Fitnessinhalte auf Instagram und ihre Auswirkungen auf das Körperbild von Schülerinnen

Fitness content on Instagram and its effects on the body image of schoolgirls

Bachelorarbeit

gemäß §15 Ordnung für die
Prüfung im lehramtsbezogenen Bachelorstudiengang
an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Fachbereich 02 – Sozialwissenschaften, Medien und Sport
Abteilung Erziehungswissenschaft/AG Medienpädagogik
in den Bildungswissenschaften
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

vorgelegt von
Lea Fausten
geb. am 18.12.1997 in Bingen am Rhein
Matrikelnummer: 2731283

Mainz, Dezember 2020

Erstgutachterin:	Frau Christine Kolb
Zweitgutachter:	Herr Univ.-Prof. Dr. Marius Harring

Inhaltsverzeichnis

1 Problemstellung 1
2 Theoretische Grundlagen und Forschungsstand 2
2.1 Soziale Medien 2
2.1.1 Instagram und Funktionsweise 3
2.1.2 Nutzungsverhalten von Jugendlichen 4
2.2 Fitness und Körper 5
2.2.1 Begriffsdefinition von Fitness 6
2.2.2 Gesellschaftliche und mediale Entwicklungen 7
2.2.3 Zur Bedeutung von Fitness und Körper auf Instagram 8
2.3 Das Körperbild 10
2.3.1 Körperbildstörungen 11
2.3.2 Körperbild in der Pubertät 12
2.3.3 Die Schule als Inszenierungsraum für den Körper 14
3 Wissenschaftliche Methode 15
3.1 Forschungsdesign 15
3.2 Darstellung der Erhebungsmethodik 15
3.3 Sample 16
3.4 Durchführung und Vorgehensweise 17
3.5 Wahl der Auswertungsmethode 17
4 Ergebnisdarstellung 18
4.1 Nutzungsverhalten 18
4.2 Vorstellungen von Fitness 21
4.3 Einfluss von Fitnessinhalten auf das Körperbild 22
4.4 Schulische Einflussfaktoren auf das Körperbild 25
5 Diskussion und Fazit 27
6 Ausblick und Limitationen 31
Literaturverzeichnis 34
Anhang 36

1 Problemstellung

Im Jahr 2019 war die Nutzung von Online Communitys für 59 Prozent der 14- bis 29-jährigen Deutschen tägliche Praxis. Vor allem die junge Social-Media-Plattform Instagram hat in den letzten Jahren eine starke Bedeutungszunahme in der Lebenswelt von Jugendlichen erfahren und ist für diese zum ständigen Alltagsbegleiter geworden (vgl. Beisch/Koch/Schäfer 2019, S. 383f.). So sind 56 Prozent der Schüler[1] nach den Ergebnissen der Studie „Insta ungeschminkt - der Traum von Unverwundbarkeit“ während des Bahnfahrens und 35 Prozent von ihnen sogar während der Schulzeit auf der sozialen Netzwerkplattform Instagram online (vgl. IKW 2019).
Insbesondere Beiträge rund um das Thema Sport und Fitness werden von den Jugendlichen im Rahmen von Instagram vielfältig und interaktiv genutzt (vgl. Strohmaier 2016 S. 3ff.). Diesbezügliche Inhalte betreffen meist das äußere Erscheinungsbild und sind bei jungen Instagramnutzern, insbesondere bei den weiblichen, deshalb so beliebt, da die Körperthematik in der Pubertät für die Identitätsbildung und die Entstehung des Selbstbildes von großer Bedeutung ist (vgl. ebd. S. 3; vgl. Stecher/Maschke 2013, S. 13).
Im Bereich der Medienforschung konnte bereits vielfach bestätigt werden, dass Werbung, Fernsehsendungen und Filme in der körperlichen Entwicklungsphase von Jugendlichen als Auslöser für ein problematisches Körperbild fungieren können (vgl. Stein/Krause/Ohler 2019, S. 3). Da durch die Verlagerung des Schwerpunkts in der Mediennutzung jedoch angenommen werden kann, dass die digitalen Medien „die traditionellen Medien als Hauptkanal zur Vermittlung von Schönheits- und Körperidealen abgelöst haben“ (ebd., S. 2), ergibt sich die Frage, inwiefern nun die sozialen Medien wie Instagram die Wahrnehmung und Bewertung des eigenen körperlichen Erscheinungsbildes beeinflussen (vgl. Stecher/Maschke 2013, S. 13).
In dieser Forschungsarbeit soll daher mithilfe qualitativer Interviews untersucht werden, wie sich speziell die Nutzung von Fitnessinhalten auf Instagram auf das Körperbild von Mädchen auswirkt.
Da dem Körper und seiner Inszenierung auch im Umfeld der Schule und dort insbesondere innerhalb der Peer-Gruppen eine besondere Bedeutung zukommt, wird außerdem herausgearbeitet werden, ob das Körperbild der Schülerinnen durch die schulischen Sozialstrukturen zusätzlich beeinflusst wird.
Zunächst soll mithilfe wissenschaftlicher Grundlagen der aktuelle Forschungsstand vorgestellt werden. Einleitend erfolgt eine Charakterisierung sozialer Medien und es werden die

[1] Die in der Arbeit gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen.

Funktionsweise Instagrams sowie die Nutzungsgründe Jugendlicher erläutert. Im nächsten Schritt wird der Begriff Fitness definiert und in diesem Zusammenhang verdeutlicht, welche Bedeutungsänderungen der Status „Fit-sein“ im Kontext von Instagram erfährt. Bevor die Bedeutung des Körpers für Mädchen in der Pubertät und in der Schule herausgearbeitet wird, erfolgt außerdem eine genauere Betrachtung des Körperbildmodells von Bielefeld.
Im darauffolgenden Kapitel wird die angewandte wissenschaftliche Forschungsmethode vorgestellt und anschließend werden die aus den qualitativen Interviews gewonnen Daten in der Ergebnisdarstellung präsentiert. Abschließend werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund des Forschungsstandes diskutiert und mit diesem abgeglichen, Stärken und Grenzen der Studie aufgeführt und es wird ein Ausblick auf die künftige Forschung gegeben.

2 Theoretische Grundlagen und Forschungsstand

Zur Ermöglichung des grundlegenden Verständnisses müssen in einem ersten Schritt die theoretischen Grundlagen fundiert sowie der aktuelle Forschungsstand vorgestellt werden.

2.1 Soziale Medien

Soziale Medien, übersetzt aus dem Englischen „social media“, sind digitale Medien, welche kommunikativen Austausch, soziale Interaktionen und soziales Handeln vereinen und welche die Gemeinsamkeit teilen, es „Menschen [zu] ermöglichen, Informationen aller Art […] anderen zugänglich zu machen“ (Taddicken/Schmidt 2016, S. 2). Soziale Medien werden dazu genutzt, zwischenmenschliche Beziehungen zu knüpfen und zu pflegen, wodurch sie sowohl einen bedeutenden Einfluss auf die Strukturen der gesellschaftlichen Öffentlichkeit als auch auf das Verständnis von Privatsphäre und Selbstbestimmung haben (vgl. ebd., S. 2f.; Scheffler 2014, S. 14).
Taddicken und Schmidt zufolge sind eine Untergruppe von sozialen Medien die „Plattformen“, welche sich erneut in drei Gattungen unterscheiden lassen: UGC-Plattformen, Diskussionsplattformen und soziale Netzwerkplattformen (2016, S. 8). Bei letzterem Typus sind eine Registrierung und somit die Erstellung eines eigenen Profils notwendig. Soziale Beziehungen werden hier vor allem durch ein Hinzufügen von anderen Profilen zu den Kontakten oder „Freunden“ explizit gemacht (vgl. ebd., S. 8).

2.1.1 Instagram und Funktionsweise

Instagram kann der letztgenannten Gattung zugeordnet werden und ist somit eine soziale Netzwerkplattform, in welcher das Teilen von Fotos und Videos im Mittelpunkt steht. 2010 wurde das Unternehmen gegründet und 2012 von Facebook Inc. für eine Milliarde US-Dollar gekauft (vgl. Faßmann/Moss 2016, S. 13). Zunächst war Instagram ausschließlich über eine Applikation nutzbar, welche mittels des Apple App Stores beziehungsweise des Google Play Stores heruntergeladen werden konnte. Seit 2012 besteht außerdem die Möglichkeit einen Webbrowser zu nutzen, um Instagram zu erreichen (vgl. ebd., S. 14). Im Juni 2018 überschritt die Anzahl der aktiven Nutzer weltweit die Marke von einer Milliarde Menschen, weshalb Instagram nach Facebook und WhatsApp zu den meistgenutzten Social-Media-Angeboten zählt (vgl. Allfacebook.de 2020; Beisch/Koch/Schäfer 2019, S. 380).

Nachdem sich der Nutzer ein eigenes Profil erstellt hat, ist es für ihn sowohl möglich, eigene Bilder oder kurze Videos auf die Plattform hochzuladen, als auch den Inhalt anderer Nutzer anzusehen und durch die „Like“- und Kommentarfunktion mit ihnen zu interagieren. Weiterhin existiert eine Chatfunktion, mit welcher ein direkter Kontakt zu anderen Profilen hergestellt werden kann (vgl. Strohmaier 2016, S. 35). Bilder können mit einer Bildunterschrift beziehungsweise mit Hashtags versehen werden. Da Nutzern beim Anklicken des Hashtags weitere Bilder angezeigt werden, welche mit dem selbigen gekennzeichnet wurden, können Hashtags die Reichweite und somit die Popularität eines Bildes enorm steigern (vgl. Faßmann/Moss 2016, S. 14). Zusätzlich ist es möglich, eine Instagram-Story zu erstellen. Diese Bilder, beziehungsweise kurzen Videos, werden allerdings nach 24 Stunden wieder gelöscht und dienen dem Nutzer daher als Einblick in die aktuellen Aktivitäten und den Tagesablauf der veröffentlichenden Person.

Im August 2016 hat Instagram einen Algorithmus eingeführt, welcher Nutzern nicht mehr nur Beiträge von Profilen mit einer hohen Abonnentenzahl vorschlägt, sondern durch die Auswertung ihres digitalen Verhaltens bestimmte Beiträge für die jeweiligen Nutzer priorisiert. Durch Faktoren, wie beispielsweise die Berücksichtigung des Suchverhaltens in der Vergangenheit, erfolgt eine personalisierte Filtration von Publikationen, die optimal auf den Nutzer, seine Interessensgebiete und sein Konsumverhalten zugeschnitten sind (vgl. Flemmer 2020, S. 24).

Weiterhin können auf der Plattform Business Accounts erstellt werden. Mit diesen kann eingesehen und analysiert werden, welche Nutzer das Profil aufrufen oder welche Zielgruppe am häufigsten auf den Account zugreift. Business Accounts werden daher meist von Unternehmen für wirtschaftliche Zwecke, vor allem aber für Werbezwecke genutzt.

Auch private Accounts mit vielen Followern werden mittlerweile durch bezahlte Werbung von Unternehmen gesponsert (vgl. ebd., S. 22). Eine beliebte Strategie ist hierbei das sogenannte „Influencer-Marketing“, bei welchem Marken sich „passende, einflussreiche Individuen in der gewünschten Community [suchen], die dann ihre Leidenschaft zu jener Marke bekennen“ (Faßmann/Moss 2016, S. 17). Auf diesem Weg erreichen Unternehmen viele potenzielle Neukunden. Influencer verkörpern und verkaufen mit dem Posten von Marken und Produkten einen bestimmten Lebensstil und werden daher, ähnlich wie Prominente, häufig als Vorbilder oder als Inspirationsquelle gesehen (vgl. ebd., S. 17). Da die Zahl an Werbebeiträgen und Produktposts in den letzten Jahren stark gestiegen ist und weiterhin mehr als 180 Millionen Unternehmensaccounts auf Instagram aktiv sind, lässt sich die Aussage treffen, dass Influencer, Marken und Unternehmen stark den Inhalt der digitalen Welt von Instagram prägen (vgl. Allfacebook.de 2020).

2.1.2 Nutzungsverhalten von Jugendlichen

Die 14- 29-Jährigen stellen in Deutschland die Altersgruppe dar, welche Instagram täglich und wöchentlich am Häufigsten nutzt (vgl. Beisch/Koch/Schäfer 2019, S. 383). In welchem Umfang diese Nutzung bei jungen Erwachsenen ausfällt, verdeutlichen die Ergebnisse der IKW-Jugendstudie „Insta ungeschminkt - der Traum der Unverwundbarkeit“. Der Studie zufolge verbringen ein Drittel der 1000 befragten Jugendlichen bis zu vier Stunden täglich auf Instagram oder im Allgemeinen vor dem Handybildschirm. 45 Prozent der Befragten öffnen die App weiterhin mehr als zehn Mal am Tag (vgl. IKW 2019). Weiterhin haben nicht nur das Alter, sondern auch das Geschlecht einen Einfluss auf das Verhältnis zu den sozialen Medien. So sind „Mädchen […] länger in sozialen Medien unterwegs als Jungen“ (DAK 2017). Einige Jugendliche bekennen sich bereits zu ihrer Instagramsucht und geben zu, dass sie sich ohne Instagram „weniger lebendig“ (IKW 2019) fühlen.

Auch die Nutzungsgründe von Jugendlichen wurden in den letzten Jahren durch zahlreiche Umfragen erforscht. Einer Befragung der Greven Medien zufolge gaben 44.7 Prozent der Jugendlichen an, dass sie ein Instagramprofil erstellt haben, um sich „Fotos und Stories von Freunden, Bekannten oder Prominenten“ (Greven Medien 2018) anzusehen. Nur 27,8 Prozent der Befragten gaben an, selbst Fotos, Stories und Eindrücke aus ihrem Leben zu veröffentlichen. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass das Folgen anderer Profile und somit das „Sich-inspirieren-lassen“ einen höheren Stellenwert für die Nutzer hat als die Selbstinszenierung (vgl. IKW 2019). Sollten Jugendliche allerdings doch Beiträge auf der

Plattform veröffentlichen, ist für sie dabei primär von Bedeutung, „die Kontrolle darüber zu behalten, wie sie selbst von anderen wahrgenommen werden“ (ebd.).
Im Rahmen der IKW-Studie wurde weiterhin deutlich, dass es für Instagramnutzer eine bedeutende Rolle spielt, ob Beiträge schön und ästhetisch sind. So gaben 51 Prozent der Jugendlichen an, gerne auf Instagram zu sein, weil sie dort in eine “schöne positive Welt“ (ebd.) eintauchen können, beziehungsweise da dort „alle Menschen so schön sind“ (ebd.).
Gemocht und „geliked“ zu werden ist auf der sozialen Netzwerkplattform gleichermaßen zentral, daher sind den Jugendlichen zufolge „Reichweiten und Follower […] die neue Währung für das eigene Selbstwertgefühl“ (ebd.).
Für tiefgründige Themen aus Gesellschaft, Politik oder Wirtschaft interessieren sich die jungen Nutzer auf Instagram weniger. Im Mittelpunkt des Interesses stehen vielmehr die Themen Lifestyle, Mode und Stars. Besonders beliebt und stark vertreten ist außerdem der Bereich Sport und Fitness (vgl. ebd.). So wird beim Betrachten der Followerzahlen der zehn größten deutschen Influencerprofile deutlich, dass von Seiten der Nutzer ein großes Interesse an der Interaktion mit den Accounts von Vereinen und Athleten besteht. Bei 7 von 10 der beliebtesten Influencer handelt es sich um Fußballspieler. Toni Kroos und Mesut Özil führten die Tabelle im Jahr 2019 mit 22,7 und 21,6 Millionen Followern an (vgl. Milz 2019). An den Followerzahlen der 10 beliebtesten Modemarken weltweit fällt auf, dass mit Nike, Nike Football, Adidas Football und Adidas Originals außerdem die Sportartikelhersteller den virtuellen Modemarkt auf Instagram dominieren (Instagram 2017, zitiert nach de.statista.com).
Neben der Sportart Fußball lässt sich auch der gesellschaftliche Trend der Fitnessbegeisterung auf Instagram wiederfinden (vgl. Bindel 2018, S. 30). Online gefeierte Fitnessgrößen wie Sophia Thiel, die es geschafft hat, „sich vom Mauerblümchen zum Medienstar und Vorbild […] zu mausern“ (ebd., S. 31), tragen durch Instagrambeiträge dazu bei, Fitness als digitale, jugendliche Sportkultur zu etablieren.

2.2 Fitness und Körper

Auch außerhalb der digitalen Welt „leben [wir] im Zeitalter der Fitness“ (Martschukat 2019, S. 1). Die Deutschen geben jährlich über 50 Milliarden Euro für Fitnessartikel aus und das Besuchen von Fitnessstudios oder das Teilnehmen an Marathonläufen ist heutzutage so populär wie nie (vgl. ebd., S. 1). Fitness wird von Bindel als Wissenskultur beschrieben, denn um an der eigenen Physis arbeiten zu können, bedarf es „passender Trainingsmethoden, ergänzender Ernährungsmodelle und bestimmter Lebensführungsnormen“ (2018, S. 30). Die dafür nötige Selbstkontrolle kann wiederum digital durch das Verwenden von Bewegungstrackern,

Körperfettwaagen oder Gesundheitsapps unterstützt werden. Da der Fitnessmarkt an Wissensangeboten und Körperpraxen kaum noch überschaubar ist und regelmäßig neue Trends abwirft, stellt sich die Orientierung innerhalb der Fitnesskultur zurecht als anspruchsvoll dar (vgl. Bindel 2015, S. 7). Für den Einzelnen stellt sich daher die Frage, welche Fähigkeiten entwickelt werden müssen, um den Status „Fit-sein“ erreichen zu können. Je nach wissenschaftlicher Sichtweise wird diese Frage unterschiedlich beantwortet. Ein Teil der sich daraus entwickelnden Definitionen von Fitness sollen im nächsten Kapitel vorgestellt werden.

2.2.1 Begriffsdefinition von Fitness

Aus sportwissenschaftlicher Sicht ist der aus dem Englischen stammende Begriff Fitness eng mit dem Themengebiet Sport und Bewegung verbunden und impliziert, dass der Einzelne durch körperliche Aktivität und somit durch sportliches Training eine bessere Fitness erreichen kann (vgl. Schlicht/Brand 2007, S. 27). Eine hohe körperliche Fitness zu entwickeln, beinhaltet eine Optimierung in den Bereichen Ausdauerleistungsfähigkeit, Beweglichkeit und Kraftfähigkeit. Die Einstufung dieser Parameter erfolgt in der Sportmedizin meist über Testverfahren. Soll beispielsweise die Ausdauerleistungsfähigkeit gemessen werden, werden Werte wie der Blutdruck, die Herzfrequenz oder die Laktatkonzentration überwacht (vgl. ebd., S. 27 ff.). Schlicht und Brand beziehen auch einige Körperbaumerkmale, welche sich durch körperliche Aktivität beeinflussen lassen, in die Beurteilung des Fitnesszustandes mit ein. Relevant sind demnach alle Merkmale, die mit der Körpermasse zusammenhängen. So geben der Body Mass Index (BMI), berechnet aus Körpergewicht und Körperhöhe, oder der Fettmassenanteil in der Sportmedizin, Auskunft über die gesundheitsbezogene Fitness (2007, S. 28 f.) Aus der sportwissenschaftlichen Definition von Fitness wird also eine enge Verbindung des Begriffs zur Gesundheit deutlich. Die These, dass ein fitter Körper gleichzeitig ein gesunder Körper ist, würde in dieser Definition Bestätigung finden.

