die ich noch aus meinem Elternhaus kenne. Ansonsten suche ich mir gerne Rezepte von Instagram mit Zutaten raus, welche ich besonders mag. Daneben besitze ich auch Kochbücher, aus denen ich mir gerne Rezepte raussuche, aber meistens nur, wenn ich für mehr[ere] Personen koche.« (VKW, 23, weiblich)

Somit kann die Übernahme eines elterlichen Ess-Traditionalismus als leiblich nachvollzogene Kontinuität gedeutet werden, die Orientierung und Sicherheit spendet. Ebenso stellt sich abermals die Frage, inwiefern die medial präsenten Generationenbezeichnungen X, Y und Z aus wissenschaftlicher Sicht überhaupt angebracht sind, da sie eine voneinander abgekoppelte Kategorisierung simulieren, die so nicht existiert (vgl. Rückert-John/Ruppenthal/Schweers 2024). Die Einflussnahme vorausgegangener Eltern- und Großelterngenerationen und damit verbundene sozialpsychologische Zusammenhänge werden somit verschleiert.

Nicht zu unterschätzen ist auch ein expliziter und impliziter Performance-druck, der vor allem auf Einzelkinder einwirkt. Im Jahre 2019 waren mit 51,2 % über die Hälfte der deutschen Familien Ein-Kind-Familien (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2021), gleichzeitig erfuhren Institutionen wie Parteien, Gewerkschaften oder auch Kirchen einen Relevanzverlust. Die beinahe unauflösliche soziale Bindung an das Elternhaus wird durch diese Faktoren bestätigt und gestärkt. Auch nachwirkende (Corona-Pandemie) und anhaltende Krisen (Ukraine-Krieg und Nah-Ost-Konflikt) scheinen das Sicherheitsbedürfnis und die familiäre Rückorientierung junger Menschen zu fördern (vgl. Dreyer et al. 2024). Aussagen der Studierenden spiegeln diese familiäre Fixierung wider:

»Habe seit Kindheit schon eine grobe Vorstellung davon, was ist gesund und was nicht und beziehe mich auf Zeitungen und Werbungen.« (Architektur, 20, weiblich)

»Das Netz spielt hierbei gar keine Rolle für mich. Ich habe vor allem viel über Nachhaltigkeit von meinen Eltern gelernt.« (VKW, 23, weiblich)

»Ich nutze das Internet eigentlich nur für schnelle Rezepte häufig auch Chefkoch. Zum Thema gesundes Essen frag ich immer meine Mutter, die mal als Ernährungsberaterin gearbeitet hat.« (VKW, 21, weiblich)

Die letzten beiden Aussagen geben Grund zur Annahme, dass Kinder in Ernährungsfragen – im Sinne des Familiensoziologen Helm Stierlin – »Delegierte der Eltern« (Stierlin 2006) sind, die Wünsche und Erwartungen der Eltern weitertragen. Bezogen auf die beiden Zitate fungiert der elterliche Einfluss als Ressource, da ein gesundheits- und nachhaltigkeitsbewusster Elternhaushalt auf eine ebenso sensibilisierte – zumindest tritt sie als solche öffentlich auf – junge Generation trifft (vgl. Katschnig 2007). Trifft dies nicht zu, können intergenerationelle Konflikte oder aber auch ein gewisser Phlegmatismus die Folge sein, wie die im Rahmen der Studie generierten Antworten illustrieren. In diesem Fall werden Einflüsse der Eltern und Großeltern aus einem Alltagskomfort heraus übernommen und nicht näher hinterfragt.

3.5 Essen und Körperstyling: Die verpasste Chance

Körperstyling und Körperperformanz stellen in der digitalen und stark visuell ausgerichteten Gegenwartsgesellschaft zentrale Instrumente der Identitätskonstruktion dar (vgl. Hirschfelder 2019). Vor diesem Hintergrund erstaunt es wenig, dass sich ein deutlicher Unterschied der Interessenschwerpunkte nach Genderzugehörigkeit abzeichnet. Die antwortenden Frauen offenbaren einen Fokus auf Gesundes und auch ein kritisches Bewusstsein für über Social Media vermittelte Schönheitsideale. Das zeigt die Auswertung nach Studiengängen: In den Geistes- und Kunstwissenschaften ($n=44$) liegt der Anteil weiblicher Studierender bei 75 % ($n=33$), im Bauingenieurwesen ($n=14$) bei nur 21 % ($n=3$). Dementsprechend geben allgemein 36,4 % ($n=16$) der ersteren Gruppe an, dass sie sich auf Social Media gezielt über leistungssteigernde, aussehensoptimierende Ernährung informieren. Im männlich dominierten Bauingenieurwesen stimmte dem nicht eine einzige Person zu – ganze 64,3 % ($n=9$) verneinten dies vollständig.

