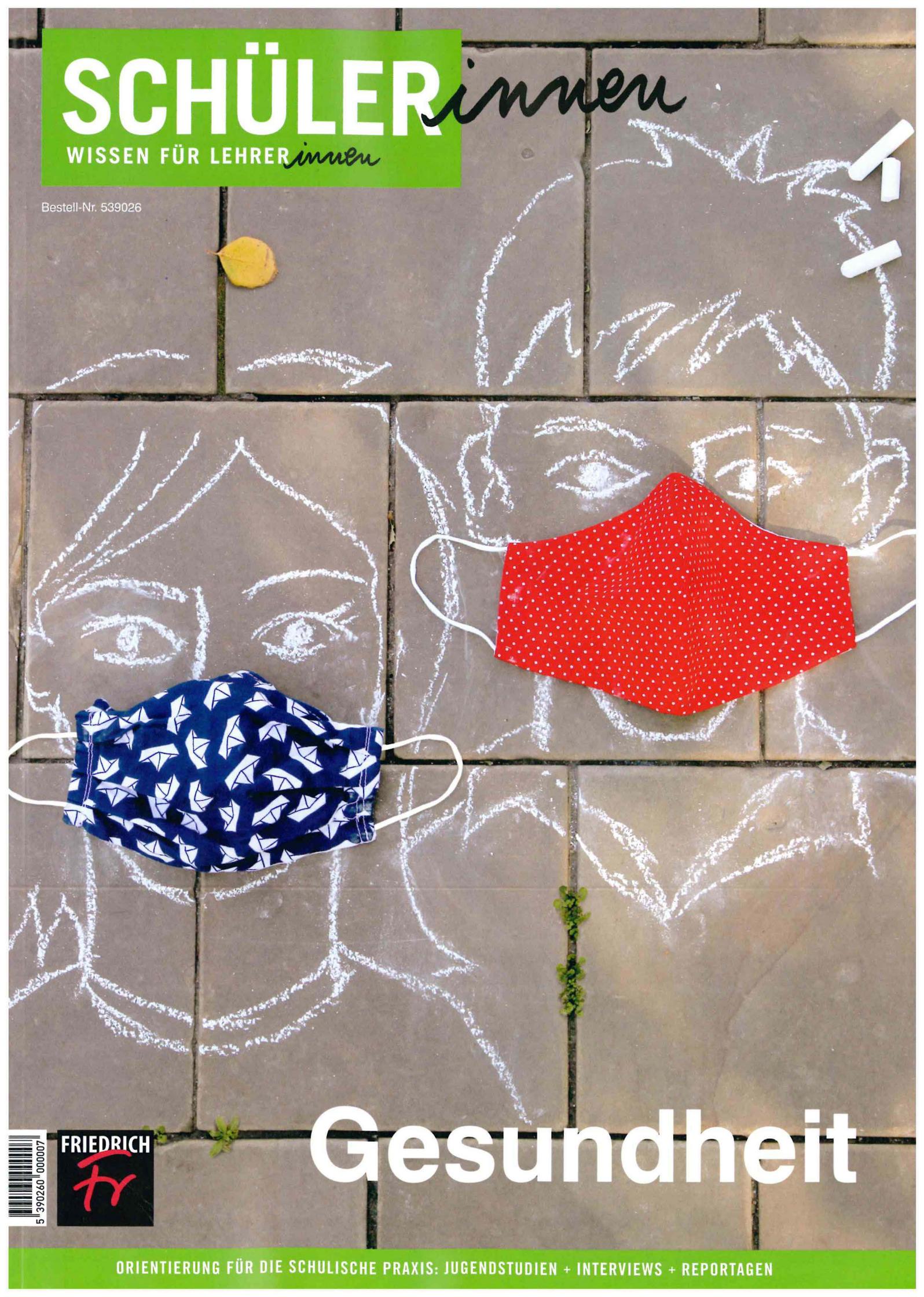


SCHÜLERinnen

WISSEN FÜR LEHRERinnen

Bestell-Nr. 539026



Gesundheit



5 390260 000007



ORIENTIERUNG FÜR DIE SCHULISCHE PRAXIS: JUGENDSTUDIEN + INTERVIEWS + REPORTAGEN



Kapitel 1

Gesellschaft, Bildung, Gesundheit

Kevin Dadaczynski | Katharina Rathmann | Klaus Hurrelmann

Mit Gesundheit für das Leben lernen 6

Gut aufwachsen in Zeiten des Wandels

Katharina Rathmann | Claudia Kotarski | Julia Schricker

Gesundheit von Schülerinnen und Schülern in Deutschland 10

Zahlen, Daten, Fakten und ihre Herkunft

Kerstin Wohne

Heranwachsende in Deutschland und die Corona-Krise 14

Nachfragen zu einer neuen Bedrohung von Gesundheit und Wohlbefinden

Hygiene als oberstes Gebot 16

Rückkehr in die Schule nach dem Lockdown

Susanne Hartung

Leben wir in einer „Gesundheitsgesellschaft“? 18

Reflexionen über den Stellenwert von Wohlbefinden und Kranksein

Kapitel 2

Wie steht es um die Gesundheit?

Gudrun Quenzel | Martina Ott

Wild und gefährlich oder durchtrainiert und fit? 22

Persönlichkeits- und Gesundheitsentwicklung von Jugendlichen

Nicola Döring

Alles so schön fit und gesund hier 24

Gesundheit und Krankheit in Sozialen Netzwerken

Boris Orth | Christina Merkel

Rauchen, Saufen, Kiffen ... 28

Über den Substanzkonsum von Schülerinnen und Schülern

Kevin Dadaczynski | Eike Quilling

Prävention von Übergewicht 30

Eine Aufgabe für die Schule?

Markus Moskau | Kerstin Wohne

Gibt es ein gesundes Leben in einer kaputten Umwelt? 32

Gespräch mit einem Friday-for-Future-Aktivisten

Wo das gute Essen wächst 34

Ein Bauernhofbesuch als Teil der Ernährungs- und Gesundheitsbildung

Silke Lichtenstein

Du isst, wie du bist – oder sein willst 38

Ernährungstrends zwischen Gesundheitsvorsorge und Identitätsfindung

Kerstin Wohne

Aus dem Leben einer zuckerfrei Aufwachsenden 42