Auch der Duden bezieht sich in einer ersten Definition auf die erforderlichen sportlichen Fähigkeiten und beschreibt das Fit-sein mit „in guter körperlicher Verfassung, sportlich durchtrainiert“ (Dudenredaktion 2020) sein. In einer zweiten Bedeutung wird das Fit-sein mit „tüchtig, qualifiziert, befähigt“ (ebd.) gleichgesetzt. Diese Eigenschaften umschreiben keine sportlichen Qualitäten, sondern beziehen sich auf geistige Fähigkeiten, welche beispielsweise im Kontext des Berufslebens erforderlich sind.

In der Begriffsbestimmung von Graf und Höher wird die Fitness als die „Fähigkeit einer Person, ein zufriedenstellendes Leben zu führen und den Alltag optimal zu meistern“ (Graf/Höher 2009, S. 86) beschrieben. Obwohl hier ein erneuter Bezug zum gesundheitlichen Zustand erkennbar

ist, wird bei dieser Definition vor allem deutlich, dass Fitness ein sehr subjektives Konstrukt ist, da es ist individuell variieren kann, was ein zufriedenstellendes Leben für den Einzelnen bedeutet oder welche Anforderungen dessen Alltag hervorbringt.

Auf der Suche nach weiterer Literatur zum Thema Fitness stößt man beispielsweise auf Titel wie „Das Ernährungssystem für Fitness und Gesundheit“ und „Die optimale Sporternährung - Grundlagen für Leistung und Fitness“. Eine gesunde Ernährung dient in diesem Zusammenhang als Voraussetzung für einen guten Fitness- und Gesundheitszustand. Der Begriff Fitness entfernt sich hier erneut von der reinen sportlichen Aktivität.

Deutlich wird, dass eine Vielzahl von Begriffsdefinitionen existieren, welche hauptsächlich körperliche, jedoch auch geistige, psychosoziale und emotionale Faktoren miteinbeziehen (vgl. Graf/Höher 2009, S. 86). Da alle Begriffsbestimmungen jedoch die Optimierung in den Bereichen Körper und Gesundheit miteinbeziehen, lässt sich zusammenfassen, dass Fitness am Körper operiert, allerdings keinesfalls auf diesen beschränkt ist (vgl. Martschukat 2019, S. 6). Inwieweit auch äußere Einflussfaktoren wie die Medien die gesellschaftlichen Einstellungen zu Fitness und Körper steuern, soll im folgenden Kapitel dargestellt werden.

2.2.2 Gesellschaftliche und mediale Entwicklungen

Waren sportliche Betätigungen lange Zeit ausschließlich für das elitäre Bürgertum bestimmt, entwickelte sich körperliche Aktivität durch den Fitnessboom in den 1970er und 1980er Jahren zu einem Interessengebiet der breiten Bevölkerung (vgl. Millington 2016, S. 1185). Vor allem der Bedeutungsgewinn von Fitnessstudios, Fitnessbekleidung und Fitnessgeräten kennzeichnete das sich entwickelnde neue Gesundheitsbewusstsein der Gesellschaft (vgl. ebd., S. 1186). Der Fitnessboom war jedoch auch insofern bedeutsam, da dieser die Verbreitung von Fitnessmedien mit sich brachte. So unterstützten zunächst insbesondere die Zeitschriften und Zeitungen den Popularitätsgewinn der Fitnessbranche (vgl. ebd., S. 1186; Bertling/Schierl 2020, S. 4).

Die Fitnessthematik entwickelte sich durch den medialen Einfluss zum „way of life“ und wurde mit „Lässigkeit, […] Disziplin, […] Dynamik und Durchsetzungsvermögen“ (ebd., S. 3) assoziiert. Fit zu sein wurde in der Gesellschaft als erstrebenswerter Zustand dargestellt, welcher Selbstverantwortung und Leistungsfähigkeit vermittelt (vgl. Martschukat 2019, S. 3)

Durch den Anstieg der gesellschaftlichen Legitimation des Fitnesssports hat auch der Körper einen enormen Bedeutungsgewinn erlebt (vgl. Millington 2016, S. 1186). Denn seitdem die mediale Bildkultur Mitte der 1980er Jahre eine gesellschaftliche Aufwertung erfuhr, kam „es zu einer Vermischung öffentlichen und privaten Interesses an der Körperthematik“ (Fischer

2019, S. 88). Insbesondere der schöne und sportliche Körper wurde zum „Leitmotiv in fast allen Lebenslagen“ (ebd., S. 88) und so zentrierte sich das Fit-sein auf das Erreichen eines „sportlichen, schlanken, jungen, leistungsfähigen und ästhetischen“ Körpers (Brandl-Bredenbeck 1999, S. 29).

Dieses Körperideal sowie die generelle Aufwertung der Körperlichkeit in der Gesellschaft sind heutzutage präsenter denn je (vgl. Fischer 2019, S. 87). Millington spricht in diesem Zusammenhang von einem zweiten Fitnessboom, welcher in den letzten Jahren durch das Aufstreben neuer Fitnesstechnologien ausgelöst wurde. Das Nutzen von Fitnesstrackinggeräten führt zu einer permanenten Messung des Lebensstils und ermöglicht somit das Streben nach Selbstoptimierung (vgl. Millington 2016, S. 1186ff.). Fitnesskonsumenten werden daher dazu gedrängt, aktiv zu werden, ihre Kalorienzufuhr zu überwachen oder ihr Gewicht zu managen (vgl. ebd., S. 1192). Der zweite Fitnessboom unterscheidet sich Millington zufolge weiterhin von ersterem, indem die digitalen Medien die Printmedien mit ihrer Vorstellung über Fitness und Körper abgelöst haben. Insbesondere durch die sozialen Medien bilden sich utopische oder absurde Schönheits- und Körperideale, welche „vor allem für Mädchen und junge Frauen problematisch werden“ (Bindel 2018, S. 31) können.

Weitere Konsequenzen aus diesen körperbezogenen Entwicklungen sind Fischer zufolge, das Entstehen einer neuen Körperkultur und eines neuen Körperbewusstseins. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass sich innerhalb moderner Gesellschaften neue Verhaltensstandards entwickelt haben, welche „den (…) Ausbruch menschlicher Bedürfnisse, Impulse, Affekte und Triebe regulieren und kontrollieren“ (Fischer 2019, S. 87). Um die gesellschaftlichen Verhaltensvorschriften einhalten zu können, ist heutzutage also eine stärkere Modifizierung des Verhaltens notwendig, was in einer Beherrschung und Unterdrückung des Körpers resultiert. Begriffe wie die Selbstbeherrschung, die Selbstkontrolle und die Selbstbeobachtung kennzeichnen dieses Phänomen. Fischer zufolge spaltet sich der Körper als Resultat in einen persönlichen Körper (Leib) und in einen öffentlichen Körper (social body). Der öffentliche Körper folgt dem dominanten kulturellen Körperbild, welches in der Gesellschaft existiert, der persönliche Körper existiert im privaten Raum und wird als subjektiv und intim erlebt (vgl. ebd., S. 88).

2.2.3 Zur Bedeutung von Fitness und Körper auf Instagram

In Kapitel 2.2.1 wurde deutlich, dass es kaum möglich ist, eine genaue Begriffsbestimmung von Fitness vorzunehmen, beziehungsweise sich auf eine Definition festzulegen. Ähnlich verhält es sich mit diesem Begriff auch im Rahmen von Instagram, da Fitnessblogger oder

Fitnessinfluencer Beiträge posten, die für sie persönlich das Thema Fitness verkörpern. Da nicht alle Fitnessinfluencer den Fitnessbegriff gleich definieren, existieren Profile, die sich auf unterschiedliche Unterkategorien, wie beispielsweise auf Ernährungstipps oder Sportprogramme spezialisiert haben (vgl. Strohmaier 2016, S. 44). Hinsichtlich der Darstellung von Fitness fällt jedoch eine Gemeinsamkeit auf: Fitness ist im Rahmen von Instagram stark im Bereich der Selbstdarstellung zu verorten, da Fitnessblogger fast ausschließlich Körperdarstellungsfotos nutzen, um Fitnessinhalte zu präsentieren. Beiträge zu einer bestimmten Ernährungsweise werden von den Bloggern veröffentlicht, um eine Gewichtsregulierung oder mehr Muskeldefinition zu erreichen. Auch Sportprogramme werden weniger zum Vergnügen oder mit dem Ziel der Verbesserung des Gesundheitszustands ausgeführt, sondern dienen primär der Körpertransformation (vgl. ebd., S. 91). Der Fokus von Fitness im Rahmen von Instagram liegt daher auf seinem Nutzen, den er für die Körperverformung bringt.

Ein Grund für die häufige Darstellung des Körpers könnte in der Funktionsweise Instagrams liegen, da die Plattform ausschließlich Verbildlichungen jeglicher Themen zulässt (vgl. ebd., S. 11). Von Instagramnutzern wird eine häufige Präsentation des Körpers angestrebt, da der fitte Körper auch in der virtuellen Welt die Ideale Attraktivität und Jugendlichkeit demonstriert (vgl. ebd., S. 92). Da Instagram eine rein virtuelle Welt ist, entsprechen die dort dargestellten Körper jedoch nicht immer der Realität. Durch das Anwenden von Filtern und Bildbearbeitungsprogrammen, die während und nach der Aufnahme eines Bildes verwendet werden können, kann der Körper verändert und so wie gewünscht inszeniert werden (vgl. Faßmann/Moss 2016, S. 17).

Fitness korreliert auf Instagram stark mit dem Themengebiet Mode. Brandl-Bredenbeck erklärt das Phänomen, dass die Themengebiete Fitness und Mode bei Jugendlichen ähnlich beliebt sind, mit dem stattfindenden „Austauschprozess von Sport und Mode“ (1999, S. 30), da es bei beiden Komponenten möglich ist, seinen Körper zu formen und öffentlich zu präsentieren. Es lässt sich folglich die These aufstellen, dass fit sein auch im Rahmen von Instagram bedeutet, die Ebene der sportiven Fähigkeiten zu verlassen und sich in einen Lifestyle zu begeben, welcher als Ziel die Erfüllung des schlanken, schönen und modischen Körperideals verfolgt (vgl. Bindel, S. 31). In der verbildlichten Welt entsteht daher der Eindruck, dass das beschriebene Körperideal nur durch das Befolgen und Anwenden einer Vielzahl von Fitnesstipps und Fitnesspraxen erreicht werden kann. Der Fitness-Lifestyle zeigt sich nämlich „nicht nur anhand der Dinge, die man tut, sondern auch durch die Produkte, die man erwirbt“ (ebd., S. 31). Dass fast alle Befragten der IKW-Jugendstudie daher bei der Nutzung von

Instagram angeben, sowohl eine Überforderung als auch einen körperlichen Perfektionsdruck zu verspüren, ist eine logische Konsequenz daraus (vgl. IKW 2019).

In der wissenschaftlichen Literatur wird der negative Effekt von sozialen Medien einen körperlichen Perfektionsdruck auszulösen meist auf die Theorie des sozialen Vergleichs zurückgeführt. Diese Theorie legt nahe, dass Menschen eine angeborene Tendenz haben, ihr Aussehen und ihre Identität zu bewerten, indem sie sich mit anderen Menschen in ihrer Umgebung vergleichen (vgl. Stein/Krause/Ohler 2019, S. 4f.). Die Forschung weist darauf hin, dass soziale Vergleiche sowohl nach unten, als auch nach oben erfolgen können. Vergleiche nach unten konzentrieren sich dabei auf Menschen mit niedrigerem Status und stärken das eigene Selbstwertgefühl. Vergleiche nach oben, die auf angeblich erfolgreichere Personen abzielen, führen eher zu negativen Auswirkungen, wie beispielsweise zu einer Abnahme des Selbstwertgefühls.

Während Jugendliche die körperliche Perfektion in TV-Formaten oft als einzigartiges Merkmal des Prominentenlebens identifizieren, „wird auf Instagram suggeriert, dass schönes Aussehen allgegenwärtig ist und somit die gesellschaftliche Norm konstituiert“ (ebd., S. 4). Dies kann zum einen zu einer verzerrten Realitätswahrnehmung der Instagramnutzer führen und zum anderen dazu, „dass selbst kleine Unterschiede zwischen dem eigenen Aussehen und dem angestrebten Ideal starke Verhaltensanstrengungen zur Anpassung an die medial vermittelten Schönheitsnormen hervorrufen“ (vgl. ebd., S. 5).

2.3 Das Körperbild

Erst zu Beginn des 19. Jahrhunderts wurden durch neurologische Forschungen Erkenntnisse über das Körperbild und seine Eigenschaften erlangt. Zunächst führte der Neurologe Arnold Pick den Begriff Körperschema ein, welcher ihm zufolge der Funktion des Körpers entspricht, eine Körper-Raum-Beziehung zu bilden (vgl. Röhricht 2009, S. 26). Schilder prägte 1933 den Begriff Körperbild, in dem er „sowohl die neuronale Konnektivität als auch die intrapsychische Phänomenologie in gleichem Umfang berücksichtigte“ (vgl. ebd.). Zusätzlich zu der Forschung über zerebrale Mechanismen und Funktionsweisen erlangte er also auch Erkenntnisse über ihre Zusammenhänge zu psychischen Phänomenen und zur subjektive Erlebniswirklichkeit von Individuen.

Heutzutage existieren sowohl umgangssprachlich als auch in der Fachsprache sehr viele unterschiedlich verwendete Begriffe zu dem Gegenstand „Körperbild und Körpererleben“. Der Begriff Körperbild, welcher im weiteren Verlauf dieser Arbeit verwendet wird, orientiert sich am im Jahr 1991 entwickelten Strukturmodell Bielefelds.

Bielefelds Modell zufolge sollte der Begriff Körpererfahrung den Oberbegriff bilden. Die Körpererfahrung beschreibt alle affektiven, motorischen und kognitiven sowie unbewussten und bewussten Erfahrungen mit dem eigenen Körper (vgl. Bielefeld 1986, S. 17; Röhricht 2009, S. 25). Diese Erfahrungen sind in ihrer Vorstufe zunächst Erlebnisse, welche im Verlauf der individuellen Entwicklung erworben werden und durch eine Transferleistung im Gehirn schließlich zu Erfahrungen werden (vgl. ebd., S. 33). Teilaspekte der Körpererfahrung sind das Körperbild und das Körperschema.

Bielefeld zufolge bezieht sich das Körperschema auf den kognitions- bzw. wahrnehmungsphysiologischen Bereich und könnte mit einem inneren Koordinatensystem verglichen werden, welches Positionen und Bewegungsrichtungen im Raum wahrnehmen kann. Voraussetzung hierfür sind der Prozess der Wahrnehmung des Körpers als Objekt sowie das Verarbeiten und Vergleichen von alten und neuen Bewegungserfahrungen (vgl. Fischer 2019, S. 73ff.).

Das Körperbild hingegen ist vor allem psychologisch-phänomenologisch geprägt und umfasst das komplexe und subjektive Empfinden des Individuums bezüglich seines Körpers sowie die Einordnung und Bewertung der eigenen körperlichen Wahrnehmung. Das Körperbild ist somit „das erkannte, erlebte und bewertete Bild des eigenen Körpers“ (ebd., S. 75). Kognitive, physiologische, emotionale und geschlechtsspezifische Faktoren beeinflussen die Bildung des Körperbilds, weshalb Fischer das Körperbild auch als „emotionales Selbstbewertungssystem“ bezeichnet. Das Körperbild ist intraindividuell unterschiedlich ausgebildet, da es sich aus der Vielfalt der Bewegungserlebnisse entwickelt und von Erinnerungen, vorangegangenen Erfahrungen und Erlebnissen und dem psychischen Zustand abhängig ist (vgl. ebd., S.75f.). Bielefeld (1986, S.17) nennt folgende drei Faktoren, die das Körperbild maßgeblich bestimmen:

- Körperbewusstsein: Die psychische Repräsentanz des eigenen Körpers im Bewusstsein, und die auf den Körper gerichtete Aufmerksamkeit.
- Körperausgrenzung: Das Erleben der Körpergrenzen und somit auch das Abgrenzen von der Umwelt.
- Körpereinstellung: Die Einstellung bezüglich des Aussehens, vor allem die Zufriedenheit mit dem Körper.

2.3.1 Körperbildstörungen

Körperbildstörungen sind psychische Störungen unter denen „ausgeprägte Ängste vor einer Gewichtszunahme, Störungen in der Wahrnehmung der Figur/des Gewichts, ein übertriebener

Einfluss des Gewichts/der Figur auf die Selbstbewertung und die Leugnung des Schweregrades des niedrigen Körpergewichts verstanden“ (Tuschen-Caffier 2008, S. 82) werden. Im klinischen Bereich wird daher oft dokumentiert, dass das wahrgenommene Körperbild nur selten mit den physikalischen Gegebenheiten übereinstimmt. Personen, die an einer Essstörung wie Magersucht oder einer Ess-Brech-Sucht erkrankt sind, haben beispielsweise eine gestörte Körperweitenwahrnehmung (vgl. ebd. S. 84). Dass dieses Phänomen jedoch nicht nur bei erkrankten Personen auftritt, zeigte sich auch im Rahmen einer Untersuchung von Schülerinnen der neunten Jahrgangsstufe der Heidelberger Schulstudie. Bei dieser Studie wurde deutlich, dass beinahe die Hälfte der Schülerinnen „sich zu dick fühlen obwohl sie normalgewichtig waren“ (ebd., S. 10f.). Nur 24 Prozent der Mädchen gaben im Rahmen dieser Studie an, mit dem eigenen Aussehen zufrieden zu sein. Die Wahrnehmung der Körperrealität kann infolgedessen nicht vollständig objektiv sein, sondern sie ist ein Abbild des Subjekts und seiner Interpretation (vgl. Brunner/Resch 2008, S. 10).

Weshalb sich sowohl Körperbildstörungen als auch körperliche Unzufriedenheiten häufig mit den biologischen Entwicklungen im Rahmen der Pubertät entwickeln, soll im nächsten Kapitel erläutert werden.

2.3.2 Körperbild in der Pubertät

Während der Pubertät erfahren Jugendliche starke psychische und vor allem körperliche Veränderungen, weshalb das Aussehen in dieser Entwicklungsphase eine stärkere Bedeutung für sie einnimmt (vgl. Schwenner/Tomse 2013, S. 20). Die zunehmende Beschäftigung mit dem körperlichen Erscheinungsbild, welche sowohl die sportliche Leistungsfähigkeit als auch die Kleidungs- und Essgewohnheiten miteinschließt, führt dazu, dass der Körper von Jugendlichen als gesellschaftliche Machtressource beziehungsweise als Kapital gesehen wird (vgl. Brandl-Bredenbeck 1999, S. 1). Jugendliche streben „mit attraktivem Aussehen (…) nach sozialer Anerkennung und Aufmerksamkeit“ (ebd., S. 32), weshalb Brandl-Bredenbeck in diesem Zusammenhang von einer „modernen Sorge um und für den Körper“ (ebd., S.32) von Jugendlichen spricht.