Die qualitative Analyse der offenen Antworten ergab, dass das Interesse der Männer dem schnellen Aufbau von Muskelmasse gilt, etwa unterstützt von proteinreicher Ernährung. Auf die Frage nach der individuellen Zielsetzung im Hinblick auf die alltägliche Ernährung antwortete ein Architekturstudent:

»Sicherlich spielt eine proteinhaltige Ernährung im Hinblick auf Muskelaufbau eine große Rolle. Daher bezieht sich die Recherche tendenziell eher auf dieses Thema.« (Architektur, 19, männlich)

Ein 22-jähriger VKW-Student schloss sich der Aussage an, indem er angab, er informiere sich zwar weniger über Social Media, dafür mittels Bücher »von Weltklasse-Athleten«. Dies kann als Verkörperungswunsch eines heteronormativen Geschlechtsbildes gelesen werden. Parallel hierzu äußern viele männliche Studierende eine Gleichgültigkeit oder phlegmatische Haltung gegenüber der eigenen Ernährungsgestaltung.

Über alle Antworten hinweg ist das Narrativ der Optimierung von Leistungsfähigkeit und Schönheit des Körpers am geringsten verbreitet. Auf Frage 13, die Aussage, »Ich informiere mich auf Social Media über Ernährung, von der ich mir eine höhere Leistungsfähigkeit und eine Optimierung meines Aussehens erhoffe«, antworteten 27,6 % (n=16) der allgemein Befragten mit Zustimmung, 53,4 % (n=31) verneinten sie. Wirkungen auf den Körper, so unser Befund, sind den Studierenden wesentlich weniger wichtig als angenommen; mit Blick auf Körperstyling wird das Potenzial des Essens kaum identifiziert. Geschmack, Genuss und dahinter Nachhaltigkeit bleiben bei den Essentscheidungen vorerst relevanter.

3.6 Geisteswissenschaften vs. technischer Studiengang

Bei dem Vergleich zwischen den Studierenden der Vergleichenden Kulturwissenschaft und der Architektur mit jenen des Bauingenieurwesens treten markante Unterschiede zutage: In einem sind sich beide Gruppen zunächst einig: 90,9 % (n=40) der Studierenden der Geisteswissenschaften (G) wie auch 71,4 % (n=10) der Studierenden des Bauingenieurwesens (BW) sehen Nachhaltigkeit und Klimaschutz als relevante Aufgaben der Gesellschaft an. Sobald es aber um Zukunftssorgen, technische Klimaschutzlösungen oder Ernährungsentscheidungen geht, divergieren die Meinungen merklich.

Während 2,3 % (n=1) der G der Aussage, sie seien von der Klimaerwärmung verängstigt und sorgten sich auf globaler Ebene um ein zukünftig friedliches Miteinander, »überhaupt nicht« zustimmen, trifft diese Prämisse im BW auf 14,3 % (n=2) Verneinung. Der Frage nach technischen Lösungen in der Landwirtschaft, wie beispielsweise autonome Landmaschinen, Einsatz von Robotern oder digitale Steuerung von landwirtschaftlichen Arbeitsabläufen, stehen 36,4 % (n=14) der G kritisch gegenüber (»stimme nicht/überhaupt nicht zu«). Nur 25 % (n=11) von ihnen erkennen darin Potenzial für die Abmilderung der Klimaerwärmungsfolgen. Studierende des BW halten mit optimistischen 64,3 % (n=9) dagegen (»stimme zu/voll und ganz zu«).