Erfahrungen einer so gesunden Kindheit

Kapitel 3

Was wirkt sich aufs Befinden aus?

Benjamin Kuntz

Chancengleichheit? 44

Gesundheitliche Unterschiede im Kindes- und Jugendalter

Andreas Klocke | Sven Stadtmüller

Nur glücklich mit Mutter und Vater? 48

Zum Wohlbefinden von Kindern und Jugendlichen in unterschiedlichen Familienformen

Lukas Pohland | Kerstin Wohne

Cybermobbing als Gefahr für die psychische Gesundheit? 52

Gespräch über Schikane via Internet und ihre Folgen

Johanna S.

Sie und ihre Irrtümer 54

Reflexionen über Magersucht



Heidrun Bründel
Stille Wasser sind tief – und können auch Wellen schlagen 58
Psychische Erkrankungen bei Heranwachsenden

Schlüsselqualifikation für ein gesundes Leben 60
Jugendliche gegen Stress wappnen

Petra Hampel
Leistungsdruck und Stress 62
Erwartungen von mehreren Seiten gerecht werden wollen

Theres Vockert | Katharina Rathmann
Wohlfühlen an der inklusiven Schule? 64
Über Schulkinder mit sonderpädagogischem Förderbedarf

Silvia Glaser | Kerstin Wohne
„Zugehörigkeit ist anfangs besonders wichtig“ 66
Gespräch mit einer Schulpsychologin über geflüchtete Jugendliche

Kapitel 4 **Gesundheit als Aufgabe der Schule**

Sonja Schaal | Sarah Dannemann | Julia Arnold | Lea Kahl | Ulrike Spörhase | Uwe Simon | Steffen Schaal
Was ist schulische Gesundheitsförderung? 70
Eine Begriffsklärung

Sonja Schaal | Sarah Dannemann | Julia Arnold | Lea Kahl | Ulrike Spörhase | Uwe Simon | Steffen Schaal
Aufgaben schulischer Gesundheitsförderung 72
Zur Bedeutung des Fachs Biologie

Eva Winnebeck | Wolfgang Ruppert
Der frühe Vogel kann mich mal 76
Was Schlaftypen mit Schule zu tun haben

Sonja Schaal
(Verpasste) Chancen schulischer Sexualbildung 80
Sexuelle Gesundheit braucht mehr als Aufklärung

Eva Schnabel | Sonja Schaal | Kerstin Wohne
Eine Brücke ins Leben 84
Gespräch mit einer Lehrerin der Klinikschule Tübingen