Die Pubertät verläuft bei Mädchen jedoch anders als bei Jungen. Die wichtigen „Prozesse der Auseinandersetzung mit sich selbst - wie die Entwicklung einer eigenen sexuellen Identität oder das Umgehen mit dem sich verändernden Körper“ (Stecher/Maschke 2013, S. 13) betreffen Stecher und Maschke zufolge insbesondere Mädchen.

In der Pubertät werden die Veränderungen des eigenen Körpers beobachtet und mit denen der Mitschüler verglichen (vgl. Schwenner/Tomse 2013, S. 22). Obwohl Jungen sich ähnlich häufig

wie Mädchen „mit ihren gleichgeschlechtlichen Peers bezüglich ihres Aussehens“ (Brunner/Resch 2016, S. 11) vergleichen, sind Mädchen anfälliger für eine daraus resultierende Entwicklung von Unzufriedenheit mit ihrem Körper. Jungen möchten meist „ebenso gut aussehen wie die attraktiven Peers, Mädchen wollen jedoch besser als ihre attraktiven Peers aussehen“ (ebd., S. 11). Insbesondere Mädchen nutzen daher häufig unrealistische Vergleichsobjekte und entwickeln schneller eine Unzufriedenheit mit dem eigenen körperlichen Erscheinungsbild. Brunner und Resch betonen in diesem Zusammenhang, dass das „Vergleichsverhalten von Jugendlichen mit Gleichaltrigen der Peergroup bezüglich des Aussehens“ (ebd., S.10) häufig der Auslöser für eine Körperbildstörung oder für ein gestörtes Essverhalten ist.

Die Unzufriedenheit mit dem Körper führt auch zu Problematiken, welche sich auf die psychische Gesundheit der Jugendlichen beziehen. So nehmen Brunner und Resch an, dass „Selbstkonzept und Selbstwert bei Mädchen enger mit der körperlichen Attraktivität zusammenzuhängen als bei Jungen“ (ebd., S. 10) und somit mit steigender Unzufriedenheit abnehmen. Empirische Studien belegen, dass die Gefahr, dass sich aus diesen psychischen Belastungen Depressionen entwickeln können, dadurch verstärkt wird, dass Mädchen im Vergleich zu Jungen einen „größeren Druck verspüren, ihr Gewicht zu regulieren“ (ebd., S. 10).

Der wahrgenommene Druck bezüglich des Aussehens kann sowohl von Persönlichkeitsmerkmalen, Kindheitserlebnissen oder von dem Einfluss des sozialen Umfeldes ausgelöst werden. Insbesondere die kulturellen Faktoren wie Schönheitsideale und Rollenzuschreibungen haben einen bedeutenden Einfluss (vgl. ebd. S. 10). Jäger untersuchte in diesem Zusammenhang den Einfluss der Druck- und Filmmedien und kam zu dem Ergebnis, dass die Medienmacht und somit die „breite und aggressive Vermarktung eines schlanken Ideals, insbesondere für junge Frauen“ (Jäger 2016, S. 77) ein entscheidender Einflussfaktor für psychische Belastungen im Zusammenhang mit dem Körper ist.

Valkanover erforschte weiterhin, welche Faktoren die Zufriedenheit mit dem Körper ansteigen lassen. Er untersuchte, ob ein Zusammenhang zwischen der Sportaktivität und dem Körperbild bei Jugendlichen besteht. Zunächst kam auch er zu dem Ergebnis, dass die Körperthematik für Mädchen zentraler ist, da sie „häufiger als männliche Jugendliche Sportarten [betreiben], die den Körper fokussieren“ (Valkanover 1996, S. 39). Außerdem ging aus seiner Studie hervor, dass Mädchen ihre Gesundheit und ihren Fitnesszustand positiver beurteilen, wenn sie häufiger und intensiver Sport treiben (vgl. ebd. S. 86f.).

2.3.3 Die Schule als Inszenierungsraum für den Körper

Die Schule kann Hagedorn zufolge als Vielgestalt bezeichnet werden, welche im Alltag die Lebenswelt von Jugendlichen bildet und daher einen Ort „des Aufwachsens und der Entwicklung“ (2014, S. 18) darstellt. Sie trägt mit ihren Funktionen als Sozialisationsinstanz, Kulturraum, Ort der Selbstbildung oder Macht- und Disziplinierungsraum maßgeblich zur Persönlichkeitsentwicklung, Selbstwerdung und zur Identitätsbildung von Jugendlichen bei und ermöglicht die Rollenerprobung und das Rollenhandeln (vgl. Hagedorn 2014, S. 18f.). Der Körper kann in der Schule als Medium genutzt werden, um Individualität herzustellen, da mehr als früher bewusst ist, dass „Aussehen und Leistungsfähigkeit […] veränderbar und formbar“ (Fischer 2019, S. 89) sind.

Die Schule bietet eine Bühne für Selbstinszenierungsprozesse. Durch Sprache, Stil und Mode können Jugendliche sich darstellen wie sie sind oder wie sie wahrgenommen werden möchten (vgl. ebd., S. 21f.). Mit diesem Phänomen beschäftigt sich auch das Körperbildmodell von Bob Price, welches die Begriffe Körperideal, Körperrealität und Körperpräsentation verbindet. Die Körperrealität, also der Körper wie er real existiert, unterliegt der Gefahr, durch die Vorstellung von einem Körperideal abgewertet zu werden. Da die Körperrealität Price zufolge kaum das Körperideal erreichen kann, entwickelt das Individuum die Körperpräsentation, welche ihm zu der gewünschten Inszenierung verhilft (vgl. Price 1990, S. 587).

Durch diese Körperinszenierungen entstehen jedoch vor allem innerhalb der Peer-Gruppen wechselseitige Zuschreibungen oder Bewertungen. Erfahren Schüler durch Zuordnungen eine Ausgrenzung in der Schule, kann die selbstbestimmte Entwicklung der Identität beeinträchtigt werden (vgl. Hagedorn 2014, S. 21f.).

Langer ist der Meinung, dass es in Folge dessen die Aufgabe der Schule ist, Körperarbeit zu leisten, indem die Körperlichkeit sowie das Körperbewusstsein zum Gegenstand erhoben werden. Im Unterricht angesprochen werden sollten „Themen, die sich mit dem eigenen Selbst und dem Körper beschäftigen“ (Langer 2008, S.138) oder sich auf die Körperidentität beziehen. Außerdem müssten Übungen mit den Schülern durchgeführt werden, in welchen die Wahrnehmung des Körpers in den Mittelpunkt rückt, damit Jugendliche das Vertrauen zu sich selbst und zu ihrem Körper stärken können (vgl. ebd., S. 139).

Anhand der theoretischen Grundlagen konnte ein Einblick in die Themenfelder Fitness und Körper gegeben werden, deren Darstellung in der Gesellschaft und auf Instagram illustriert sowie deren Bedeutung in der Schule herausgearbeitet werden. Die aus diesem Kapitel

gewonnenen Erkenntnisse dienen nachfolgend der Entwicklung des Forschungsdesigns, der Erstellung eines Leitfadens sowie der Diskussion der Forschungsergebnisse.

3 Wissenschaftliche Methode

3.1 Forschungsdesign

Qualitative Forschung erhebt den Anspruch, „Lebenswelten von innen heraus aus der Sicht der handelnden Menschen zu beschreiben. Damit will sie zu einem besseren Verständnis sozialer Wirklichkeit(en) beitragen und auf Abläufe, Deutungsmuster und Strukturmerkmale aufmerksam machen“ (Flick et al. 2007, S. 14). Da der Forschungsgegenstand dieser Untersuchung die Beeinflussung des Körperbildes von Schülerinnen ist, steht folglich die Erhebung der subjektiven Sichtweise der Schülerinnen im Mittelpunkt der methodischen Orientierung. Bereits vor der Datenerhebung wurde die Struktur der einbezogenen Gruppe grob festgelegt, weshalb das Ziel dieser Forschungsuntersuchung ist, die empirisch belegten Wissensbestände und Theorien aus dem Forschungsstand zu überprüfen, diese mit den aus dieser Befragung gewonnenen Forschungsergebnissen abzugleichen und gegebenenfalls zu erweitern (vgl. Flick 2017, S. 123).

3.2 Darstellung der Erhebungsmethodik

In der qualitativen Forschung ermöglichen vor allem offen gestaltete Interviews, dass „die Sichtweisen des befragten Subjekts eher zur Geltung kommen als in standardisierten Interviews oder Fragebögen“ (Flick 2017, S. 194). Zur Erfassung der verbalen Daten eignen sich in dieser Arbeit daher fokussierte Leitfadeninterviews, in welchen unstrukturierte, halbstrukturierte und strukturierte Fragestellungen realisiert und angewendet werden. Durch Nutzung der verschiedenen Frageformen soll dafür gesorgt werden, dass die Nichtbeeinflussung der Interviewpartner gewährleistet wird. Eine zunehmende Strukturierung der Fragestellungen im Interviewverlauf soll einerseits dazu dienen, dass das Interview wie ein natürliches Gespräch wirkt und andererseits „verhindern, dass der Bezugsrahmen des Interviewers gegenüber der Sichtweise des Befragten durchgesetzt wird“ (vgl. ebd., S. 194f.). Die Fragestellungen sowie die Durchführung des Interviews sollen die Kriterien „Spezifität der Sichtweise […], Erfassung eines breiten Spektrums […] sowie Tiefgründigkeit und personaler Bezugsrahmen aufseiten des Interviewten“ (ebd., S. 195) erfüllen. Die Einhaltung der Gütekriterien ist weiterhin die Voraussetzung für den gesamten Erhebungs- und Auswertungsprozess.

Die Erstellung des Leitfadens soll einer ersten Strukturierung des Interviews dienen und stellt somit die Grundlage zur Durchführung des Interviews dar. Trotzdem wird der Leitfaden flexibel gehandhabt, denn es hängt zu einem großen Teil von der Interviewsituation und ihrem Verlauf ab, ob die vorab formulierten Fragestellungen mit der jeweiligen Situation vereinbar sind (vgl. ebd., S. 200).

Der Leitfaden deckt mehrere thematische Bereiche ab und ist daher in einzelne Bereiche unterteilt. Die ersten beiden Fragen beabsichtigen, einen allgemeinen Eindruck über die Instagramnutzung der Schülerinnen zu erhalten. Anschließend sollen die Schülerinnen ihre Erfahrungen und Überzeugungen zu den folgenden Themengebieten äußern:

- Nutzungsgründe von Fitnessinhalten
- Die Rolle von Fitness im Alltag
- Vorstellungen über Fitness
- Körperliche Vorbilder
- Einstellung zum eigenen Körper
- Körperbild im Umfeld der Schule

Der Leitfaden ist im Anhang dieser Arbeit zu finden (s. Anhang 2).

3.3 Sample

Die Festlegung der Samplestruktur erfolgte nach bestimmten Kriterien, welche bereits vor der Datenerhebung festgelegt, allerdings anhand der Ergebnisse des Forschungsstandes weiter spezifiziert wurden. Da Mädchen durchschnittlich eine längere Zeit am Tag auf der Plattform Instagram verbringen als Jungen und ihnen, unter anderem aufgrund der häufigen Visualisierungen von weiblichen Schönheits- und Körperidealen in den Medien, eine stärkere Anfälligkeit für körperbildbezogene Problematiken in der Pubertät zugewiesen werden, besteht die finale homogene Stichprobe ausschließlich aus Mädchen zwischen 14 und 16 Jahren (s. Kapitel 2.3.2).

Die Zusammenstellung des Samplings konkretisierte sich außerdem durch die Voraussetzung, dass die Interviewpartnerinnen ein mobiles Endgerät besitzen, seit mindestens sechs Monaten aktive Instagramnutzerinnen sein und Instagramaccounts folgen müssen, welche regelmäßig Fitnessinhalte veröffentlichen. Dadurch, dass die sozialen Interaktionen innerhalb der Schule ein weiterer Interessensgegenstand dieser Arbeit sind, sich die Forschungsuntersuchung aufgrund begrenzter Ressourcen jedoch nicht an allen Schultypen durchführen lässt, beschränkt sich die Sampleauswahl auf Schülerinnen von rheinlandpfälzischen Gymnasien. Um das Feld jedoch trotzdem so breit wie möglich erfassen und in seiner Vielschichtigkeit abbilden zu

können, wurden Schülerinnen aus drei unterschiedlichen, koedukativen Gymnasien befragt (vgl. Flick 2017, S. 167f.). Zwei der geeigneten Interviewpartnerinnen waren mir durch meine Arbeit als Vertretungslehrkraft bereits bekannt. Über sie wurde auch der Kontakt zu den anderen beiden Schülerinnen hergestellt.
Die Interviewpartnerinnen werden im Folgenden nicht als Einzelpersonen, sondern als Repräsentantinnen einer Gruppe betrachtet, um durch das tatsächlich untersuchte, erhobene Material auf die Verhältnisse im Gegenstand schließen zu können (vgl. Flick 2017, S. 155).

3.4 Durchführung und Vorgehensweise

Nach der Vorbereitung des Interviewleitfadens und der Auswahl der Samplestruktur konnte der dritte Schritt, nämlich die tatsächliche Durchführung der Leitfadeninterviews, eingeleitet werden. Im Vorfeld der empirischen Erhebung wurden die Eltern über die von der Schulleitung genehmigte Untersuchung mittels eines Elternbriefes informiert und es wurde deren Einverständnis eingeholt (s. Anhang 1).
Zwei der Interviews fanden in den jeweiligen Gymnasien der Schülerinnen, in einem leeren Klassenzimmer mit Einhaltung der Hygiene- und Abstandsregelungen statt. Die anderen beiden Gespräche wurden aufgrund der Coronabeschränkungen per Videoanruf über die Kommunikationsplattform Skype geführt. Nach vorheriger Abstimmung mit den Interviewpartnerinnen wurden die Interviews aufgenommen und anschließend wurden die sprachlich vermittelten Daten durch die Interviewführerin transkribiert (s. Anh. 3-6). Die Transkription fand nach den formulierten Regeln von Kuckartz et. al. statt, welche den „Fokus auf den Inhalt des Redebeitrags setzen“ (Kuckartz et. al. 2008, S. 27). Jedes Erhebungsgespräch wurde durch die gleichen Worte eingeleitet, in denen den Schülerinnen erklärt wurde, dass es in diesem Gespräch keine falschen oder richtigen Antworten gäbe und ihre Daten anonymisiert werden würden. Die Transkriptionen beginnen daher stets mit der ersten Frage des Leitfadens (s. Anh. 3-6).

3.5 Wahl der Auswertungsmethode

In Bezug auf die gewählte Erhebungsmethodik der fokussierten Leitfadeninterviews ist die Auswertungsmethode nicht auf ein Verfahren festgelegt, dennoch erschienen Flicks codierende Verfahren als besonders geeignet (2017, S. 201). Eine Möglichkeit der Kodierung und somit der Analyse des Textmaterials stellt die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring dar (vgl. ebd., S. 409). In einem ersten Schritt wurde das Material gemäß der Technik der zusammenfassenden Inhaltsanalyse paraphrasiert, wobei weniger relevante Passagen nicht beachtet und das Material

somit reduziert wurde. Im nächsten Schritt wurden die Gegenstände der Paraphrasen generalisiert, um ein höheres Abstraktionsniveau zu erreichen (vgl. ebd., S. 413f.). Zusätzlich wurde markiert, in welcher Häufigkeit die neu generalisierten Paraphrasen auftreten. Durch die Bildung von Kategorien konnte eine bessere Übersicht ermöglicht werden und somit eine strukturiertere Zusammenfassung der Ergebnisse erfolgen (s. Anh. 3-6).

4 Ergebnisdarstellung

In diesem Kapitel erfolgt eine Darstellung der Ergebnisse, welche sich mittels der qualitativen, zusammenfassenden Inhaltsanalyse über die Beeinflussung des Körperbilds der Schülerinnen ergeben haben.

4.1 Nutzungsverhalten

Einleitend sollten die Interviewpartnerinnen einschätzen, wie viel Zeit sie täglich auf Instagram verbringen. Während die kürzeste tägliche Nutzungsdauer bei einer Stunde lag (B3), erreichten Interviewpartnerinnen B1 und B2 mit eineinhalb bis zwei beziehungsweise drei bis vier Stunden den höchsten Wert (s. Anh. 3, S.1; Anh. 4, S.1; Anh. 5, S.1). Es lässt sich jedoch feststellen, dass die Schülerinnen Probleme hatten, ihre tägliche Nutzungsdauer auf Instagram exakt einzuschätzen. Die Umschreibungen „ich glaube so“ (Anh. 3, S. 1), „ich würde einfach mal sagen“ (Anh. 5, S. 1), „ich bin mir nicht sicher“ (Anh. 6, S. 1) belegen, dass ihnen das Bewusstsein darüber fehlt, wieviel Zeit sie täglich tatsächlich auf Instagram verbringen. Auffällig war außerdem, dass die Schülerin B2 ihre eigene Instagramnutzung als zu lang empfand:

I: Okay, also wieviel Zeit verbringst du denn am Tag so auf Instagram?
B2: Zu viel (lacht). (..) Also, ich würd sagen bestimmt so (..)/ Also, es ist halt schon so, man fängt irgendwie mit einem Bild oder einer Story an und dann geht das ja immer weiter. Und dann sind schon mal schnell auch drei, vier Stunden um. (Anh. 4, S. 1)

Auch, dass Schülerin B4 versucht hat, sich eine zeitliche Beschränkung für die Instagramnutzung zu setzen, jedoch andeutete, diese nicht einzuhalten, weist darauf hin, dass die beiden Schülerinnen bereits eine Verhaltensabhängigkeit für die Netzwerkplattform Instagram entwickelt haben (s. Anh. 6, S. 1). Eine Tendenz zur Sucht wird außerdem bei Betrachtung der Aussagen von B1 zu ihren Nutzungsgründen deutlich. Sie gab an, den Influencerinnen aus Langeweile und Unterhaltungsgründen zu folgen, was den Eindruck vermittelt, dass die Schülerin durch die Instagramnutzung das Erleben von Langeweile

vermeiden will. Funk (2010, S. 10ff) zufolge kann sich auch aus diesem Verhalten leicht eine Abhängigkeit zu den aktivierenden Reizen, die in diesem Fall die Instagramnutzung mit sich bringt, entwickeln (s. Anh. 3, S. 4).

Darüber hinaus ist die Möglichkeit der (körperlichen) Selbstdarstellung, die mit der Instagramnutzung einhergeht, für drei der Schülerinnen von Bedeutung. Schülerin B1, B3 und B4 veröffentlichen regelmäßig Fotos von sich selbst und B1 gab an, sich auf diesen nur von „einer guten Seite“ (Anh. 3, S. 6) zeigen zu wollen. Nur Interviewpartnerin B2 lädt keine Fotos von sich selbst auf die Plattform hoch, sondern präferiert das Anschauen der Beiträge anderer Profile (s. Ahn. 4, S. 4).

Die Schülerinnen folgen einer unterschiedlichen Anzahl an Fitnessinfluencern. Während alle vier Interviewpartnerinnen der Influencerin Pamela Reif folgen, haben B2 und B3 darüber hinaus die Profile von mindestens drei anderen, ausschließlich weiblichen Fitnessinfluencerinnen abonniert. B1 besucht regelmäßig weitere Profile, welche Fitnessbeiträge veröffentlichen (s. Anh. 3, S. 1f.; Anh. 4, S. 1f.; Anh. 5, S.1; Anh. 6, S.1).