Was die Umstellung der eigenen Ernährungsgewohnheiten zugunsten der Klimastabilität anbetrifft, sind sich 52,3 % (n=23) der G und 42,9 % (n=6) des BW einig, dass hierdurch das Ausmaß des Klimawandels abgeschwächt werden kann. Während 29,6 % (n=13) der G einen neutralen Standpunkt vertreten (»weder noch«), widerspricht die technische Seite mit 42,9 % (n=6) der individuellen Verantwortung jedoch vollkommen (»stimme nicht/überhaupt nicht zu«). Dementsprechend irrelevant ist der ernährungsbezogene Social-Media-Konsum für Studierende des BW.

Ethisch-moralische Kriterien bei Einkaufs- und Ernährungsentscheidungen spielten hingegen bei beiden Studiengangsrichtungen eine überwiegende Rolle. Dennoch kann auch hier eine erhöhte Relevanz in den G festgestellt werden (65,9 %, n=29, Zustimmung, 9 %, n=4, Verneinung), wohingegen im BW trotz einer Zustimmung von 50 % (n=7) ein beinahe ebenso großer Anteil von 42,9 % (n=6) diesen Aspekt komplett verneint.

4. Zusammenfassung und Ausblick

In der Summe sind die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung in mehrfacher Hinsicht bemerkenswert: Die hohe Priorität, welche junge Menschen Nachhaltigkeitswerten weit vor Gesundheits- und Körperidealen einräumen, bestätigt sich auch in einem veränderten politischen und wirtschaftlichen Umfeld von Ukrainekrieg und Inflation (vgl. Dreyer et al. 2024). Dabei offenbaren die Antworten großen Pragmatismus: Ideale und Narrative werden als solche erkannt und reflektiert; sie haben eine Orientierungsfunktion, aber nicht im Sinne von Umsetzbarkeit. Die Nutzung von Onlinemedien und Social Media erfolgt konservativ. Seit rund zwei Jahrzehnten etablierte Plattformen wie Chefkoch.de oder die Suchmaschine Google werden als Quellen für Rezepte aufgeführt. Häufig stellen die Befragten die Einflüsse des Elternhauses auf ihre Ernährung heraus, was Studien der Ernährungspsychologie bestätigten (vgl. Klotter 2017). Esspraxis erscheint somit weniger kognitiv bestimmt, sondern emotional, affektiv (vgl. Klotter 2014) und auch im Sinne verkörperter Erinnerung (vgl. Fuchs 2020) an gemeinsame Mahlzeiten. Influencer und Influencerinnen sind mit Blick auf die Esspraxis den Selbstzeugnissen der befragten Studierenden nach irrelevanter als in der wissenschaftlichen Ernährungskommunikation diskutiert oder erwartet. Diese potenzielle Voreingenommenheit weist auf den noch wenig beachteten »blinden Fleck« der sozialen und finanziellen Lage von Studierenden hin, welcher nicht minder für die alltäglichen Ernährungsentscheidungen verantwortlich ist. Influencer:innen und Blogger:innen haben so nur einen begrenzten Zugriff, da dem studentischen Zeit- und Ausgabenmanagement offensichtlich Vorrang zukommt.

Insgesamt liegt die These nahe, dass ernährungsbasierte Website- und Social-Media Inhalte in Text-, Video- und Bildform eher als Unterhaltungsformate consu-

miert werden. Die finanziellen Einschränkungen sowie Zeiteffizienz sind im studentischen Ernährungsalltag unter anderem Faktoren, die in dieser Kohorte besonders pragmatische Ernährungspraxen begründen.

Resümierend ist eine Dissonanz zwischen gesellschaftlichen Ernährungsimperativen, der eigenen Wunschernährung und der tatsächlichen alltäglichen Umsetzung zu konstatieren, wie dies auch außerhalb von Internetrecherchen festzuhalten ist (vgl. Hirschfelder 2022). Zeitdruck und Stress hemmen oft die tiefergehende Auseinandersetzung mit dem Thema Ernährung. Auch ist eine Verschränkung verschiedener Ernährungstypen deutlich (etwa: die Leidenschaftslosen/die Gehetzten/die modernen Multi-Optionalen; vgl. Mörxbauer et al. 2019). Nachhaltigkeit und ›bio‹ sind nicht mehr Distinktionsmerkmale, sondern gelten als neuer selbstverständlicher Anspruch.