Birgit Nieskens
Lehrergesundheit 88
Zwischen Aufgabenerfüllung und Selbstfürsorge

Kapitel 5 **Gesunde Schule managen**

Steffen Schaal
Schulisches Wohlbefinden 92
Gesundheit und Bildungserfolg verbinden

Björn Lengwenus | Kirsten Hellwege | Kerstin Wohne
„Unser Motto ‚Be part!‘ ist aktueller denn je!“ 96
Gespräch mit einem Schulleiter über Unterstützung in Corona-Zeiten

Heinz Hundeloh
Management an gesunden Schulen 98
Von salutogenem Leitungshandeln

Oliver Janiczek | Antje Tannen
Mehr als nur Pflaster kleben? 102
Erfahrungen mit Schulgesundheitsfachkräften

Zwischen Tupper, Trost und Tee 104
Besuch bei einer Schulgesundheitsfachkraft

Peter Paulus
Zwischen Klassenfrühstück, Bewegtem Unterricht und Mobbingprävention 108
Reflexionen zu Schulqualität und Gesundheitsförderung

Beate Proll | Gabriele Kutscher
Gesundheit in die Schule bringen 110
Übersicht über Unterstützungsangebote und Projekte für Schulen

Impressum/Verzeichnis der Autorinnen und Autoren 113



Nicola Döring

Alles so schön fit und gesund hier

Gesundheit und Krankheit in Sozialen Netzwerken

In Sozialen Medien sind scheinbar alle immer fit, gesund und gutgelaunt. Der Tag beginnt laut YouTube, Instagram und Co. am besten gleich mit einem effektiven Workout in angesagter Sportswear gefolgt von Proteinshake und grünem Smoothie. Heerscharen von Influencer*innen machen es vor.

Aber machen die Jugendlichen es nach? Und wo bleiben in Sozialen Netzwerken die körperlichen Makel, Schwächen, Unsicherheiten, Krankheiten und Behinderungen?

Jugendliche bewegen sich täglich in Sozialen Medien. Und auf YouTube, Instagram, Snapchat und Co. sind Fitness und Wellness, Gesundheit und Krankheit durchaus häufige Themen. Das bietet neue Chancen der gesundheitsbezogenen Aufklärung und Unterstützung, aber auch neue Risiken der Fehlinformation und Verunsicherung.

Pull-Zugang zum digitalen Gesundheitscontent

Grundsätzlich sind zwei verschiedene Zugänge zu gesundheitsbezogenen Inhalten zu unterscheiden: Pull und Push. Im *Pull-Verfahren* recherchiert man aktiv und zielgerichtet nach bestimmten gesundheits- oder krankheitsbezogenen Themen. Dazu

werden entsprechende Fragen oder Stichworte in Suchmaschine Google oder in die Suchmaske der Videoplattform YouTube eingegeben (Döring 2017a, 2017b). Anlässe solcher Recherchen sind unter anderem Erkrankungen und Unfälle, Arztbesuche, Medienberichte oder Gespräche mit Peers.

Jugendliche suchen dabei nach allem Möglichen – nach „Akne“, „Kopfschmer-

Push-Zugang zum digitalen Gesundheitscontent

Beim *Push-Verfahren* bekommt man gesundheits- oder krankheitsbezogenen digitalen Content ohne aktives Zutun zugespielt. Auch wenn man Kanäle oder Accounts abonniert hat, die keinen primären Gesundheitsbezug haben, wird man dennoch immer wieder mit Gesundheitscontent konfrontiert. So greifen Influencer*innen, die sich sonst mit Games, Comedy, Musik, Mode oder Kosmetik befassen, aus ganz unterschiedlichen Anlässen Gesundheits- und Krankheitsthemen auf. Da ist beispielsweise der passionierte Gamer „Unge“ (YouTube-Kanal „ungespielt“), der seiner Community eines Tages erzählt, dass er sich ab jetzt vegan ernähren wird und seitdem zwischen den *Let's Plays* immer wieder Veganismus diskutiert.

Noch häufiger bekommt man Gesundheitscontent zugespielt, wenn man gezielt gesundheitsbezogene Accounts oder Kanäle abonniert hat, die einen ab dann regelmäßig mit entsprechenden Inhalten versorgen. Wer beispielsweise Lifestyle- und Fitness-Blogs folgt, erhält ganz automatisch Tag für Tag neue Ernährungs- und Trainingstipps (Döring 2015). Die aktuellen *Top Fitness Influencer*innen* gemäß Reichweite lassen sich leicht googeln, diverse Listen werden online und in Ma-

als Laien, und sind gleichzeitig vor allem kommerziell motiviert.