Die Beiträge, für welche sich die Schülerinnen innerhalb des Themenbereichs Fitness hauptsächlich interessieren, sind hingegen ähnlich. So gaben alle vier Befragten an, sich besonders für Fitnessinhalte in Verbindung mit sportlicher Aktivität und somit vor allem für veröffentlichte Fitnessübungen und Work-Out Videos zu interessieren (s. Anh. 3, S. 1; Anh. 6, S. 2):

B2: […] die Pamela Reif, der folg ich auch, die macht ja auch viel mit Fitness (..). Und generell einfach noch so ein paar anderen (.) Influencern, die zum Beispiel selbst viel Sport machen und das auch immer wieder zeigen. (Anh. 4, S. 1f.)

B3: […] Also (.) ich find halt die Videos von Pamela Reif ziemlich gut. Also ihre Work-Out-Videos […] Deswegen, (..) bin ich ihr dann eben auch gefolgt, weil sie da ja immer ihre Work-Out-Pläne hochgeladen hat und so. (Anh. 5, S. 2)

Interviewpartnerinnen B2, B3 und B4 sehen sich weiterhin gerne Beiträge zum Thema Ernährung an:

B3: […] Und dann folg ich halt auch noch mehr so Leuten, die (.) sich wirklich versuchen gesund zu ernähren und darauf eben halt mehr achten. (Anh. 5, S. 1)

B4: […] Also ich habe jetzt schon ein paarmal bei diesen (..) ganzen Essenssachen oder so/ Das find ich manchmal ganz interessant. So was es vielleicht so als Alternativen gibt oder so. (Anh. 6, S. 2)

Darüber hinaus interessieren sich zwei der Schülerinnen auch für fitnessunabhängige Beiträge der Influencerinnen, wie beispielsweise deren Urlaubsbilder oder Alltagsaktivitäten:

B1: Ja, (.) also verfolge nicht nur ihren/ ihr Fitness- (..) leben, sondern ich verfolg auch ihren Alltag bisschen, also was sie so den Tag über macht. Wenn sie zum Beispiel im Urlaub ist, verfolg ich ihren Urlaubsalltag und Aufnahmen aus ihrem Leben, die auch nicht so viel mit Fitness zu tun haben. (Anh. 3, S. 2)

Das Interesse von B1 und B2 an jeglichen Beiträgen der Influencerinnen könnte erklären, weshalb diese Schülerinnen eine längere Nutzungsdauer als die anderen beiden Befragten aufweisen. Auffällig ist in diesem Zusammenhang auch, dass B1 und B2 häufiger an Gewinnspielen teilnehmen und am ehesten dazu bereit sind, Geld für die Fitnessprodukte der Influencerinnen auszugeben (s. Anh. 3, S. 3; Anh. 4, S. 2f.). Es kann daher die These aufgestellt werden, dass ein direkter Zusammenhang zwischen der Nutzungsdauer von Instagramnutzerinnen und deren Konsumverhalten besteht.

Neben dem Konsum- wird auch das Freizeitverhalten der Schülerinnen durch die Instagramnutzung beeinflusst, denn alle vier Befragten integrieren vor allem das Durchführen der Work-Outs in ihr Alltagsleben:

B1: […] Aber jetzt so zu Coronazeiten zum Beispiel hab ich dann, (..) wenn ich dann auch zwei Wochen mal in Quarantäne war, jeden Tag ein Work-Out gemacht. (Anh. 3, S. 2)

B2: Was ich hauptsächlich mache ist, dass ich mir die Work-Out Videos raussuche, von den Leuten denen ich auf Instagram folge und dann irgendwie mit denen diese Home Work-Outs mache. (Anh. 4, S. 2)

Äußere Einflussfaktoren wie beispielsweise das aktuelle Arbeitspensum in der Schule oder auch die Einschränkungen der Coronapandemie, durch welche die Schülerinnen durch den Schulausfall mehr Zeit zuhause verbrachten, bestimmen den Interviewpartnerinnen zufolge die Häufigkeit, mit denen sie die Work-Out Videos in ihrer Freizeit durchführen (s. Anh. 3, S.2; Anh. 4, S.4; Anh. 5, S. 2; Anh. 6, S. 2). Auch die Ernährungsvorschläge und die vermeintlichen Essgewohnheiten der Influencerinnen werden von drei Schülerinnen als Inspiration gesehen und daher übernommen:

B1: Also manchmal, wenn ich da jetzt sehe, die macht sich da ein leckeres Frühstück, dann denk ich mir so: „das (unv.) sieht lecker aus (lacht), das probiere ich vielleicht auch mal aus.“ (Anh. 3, S. 3)

B2: […] Oder vom Essen gucke ich auch ab und zu, was es da für Rezepte gibt, weil ich halt immer mehr probiere/ Also auch grad in diesem vegetarischen Bereich mehr zu kochen, weil ich find, dass das in unserer Familie grad zu kurz kommt (lacht). (Anh. 4, S. 2)

Anhand der Ergebnisse der einleitenden Fragen kann festgestellt werden, dass allen Befragten mehrmals am Tag eine Vielzahl an fitnessbezogenen Inhalten von unterschiedlichen Instagramprofilen angezeigt werden. Weiterhin wird das Bewegungsverhalten, gefolgt von dem

Ernährungs- und Konsumverhalten der Schülerinnen durch den Einfluss von Fitnessinhalten beeinflusst.

4.2 Vorstellungen von Fitness

Bei der Aufforderung an die Schülerinnen, einen fitten Menschen zu beschreiben, wurde deutlich, dass die Befragten überwiegend äußerlich sichtbare Merkmale aufzählten. Fit ist den Schülerinnen zufolge jemand, der „viel in Bewegung“ (Anh. 3, S. 4) ist, „wirklich regelmäßig Sport macht“ (Anh. 5, S. 3) und infolgedessen einen trainierten und muskulösen Körper hat (s. Anh. 6, S. 3). B2 gab außerdem an, fitte Menschen als hübsch und attraktiv wahrzunehmen und verbindet das Fit-sein mit den Adjektiven schlank und dünn:

B2: […] Das Erste worauf ich jetzt vom Aussehen so achte sind eigentlich die Beine, dass die schlank sind (..) aber natürlich genauso auch ein/ eher ein dünner, also ja, trainierter Bauch. (Anh. 4, S. 3)

Nur Interviewpartnerin B1 entfernte sich von einer rein äußerlichen Beschreibung:

B1: Man fühlt sich gut in seinem Körper, man ist zufrieden mit sich selbst vielleicht auch […], man ja, (..) ist körperlich einfach fit. Also man kann Sachen machen, weil man körperlich nicht daran gehindert ist, irgendwie. (Anh. 3, S. 4)

Es kann festgehalten werden, dass die Fitness eines Menschen drei der vier Schülerinnen zufolge äußerlich messbar ist und vor allem bedeutet, dem schlanken und sportlichen Körperideal zu entsprechen. Interessant ist dies insofern, als es allen vier Schülerinnen wichtig ist, selbst fit zu sein, beziehungsweise einen Körper vorweisen zu können, der ihren oben aufgeführten Vorstellungen entspricht (s. Anh. 5, S. 4f.; Anh. 6, S. 3):

I: Und würdest du auch gerne/ Also strebst du das auch an fit zu sein beziehungsweise so einen Körper zu haben?
B1: Ja auf jeden Fall. Also ich glaube, das strebt ja eigentlich auch JEDER an. (Anh. 3, S. 5)

B2: Wär schon schön so auszusehen. (lacht) Also schon, ja. (Anh. 4, S. 3)

Um diese Körpervorstellungen erfüllen zu können, sind die Interviewpartnerinnen dazu bereit, vor allem die Zeit ihres sportlichen Trainings zu erhöhen. Die Work-Out Videos und Fitnessübungen der Influencerinnen werden von den Schülerinnen deshalb so häufig und gerne durchgeführt, da sie von ihnen als Mittel genutzt werden, um ihre Körperziele zu erreichen (s. Anh. 3, S. 4ff.; Anh. 4, S. 3f.; Anh. 5, S. 3f.):

I: Okay. Und würdest du sagen, dir ist das auch wichtig, dass du so aussiehst?
B4: […] Also ich könnte nicht irgendwie vom Essen drauf achten, sondern/ Also da kann ich nicht so sagen: „Ich achte jetzt darauf, dass ich weniger esse oder so“. Aber man achtet vielleicht in

dem Sinne drauf, dass man sagt: „Jetzt mach ich mal was Sportliches oder ich mach mal ein Work-Out“. (Anh. 6, S. 3)

Die Schülerinnen B1, B3 und B4 gaben in diesem Zusammenhang an, dass neben dem Erreichen ihrer Körperziele für sie der Spaßfaktor beim Durchführen der Work-Outs von Bedeutung ist (s. Anh. 3, S. 4; Anh. 5, S. 4; Anh. 6, S. 3). Der entgegengesetzte Eindruck, nämlich, dass die körperliche Aktivität als Pflicht und somit das Erfüllen des Körperideals als Notwendigkeit wahrgenommen wird, entsteht bei der Äußerung der Interviewpartnerin B2:

I: Wie wichtig ist es dir denn, das Ziel zu erreichen? (..) Also fit zu sein?

B2: Schon wichtig (..). Aber/ (..) Also das Problem manchmal/ Also das kennt ja bestimmt jeder, dass so die Motivation manchmal fehlt. Die Schule nimmt ja auch viel Zeit in Anspruch, dass ich abends dann auch müde bin und keine Lust einfach hab nochmal ein Work-Out zu machen oder so. Von daher ist es auf jeden Fall ein Ziel und es ist mir auch wichtig und ich VERSUCHS auch wirklich grad öfter zu machen, (.) aber aktuell ist die Motivation halt auch nicht immer so ganz da. (Anh. 4, S. 3f.)

4.3 Einfluss von Fitnessinhalten auf das Körperbild

Auffällig war, dass Schülerin B2 die Einzige war, welche eine Fitnessinfluencerin als ihr körperliches Vorbild bezeichnete. Sie nannte in diesem Zusammenhang das Victoria Secret Model Lorena Rae, ist sich jedoch über deren idealisierte Darstellung bewusst:

B2: […] Ich glaub das Vorbild was ich so bisschen hab, ist die Lorena (..) von Victorias Secret. Aber das ist natürlich (lacht), ein (..) extremes Beispiel, weil ich ja auch weiß, eigentlich, (.) dass da auch viel mit Fotoshop und so gemacht ist. (Anh. 4, S. 5)

Es wäre zu erwarten gewesen, dass auch die anderen Schülerinnen eine der Fitnessinfluencerinnen als ihr optisches Vorbild betrachten. Da drei der Interviewpartnerinnen dies jedoch ablehnten, fielen die Ergebnisse hauptsächlich konträr zu dieser Vermutung aus (s. Anh. 5, S. 3; Anh. 6, S. 5).

Obwohl auch die Schülerin B1 kein konkretes körperliches Idol hat, nimmt sie sich statt des Aussehens den sportlichen Lebensstil der Influencerin Pamela Reif zum Vorbild:

B1: Vorbild so vom/ Davon, dass sie so viel Sport macht ja. Aber jetzt nicht unbedingt vom Aussehen oder so. (.) Also Vorbild dann eher wegen Motivation und viel Bewegung und so und wegen fit sein, aber jetzt nicht vom Optischen. (Anh. 3, S. 5)

Obwohl die Influencerinnen von den Schülerinnen also mehrheitlich nicht als Vorbild betrachtet werden, stellt sich heraus, dass alle vier Befragten ihren Körper trotzdem mit dem der Influencerinnen vergleichen:

I: Vergleichst du deinen Körper auch manchmal mit den Körpern, die du in Instagram siehst?

B1: Hmm, ich glaub schon. Also auch wenn ichs eigentlich nicht so wirklich will und man so versucht es nicht zu machen, glaub ich, dass man da trotzdem irgendwie nicht so dran vorbeikommt. Also ich glaub leider, wenn man so Fotos sieht im Fitnessbereich, dann vergleicht man sich irgendwie so AUTOMATISCH. Dass man irgendwie sagt: „das sieht voll schön aus, wie sieht das bei mir aus. “ (Anh. 3, S. 7)

B2: Ja, das passiert mir schon manchmal. Also da sind so ein paar Vergleichspunkte, die bei ihr halt echt schön sind. […] Also so paar Sachen vergleicht man dann schon mit der Person und (..) fragt sich halt auch, warum es bei einem nicht so aussieht und ja. (Anh. 4, S. 5)

B4: Ja, also es kommt schon manchmal vor aber/ Also man machts jetzt nicht irgendwie offensichtlich. Aber manchmal überlegt man vielleicht mal unbewusst, ob man auch irgendwie (..) so aussieht wie die oder so. (Anh. 6, S. 5)

Das Vergleichsverhalten stellt einen zentralen und häufig stattfindenden Prozess dar, welcher parallel zur Instagramnutzung verläuft. Alle Schülerinnen nehmen den virtuellen Körper der Influencerinnen zumindest stellenweise schöner wahr als ihren eigenen, wodurch sich zwei verschiedene mögliche Auswirkungen auf das Körperbild zeigen.

Es variiert, ob die Schülerinnen durch das Vergleichsverhalten Unsicherheiten und Zweifel bezüglich des Körpers ausbilden (B2 und B3) oder ob Instagramnutzerinnen sich durch den Körpervergleich motiviert fühlen, mehr Sport zu treiben und daher eine höhere Körperzufriedenheit aufweisen (B1 und B4).

Betrachtet werden zunächst die Aussagen der Schülerin B2 und B3. Die Befragten gaben an, „eigentlich schon eher“ (Anh. 4, S. 4) oder „eigentlich […] schon relativ“ (Anh. 5, S. 4) zufrieden mit ihrem Körper zu sein. Trotz dieser tendenziell positiven Körpereinstellung äußerten die beiden Schülerinnen Unzufriedenheit mit ihrem Aussehen. Die Befragte B3 findet ihre Beine „nicht so perfekt“ (Anh. 5, S. 4) und Schülerin B2 kritisierte vor allem körperliche Eigenschaften an sich, welche abweichend von denen der Influencerinnen sind:

B2: Also ich bin jetzt auch eher so (..) kleiner und wenn ich dann irgendwie große Menschen, dann auch auf Insta sehe, dann denk ich mir manchmal: „ja, wär schon schöner, wenn man jetzt mal bisschen größer wäre.“ (Anh. 4, S. 5)

Die Schülerinnen B2 und B3 erkennen, dass die Fitnessbeiträge auf Instagram und insbesondere das Vergleichsverhalten mit den Influencerinnen für die negative Beeinflussung ihres eigenen Körperbildes verantwortlich sind.

I: Okay und würdest du sagen, dass das was damit zu tun hat, dass du Fitnessinfluencern folgst? [Auf die vorangegangene Frage, ob die Schülerin sich in ihrem Körper wohl fühlt.]

B2: Hmm, ich glaub schon bisschen. […] Und ich seh das ja auch jeden Tag auf Instagram und es gibt eigentlich keinen Tag wo es/ wo niemand in meiner Story ist und irgendwie ein Work-Out postet oder so (..) Und deshalb würd ich schon sagen, dass es auch (..) was mit Instagram zu tun hat. (Anh. 4, S. 4f.)

B3: Ja, ein bisschen schon. Also ich versuch, mich davon nicht beeinflussen zu lassen, aber wenn man dann immer sieht, wie gut/ oder, dass sie noch schlanker aussehen oder, dass zum Beispiel die Beine dann besser aussehen oder so, dann denkt man manchmal schon so bisschen (…) darüber nach, aber ja. (Anh. 5, S. 5)

Die Befragten erkennen den negativen Effekt des Körpervergleichs und reflektieren diesen sogar kritisch. Sie gaben im Verlauf des Interviews an, sich nicht beeinflussen lassen zu wollen und sind sich bewusst darüber, dass es das „Perfekte“ (Anh. 5, S. 4), wie es in Instagram suggeriert wird, gar nicht gibt. Die Befragten äußerten jedoch, dass der Körpervergleich „automatisch“ (Anh. 3, S. 7) stattfindet. Einerseits stehen die Schülerinnen einer Beeinflussung durch Instagram also ablehnend gegenüber, andererseits nehmen sie sie als Begleiterscheinung in Kauf.

Auch die Befragten B1 und B4 gaben zunächst an, „relativ zufrieden“ (Anh. 6, S. 4) oder „schon zufrieden“ (Anh. 3, S. 5) mit ihrem Körper zu sein. Sie verspüren trotzdem den Wunsch, ihren Körper mithilfe der Fitness Work-Outs auf Instagram zu verändern, um „trainierter [zu] sein“ (Anh. 6, S. 5) und sportlicher auszusehen. Ihre Körperzufriedenheit hat durch die Fitnessinfluencerinnen und insbesondere durch ihre Beiträge zu sportlicher Aktivität jedoch insgesamt zugenommen:

I: Okay. Ist es so, dass du dich zufriedener oder unzufriedener fühlst seit du dir diese Fitnessvideos anschaust?

B1: Hmm nein. Eigentlich nur zufriedener geworden in dem Sinne vielleicht, weil sie mich motiviert hat Sport zu machen. Und weil ich dann Sport gemacht habe, bin ich dann vielleicht auch zufriedener mit mir geworden. Aber nur, dass ich sie/ Also Pamela Reif jetzt, sehe, hat mich jetzt nicht unzufriedener gemacht oder so. (Anh. 3, S. 6)

B4: Also im Moment bin ich eigentlich relativ zufrieden mit meinem Körper. Aber (.) ich glaub/ Also ich hab jetzt auch in der Coronazeit dann angefangen bisschen mehr ab und zu mal ein Work-Out zu machen, deshalb im Moment ganz zufrieden. (Anh. 6, S. 4)

Die beiden Schülerinnen fühlen sich durch die Work-Out Videos motiviert, ihre vermeintlichen körperlichen Defizite zu verbessern, mehr Sport zu treiben und geben an, durch die Fitnessübungen in der Lage zu sein, ihre Körperziele zu erreichen. Es muss jedoch betont werden, dass hier nicht allein das Betrachten der digitalen Fitnessinhalte für die ansteigende Körperzufriedenheit verantwortlich ist. Vielmehr fördert das Sporttreiben, zu welchem die Schülerinnen beim Sehen der Fitnessbeiträge motiviert werden, die Entwicklung eines positiven Körperbilds. Festzuhalten ist dennoch, dass Fitnessinhalte auf Instagram, wenn auch indirekt, zu einem positiven Körperbild der Schülerinnen beitragen können.