Aus den Antworten geht ferner hervor, dass die Bereitschaft, sich über Netzrecherchen und Soziale Netzwerke ausgiebig über gesunde, nachhaltige Ernährung zu informieren, geringer ist, als anfangs vermutet. Die vermeintliche ›Generation Nachhaltigkeit‹ besitzt zwar die nötigen digitalen Ressourcen und den Zugriff auf nachhaltigkeitsbezogene Ernährungsnarrative, jedoch finden diese Zusatzinformationen nur mäßig Einzug in die Gestaltung des Ernährungsalltags. Hinsichtlich der Wechselwirkung dieses Einflusses und des tatsächlichen Verhaltens bedarf es noch weiterer Forschung, etwa mittels qualitativer Zugänge oder in Form von Diskursanalysen. Dieser Beitrag zeichnete lediglich ein erstes Stimmungsbild und soll als explorativer Anstoß für nachfolgende Studien dienen.

Literaturverzeichnis

- Acatech/Körper-Stiftung (2020): Technikradar 2020. Was die Deutschen über Technik denken. Schwerpunkt Bioökonomie, München/Hamburg: acatech/Körper-Stiftung.
- Bischoff, Christine/Oehme-Jüngling, Karoline/Leimgruber, Walter (2014): Methoden der Kulturanthropologie, Bern: UTB.
- Bundeszentrale für politische Bildung (2021): »Familienhaushalte nach der Zahl der Kinder«, in: bpb.de. Online unter: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61597/familienhaushalte-nach-zahl-der-kinder/> (letzter Zugriff: 21.03.2024).
- Busch, Gesa/Spiller, Achim/Kühl, Sarah (2023): »Ethical responsibilities and transformation strategies of focal companies in the meat supply chain: the implementation dilemma«, in: *Animal* 17, S. 1–8.
- Dreyer, Jana O./Brandt, Alexander C./Lichtenstein, Silke/Sina, Christian/Smollich, Martin (2024): »Impacts of the SARS-CoV-2 pandemic on the dietary practices of university students in Germany«, in: *Frontiers in Nutrition* 11, S. 1–13.

- Endres, Eva-Maria (2022): »Ernährungsbildung durch Social Media«, in: Annika Busch/Jonas Birke (Hg.), *Nachhaltigkeit und Social Media: Bildung für eine nachhaltige Entwicklung in der digitalen Welt*, Wiesbaden: Springer VS, S. 223–239.
- Franken, Lina (2023): *Digitale Methoden für qualitative Forschung. Computationale Daten und Verfahren*, Münster: UTB.
- Fuchs, Thomas (2020): *Verteidigung des Menschen. Grundfragen einer verkörperten Anthropologie*, Berlin: Suhrkamp.
- Grossarth, Jan (2021): »Seriöse Ernährungskommunikation im digitalen Medienzeitalter«, in: *Ernährung im Fokus* 9, S. 36–42.
- Grossarth, Jan (2022): »Die Macht der Medien: schön – stark – gesund«, in: Gunther Hirschfelder (Hg.), *Wer bestimmt was wir essen? Ernährung zwischen Tradition und Utopie, Markt und Moral*, Stuttgart: Kohlhammer, S. 112–132.
- Grossarth, Jan (2024): »Nachhaltigkeit als Rahmen der Bioökonomie«, in: Jan Grossarth (Hg.), *Bioökonomie und Zirkulärwirtschaft im Bauwesen. Eine Einführung*, Wiesbaden: Springer Vieweg, S. 185–215.
- Han, Byung-Chui (2016): *Die Austreibung des Anderen. Gesellschaft, Wahrnehmung und Kommunikation heute*, Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag.
- Hirschfelder, Gunther (2018): »Wege aus der Digitalisierungsfalle – Ernährungskommunikation und Ernährungsbildung«, in: *Ernährung im Fokus* 6, S. 284–288.
- Hirschfelder, Gunther (2019): »Körperbilder – Körperstyling – Körpernöte. Leiblichkeit unter Digitalisierungsdruck«, in: Manuel Trummer/Sebastian Gietl/Florian Schwemin (Hg.), »Ein Stück weit ...« *Relatives und Relationales als Erkenntnisrahmen für Kulturanalysen*, Münster u.a.: Waxmann, S. 167–183.
- Hirschfelder, Gunther (2022): »Essen heute: Praktiken, Diskurse, Widersprüche«, in: Gunther Hirschfelder (Hg.), *Wer bestimmt was wir essen? Ernährung zwischen Tradition und Utopie, Markt und Moral*, Stuttgart: Kohlhammer, S. 7–23.
- Hirschfelder, Gunther/Grossarth, Jan (2022): *Future Food: Trends und Prognosen*, in: Gunther Hirschfelder (Hg.), *Wer bestimmt was wir essen? Ernährung zwischen Tradition und Utopie, Markt und Moral*, Stuttgart: Kohlhammer, S. 153–176.
- Hirschfelder, Gunther/Pollmer, Patrick (2021): »Das Wissen vom ›guten‹ Essen. Ernährungskommunikation als historisches Paradigma«, in: Jasmin Godeman/Tina Bartelmeß (Hg.), *Ernährungskommunikation. Interdisziplinäre Perspektiven – Kontexte – Methodische Ansätze*, Wiesbaden: Springer VS, S. 61–73.
- Katschnig, Hildegard (2007): »Delegation«, in: Gerhard Stumm/Alfred Pritz (Hg.), *Wörterbuch der Psychotherapie*, Wien: Springer Vienna, S. 121.
- Klotter, Christoph (2015): *Fragmente einer Sprache des Essens. Ein Rundgang durch eine essgestörte Gesellschaft*, Wiesbaden: Springer VS.
- Klotter, Christoph (2017): *Einführung Ernährungspsychologie*, Basel: UTB.