Der Fitness-Lifestyle und seine Gefahren

Die jungen Fitness- und Lifestyle-Influencer*innen sehen einfach blendend aus. Sie führen ein glamouröses Leben im Rampenlicht mit aufregenden Reisen, repräsentativen Wohnungen, schnellen Autos und Designer-Outfits. Das alles präsentieren sie stolz auf ihren Social-Media-Accounts. Viele Jugendliche träumen von so einem Leben und wünschen sich auch das entsprechende Aussehen. Und genau darauf basiert das Geschäft der Blogs, die Werbung machen für Abnehmers, Vitaminpräparate und Proteinpulver, die eigene Ernährungs- und Trainingspläne ebenso vermarkten wie Sportkleidung und Sportgeräte. „Folge meinen Tipps – und vor allem meinen Kaufempfehlungen – und du wirst bald ebenso gut und fit aussehen wie ich“, lautet das Versprechen. Doch die meisten Produkte sind nutzlos (z. B. sogenannte Detox-Tees) oder sogar schädlich (z. B. radikale Diätprogramme). Und mit dem tollen Aussehen der Social-Media-Stars haben sie ursächlich sowieso nicht viel zu tun. Denn ihre vermeintlich makellosen Körper verdanken nicht wenige von ihnen neben strikter Diät und hartem



Fitness-Influencer*innen sehen meist fit und sportlich aus und suggerieren oft, dass jede*r mit etwas Sport und der richtigen Ernährung so aussehen kann wie sie.

zen“, „Prüfungsangst“, „Depression“ oder „Kiffen“, nach „erster Frauenarztbesuch“ oder „Kondom gerissen“, nach „vegane Ernährung“, „Muskelaufbau“ und „Fettabbau“. Wer langfristig bestimmte Gesundheitsanliegen hat, installiert sich bei Bedarf auch entsprechende Apps auf dem Smartphone, die z. B. Schritte und Kalorien zählen, den Schlaf- oder Menstruationszyklus überwachen, das Yoga- oder Lauftraining begleiten.

Für die Praxis bedeutet das: Wer immer im Gesundheitssektor tätig ist, muss darum kämpfen, unter den ersten Google-Suchtreffern sichtbar zu sein. Das betrifft die lokale Laufgruppe ebenso wie die Drogenberatungsstelle und die neueste Aufklärungskampagne zu Alkohol oder HIV. Und egal welches Gesundheitsthema man im Zusammenhang mit Jugendlichen behandeln will, man sollte immer nachsehen, welches die ersten Suchtreffer zum Thema sind und von wem sie stammen. Dann weiß man, wo Jugendliche „abzuholen“ sind. Bei vielen gesundheitsbezogenen Themen befinden sich unter den ersten Google-Treffern typischerweise Wikipedia-Einträge, Pressebeiträge, Online-Foren, Gesundheitsplattformen, Websites von Krankenkassen und Pharmaunternehmen (Döring 2017a, 2017b). Zu beachten ist dabei, dass die Reihenfolge der Google-Suchtreffer nicht universell gilt, sondern auch vom individuellen Nutzerprofil abhängt.