Obwohl der Körpervergleich nur bei zwei Schülerinnen zu einer geringeren Zufriedenheit mit dem eigenen Körper führt, verspüren alle Befragten trotzdem einen negativen Effekt der Nutzung von Fitnessinhalten in Form eines körperlichen Perfektionsdrucks (s. Anh. 3, S. 7;

Anh. 4, S. 4f.; Anh. 5, S. 5; Anh. 6, S. 4). Dieser wird bei der Nutzerin B4 unter anderem durch das Gefühl der Überforderung hervorgerufen, welches durch die Vielfalt der Fitness- und Sportangebote auf Instagram entsteht. Die Fitnessinfluencerinnen werben der Schülerin zufolge durchgängig für einen bestimmten Lebensstil, mit welchem ein fittes Aussehen erreicht werden soll. Da die Influencerinnen eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie beispielsweise das Durchführen von Work-Outs, das Kaufen von Modemarken und eine gesunde Ernährungsweise präsentieren, um das Körperideal zu erreichen, entsteht für die Nutzerin eine Drucksituation, diesen zahlreichen Anforderungen gerecht zu werden (s. Anh. 6, S. 6f.). Außerdem hat die Befragte aufgrund der Fitnessbeiträge auf Instagram das Gefühl, häufig Sport machen zu müssen:

B4: Hmm, also ich glaube (..) SCHON, dass es irgendwie einen (.) unter Druck setzt, weil Instagram allgemein ja schon/ Also weil man immer so genau sieht was alle anderen machen und so und wenn die Sport machen. (..) Das ist schon, dass man sich so bisschen denkt irgendwie: „Machen die anderen das jetzt auch alle“, oder so. (Anh. 6, S. 4)

An dieser Stelle bezog sich die Interviewpartnerin nicht nur auf das Sportverhalten der Fitnessinfluencerinnen, sondern auch auf das ihrer Freunde oder Mitschüler. Die Aussage von B2 bestätigt, dass das Sportverhalten der Mitschüler sowie die Thematisierung von digitalen Fitnessbeiträgen innerhalb der Peer-Gruppen die Körpereinstellung Jugendlicher beeinflusst:

I: Würdest du denn sagen, dass du dich momentan wohl in deinem Körper fühlst?
B2: Hmm (…) Ist ne schwere Frage. (.) Also ich würde sagen, eigentlich schon eher aber/ Also grad in der Schule sieht man halt jeden Tag auch viele die (..) ja, (…) sportlicher oder so sind als man selbst. […] Also grad durch die Schule/ Meine Mitschüler sprechen halt schon viel über die ganzen Influencer auf Instagram, grad durch Pamela Reif, die jetzt wegen der Coronazeit (..)/ ja, wo alle ihre Work-Outs halt gemacht haben, reden die natürlich drüber und machen voll viel Sport. (Anh. 4, S. 4f.)

Deutlich wird daher, dass das Vergleichsverhalten auch im Rahmen des sozialen Umfelds der Schülerinnen auftritt. Inwieweit körperliche Vergleiche mit den Mitschülerinnen die Zufriedenheit von Jugendlichen mit dem eigenen Körper mindern können, wird im nächsten Kapitel betrachtet.

4.4 Schulische Einflussfaktoren auf das Körperbild

Durch die abschließenden Fragen sollte ein Eindruck darüber gewonnen werden, ob der körperliche Perfektionsdruck der Schülerinnen durch die sozialen Strukturen in der Schule und insbesondere durch die Interaktionen mit ihren Mitschülern verstärkt wird und welche Auswirkungen dies auf das Körperbild hat.

B3 war die einzige der vier Schülerinnen, welche äußerte, dass es in ihrem schulischen Freundeskreis keine Rolle spielt, einen fitten Körper zu haben, sie keinen Druck verspürt, ein bestimmtes Aussehen vorweisen zu können und sie weiterhin keine körperbezogenen Ausgrenzungen in der Schule wahrnimmt (s. Anh. 5, S. 5).

Die anderen drei Interviewpartnerinnen gaben jedoch konträr dazu an, dass sie in der Schule einen sehr starken körperlichen Perfektionsdruck verspüren, der vor allem durch ständige Körpervergleiche mit anderen Schülerinnen ausgelöst wird. B2 nimmt den Druck, schön auszusehen und sich „schön anziehen“ zu müssen (Anhang 4, S. 6), vor allem unter den weiblichen Peers wahr und spricht in diesem Zusammenhang von einem „kleinen Konkurrenzkampf“ (S. 6). Sie gibt an, dass vor allem die Kleidung und die Sportlichkeit die beiden zentralen Merkmale sind, nach denen eine gegenseitige körperliche Bewertung in der Schule stattfindet. Dass die Angst einer negativen Bewertung des Körpers eine zentrale Rolle für die Schülerinnen einnimmt, wird auch durch die Aussage von B1 verstärkt:

B1: […] Man fühlt sich irgendwie dann auch sicherer, wenn man schön aussieht und auch wenn man einen guten Körper hat, weil man immer denkt, (..) dass wenn man jetzt keinen guten Körper hat, die Anderen (.) über einen reden oder so. […] Also es ist schon so, dass wenn jemand einen guten Körper hat oder auch hübsch ist oder so, dass man dann besser ankommt. (..) Auch bei den Jungs (grinst). Und deswegen hat das schon Vorteile und wenn man jetzt zum Beispiel (…) dicker ist oder nicht SO gut aussieht manchmal eher blöd angeguckt wird. (Anh. 3, S. 8)

Die Schülerinnen nehmen wahr, dass auch in der Schule das Ideal eines schlanken Körpers vorherrscht. B1, B2 und B4 sind außerdem der Meinung, dass die Körpervergleiche und körperbezogenen Bewertungen in der Schule immer schon stattgefunden haben, durch die Instagramnutzung jedoch zugenommen haben (s. Anh. 6, S. 6f.):

I: Glaubst du, das ist schon immer so oder hat sich das wegen Instagram auch nochmal verändert?

B1: Ich glaub, dass das schon immer so war ehrlich gesagt. Ich glaub halt nur, dass / Es gab ja früher genauso Zeitschriften und so und heute ist es halt im Internet. […] Ich glaub selbst vergleich ich mich öfter seit so/ Seitdem ich Instagram hab, aber ich glaub auch in der Schule und in den Gruppen und so, diese Unterschiede gibt es schon immer. (Anh. 3, S. 8f.)

B2: Also ich glaub das war schon immer da, aber ich denk auch, dass das mehr geworden ist. Auch so dieses (..) optimieren immer von allem, das hat schon zugenommen, denk ich (..) also ich denk auf jeden Fall, dass das wegen Social Media dann mehr geworden ist, ja. (Anh. 4, S. 7)

Interviewpartnerin B4 setzte das Vergleichsverhalten im Umfeld der Schule sogar in einen direkten Bezug zu ihrer Instagramnutzung. Die Nutzung von digitalen Fitnessinhalten sowie die Übertragung der auf der Plattform entwickelten Vorstellungen von Fitness und Körper auf das schulische Umfeld sind ihr zufolge der Auslöser für das Vergleichsverhalten und infolgedessen für die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper:

B4: […] wenn man nur zu Hause (..) ist/ Jetzt hier zu Hause ist und dann alle auf Instagram sieht, dann ist es auch nochmal ein bisschen weiter weg. Aber wenn man sich in der Schule vergleicht, irgendwie mit Leuten, (.) dann glaub ich ist es so/ Wenn man so direkt jeden Tag im Alltag mit den Leuten zu tun hat, dann passiert es glaub ich eher mal MEHR. Weil man sich dann auch wieder denkt: „Ich will auch ein bisschen so aussehen wie die“ oder so. […] Halt, wenn man den ganzen Tag irgendwie mit bestimmten Leuten Zeit verbringt und das dann auch immer zuhause noch auf Instagram sieht. (Anh. 6, S. 5f.)

Die drei Schülerinnen wünschen sich, dass die Themen Körper und Körperzufriedenheit in der Schule stärker behandelt werden (s. Anh. 4, S. 7):

I: Findest du, das in der Schule allgemein mit dem Thema Körper anders umgegangen werden sollte?

B1: Ja schon. Ich finde, das wird in der Schule gar nicht thematisiert. Und ich finde, das könnte man auf jeden Fall mal ansprechen. […] Also ich finde, (..) das wird auf jeden Fall sehr vernachlässigt in der Schule. (Anh. 3, S. 9)

B4: Also ich find, was eigentlich/ Es gibt ja so viele Bewegungen mit diesem ganzen: „man soll sich wohlfühlen in seinem eigenen Körper“. Und das find ich eigentlich gut, weil das stärkt ja (..)/ Also das bestärkt einen ja, dass man sich selbst auch schön finden soll und nicht immer nur irgendwas verändern soll. Und ich glaube, dass das halt auch bei uns im Alter dann (..) sinnvoll wäre, wenn man da irgendwie dann mehr macht oder das halt ändert. (Anh. 6, S. 7)

5 Diskussion und Fazit

Mit Blick auf die theoretischen Grundlagen und wissenschaftlichen Studien aus Kapitel 2 werden die gewonnenen Erkenntnisse der Befragung im Folgenden gedeutet und diskutiert. Außerdem wird überprüft, ob die Ergebnisse der qualitativen Interviewstudie mit denen der aktuell vorliegenden Forschungsuntersuchungen kongruieren.

Die Erkenntnisse der Interviewstudie stimmen mit den Ergebnissen der IKW-Jugendstudie, welche sich intensiv mit dem Nutzungsverhalten Jugendlicher von Instagram beschäftigt hat, überein. Bei beiden Forschungsuntersuchungen konnten sowohl eine sehr zeitintensive tägliche Instagramnutzung als auch Verhaltensstrukturen nachgewiesen werden, welche auf eine Abhängigkeit zurückzuführen sind (s. Kap. 2.1.2; 4.1).

Die Funktionsweise Instagrams, insbesondere die personalisierte Auswahl von Publikationen für den Nutzer, begünstigt, dass Fitness- und Körperdarstellungsinhalte für die jungen Nutzerinnen dauerhaft präsent sind (s. Kap. 2.1.1). Da die Printmedien zu einer solchen Filtration weniger imstande sind, kann angenommen werden, dass Jugendliche seit Beginn ihrer Instagramnutzung häufiger einer Visualisierung des leistungsfähigen und ästhetischen Körpers ausgesetzt sind. Wahrscheinlich ist daher auch, dass die heutigen Jugendlichen Körperinszenierungen und Körperidealen stärker unterliegen, als je eine Generation vor ihnen.

Übereinstimmend mit den Einschätzungen von Brandl-Bredenbeck und Bindel prägen durch die Nutzung von Fitnessinhalten vor allem die Parameter Schlankheit und Sportlichkeit die Vorstellung der 14- 16-jährigen Schülerinnen von einem idealen Körper (s. Kap. 2.2.2; 2.2.3). Im Rahmen der qualitativen Interviewstudie zeigte sich in diesem Zusammenhang, dass junge Nutzerinnen sowohl den Wunsch verspüren, diesem sportlichen und schlanken Körperideal zu entsprechen, als auch überzeugt davon sind, dieses Wunschaussehen hauptsächlich mithilfe körperlicher Aktivität erreichen zu können (s. Kap. 4.2). Sowohl die Ergebnisse von Strohmaier, dass Instagramnutzer Fitnessangebote nutzen, um ihren Körper zu formen und zu optimieren, als auch die Theorie von Stein, Krause und Ohler, dass Unterschiede zwischen dem eigenen Aussehen und dem des Ideals zu starken Verhaltensanstrengungen führen, konnten daher mithilfe der Antworten der Schülerinnen bestätigt werden (s. Kap. 2.2.3; 4.2).

Die Reduzierung auf den Körper in der Fitnesswelt von Instagram bewirkt, dass die Schülerinnen sich bei ihrer eigenen Definition von Fitness überwiegend auf Körperbaumerkmale beziehen. Die von Schlicht und Brand oder Graf und Höher in Kapitel 2.2.1 erwähnten psychischen und gesundheitlichen Faktoren, welche den Fitnesszustand bestimmen können, wurden von der Mehrheit der interviewten Schülerinnen nicht genannt. Es kann daher konstatiert werden, dass die Schülerinnen den Fitnessbegriff überwiegend mit dem körperlichen Erscheinungsbild und der körperlichen Ästhetik assoziieren und die Fitness in ihrer Lebenswelt weniger das Gesamtbild Körper-Geist umfasst (s. Kap. 2.2.1; 4.2).

Sowohl die IKW-Jugendstudie als auch die Interviewergebnisse belegen, dass die Nutzung von Fitnessinhalten auf Instagram bei den 14- 16-Jährigen aus unterschiedlichen Gründen das Verspüren eines körperlichen Perfektionsdrucks auslöst (s. Kap. 2.2.3; 4.3). Faßmann, Moss und Bindel zufolge ist eine mögliche Ursache, dass junge Mädchen in den Influencerinnen häufig ein optisches Vorbild sehen und infolgedessen utopische Körperideale ausbilden (s. Kapitel 2.1.1; 2.1.2). Dies konnte im Rahmen der qualitativen Interviewstudie nur in einem Fall (Schülerin B2) nachgewiesen werden. Aus den anderen drei Erhebungsgesprächen ging vielmehr hervor, dass die Influencerinnen für die Mädchen nicht zum körperlichen Vorbild werden, da diese wissen, dass die dargestellten Körper auf Instagram bearbeitet sein können und nicht immer der Realität entsprechen (s. Kap. 4.3).

Trotz dieser Fähigkeit, zwischen Realität und virtueller Welt differenzieren zu können, vergleichen die Schülerinnen ihren Körper mit dem der Influencerinnen. Weshalb sie dies tun und darüber hinaus das Gefühl haben, dass der Körpervergleich „automatisch“ stattfindet, kann mithilfe der vorgestellten Theorie des sozialen Vergleichs von Stein, Krause und Ohler erklärt werden. Die Autoren betonten, dass der Vergleichsprozess und die darauffolgende Bewertung

des eigenen Aussehens eine angeborene Tendenz und somit ein natürliches menschliches Verhalten darstellt (s. Kap. 2.2.3; 4.3).

Die Schülerinnen kritisierten sich für ihr Vergleichsverhalten selbst, was demonstriert, dass sie sich der negativen Konsequenzen ihrer Instagramnutzung bewusst sind (s. Kap. 4.3). Bei Betrachtung des Deloitte Global Millenial Survey 2019 wird deutlich, dass Jugendliche bereits eine Ablehnung gegenüber sozialen Netzwerkplattformen entwickelt haben. 55 beziehungsweise 58 Prozent der deutschen Generation Z stimmen der Aussage „Ich wäre glücklicher/gesünder, wenn ich weniger Zeit mit den sozialen Medien verbringen würde“, zu. 44 Prozent würden am liebsten gar keine sozialen Medien mehr nutzen (vgl. Deloitte 2019, S. 10). Weshalb Jugendliche trotzdem nicht auf ihre Instagramnutzung verzichten können, kann vermutlich auf Faktoren wie den Wunsch nach Dazugehörigkeit, die Angst vor Ausgrenzungen oder die Angst etwas zu verpassen zurückgeführt werden.

Bei Betrachtung der in Kapitel 2 vorgestellten Studien und Theorien zu den möglichen Beeinflussungsfaktoren des Körperbilds von Jugendlichen fällt auf, dass Fitnessinhalte auf Instagram als solcher Faktor kaum untersucht wurden, beziehungsweise sie nur als wenig einflussreich identifiziert wurden. Anhand der Ergebnisse der Interviewstudie konnte allerdings aufgezeigt werden, dass die Instagramnutzung, insbesondere das damit verbundene Vergleichsverhalten, nicht nur einen körperlichen Perfektionsdruck auslösen, sondern zweifellos zu körperbildbezogenen Problematiken und vor allem zu Unzufriedenheit mit dem Körper führen können (s. Kap. 4.3). Vor allem die Abweichung der eigenen körperlichen Eigenschaften zu denen der Influencerinnen wurden im Rahmen der Interviews von den Schülerinnen kritisiert.

Wie zukünftig verhindert werden kann, dass das Körperbild von Mädchen durch digitale Fitnessinhalte negativ geprägt wird, lässt sich diskutieren. Da die Schülerinnen die oben aufgeführte Fähigkeit zeigten, zwischen Realität und virtueller Welt differenzieren zu können, würde eine diesbezügliche Aufklärung nicht ausreichen. Auch der Versuch das Vergleichsverhalten zu unterbinden, stellt keine Lösungsmöglichkeit dar, da dieses angeboren und Bestandteil der menschlichen Natur ist (s. Kap. 2.2.3). Es müsste vielmehr eine Modifizierung der Funktionsweise Instagrams diskutiert werden, damit das Nutzungsverhalten von Jugendlichen mit weniger Gefahren für das Körperbild einhergehen kann. Da eine derartige Vorstellung sicherlich eine Utopie bleiben wird, wären grundlegende erzieherische und medienpädagogische Maßnahmen zur Stärkung und Unterstützung des Körperbildes sinnvoll (s. Kap. 6).

Die Möglichkeit, dass die Nutzung von digitalen Fitnessinhalten, die damit zusammenhängende Vermittlung von Körperidealen oder auch der Körpervergleich zu einem positiven Körperbild beitragen können, wurde in der wissenschaftlichen Forschung bisher nicht in Erwägung gezogen, weshalb diese Thematik zum aktuellen Zeitpunkt eine Forschungslücke darstellt. Durch die qualitativen Interviews konnte jedoch herausgearbeitet werden, dass Fitnessinhalte auf Instagram durchaus das Potenzial dazu haben, da die Körperzufriedenheit der Schülerinnen B1 und B4 durch die Fitnessinhalte und durch die damit verbundene sportliche Aktivität angestiegen ist (s. Kap. 4.3). Zwar wies Valkanover bereits darauf hin, dass die Zufriedenheit Jugendlicher mit dem eigenen Körper durch häufiges und intensives Sporttreiben ansteigen kann, der Bezug zur Motivationsförderung durch digitale Fitnessinhalte wurde allerdings bislang nicht hergestellt (s. Kap. 2.3.2).

B1 und B4 äußerten des Öfteren, vor allem durch die Beschränkungen der Coronapandemie die Fitnessprogramme der Influencerinnen für sich entdeckt zu haben (s. Kap. 4.3). Möglichweise könnte die positive Beeinflussung des Körperbilds durch Fitnessinhalte daher ein neues Phänomen darstellen, welches nur aufgrund der aktuellen gesellschaftlichen Ausnahmesituation Bestand hat. Zukünftige Forschungsprojekten müssten dies genauer untersuchen.

Kann der Faktor Instagram das Körperbild also sowohl auf positive als auch auf negative Weise beeinflussen, wurde bei Betrachtung der schulischen Sozialstrukturen deutlich, dass diese die Körperzufriedenheit meist nur weiter mindern. Wie Brunner, Resch und Brandl-Bredenbeck bereits feststellten und drei Schülerinnen bestätigten, ist hierfür vor allem das Vergleichsverhalten innerhalb der Peer-Gruppen verantwortlich (s. Kapitel 2.3.2; 4.4). Da drei der Schülerinnen angaben, dass das Vergleichsverhalten seit ihrer Nutzung von sozialen Medien zugenommen hat, kann angenommen werden, dass die Schule für die Jugendlichen den Raum schafft, ihre durch Instagram entwickelten virtuellen Vorstellungen eines schlanken und sportlichen Körperideals auf die realen Körper ihrer Mitschülerinnen zu übertragen. Übereinstimmend mit Brunner, Resch und Hagedorn ist den Jugendlichen folglich ein gutes Aussehen wichtig, um körperbezogene Ausgrenzungen und negative Bewertungen von den Mitschülern zu vermeiden (s. Kap. 2.3.2; 4.4). Festgehalten werden kann, dass Mädchen durch den direkten Kontakt zu den Peers ihren eigenen Körper kritischer bewerten und daher in der Schule häufig weitere körperbezogene Unsicherheiten und Zweifel ausbilden.

Der von Langer angeführten Aufgabe der Schule, Körperarbeit zu leisten, kommt kein Gymnasium den Schülerinnen zufolge hinreichend nach (s. Kap. 4.4).