- Krämer, Andreas/Heuermann, Daniel F./Burgartz, Thomas (2022): »Gefühlte Inflation als Bestimmungsgrund der Spar- und Konsumstruktur von Verbrauchern«, in: Wirtschaftsdienst 102, S. 782–788.
- Mörixbauer, Angela/Gruber, Marlies/Derndorfer, Eva (2019): »Zielgruppendefinition. Die Empfänger der Botschaft kennenlernen«, in: Angela Mörixbauer, Marlies Gruber/Eva Derndorfer (Hg.), Handbuch Ernährungskommunikation, Berlin: Springer Spektrum, S. 19–42.
- MPFS Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (2023): JIM-Studie 2023, Jugend, Information, Medien.
- Neubauer, German (2020): »Polarisierung«, in: Isabelle Borucki et al. (Hg.), Handbuch Politische Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS, S. 1–16.
- Porst, Rolf (2014): Fragebogen. Ein Arbeitsbuch, Wiesbaden: Springer VS.
- Rounsefell, Kim/Gibson, Simone/McLean, Siân/Blair, Merran/Molenaar, Annika/Brennan, Linda/Truby, Helen/McCaffrey, Tracy (2020): »Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review«, in: Nutrition & Dietetics 77, S. 19–40.
- Rückert-John, Jana/Ruppenthal, Tonia/Schweers, Nils (2024): »Fleischkonsum und Fleischverzicht. Eine Generationenfrage?«, in: Gunther Hirschfelder et al. (Hg.), Fleischwissen. Zur Verdinglichung des Lebendigen in globalisierten Märkten, Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht, S. 472–494.
- Schmidt, Jan-Hinrik/Taddicken, Monika (2015): »Soziale Medien. Funktionen, Praktiken, Formationen«, in: Dies. (Hg.), Handbuch Soziale Medien, Wiesbaden: Springer VS, S. 23–38.
- Stierlin, Helm (2006): Delegation und Familie. Beiträge zum Heidelberger familien-dynamischen Konzept, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Van Eimeren, Birgit/Simon, Erk/Riedl, Andreas (2017): »Medienvertrauen und Informationsverhalten von politischen Zweiflern und Entfremdeten«, in: Media Perspektiven 20, S. 538–554.
- Vilgis, Thomas A. (2020): Biophysik der Ernährung. Eine Einführung, Berlin: Springer Spektrum.
- Weber, Andrea/Kroiss, Katharina/Reismann, Lydia/Jansen, Petra/Hirschfelder, Gunther/Sedlmeier, Anja M./Stein, Michael J./Bohmann, Patricia/Leitzmann, Michael F./Jochem, Carmen (2023): »Health-promoting and sustainable behavior in university students in Germany. A cross-sectional study«, in: International Journal of Environmental Research and Public Health 20, 5238.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Frage 10: »In der Umstellung meiner Ernährungsgewohnheiten sehe ich eine Möglichkeit, das Ausmaß und die Folgen des Klimawandels abzumildern.«