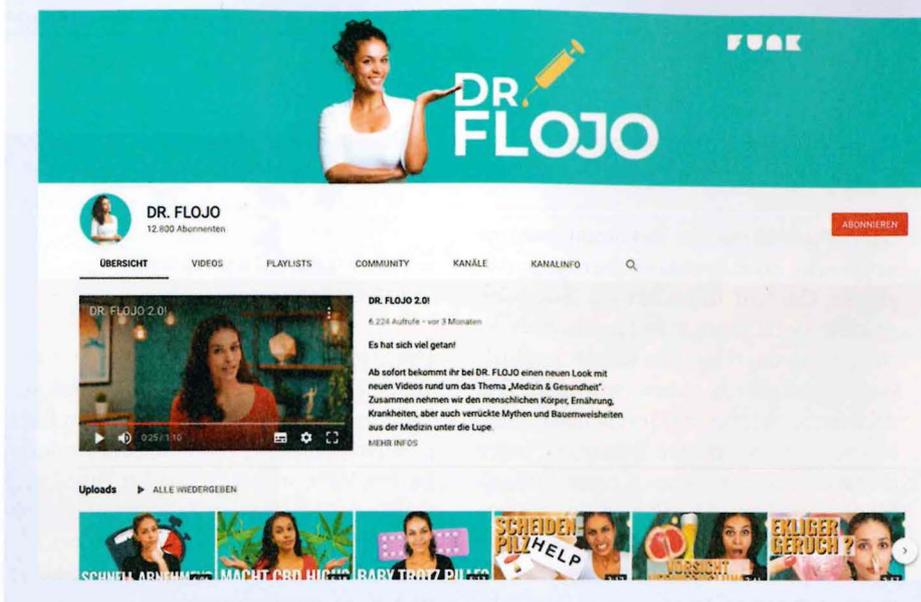
Viele Influencer, denen es nur darum geht, den besten Körper zu haben, perfekt auszusehen, den schönsten Urlaub zu machen, sich perfekt zu schminken, finde ich Schwachsinn. Weil die meiner Meinung nach größtenteils, vielleicht nicht alle, aber sehr viele, doch sehr viel faken und das nicht echt ist. Und ich finde, das bringt viele Menschen in eine Drucksituation.

Luisa, 22 Jahre

gazines publiziert. Fitness-Vorbilder aus Deutschland sind etwa „FlyingUwe“ (1,4 Mio. Abos auf YouTube) und „BodyKiss“ (0,5 Mio. Abos auf YouTube). Doch auch internationale Fitness-Stars werden hierzulande verfolgt, etwa „Pamela Reif“ in den USA (2,7 Mio. Abos auf YouTube und 5,3 Mio. auf Instagram). Ihr „10 Min. Sixpack Workout“-Video wurde mehr als 29 Millionen Mal geklickt. Es gibt viel Kritik am mutmaßlich schlechten Einfluss der Social-Media-Stars auf die Gesundheit Jugendlicher. Schließlich bringen sie oft gar keine Fachexpertise mit, äußern sich also

Training vor allem auch diversen Schönheitsoperationen, illegalem Doping, digitaler Bildbearbeitung sowie geschickter Beleuchtung und Pose.

Der in Sozialen Medien propagierte *Fitness-Lifestyle* dreht sich in erster Linie um das perfekte Aussehen und erweist sich somit nicht nur als Vermarktungsmaschinerie, sondern auch noch als Gesundheitsgefahr. Denn es werden vollkommen unrealistische Körperbilder als vermeintlich erreichbar propagiert. Und so diskutieren in Sozialen Medien reihenweise Minderjährige über die beste Anabolikakur, die idealen Brust- und



Online-Angebot von ARD und ZDF: Dr.Flojo wendet sich mit Themen rund um Gesundheit an Jugendliche (links).

Es tummeln sich zahlreiche Fitness-Influencer*innen in sozialen Medien: Während die meisten gängige Schlankeits- und Schönheitsideale propagieren (Mitte), gibt es manche, die auf Body Positivity setzen (rechts).

nächste Seite

Lippenimplantate, die schnellste Diät und die wirkungsvollsten Nahrungsergänzungsmittel. Es besteht kein Zweifel, dass Soziale Medien ihren Anteil daran haben, den allgegenwärtigen Druck zum Idealkörper zu erhöhen: Männer sollen möglichst breit und muskulös aussehen, Frauen dagegen möglichst dünn und straff mit gleichzeitig großer Oberweite und prallem Hintern – Anforderungen, auf die gerade identitätssuchende Jugendliche sensibel reagieren.

Wer in Sachen Körperbild und Selbstwertgefühl bereits Probleme mitbringt, für den oder die sind die übertrieben geschönten Fitness-Bilder Gift: Ein ständiges Vergleichen setzt ein und damit eine stetig wachsende Unzufriedenheit bis hin zu Selbsthass, Depressionen, Essstörungen und Anabolikamissbrauch. Genau wie das Durchblättern von Hochglanzzeitschriften mit ihren irrealen Werbebildern die Stimmung senkt und das körperbezogene Selbstwertgefühl beeinträchtigt, kann auch das Betrachten von Social Media Content schädlich sein (Holland & Tiggermann 2016). Dann gilt es, entsprechende Fitness-Accounts zu de-abonnieren und sich anderen Inhalten zuzuwenden.