Die aus der Befragung gewonnen Ergebnisse bezüglich des Nutzungsverhaltens, der Nutzungsgründe Instagrams sowie der Vorstellungen von Mädchen über Körperideale stimmen mit den Theorien des Forschungsstands überein. Außerdem kongruieren die Ergebnisse der beiden Kapitel hinsichtlich der Erkenntnis, dass die Nutzung von digitalen Fitnessinhalten das Verspüren eines körperlichen Perfektionsdruck auslösen kann und dieser durch das Vergleichsverhalten innerhalb der schulischen Peer-Gruppen meist noch verstärkt wird.
Mithilfe der qualitativen Interviews konnten die aktuell vorliegenden Forschungsuntersuchungen und Theorien in Bezug auf die Auswirkungen des Vergleichsverhaltens präzisiert beziehungsweise erweitert werden. Die Feststellung, dass körperliche Vergleiche mit den Influencerinnen das Körperbild von Mädchen - sowohl positiv als auch negativ - stark beeinflussen können, erwies sich in diesem Zusammenhang als besonders bedeutend. In Bezug auf die erste Leitfrage, inwiefern Fitnessinhalte auf Instagram das Körperbild von Schülerinnen beeinflussen, kann daher zusammengefasst werden, dass die Wahrnehmung und Bewertung des eigenen Körpers bei 14- 16-jährigen Mädchen in der Pubertät enorm von Fitnessinhalten auf Instagram, insbesondere von dem infolgedessen stattfindenden Vergleichsverhalten, geprägt werden. Hinsichtlich der zweiten Forschungsfrage lässt sich feststellen, dass die Körperzufriedenheit von 14- 16-jährigen Gymnasiastinnen durch den direkten Kontakt zu den Gleichaltrigen meist abnimmt, wofür erneut hauptsächlich das Vergleichsverhalten verantwortlich ist. Dieser schulische Vergleichsprozess tritt den befragten Schülerinnen zufolge seit ihrer Instagramnutzung verstärkt auf. Mithilfe der Interviewstudie konnte daher aufgezeigt werden, dass die Nutzung von digitalen Fitnessinhalten die schulischen Vergleichsprozesse ansteigen und somit die Körperzufriedenheit der Schülerinnen im Umfeld der Schule sinken lässt.

6 Ausblick und Limitationen

Angesichts der gewonnenen Ergebnisse erweist es sich als wichtiger denn je, Schüler und insbesondere Mädchen aktiv bei der Ausbildung eines positiven Körperbilds zu unterstützen. Da den Aussagen der Schülerinnen zufolge bei alle drei Gymnasien verbesserungsfähige Konzepte in Hinblick auf die Thematisierung der Körperthematik erforderlich wären, soll abschließend eine Möglichkeit vorgestellt werden, mit welcher diese Unterstützung in der Praxis gewährleistet werden kann (s. Kap. 4.4).
Ein Vorschlag wäre, die Körper- und Bewegungserfahrungen im Sportunterricht zu erweitern. Hier kann das Fachgebiet der Psychomotorik hinzugezogen werden, welches zur

Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und Jugendlichen beiträgt, indem es die „Bewegung, Wahrnehmung und Handlung in sozialen Beziehungen“ (Kuhlenkamp 2017, S. 42) in den Blick nimmt. Das Erleben von selbstgestalteten Erfolgserlebnissen mithilfe des Körpers steht beim psychomotorischen Arbeiten im Vordergrund und fördert das Selbstwertgefühl und das physische Selbstkonzept von Jugendlichen. Insbesondere Übungen und kleine Spiele zu den Aspekten Körperwahrnehmung und Körperorientierung sollten daher bereits vor der Pubertät durchgeführt und fest im Lehrplan verankert werden (vgl. Fischer 2019, S. 79f.). Das Ziel von Schule sollte sein, Jugendliche dabei zu unterstützten eine langfristige Körperzufriedenheit zu entwickeln, um sie resistenter gegen die möglichen negativen Auswirkungen der Nutzung von körperbezogenen digitalen Inhalten zu machen.

Mit der vorliegenden Arbeit konnten zwar erste Einblicke in den Einfluss von Fitnessinhalten auf das Körperbild von Schülerinnen gewährt werden, jedoch sind diese von einschränkenden Aspekten geprägt. Eine Limitation dieser Arbeit bezieht sich darauf, dass lediglich Schülerinnen aus städtischen Gebieten in Rheinland-Pfalz befragt wurden und durch die Ergebnisse der Interviewbefragungen daher nicht auf länderübergreifende beziehungsweise regional unterschiedliche Verhältnisse geschlossen werden kann.
Der Interviewstudie zufolge wurde das Körperbild bei 50 Prozent der Schülerinnen positiv und bei 50 Prozent negativ durch digitale Fitnessinhalte beeinflusst (s. Kap. 4.3). Ob sich dieses Verhältnis auch außerhalb des erhobenen Materials, also im Gegenstand abbildet, ist allerdings fraglich. Beachtet werden muss, dass die Wahrnehmung und die Bewertung des Körpers auch von Persönlichkeitsmerkmalen oder Kindheitserlebnissen abhängig sind. Sollte ein bestimmter Persönlichkeitstypus zufälligerweise besonders häufig Teil der Stichprobe gewesen sein, wäre die Stichprobe nicht repräsentativ. Um noch genauere Aussagen über bestimmte untersuchte Phänomene treffen zu können, müssten daher mehr Repräsentantinnen der Fallgruppe befragt werden.
Da die Durchführung der Interviews während der Coronapandemie stattfand und die Schülerinnen sich bei ihren Antworten auch häufig auf diese gesellschaftliche Ausnahmesituation bezogen, ist außerdem anzumerken, dass die Ergebnisse zum jetzigen Zeitpunkt anders ausfallen könnten als in einem früheren Erhebungszeitraum. Es wäre interessant, rückblickend zu untersuchen, welche Auswirkungen speziell das Home Schooling, die fehlenden Freizeitangebote und der damit einhergehende fehlende Kontakt zu den gleichaltrigen Peers in dieser Zeitperiode auf das Körperbild von Jugendlichen hatten. Außerdem sollte zukünftig beobachtet werden, ob die positive Beeinflussung des Körperbilds

durch digitale Fitnessinhalte, welche mit dem gesteigerten Bewegungsverhalten in Verbindung steht, nur während der Coronapandemie beobachtbar war, oder ob dieses Phänomen auch zukünftig Bestand haben wird.

Literaturverzeichnis

AllFacebook.de (2020): Offizielle Nutzerzahlen: Instagram in Deutschland und Weltweit, URL: https://allfacebook.de/instagram/instagram-nutzer-deutschland (10.10.2020)

Beisch, Natalie/ Koch, Wolfgang/ Schäfer, Carmen (2019): ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internetnutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung. URL: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/0919_Beisch_Koch_Schaefer.pdf (27.09.2020)

Bertling, Christoph/ Schierl, Thomas (2020): Sport und Medien. 1. Auflage, Wiesbaden

Bielefeld, Jürgen (Hg.) (1986): Körpererfahrung. Grundlage menschlichen Bewegungsverhaltens. Hogrefe, Göttingen

Bindel, Tim (2015): Endstation Fitness- Wieviel Funktionalität hält die informelle Sportkultur aus? In: Grundlagen und Themen der Schulsportentwicklung. Sankt Augustin, Band 27, S. 39-49

Bindel, Tim (2018): Work it! Fitness als jugendliche Sportkultur. In: Schüler. Wissen für Lehrer, Seelze, S. 30-31

Brandl-Bredenbeck, Hans Peter (1999): Sport und jugendliches Körperkapital. 1. Auflage, Aachen

Brunner, Romuald/Resch, Franz (2008): Diätverhalten und Körperbild im gesellschaftlichen Wandel. In: Herpetz, Stefan/de Zwaan, Martina/Zipfel, Stefan (Hg): Handbuch Essstörungen und Adipositas. Heidelberg, S. 9-13

DAK Studie (2017): WhatsApp, Instagram und Co.-so süchtig macht Social Media. URL: https://www.dak.de/dak/bundesthemen/onlinesucht-studie-2106298.html#/ (02.10.2020)

Deloitte (2019): Global Millennial Survey. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/deloitte-2019-millennial-survey.pdf (23.11.2020)

Dudenredaktion (Hg.) (2020). Fit. Duden online. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/fit (28.09.2020)

Faßmann, Manuel/ Moss, Christoph (2016): Instagram als Marketing-Kanal. 1. Auflage, Wiesbaden

Fischer, Klaus (2019) Einführung in die Psychomotorik. 4. Auflage, München

Flemmer, Salome (2020): Instagram als sozialer Prozess. URL: http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2020/15165/pdf/Flemmer_Instagram_2020.pdf (26.09.2020)

Flick, Uwe 2017: Qualitative Sozialforschung- Eine Einführung. 8. Auflage, Reinbek bei Hamburg

Flick, Uwe/ Kardorff, Ernst von/ Steinke, Ines (2007): Was ist qualitative Forschung? - Einleitung und Überblick. In: Qualitative Forschung – Ein Handbuch. 6. Auflage, Reinbek, S. 13-29

Funk, Rainer (2010): Langeweile und Suchtverhalten nach Erich Fromm. URL: http://www.fromm-gesellschaft.eu/images/pdf-Dateien/Funk_R_2010c.pdf (01.11.2020)

GfK-Studie Greven Medien (2018): Wem folgen Instagram-User? URL: https://www.greven.de/gfk-studie-instagram (27.09.2020)

Graf, Christine/ Höher, Jürgen (2009): Fachlexikon Sportmedizin: Bewegung, Fitness und Ernährung von A – Z. 1. Auflage, Köln

Hagedorn, Jörg (2014): Jugend, Schule und Identität. Springer VS, Wiesbaden

Instagram (2017): Beliebteste Modemarken nach der Anzahl der Instagram-Follower weltweit im Jahr 2017. Zitiert nach de.statista.com. URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/520471/umfrage/anzahl-der-follower-von-modemarken-auf-instagram/ (20.10.2020).

IKW Jugendstudie (2019): Insta ungeschminkt. URL: https://www.ikw-jugendstudie.org/wp content/uploads/2019/04/19_0402_Storyline_Insta_DE.pdf (26.09.2020)

Jäger, Burkard (2008): Soziokulturelle Aspekte der Essstörungen. In: Herpetz, Stefan/de Zwaan, Martina/Zipfel, Stefan (Hg): Handbuch Essstörungen und Adipositas. Heidelberg, S. 75-81

Kuckartz, Udo/ Dresing, Thorsten/ Rädiker, Stefan/ Stefer, Claus (2008): Qualitative Evaluation. Der Einstieg in die Praxis. 2. Auflage, Wiesbaden

Kuhlenkamp, Stefanie (2017): Lehrbuch Psychomotorik. München

Langer, Antje (2008): Disziplinieren und Entspannen. Körper in der Schule – eine diskursanalytische Ethnographie. Bielefeld

Martschukat, Jürgen (2019): Das Zeitalter der Fitness. 2. Auflage, Berlin

Millington, Brad (2016): Fit for prosumption: interactivity and the second fitness boom. In: Media, Culture & Society 2016, S. 1184-1201. URL: https://journals. sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443716643150?casa_token=1w07zdq01WEAAAAA:2Oxwl0Ao6rQUZZ2eFLTNKa58xUkCs3xf3O45H6GucwFTrJEgs5cz0BCuXV3SmoqPsERu2Ac0iw (13.10.2020)

Milz, Aniko (2019): Instagram Top 10: Das sind Deutschlands beliebteste Instagrammer. URL: https://onlinemarketing.de/social-media-marketing/instagram-top-10-deutschland-instagrammer (28.09.2020)

Price, Bob (1990): A model for body-image care. In: Journal of Advanced Nursmg 15, 585-593. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1365-2648.1990.tb01858.x?casa_token=wdFrkDRtYiYAAAAA:cdtOnaQaEicfflDOWp3erjuh0qhb70Ltl-gjg5GsOJ8j_124PpSwelvzsKfObaquUWKXw2q2lSbs (02.10.2020)

Röhricht, Frank (2009): Das Körperbild im Spannungsfeld von Sprache und Erleben-terminologische Überlegungen in Körpererleben und Körperbild. Schattauer, Stuttgart

Scheffler, Harmut (2014): Soziale Medien. Einführung in das Thema aus Sicht der Marktforschung. In: König, Christian/ Stahl, Matthias/ Wiegand, Erich (Hg.): Soziale Medien. Gegenstand und Instrument der Forschung. Wiesbaden, S. 13-28

Schlicht, Wolfgang/ Brand, Ralf (2007): Körperliche Aktivität, Sport und Gesundheit: eine interdisziplinäre Einführung. 1. Auflage, Weinheim u.a.

Schmidt, Jan-Hinrik/ Taddicken, Monika (Hg.) (2017): Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien in: Handbuch soziale Medien. 1. Auflage, Berlin

Stecher, Ludwig/ Maschke, Sabine (2013): Wenn Beziehungen anders werden. In: Schüler Wissen für Lehrer. Pubertät. S. 11-13

Strohmaier, Lisa (2016): Das Konzept ''Fitness auf Instagram". URL: https://unipub.uni-graz.at/obvugrhs/download/pdf/1392055?originalFilename=true (05.10.2020)

Schwenner, Oliver/ Tomse, Mirjam (2013): Der Wunsch nach Normalität. In *Pubertät*. Schüler. Wissen für Lehrer S. 20-23

Stein, Jan-Philipp/ Krause, Elena/ Ohler, Peter (2019): Every (Insta)gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. URL: https://www.researchgate.net/profile/Jan_Philipp_Stein/publication/339070146_Every_Instagram_counts_Applying_cultivation_theory_to_explore_the_effects_of_Instagram_on_young_users'_body_image/links/5e3c5748299bf1cdb9149cd7/Every-Instagram-counts-Applying-cultivation-theory-to-explore-the-effects-of-Instagram-on-young-users-body-image.pdf (04.10.2020)

Tuschen-Caffier, Brunna: Körperbildstörungen. In: Herpetz, Stefan/de Zwaan, Martina/Zipfel, Stefan (Hg): Handbuch Essstörungen und AdipositaS. Heidelberg, S. 82-86

Valkanover, Stefan (1996): Körperkonzept und Sportaktivität bei Jugendlichen. URL: http://digbib.ubka.uni-karlsruhe.de/volltexte/sonstiges/1/1.pdf (12.10.2020)

Anhang

1 Einverständniserklärung der Eltern

2 Leitfaden der fokussierten Interviews

3 Einzelinterview 1

4 Einzelinterview 2

5 Einzelinterview 3

6 Einzelinterview 4

7 Selbstständigkeitserklärung

Lea Fausten
Heidelbergerfaßgasse 7a
55116 Mainz

Mainz, 15.09.2020

Liebe Eltern,

im Rahmen meiner Bachelorarbeit an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz würde ich gerne eine qualitativ-empirische Studie durchführen. Es handelt sich um eine wissenschaftliche Arbeit, welche ausschließlich zu universitären Zwecken genutzt werden wird.
Im Vordergrund der Studie steht die Befragung von Schülerinnen zu ihren subjektiven Sichtweisen zu den Themen: Instagramnutzung und Körperbild.
Die Einzelinterviews werden mithilfe eines mobilen Endgeräts aufgezeichnet, anonymisiert ausgewertet, analysiert und nach Beendigung der Bachelorarbeit vernichtet.

Ich bitte Sie um ihre Genehmigung, mein Forschungsvorhaben mit Hilfe ihres Kindes umsetzen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen,
Lea Fausten

– –

Ich erlaube meinem Kind ____________________________ an der oben beschriebenen qualitativen Interviewstudie teilzunehmen.

____
Unterschrift eines Erziehungsberechtigten

Leitfaden der fokussierten Interviews

Allgemeine Fragen zur Instagramnutzung:

1. Wieviel Zeit verbringst du am Tag durchschnittlich auf Instagram?
2. Welchen Fitnessinfluencern folgst du?

Thema 1: Instagram und Fitness

3. Welche Beiträge der Fitnessinfluencer interessieren dich am meisten?
4. Befolgst du die Fitnesstipps der Influencer in deinem Alltag? (Ernährst du dich anders? Führst du Work-Outs durch? Kaufst du Produkte nach?)
5. Wieso folgst du den Fitnessinfluencern? (Was begeistert dich an diesen Profilen am meisten?)

Thema 2: Vorstellungen über Fitness

6. Wie würdest du jemanden beschreiben der fit ist?
7. Wie wichtig ist es dir fit zu sein?
8. Was postest du hauptsächlich für Bilder? Versuchst du auch, dich auf Instagram möglichst fit darzustellen?

Thema 2: Instagram und Körperbild

9. Würdest du sagen, dass du dich momentan wohl in deinem Körper fühlst? (Bist du zufrieden oder hast du den Wunsch etwas an deinem Körper zu verändern?)
10. Hat sich deine Einstellung zu deinem Körper seit du Fitnessinfluencern folgst verändert?
11. Hast du ein körperliches Vorbild auf Instagram?
12. Vergleichst du deinen Körper manchmal mit den Körpern, die du in Instagram siehst? (Hättest du auch gerne so einen Körper wie die Influencer?)

Thema 3: Körperbild und Schule

13. Inwiefern spielt es deiner Meinung nach eine Rolle, in der Schule einen fitten Körper zu haben?
14. Bekommst du in der Schule mit, dass manche aufgrund ihres Körper ausgeschlossen werden oder beliebter sind?
15. Findest du, dass mit dem Thema Körper in der Schule in Zukunft anders umgegangen werden sollte?

Anhang 3
Einzelinterview 1

Datum: 28.09.2020
Dauer: 13:43 Minuten
Ort: Skype-Anruf
Alter: 16 Jahre

Text	Paraphrasierungen	Generalisierungen	Kategorie
I: Okay, dann fangen wir mit der ersten Frage an. (.) Also wieviel Zeit verbringst du denn am Tag normalerweise so auf Instagram?			
B1: Ich glaube so (…) eineinhalb bis zwei Stunden.	Eineinhalb bis zwei Stunden.	Tägliche Instagramnutzung. Kann die Dauer schwer einschätzen.	ZEITANGABE
I: Okay (.). Und was für Profilen/ (.) Welchen Profilen mit Fitnessinhalt folgst du da?			
B1: Ich folge (..) Fitnessprofilen gar nicht SO vielen. (..) Ich folge hauptsächlich einem Fitnessprofil, was ich dann aber auch richtig verfolge und die posten immer Work-Outs und ich verfolge auch das Leben von der. Also nicht nur den Sport, sondern der ganzen Person an sich. (..) Ich schaue aber oft auch noch bei anderen Leuten verschiedene (..) Fitnessübungen an, die ich gut finde.	Folgt hauptsächlich nur einem Fitnessprofil, welches Work-Outs postet. Verfolgt nicht nur Fitnessbeiträge dieses Profils, sondern alle Inhalte. Schaut weitere Fitnessübungen bei anderen Profilen an.	Interessiert sich am Meisten für Work-Outs und andere Fitnessübungen.	INTERESSENSGEBIET
I: Und wie heißt das Profil oder die Person, die du stärker verfolgst?			