Abbildung 2: Frage 12: »Ich nutze Social Media, um mich über Ernährung zu informieren.«

Abbildung 3: Frage 15: »Ernährungsvorbilder auf Social Media stimmen mit meinem tatsächlichen Ernährungsverhalten überein.«

Anhang: Der Fragenkatalog in der Übersicht

1. Bei Fragen der Ernährung herrscht oft Unsicherheit. Wie stellen Sie fest, ob ein bestimmtes Lebensmittel bzw. Produkt oder Rezept besonders gesund oder schmackhaft ist? In welchen Situationen greifen sie auf netzbasierte Inhalte zurück (z.B. beim Einkaufen) und welche Websites oder Social Media Plattformen nutzen Sie dazu (z.B. Chefkoch.de, Instagram, TikTok, ...)?
2. Welche Schlagwörter und Suchbegriffe nutzen Sie bei ihren ernährungsbasierten Recherchen?
3. Haben Ihre netzbasierten Recherchen Einfluss auf Ihr tatsächliches Ernährungsverhalten? Inwiefern stimmt Ihre Wunschvorstellung einer idealen Ernährung mit der Realität überein, inwiefern nicht?
4. Nachhaltigkeit ist heute ein gängiges Schlagwort. Was bedeutet Nachhaltigkeit im Ernährungskontext für Sie? Wie informieren Sie sich über ernährungsbezogene Nachhaltigkeit im Netz? Falls das für Sie nicht zutrifft: Welche Aspekte sind für Sie stattdessen entscheidend?
5. Mit welchen Mitteln stellen Sie bei Online-Recherchen die Qualität eines Nahrungsmittels fest (z.B. Nutriscore) und was ist für Ihre Konsumentenscheidung wesentlich (z.B. Branding, Bewerbung eines Proteinriegels durch eine/n Influencer*in auf YouTube/TikTok/Instagram/etc., Kundenbewertungen, Kommentare, ...)?
6. Haben Sie einen Plan, wie Sie Ihre Ernährung verbessern wollen? Etwa um Gewicht zu reduzieren, Muskeln aufzubauen oder nachhaltiger zu leben? Wie wollen Sie diese Ziele umsetzen? Wie beeinflusst Ihre Zielsetzung Ihre Netzrecherchen?
7. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Nachhaltigkeit und Klimaschutz gehören zu den relevanten Aufgaben der Gesellschaft.«
8. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Ich bin aufgrund der Klimaerwärmung verängstigt und Sorge mich darum, ob es in Zukunft ein Leben in Frieden und Sicherheit geben kann.«

9. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Ich bin davon überzeugt, dass technische Lösungen (z.B. autonome Landmaschinen, Einsatz von Robotern, digitale Steuerung von landwirtschaftlichen Arbeitsabläufen etc.) das Ausmaß und die Folgen der Klimaerwärmung abmildern werden.«
10. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »In der Umstellung meiner Ernährungsgewohnheiten sehe ich eine Möglichkeit, das Ausmaß und die Folgen des Klimawandels abzumildern.«
11. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Ethisch-moralische Kriterien spielen bei meinen Einkaufs- und Ernährungsentscheidungen eine entscheidende Rolle.«
12. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Ich nutze Social Media, um mich über Ernährung zu informieren.«
13. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Ich informiere mich auf Social Media über Ernährung, von der ich mir eine höhere Leistungsfähigkeit und eine Optimierung meines Aussehens erhoffe.«
14. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Ich informiere mich auf Social Media über nachhaltige Ernährung mit der Intention, den Planeten schonen zu wollen.«
15. In welchem Maß trifft diese Behauptungen auf Sie zu: »Ernährungsvorbilder auf Social Media stimmen mit meinem tatsächlichen Ernährungsverhalten überein.«
16. Welche Social Media Formate nutzen Sie bevorzugt? Antwort-Option: Bildformate
17. Welche Social Media Formate nutzen Sie bevorzugt? Antwort-Option: Videoformate
18. Welche Social Media Formate nutzen Sie bevorzugt? Antwort-Option: Audioformate
19. Welche Social Media Formate nutzen Sie bevorzugt? Antwort-Option: Textformate