Die Zwiespältigkeit der schönen Scheinwelt

Alarmismus wäre hier trotzdem übertrieben. Denn dass die Social-Media-Welt zu großen Teilen eine Scheinwelt darstellt, das wissen die allermeisten Jugendlichen ganz genau. Und krankhaftes Vergleichen ist auch nicht die Regel. Denn es ist überhaupt kein Geheimnis, dass muskelbepackte männliche Fitness-Stars nicht „natu-

ral“ sind, sondern „stoffen“, also mit illegalem und gesundheitsschädlichem Doping (anabolen Steroiden, Wachstumshormonen usw.) nachhelfen. Weiterhin wissen alle, dass digitale Fotos ausgiebig bearbeitet werden. Smartphone-Kameras und Social-Media-Apps liefern Beauty-Filter in zwischen automatisch mit und zusätzlich kann man sich Bildbearbeitungs-Apps wie „Facetune“ oder „Fotogenic“ installieren, die ein umfassendes Retouchieren aller vermeintlichen Makel erlauben. Es ist schon fast sprichwörtlich, dass die schönen Bilder der Fitness-Influencer*innen so weit „ge-tunt“ sind, dass sie mit dem realen Aussehen der Person oft nur noch wenig zu tun haben. Unter Jugendlichen wird intensiv darüber diskutiert, wie „Fake“ viele Darstellungen doch sind, und dass der schöne Schein der Social-Media-Fitnesswelt auf jeden Fall trügerisch ist.

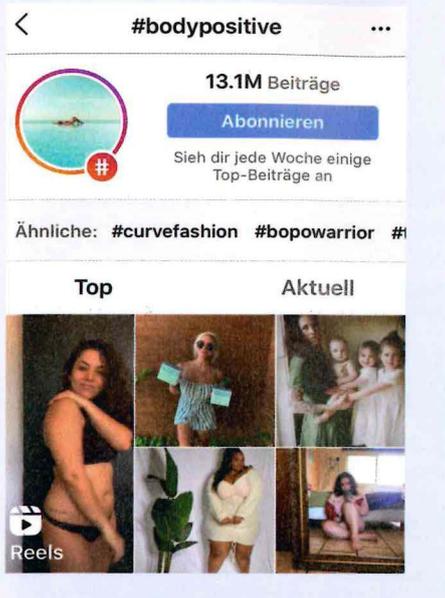
Die Künstlichkeit der Scheinwelt wird also erkannt. Trotzdem (bzw. deswegen) übt sie eine starke Faszination aus. Denn das Außergewöhnliche und vor allem die übernatürliche körperliche Stärke und Schönheit laden zum Träumen ein und liefern Inspiration im vergleichsweise trüben Alltag. Jugendliche erfreuen sich an dieser Scheinwelt und fühlen sich bestenfalls angespornt. Da der Alltag in Deutschland keineswegs durch einen allgegenwärtigen „Fitnesswahn“, sondern vor allem durch massenhafte Bewegungsarmut geprägt ist, kann etwas mehr Motivation zur Aktivität nicht schaden. Jugendliche selbst betonen, dass Fitnessvorbilder in Sozialen Medien sie zu Sport und gesünderer Ernährung motivieren (Vaterlaus et al. 2015). Genau das haben diverse wissenschaftlich fundierte Gesundheitspräventionsprogramme nicht geschafft;

sie sind leider oftmals wirkungslos (Quelly et al. 2016, Voskuil et al. 2017). Doch die motivierende Vorbildwirkung der glamourösen Social-Media-Stars schlägt leicht in Frustration um – nämlich immer dann, wenn Jugendliche merken, dass ihnen die erhoffte und versprochene schnelle „Transformation“ zum *Beach Body* eben nicht gelingt (vgl. Vaterlaus et al. 2015).

Hinter den Kulissen der Fitness-Influencer*innen

Doch mit ihrem Scheitern sind die Jugendlichen nicht allein. Denn auch bei den Influencer*innen selbst läuft hinter den Kulissen nicht alles rund. Und da sie ein öffentliches Leben führen, bleibt das nicht geheim. „Goeerki“ wurde als fröhlicher Fitness-YouTuber aus Berlin bekannt, der seinen jungen Fans erklärte, dass sie kein Fitnessstudio brauchen, sondern mit Wasserkasten, Rucksack und Schreibtisch effektiv zu Hause trainieren können. Er machte Videos mit seiner attraktiven Freundin Julia, gründete ein Unternehmen für Fitnessbekleidung und brachte sein eigenes Online-Trainingsprogramm heraus – doch alles flopte. Die Freundin verließ ihn, das Unternehmen scheiterte, das Fitnessprogramm musste wegen technischer Pannen aufgegeben werden. Seine Fans sahen all das.