B1: Also die Person, die ich wirklich verfolge, ist die Pamela Reif. Und dann gibt's halt die anderen Personen, wo ich jetzt nicht so das Leben verfolge, aber die auch (.) gute Fitnessvideos posten. Die eine heißt zum Beispiel Linn Lowes heißt die, (..) das ist jetzt grad die die mir noch einfällt.	Verfolgt neben Work-Out Videos das „Leben" von Pamela Reif. Sucht aktiv nach weiteren Fitnessvideos.	Interesse an sportunabhängigen Beiträgen.	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Okay. (..) Könntest du noch sagen was genau du damit meinst, das Leben von ihr richtig zu verfolgen?			
B1: Ja, (.) also verfolge nicht nur ihren/ ihr Fitness (..) -leben, sondern ich verfolg auch ihren Alltag bisschen, also was sie so den Tag über macht. Wenn sie zum Beispiel im Urlaub ist, verfolg ich ihren Urlaubsalltag und Aufnahmen aus ihrem Leben, die auch nicht so viel mit Fitness zu tun haben. Aber am MEISTEN interessiere ich mich doch eher für den Sport.	Verfolgt ihren Alltag und ihre Urlaubsaktivitäten. Interessiert sich am meisten für den Sport.	Interesse für „Leben" der Influencerin. Interessiert sich am meisten für Work-Outs und andere Fitnessübungen. (2)	INTERESSENSGEBIETE
I: Okay und wie oft machst du dann in deinem Alltag die Fitness Work-Outs von ihr?			
B1: Also es ist eigentlich total unterschiedlich, immer so phasenweise. Manchmal mache ich dreimal in der Woche ein Work-Out, manchmal mache ich dann auch wochenlang nichts, wenn ich grad nicht so die Motivation habe. Aber jetzt so zu Corona-Zeiten zum Beispiel hab ich dann, (..) wenn ich dann auch zwei Wochen mal in Quarantäne war, jeden Tag ein Work-Out	Work-Outs werden je nach Motivation, Lust und Zeit unterschiedlich häufig durchgeführt. Die Coronapandemie war ein Einflussfaktor.	Äußere Einflussfaktoren beeinflussen Zeit der sportlichen Bewegung.	ZEITANGABE/ NUTZUNGSVERHALTEN

gemacht. (..) Das ändert sich immer, je nachdem wie ich eigentlich Lust habe und Zeit habe.			
I: Befolgst du dann auch weitere Fitnesstipps, also zum Beispiel ernährst du dich seitdem anders?			
B1: Hmm, also (..) Ja doch schon bisschen. Also manchmal, wenn ich da jetzt sehe, die macht sich da ein leckeres Frühstück, dann denk ich mir so: „das (unv.) sieht lecker aus (lacht), das probier ich vielleicht auch mal aus.“ (.) Also ja schon.	Wenn leckeres Essen gesehen wird, wird es nachgemacht.	Fitnessinfluencer beeinflussen Ernährung. Influencer als Inspirationsquelle.	EINFLUSS AUF ERNÄHRUNG
I: Okay, und machst du dann auch manchmal bei Gewinnspielen von denen mit oder hast du auch schon mal ein Produkt gekauft (.), was die (.) da auf ihrem Profil hatten?			
B1: Also wenns kostenlos so was zu gewinnen gibt, wo man einfach nur einen Kommentar schreiben muss, da hab ich auch schon mal mitgemacht. Aber jetzt Geld so ausgegeben für ein Produkt/ (..) Ah JA DOCH, ich hab schon mal auf Empfehlung dann was gekauft. Also jetzt nicht direkt ein Produkt von denen, aber zum Beispiel hab ich mir dann auch mal so Fitnessbänder für Work-Outs gekauft. Weil halt die Work-Outs die die Person macht/ da benutzt die halt auch immer die Fitnessbänder.	Nur an kostenlosen Gewinnspielen teilgenommen. Auf Empfehlung Fitnessbänder aus Videos gekauft.	Fitnessinfluencer beeinflussen Konsumverhalten.	EINFLUSS AUF KONSUMVERHALTEN
I: Okay und was würdest du sagen: Wieso folgst du (.) zum Beispiel Pamela Reif?			

B1: Also vielleicht teilweise auch bisschen so aus Langeweile, weil es auch dann gute Unterhaltung ist (?) (grinst)	Folgt aus Langeweile und Unterhaltungsgründen.	Instagramnutzung als „Lückenfüller“. (Sucht?)	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Mhm. (bejahend)			
B1: …und man sich das dann einfach angucken kann. Aber ansonsten auch zur Inspiration würd ich sagen, dass man da dann einfach bisschen kreativer ist und man halt/ Weil ich mich jetzt auch vielleicht nicht SO gut mit Fitness auskenne, dass ich da kostenlos Sportprogramm sehen kann was ich einfach machen kann und genau, mir nicht selbst Übungen ausdenken muss. Weils auch Spaß macht, da dann mitzumachen (..) genau.	Folgt zum „einfach angucken“, zur Inspiration, um kreativer zu werden und wegen des Spaßfaktors. Kennt sich selbst nicht gut mit Sportübungen aus. Da Work-Outs kostenlos abrufbar sind, müssen keine Übungen ausgedacht werden.	Fitnessinfluencer als Inspirationsquelle. (2) Work-Outs machen Spaß und kompensieren Unwissenheit.	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Okay, ja. (..) Und wie würdest du denn allgemein jemanden beschreibe,n der fit ist?			
B1: Also, wenn man fit ist (.), dann würd ich sagen ist man viel in Bewegung. Man fühlt sich gut in seinem Körper, man ist zufrieden mit sich selbst vielleicht auch und man hat Muskeln und man ist stark, also man ja, (..) ist körperlich einfach fit. Also man kann Sachen machen, weil man körperlich nicht daran gehindert ist, irgendwie.	Wenn man fit ist, ist man viel in Bewegung und zufrieden mit dem Körper und mit sich selbst. Man hat Muskeln, ist stark und ist nicht eingeschränkt.	Nennt körperliche und gesundheitliche/ geistige Komponenten von Fitness.	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS
I: Und würdest du auch gerne/ Also strebst du das auch an, fit zu sein beziehungsweise so einen Körper zu haben?			

B1: Ja auf jeden Fall. Also ich glaube, das strebt ja eigentlich auch JEDER an. Also nicht nur vom Aussehen, sondern ja auch/ also sowohl vom Aussehen strebt mans an als aber auch gesundheitlich.	Fit sein wird von jedem sowohl für ein besseres Aussehen, als auch für eine bessere Gesundheit angestrebt.	Fit sein ist eigenes Ziel und das Ziel von jedem Menschen.	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS (gesellschaftlich)
I: Könntest du dann sagen, dass Pamela Reif dann auch irgendwie dein Vorbild ist?			
B1: Hmm. (…) Vorbild so vom/ Davon, dass sie so viel Sport macht ja. Aber jetzt nicht unbedingt vom Aussehen oder so. (.) Also Vorbild dann eher wegen Motivation und viel Bewegung und so und wegen fit sein, aber jetzt nicht vom Optischen.	Pamela Reif als Vorbild, da sie so viel Sport macht, motiviert ist und sich viel bewegt. Kein optisches Vorbild.	Fitnessinfluencer sind weniger ein äußerliches Vorbild. Der Lebensstil ist das Vorbild.	INFLUENCER ALS VORBILD
I: Okay. Und würdest du sagen, dass du dich momentan in deinem Körper wohl fühlst? Also bist du zufrieden mit deinem Körper oder möchtest du eher irgendwas verändern?			
B1: Also an sich bin ich schon zufrieden. Aber (.) ich find man setzt sich ja trotzdem immer so hier und da so paar Ziele wofür man dann vielleicht ja Sport macht. Das motiviert einen ja dann auch und da/ Es gibt immer mal ein zwei Sachen wo man so sagt: „das möchte ich bisschen verändern.“	Insgesamt zufrieden mit dem Körper, möchte Kleinigkeiten verändern.	Positive Einstellung zum Körper. Trotzdem Zweifel vorhanden.	KÖRPERBILD
I: Okay und dabei helfen dir dann die Work-Outs?			
B1: Genau ja. (..)	Work-Outs als Mittel, um Körperziele zu erreichen.	Influencerbeiträge motivieren.	KÖRPERBILD

I: Okay. Ist es so, dass du dich zufriedener oder unzufriedener fühlst, seit du dir diese Fitnessvideos anschaust?			
B1: Hmm nein. Eigentlich nur zufriedener geworden in dem Sinne vielleicht, weil sie mich motiviert hat Sport zu machen. Und weil ich dann Sport gemacht habe, bin ich dann vielleicht auch zufriedener mit mir geworden. Aber nur, dass ich sie/ Also Pamela Reif jetzt, sehe, hat mich jetzt nicht unzufriedener gemacht oder so.	Macht mehr Sport. Dadurch zufriedener geworden, dass Influencer zum Sport-treiben motivieren. Aussehen von Pamela Reif macht sie nicht unzufrieden.	Influencerbeiträge motivieren (2) und tragen zu mehr Zufriedenheit mit dem Körper bei.	EINFLUSS AUF BEWEGUNGSVERHALTEN/ KÖRPERBILD
I: Und was postest du hauptsächlich selbst für Bilder auf deinem Instagramaccount? Würdest du sagen, dass du versuchst, dich möglichst fit darzustellen?			
B1: Also klar, man zeigt sich von seiner guten Seite so. Aber ich poste da jetzt eigentlich nichts, was irgendwie mit Fitness zu tun hat. (.) Also ich hab noch nie wirklich mich jetzt beim Sport oder sowas gepostet. Nee.	Zeigt sich von einer „guten Seite“. Postet selbst keine Fitnessbeiträge.	Gutes Aussehen steht auf Instagram im Mittelpunkt. Selbstdarstellung auf Instagram zentral.	INSTAGRAMNUTZUNG
I: Postest du auch Fotos, wo man deinen Körper gut sehen kann?			
B1: Also JA, ich hab schon mal Fotos gepostet, wo man auch meinen Körper erkennen kann und genau. Also das war dann zum Beispiel so am Strand oder so.	Postet auch Fotos ihres Körpers.	(Hohe Zufriedenheit mit dem Körper?) Körperliche Selbstdarstellung.	INSTAGRAMNUTZUNG
I: Also ist es dir wichtig, dass dein Körper gut aussieht?			

B1: Ja. Wem nicht (lacht).	Wichtig für jeden, dass der Körper gut aussieht.	Einen „guten Körper“ zu haben ist das Ziel von jedem Menschen (2)	KÖRPERBILD (in der Gesellschaft)
I: Vergleichst du deinen Körper auch manchmal mit den Körpern, die du in Instagram siehst?			
B1: Hmm, ich glaub schon. Also auch wenn ichs eigentlich nicht so wirklich will und man so versucht es nicht zu machen, glaub ich, dass man da trotzdem irgendwie nicht so dran vorbeikommt. Also ich glaub leider, wenn man so Fotos sieht im Fitnessbereich, dann vergleicht man sich irgendwie so AUTOMATISCH. Dass man irgendwie sagt: „das sieht voll schön aus, wie sieht das bei mir aus.“ Genau, ja.	Vergleicht sich ungewollt aber automatisch mit Körpern aus der Fitnesswelt von Instagram. Influencer sind schön, was die Frage auslöst, wie man selbst aussieht.	Körperlicher Perfektionsdruck vorhanden und durch Körpervergleich auf Instagram ausgelöst.	KÖRPERBILD
I: Und wie fühlst du dich dann dabei?			
B1: Also mich motiviert das dann eigentlich dann auch dahin zu kommen so. Aber ich kenn das auch von anderen, die das nicht so sehen wie ich jetzt.	Vergleich mit Körpern als Motivation. Im Bekannten-/ Freundeskreis sind andere Meinungen bekannt.	Influencerbeiträge motivieren (3).	KÖRPERBILD
I: Okay genau, dann wollen wir jetzt noch kurz darüber sprechen wie es in der Schule mit dem Thema aussieht. (..) Einen Moment (…) Findest du es spielt in der Schule oder in deiner Klasse eine Rolle einen fitten Körper zu haben?			
B1: Also ich glaub schon, dass in der Schule so ein Druck manchmal ist. Weil in der Schule wird	In der Schule existiert ein körperlicher Druck.	Körperlicher Perfektionsdruck (2) in	KÖRPER IN DER SCHULE

find ich auch viel geredet und man vergleicht sich irgendwie viel mit anderen und auch mit seinen Freunden, ja. Und deswegen glaub ich schon, dass man sich da/ Man fühlt sich irgendwie dann auch sicherer, wenn man schön aussieht und auch wenn man einen guten Körper hat, weil man immer denkt, (..) dass wenn man jetzt keinen guten Körper hat, die Anderen (.) über einen reden oder so.	Vergleich des eigenen Körpers mit dem von Freunden. Gefühl der Sicherheit bei einem schönen Körper. Angst vor Bewertung der Mitschüler.	der Schule stark vorhanden. Körpervergleich (2) und gegenseitige Bewertungen sind in der Schule zentral.	
I: Bekommst du dann auch in der Schule manchmal mit, dass manche wegen ihrem Körper eher beliebter sind oder auch eher ausgeschlossen werden?			
B1: Ja schon. Also es ist schon so, dass wenn jemand einen guten Körper hat oder auch hübsch ist oder so, dass man dann besser ankommt. (..) Auch bei den Jungs (grinst). Und deswegen hat das schon Vorteile und wenn man jetzt zum Beispiel (…) dicker ist oder nicht SO gut aussieht manchmal eher blöd angeguckt wird. (..) Voll gemein eigentlich.	Wenn das Aussehen besser ist, hat man höhere Chancen auf Beliebtheit. Abwerten eines dickeren Körpers oder eines schlechteren Aussehens wird als „gemein“ erkannt.	Körperlicher Perfektionsdruck (3) in der Schule stark vorhanden. (2) Bewertungen (2) sind in der Schule zentral.	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Glaubst du, das ist schon immer so oder hat sich das wegen Instagram auch nochmal verändert?			
B1: Ich glaub, dass das schon immer so war ehrlich gesagt. Ich glaub halt nur, dass/ Es gab ja früher genauso Zeitschriften und so und heute ist es halt im Internet. (.) Und ich glaub halt, dass sich so ein Ideal vom Körper IMMER verändert und im Moment ist es halt so dieses Fitness/	Früher haben Zeitschriften Körperideal verbreitet, heute ist es das Internet. Körperideal ändert sich immer. Momentan ist der fitte Körper das Ideal.	Bewusstsein darüber, dass fittes Körperideal vorhanden ist und von Instagram beeinflusst ist.	KÖRPER IN DER SCHULE

Dieser Fitnesskörper, der halt so als schön angesehen wird. Ich glaub selbst vergleich ich mich öfter seit so/ Seitdem ich Instagram hab, aber ich glaub auch in der Schule und in den Gruppen und so, diese Unterschiede gibt es schon immer.	Vergleicht sich seit Instagramnutzung mehr mit Körperideal. In der Schule und im Freundeskreis gab es Abgrenzung/ Dazugehörigkeit aufgrund des Körpers schon immer.	Körpervergleich hat durch Instagram zugenommen.	
I: Findest du, dass in der Schule allgemein mit dem Thema Körper anders umgegangen werden sollte?			
B1: Ja schon. Ich finde, das wird in der Schule gar nicht thematisiert. Und ich finde, das könnte man auf jeden Fall mal ansprechen. (..) Weil auch teilweise von Lehrerseite vielleicht auch mal Kommentare gemacht werden, die einen als Schüler verletzen und nicht mal die Lehrer merken das. Also ich finde, (..) das wird auf jeden Fall sehr vernachlässigt in der Schule.	Zu wenig Thematisierung in der Schule. Lehrer verletzen Schüler ungewollt mit Worten.	Thema Körper in der Schule wird als wichtig erachtet.	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Alles klar, vielen Dank. (.) Ich glaube, ja, das wars jetzt schon mit meinen Fragen.			

Anhang 4
Einzelinterview 2

Datum: 01.10.2020
Dauer: 10:51 Minuten
Ort: Klassenraum
Alter: 15 Jahre

Text	Paraphrasierungen	Generalisierungen	Kategorie
I: Okay, also wieviel Zeit verbringst du denn am Tag so auf Instagram?			
B2: Zu viel (lacht). (..) Also, ich würd sagen bestimmt so (..)/ Also, es ist halt schon so, man fängt irgendwie mit einem Bild oder einer Story an und dann geht das ja immer weiter. Und dann sind schon mal schnell auch drei, vier Stunden um. (.) Also jetzt am ganzen Tag, nicht auf einmal. Vor allem nach der Schule abends, wenn ich im Bett liege, bin ich schon viel auf Instagram. Also ja, ich würd einfach mal sagen (..) so (..) drei Stunden eher.	Verbringt drei bis vier Stunden am Tag auf Instagram. Findet, dass es „zu viel“ ist. Nutzung am häufigsten abends.	Kann Dauer schwer einschätzen. (2) Tägliche, lange Instagramnutzung (2). (Nutzung als Sucht?) (2)	ZEITANGABE
I: Und welchen Profilen mit Fitnessinhalt folgst du da?			
B2: Hmm, (…) also wer mir grad spontan einfällt ist Stefanie Giesinger. Die (..) macht ja schon viel Sport. Dann noch die Caro Daur (..). Ah, mir fällt noch ein, die Pamela Reif, der folg ich auch, die macht ja auch viel mit Fitness (..). Und generell	Folgt Stefanie Giesinger, Caro Daur, Pamela Reif und weiteren Influencern, welche Fitness- und Sportbeiträge posten.	Interessiert sich am meisten für Work-Outs und andere Fitnessübungen. (3)	NUTZUNGSVERHALTEN

einfach noch so ein paar anderen (.) Influencern, die zum Beispiel selbst viel Sport machen und das auch immer wieder zeigen. (..)		Folgt mehreren Influencerinnen.	
I: Okay, und welcher Inhalt interessiert dich bei denen am Meisten? Was schaust du dir am meisten für Bilder an?			
B2: Am Liebsten gucke ich mir eigentlich die Stories an und schau (.) wie so deren (..) Alltagleben ist. Ansonsten generell, was die vielleicht auch essen find ich interessant. Ja, (..) genau, (..) das wars eigentlich.	Schaut sich Instagram- Stories an und interessiert sich für Alltagsleben und Ernährung der Influencer.	Interesse für „Leben“ der Influencer. (2) Influencerbeiträge als Inspiration. (3)	NUTZUNGSVERHALTEN EINFLUSS AUF BEWEGUNGSVERHALTEN
I: Befolgst du dann Fitnesstipps, die die geben (.), in deinem Alltag?			
B2: (...) Was ich hauptsächlich mache ist, dass ich mir die Work-Out Videos raussuche, von den Leuten denen ich auf Instagram folge und dann irgendwie mit denen diese Home Work-Outs mache. Oder vom Essen gucke ich auch ab und zu, was es da für Rezepte gibt, weil ich halt immer mehr probiere grad in diesem vegetarischen Bereich mehr zu kochen, weil ich find, dass das in unserer Familie grad zu kurz kommt (lacht).	Macht Work-Outs und kocht Essensrezepte der Influencer zuhause nach.	Influencer beeinflussen Ernährung und Bewegungsverhalten. (2) Influencer als Inspirationsquelle. (4)	EINFLUSS AUF ERNÄHRUNGS-/ BEWEGUNGSVERHALTEN
I: Hast du dann auch schon mal Sportartikel gekauft? Oder bei Gewinnspielen von den Influencern mitgemacht?			
B2: Ja, bei Gewinnspielen auf jeden Fall. Marken nachkaufen, ja (.) wenn das Geld da ist, auch schonmal (lacht). Grad so Marken wie GymShark	Nimmt an Gewinnspielen teil und kauft Modeartikel nach wenn sie Geld hat.	Influencer beeinflussen Konsumverhalten. (2)	KONSUMVERHALTEN