Das Fitness-Model *Anja Zeidler* siedelte in die USA um, wollte dort durchstarten, doch die Anabolika-Nebenwirkungen machten ihr zu schaffen. Inzwischen ist sie zurück in ihrer Schweizer Heimat, hat einen Großteil ihrer antrainierten Muskeln verloren, alle kühnen Bodybuilding-Pläne auf- und ihren Dopingmissbrauch zuge-



Der Hashtag #bodypositivity vermittelt alternative Schönheitsbilder

geben sowie die Brustimplantate wieder entfernen lassen. Ihre Fans sehen: So ideal ist das Leben als Fitness-Model gar nicht.

Sophia Thiel war mehrere Jahre Deutschlands bekannteste Fitness-Influencerin. Die Zwanzigerin propagierte und vermarktete ihre eigene Transformation von mollig zu superfit, verkaufte Rezeptbücher, Trainingspläne, Sportbekleidung. Doch sie konnte ihre Traumfigur selbst nicht halten und wollte sich der ständigen Kontrolle und Bewertung des Publikums nicht mehr aussetzen. Im Mai 2019 zog sie sich von allen Sozialen Medien zurück. In ihrem rund 3,2 Millionen Mal geklickten Abschiedsvideo auf YouTube zeigt sie sich nicht einmal mehr. „Jeder kann schlank und fit wie ein Model sein, man muss sich nur ein wenig bemühen“ – Sophia Thiel und andere haben ihrem Publikum eindringlich vorgelebt, dass genau das eine Lüge ist. Soziale Medien tun also beides: Sie kreieren und sie demontieren die schöne Scheinwelt.

Krankheitsgeschichten in Sozialen Medien

Nicht zu vergessen ist auch: Soziale Medien sind eine wichtige Plattform für die Kommunikation über körperliche Einschränkungen, Mängel, Makel, Krankheiten und Behinderungen (Döring 2017a). All das, was nach gängigen Normvorstellungen geradezu die Gegenthese zum perfekt schönen und athletischen Körper der Fitness-Models darstellt, ist in Sozialen Medien durchaus präsent. Und zwar viel umfassender, als das in alten Medien je der Fall gewesen ist. Viele Klagen über die angeblich geschönte Einseitigkeit speziell der Sozia-

len Medien basieren auf mangelnder Medienkenntnis. Nirgends in Film und Fernsehen, in Zeitungen und Magazinen sieht man tagtäglich das gesamte Spektrum des körperlich Unperfekten. Auf Sozialen Medien dagegen ist es zu finden. Denn Betroffene nutzen die Chance der Mitmachmedien, ihre Stimme zu erheben und sich zu zeigen. Damit liefern sie wichtige Vorbilder und Ermutigung für andere Betroffene. Egal ob es um starke Akne, extremes Übergewicht, chronische Durchfälle, künstlichen Darmausgang, Krebserkrankungen, Depressionen, Angststörungen, Essstörungen oder Suizidalität geht – alles wird angesprochen. Betroffene finden sich zusammen, erkennen, dass sie mit ihren Problemen nicht alleine sind, ermutigen und unterstützen sich gegenseitig.

Der plakative Vorwurf, in Sozialen Medien würden Betroffene geradezu „Werbung“ machen für ihre Krankheiten, sich gegenseitig zum Suizid oder Ritzen „anstiften“ oder gar in die Magersucht „treiben“, ist zu einseitig. Dass auch über stigmatisierte Krankheiten offen gesprochen werden kann, führt nicht automatisch zur Ansteckung und Nachahmung im Sinne eines sogenannten „Werther-Effekts“, sondern nicht selten auch zur Suche nach Lösungen im Sinne eines „Papageno-Effekts“ (Döring 2019; Dyson et al. 2016; Mok et al. 2016). Dass in Sozialen Medien Betroffene sich äußern, bietet darüber hinaus ganz neue Chancen, sie für Forschungsprojekte und Interventionsprogramme zu erreichen.

Gesundheitsförderliche Social-Media-Angebote

Es gibt eine Reihe von Social-Media-Angeboten, die ausdrücklich der Gesundheitsförderung gewidmet sind. Dabei handelt es sich teils um Peer-Kommunikation, teils um Angebote von Gesundheitsprofis. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, BZgA, beispielweise spielt ihre Kampagne „Alkohol. Kenn dein Limit!“ über Soziale Medien aus, bietet online Sexual-, HIV- und Drogenaufklärung. Online sind Anlaufstellen für Gewaltbetroffene oder Menschen mit Suizidgedanken leicht und niedrigschwellig auffindbar. Gegen einseitige Schönheitsideale und für mehr Selbstliebe setzt sich die feministische Body-Positivity-Bewegung ein, die unter entsprechenden Hashtags (z.B. #bodypositivity) selbstbewusst alternative Körperbilder verbreitet. Krankheitsgeschichten auf Sozialen Medien können Betroffene ermutigen. Fitness-Influencer*innen können inspirieren,

wenn man die Inhalte selektiv und bewusst nutzt. Eine allzu alarmistische und einseitige Kritik an angeblich schlimmen Fehlentwicklungen speziell in Sozialen Medien ist zu hinterfragen: Denn oftmals lenkt sie von den bestehenden Missständen im Offline-Leben ab, wo eben auch viele Fehlentwicklungen und falsche Vorbilder hinsichtlich Selbstakzeptanz und gesundem Lebensstil existieren.

Fazit

Gesundheit ist *nicht* das Topthema der Jugendlichen. Für sie sind Spaß, Lebenslust, soziale Anerkennung und gutes Aussehen wesentlich wichtigere Anliegen. Deswegen üben auch Fitness- und Lifestyle-Blogs eine so große Faszination aus. Ihre Effekte sind ambivalent, teils wirken sie motivierend, teils aber auch frustrierend. Für vulnerable Jugendliche können sie gefährlich werden. Es gilt, die Gesundheits- und Medienkompetenz der Jugendlichen zu fördern, damit sie die für sie passenden digitalen Angebote nutzen und andere aktiv meiden. Es gilt aber auch, die Angebote der Offline- und Online-Gesundheitsförderung für Jugendliche auszubauen. Zu den für Jugendliche relevanten Themen sollten qualitätsvolle und zielgruppengerechte digitale Gesundheitsinhalte nicht nur vorhanden sein, sondern auch unter den ersten Google-Suchtreffern auftauchen.

Literatur

- Döring, N. (2015): Gesundheitskommunikation auf YouTube: Fallstudien zu 25 Lifestyle- und Fitness-Kanälen. In: Schäfer, M., Quiring, O., Rossmann, C., Hastall, M. & Baumann, E. (Hg.): Gesundheitskommunikation im gesellschaftlichen Wandel. Baden-Baden, S. 105–117.
- Döring, N. (2017a): Gesundheitskommunikation auf YouTube: Aktueller Forschungsstand. In Scherenberg, V. & Pundt, J. (Hg.): Digitale Gesundheitskommunikation. Zwischen Meinungsbildung und Manipulation. Bremen, S. 323–344.
- Döring, N. (2017b): Sexualaufklärung im Internet: Von Dr. Sommer zu Dr. Google. *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz*, 60(9), S. 1016–1026.
- Döring, N. (2019): Nur Schminken, Posen, Ritzen? Social Media Content von Mädchen. *merz – medien + erziehung, zeitschrift für medienpädagogik*, 63(3), S. 70–77.
- Dyson, M. P. et al. (2016): A Systematic Review of Social Media Use to Discuss and View Deliberate Self-Harm Acts. *PLoS ONE*, 11(5), Online: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27191728/>
- Holland, G., & Tiggermann, M. (2016): A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17 (June 2016), S. 100–110.
- Mok, K., Jorm, A. F., & Pirkis, J. (2016): The perceived impact of suicide-related internet use: A survey of young Australians who have gone online for suicide-related reasons. *Digital Health*, 2, S. 1–9.
- Quelly, S. B., Norris, A. E., & DiPietro, J. L. (2016): Impact of mobile apps to combat obesity in children and adolescents: A systematic literature review. *Journal for Specialists in Pediatric Nursing*, 21(1), S. 5–17.
- Vatertaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C., & Young, J.A. (2015): #Gettinghealthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*, 45 (April 2015), S. 151–157.
- Voskuil, V. R., Frambes, D. A., & Robbins, L. B. (2017): Effect of Physical Activity Interventions for Girls on Objectively Measured Outcomes: A Systematic Review of Randomized Controlled Trials. *Journal of Pediatric Health Care*, 31(1), S. 75–87.