sind ja immer auf Instagram und ja, sind ja auch schöne Sachen da.			
I: Wie würdest du denn generell jemanden beschreiben, der fit ist?			
B2: (..) Also, dass man sich bewegt und dass man Sport macht, also dass man jetzt nicht den ganzen Tag irgendwo rumsitzt oder so. Und dann noch/ Das Erste worauf ich jetzt vom Aussehen so achte sind eigentlich die Beine, dass die schlank sind (..) Aber natürlich genauso auch ein / eher ein dünner also ja trainierter Bauch. Jetzt nicht unbedingt ein Sixpack aber auf jeden Fall, (..) ja, dass man die Muskeln bisschen sieht. Und generell finde ich als/ empfinde ich so Leute immer auch als hübsch oder generell halt attraktiver, würd ich sagen (.), ja.	Fitte Menschen bewegen sich viel, machen Sport, haben schlanke Beine, einen trainierten Bauch, sichtbare Muskeln und sind hübsch, gutaussehend und attraktiv.	Fitness beschränkt sich auf den Körper.	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS
I: Mhm (bejahend). Würdest du dann auch sagen, dass fit sein dann auch dein Vorbild ist?			
B2: Wär schon schön so auszusehen. (lacht) Also schon, ja.	Fit sein wird angestrebt.	Fit sein ist eigenes Ziel (2). Fit sein im Sinne von „schön sein“.	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS
I: Okay (..), das klingt ja schon so, als wäre das ein Ziel für dich. Wie wichtig ist es dir denn, das Ziel zu erreichen? (..) Also fit zu sein?			
B2: Schon wichtig (..). Aber/ (..) Also das Problem manchmal/ Also das kennt ja bestimmt jeder, dass so die Motivation manchmal fehlt. Die Schule nimmt ja auch viel Zeit in Anspruch, dass ich	Fit zu sein ist wichtig. Zeit und Motivation ist nicht immer vorhanden um das Ziel fit sein zu erreichen.	Fit sein ist ein schwer erreichbares Ziel. Verhaltensänderungen um fit zu sein.	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS/ EINFLUSS AUF BEWEGUNGSVERHALTEN

abends dann auch müde bin und keine Lust einfach hab nochmal ein Work-Out zu machen oder so. Von daher ist es auf jeden Fall ein Ziel und es ist mir auch wichtig und ich VERSUCHS auch wirklich grad öfter zu machen, (.) aber aktuell ist die Motivation halt auch nicht immer so ganz da.		Work-Out/ Fit sein unfreiwillig und eher als gesellschaftliches statt als eigenes Ziel?	
I: Und was postest DU hauptsächlich für Bilder auf deinem Instagram Account?			
B2: (..) Gar nicht SO viele. Also, ich poste jetzt generell nicht so viel, sondern schau eigentlich lieber.	Postet nicht viel, schaut sich lieber Beiträge von anderen an.	Keine (körperliche) Selbstdarstellung.	INSTAGRAMNUTZUNG
I: Okay. Würdest du denn sagen, dass du dich momentan wohl in deinem Körper fühlst?			
B2: Hmm (…) Ist ne schwere Frage. (.) Also ich würde sagen, eigentlich schon eher aber/ Also grad in der Schule sieht man halt jeden Tag auch viele die (..) ja, (…) sportlicher oder so sind als man selbst. Und, joa, also geht so. Aber doch, insgesamt eigentlich schon.	Fühlt sich eher wohl in ihrem Körper. Vergleicht sich mit Mitschülern hinsichtlich der Sportlichkeit.	Positive Einstellung zum Körper. Trotzdem Zweifel/ Unzufriedenheit vorhanden. (2)	KÖRPERBILD
I: Okay und würdest du sagen, dass das was damit zu tun hat, dass du Fitnessinfluencern folgst?			
B2: Hmm, ich glaub schon bisschen. Also grad durch die Schule/ Meine Mitschüler sprechen halt schon viel über die ganzen Influencer auf Instagram, grad durch Pamela Reif die jetzt wegen der Coronazeit (..)/ ja, wo alle ihre Work-Outs halt	Mitschüler sprechen viel über Fitnessinfluencer und machen vor allem während der Coronapandemie alle Work-Outs und viel Sport.	Körperlicher Perfektionsdruck, ausgelöst durch tägliche Instagramnutzung und Mitschüler. (4)	KÖRPERBILD

gemacht haben, reden die natürlich drüber und machen voll viel Sport. Und ich seh das ja auch jeden Tag auf Instagram und es gibt eigentlich keinen Tag wo es/ wo niemand in meiner Story ist und irgendwie ein Work-Out postet oder so (..) Und deshalb würd ich schon sagen, dass es auch (..) was mit Instagram zu tun hat.	Fitnessbeiträge sind jeden Tag auf Instagram präsent.	Druck, Sport machen zu müssen.	
I: Hast du dann ein körperliches Vorbild von den Leuten, denen du folgst?			
B2: Hmm, ich muss mal kurz überlegen. (...) Ich glaub das Vorbild was ich so bisschen hab ist die Lorena (..) von Victorias Secret. Aber das ist natürlich (lacht), ein (..) extremes Beispiel, weil ich ja auch weiß, eigentlich, (.) dass da auch viel mit Fotoshop und so gemacht ist.	Victorias Secret Model ist körperliches Vorbild. Ist sich bewusst darüber, dass Bilder bearbeitet sind.	„Extremes“ körperliches Vorbild.	INFLUENCER ALS VORBILD
I: Okay ja. Vergleichst du dann deinen eigenen Körper auch mit dem Körper von der Lorena?			
B2: Ja, das passiert mir schon manchmal. Also da sind so ein paar Vergleichspunkte, die bei ihr halt echt schön sind. Zum Beispiel, /Also ich bin jetzt auch eher so (..) kleiner und wenn ich dann irgendwie große Menschen, dann auch auf Insta sehe, dann denk ich mir manchmal: „ja, wär schon schöner, wenn man jetzt mal bisschen größer wäre“ oder jetzt, (..) keine Ahnung/ Also so paar Sachen vergleicht man dann schon mit der Person und (..) fragt sich halt auch, warum es bei einem nicht so aussieht und ja.	Mehrere Vergleichspunkte, wie beispielsweise die Körpergröße. Influencer sind schön, was die Frage auslöst, warum sie selbst nicht so aussieht.	Körpervergleich mit Influencern. (2)	KÖRPERBILD

I: Okay, du hast ja vorhin auch schon mal die Schule angesprochen. Inwiefern findest du denn, spielt es in der Schule eine Rolle, einen fitten Körper zu haben?			
B2: Ja, also da kann ich auf jeden Fall was zu sagen (lacht). Das find ich nämlich in der Schule total krass. Da find ich, /Irgendwie hab ich da auch für mich selbst das Gefühl, dass in der Schule immer so (..) ein Druck/ Vor allem unter den Mädels ein Druck herrscht und man so das Gefühl hat, man muss sich jetzt schön anziehen und wenn man mal irgendwie was Komisches sagt, dass man dann auch irgendwie so komisch abgestempelt wird. Da hab ich tatsächlich sehr, sehr oft das Gefühl, dass da wie so ein kleiner Konkurrenzkampf unter den Mädels ist, wer hübscher ist oder so. Und ja, da denk ich auf jeden Fall, dass da IMMER so bisschen Druck mit verbunden ist, weil man nicht weiß, was andere dann so über einen denken. (..) Grad auch bei Sport in der Schule, weil das auch für meine Mitschüler halt voll wichtig ist, wer da sportlich ist und so.	In der Schule herrscht unter den Mädchen Druck schön auszusehen. Gegenseitige Bewertungen finden statt. Konkurrenzkampf, wer hübscher ist. Druck vor allem bei Sport, weil man nicht weiß was andere über einen denken. Sportlich sein ist wichtig in der Schule.	Angst vor Bewertung des Aussehens und der Sportlichkeit. Körpervergleich und körperlicher Perfektionsdruck sind in der Schule zentral. (3)	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Okay. (..) Bekommst du manchmal auch mit, dass manche wegen ihrem Körper ausgeschlossen werden oder eher beliebter sind als andere?			
B2: Ja schon, also (..) Also es macht schon einen Unterschied glaub ich, ja. Aber ich glaub jetzt auch nicht, dass man es durchgehend immer	Körper beeinflussen die Dazugehörigkeit in der Schule	Bewertung aufgrund des Körpers finden in der Schule statt (3).	KÖRPER IN DER SCHULE

merkt. (..) Also das ist dann eher manchmal so situationsabhängig, irgendwie, ja.	nicht immer offensichtlich und situationsabhängig.		
I: Ja. Und denkst du, dass das auch wegen dem/ Also denkst du, dass das wegen der ganzen Fitness ist, was man so auf Instagram sieht oder denkst du, dass das immer schon so war?			
B2: Also ich glaub das war schon immer da, aber ich denk auch, dass das mehr geworden ist. Auch so dieses (..) optimieren immer von allem, das hat schon zugenommen, denk ich (..) also ich denk auf jeden Fall, dass das wegen Social Media dann mehr geworden ist, ja.	Körperthematik war in der Schule schon immer präsent, hat jedoch zugenommen. Optimierungen haben durch Social Media zugenommen.	Körpervergleich und körperlicher Perfektionsdruck haben durch Instagram zugenommen (2).	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Findest du dann, dass damit in der Schule anders umgegangen werden sollte?			
B2: Ja, das denk ich schon. Zum Beispiel auch, wie kann man sich halt gesünder oder besser ernähren kann und wie kann man / Also wie man auch gute Sporttrainings machen kann.	Schule sollte über Ernährung, richtiges Sporttreiben aufklären.	Thema Körper in der Schule wird als wichtig erachtet (2).	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Okay, super, dann wars das schon mit meinen Fragen.			

Anhang 5
Einzelinterview 3

Datum: 30.09.2020
Dauer: 08:26 Minuten
Ort: Klassenraum
Alter: 16 Jahre

Text	Paraphrasierungen	Generalisierungen	Kategorie
I: Also, was würdest du denn sagen, wieviel Zeit bist du am Tag normalerweise so auf Instagram?			
B3: (…) Ich würd sagen, so ne (..) Stunde ungefähr. Ich find das ist immer so schwer einzuschätzen, weil man natürlich auch auf anderen Apps ist. Aber ich würd einfach mal so sagen ne Stunde (lacht).	Verbringt ungefähr 45- 60 Minuten am Tag auf Instagram.	Tägliche Instagramnutzung. (3) Kann die Dauer schwer einschätzen (3).	ZEITANGABE
I: Okay und du folgst da ja auch Profilen, die Fitnessinhalt posten. Wem folgst du da so?			
B3: Also ich folg halt der Pamela Reif (..) so als Fitnessaccount. Und dann folg ich halt auch noch mehr so Leuten, die (.) sich wirklich versuchen gesund zu ernähren und darauf eben halt mehr achten. Zum Beispiel (..) die Marie Johnson, ich weiß nicht ob du die kennst, oder die Barbara Sophie, ja.	Folgt Pamela Reif und weiteren Influencern, welche sich gesund ernähren.	Folgt mehreren Influencerinnen. (2) Interesse für Ernährung. (2)	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Mhm (Bejahend). Okay, also du interessierst dich jetzt weniger (.) für den Sport, den die machen, sondern eher für die Ernährung?			

B3: Ja, schon AUCH. Also (.) ich find halt die Videos von Pamela Reif ziemlich gut. Also ihre Work-Out Videos und die hab ich auch in der Coronazeit ziemlich oft gemacht. Deswegen (..) bin ich ihr dann eben auch gefolgt, weil sie da ja immer ihre Work-Out Pläne hochgeladen hat und so. Ja, (..) also dafür interessiere ich mich schon auch.	Interessiert sich für Work-Out Videos und Work-Out Pläne von Pamela Reif. Hat während der Coronapandemie Work-Outs von ihr nachgemacht.	Interesse für Fitness-Work-Outs. (3) Influencerinnen beeinflussen Bewegungsverhalten (3)	INTERESSENSGEBIETE/ EINFLUSS AUF BEWEGUNGSVERHALTEN
I: Okay, und befolgst du das dann auch in deinem Alltag? Also du hast ja grade gesagt, die Work-Outs machst du schon, aber ernährst du dich auch anders oder hast du mal Klamotten von denen gekauft?			
B3: Nee, Klamotten hab ich noch nie von denen gekauft. (..) Ich achte halt generell schon auf meine Ernährung. Jetzt nicht, um irgendwie abzunehmen, sondern einfach (.) um mich gesund zu ernähren. Und es kann schon sein, dass mich dann schon auch mal paar Tipps von denen beeinflusst haben, was ich jetzt aber wahrscheinlich dann nicht/ noch nicht mal so wahrgenommen hab, ja.	Kauft keine Klamotten nach. Achtet auf gesunde Ernährung, jedoch nicht, um abzunehmen. Weiß, dass sie sich von den Tipps der Influencerinnen beeinflussen lässt.	Kein Einfluss auf Konsumverhalten. Influencerinnen beeinflussen Ernährung. (3)	EINFLUSS AUF KONSUMVERHALTEN/ ERNÄHRUNG
I: Und wieso folgst du denen, also was sind so deine Gründe?			
B3: Wieso ich denen folge? (..) Hmm (…) (lacht).	Ist sich nicht über die Gründe bewusst.	(Sucht?) (3)	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Also könntest du zum Beispiel sagen, dass die in irgendeiner Hinsicht dein Vorbild sind?			

B3: Also bei Pamela Reif/ Die seh ich nicht so als Vorbild, weil ich (…) zwar ihre Work-Out- Videos mag, aber ich mag nicht so (.) wie sie immer so sagt, (..) wieviel Sport sie macht. Aber ich find das halt so ein bisschen (..) KRITISCH. Also ich würd mich da jetzt auch nicht so ernähren wie sie. Aber zum Beispiel Marie Johnson. Ich find sie wirklich sehr inspirierend und (..) ja. Also ich folg/ Also IHR folg ich wirklich, weil ich das Gefühl hab, dass sie so ein bisschen wie ein Vorbild ist.	Pamela Reif ist kein körperliches Vorbild, weil sie immer sagt wieviel Sport sie macht. Ernährung von ihr wird ebenfalls nicht angestrebt. Marie Johnson ist inspirierend und sie ist ein Vorbild (Achtung: Marie Johnson bezeichnet sich nicht als Fitnessinfluencerin).	Fitnessinfluencer sind weniger ein äußerliches Vorbild. Der Lebensstil ist das Vorbild. (2)	INFLUENCER ALS VORBILD
I: Okay. Und wie würdest du allgemein jemanden beschreiben, der fit ist? Also jetzt mal unabhängig von denen, denen du jetzt folgst.			
B3: (…) Auf jeden Fall jemand, der halt wirklich regelmäßig Sport macht, der es aber auch nicht übertreibt mit Sport machen, weil ich find das ist dann auch wieder nicht mehr schön oder nicht mehr normal einfach. Deswegen einfach wirklich regelmäßig Sport machen und halt auch einen sportlichen aber (..) auch normalen Körper und nicht irgendwie so/ bei Frauen die dann so bodybuilder-mäßig so richtig viele Muskeln haben oder so, ja. Das ist dann auch wieder (.) irgendwie zu viel.	Fit ist jemand, der regelmäßig aber nicht übertrieben häufig Sport macht und einen sportlichen, normalen Körper hat. Übertriebenes Sporttreiben und zu viele Muskeln sind nicht schön und nicht normal.	Fitness beschränkt sich auf den Körper. (2)	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS
I: Okay ja. Und wie wichtig wäre es jetzt für dich selber, fit zu sein?			
B3: Also Sport ist mir schon wichtig. Und mir ist es irgendwie dann auch wichtig, fit zu sein und so	Fit sein und Sport machen ist für sie wichtig, aber wenn keine	Spaß steht bei Fitness im Vordergrund. (2)	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS

auszusehen schon AUCH. (.) Aber wenn ich jetzt auch mal zum Beispiel an einem Tag keine Lust auf Sport hab, dann mach ichs auch nicht. Oder manchmal kann man sich ja auch dazu motivieren. Aber ich setz mich da auch nicht unter Druck oder denk irgendwie, dass ich abnehmen muss oder so. Ich machs dann wirklich nur, weil mir Sport einfach Spaß macht und mach halt auch wirklich nur Sportarten, die mir wirklich Spaß machen.	Lust oder Motivation vorhanden ist, setzt sie sich nicht unter Druck. Sport wird nicht zum Abnehmen getrieben, sondern weil es Spaß macht.		
I: Postest du selber auf deinem Instagramaccount auch Fitnessbilder oder Bilder, wo man deinen Körper sieht?			
B3: Nee nicht so. Also man sieht mich schon drauf aber eigentlich nur/ (.) Also es sind nur Bilder von meiner Freizeit, also wo ich mit Freunden drauf bin oder so.	Postet Bilder von sich in der Freizeit oder mit Freunden.	Selbstdarstellung ist auf Instagram zentral. (2) Selbst keine körperliche Selbstdarstellung. (3)	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Okay, aber würdest du sagen, dass du dich momentan wohl mit deinem Körper fühlst?			
B3: Joa, also eigentlich bin ich schon relativ zufrieden mit meinem Körper würd ich sagen. Ja, (..) also es gibt halt immer mal so Stellen, die man jetzt nicht so schön findet. Also ich find zum Beispiel meine Beine jetzt nicht SO perfekt, aber (.) ich mein, es ist halt auch nicht jeder gleich und es gibt ja auch nicht wirklich dieses Perfekte, beziehungsweise jeder sieht das ja auch irgendwie anders. Also ich würd schon sagen, dass ich zufrieden bin, ja.	Ist relativ zufrieden mit ihrem Körper. Manche Stellen findet sie nicht so schön. Beine werden nicht als perfekt wahrgenommen. Das Perfekte gibt es nicht, beziehungsweise jeder ist anders und sieht es anders.	Positive Körpereinstellung, trotzdem Zweifel/ Unzufriedenheit vorhanden. (3)	KÖRPERBILD

I: Und denkst du aber, dass sich das verändert hat? (..) Seit du auf Instagram den Fitnessaccounts folgst?			
B3: Ja, ein bisschen schon. Also ich versuch, mich davon nicht beeinflussen zu lassen, aber wenn man dann immer sieht, wie gut/ oder, dass sie noch schlanker aussehen, oder, dass zum Beispiel die Beine dann besser aussehen oder so, dann denkt man manchmal schon so bisschen (…) darüber nach, aber ja.	Will sich nicht von Instagram beeinflussen lassen. Wenn sie sieht, wie gut oder schlank andere aussehen, denkt sie über eigenes Aussehen nach.	Körperlicher Perfektionsdruck vorhanden. (5)	KÖRPERBILD
I: Okay, also vergleichst du deinen Körper auch mit denen aus Instagram?			
B3: Joa, ja schon so bisschen dann (..).	Vergleicht ihren Körper mit denen der Influencer.	Körpervergleich mit Körpern auf Instagram. (3)	KÖRPERBILD
I: Findest du/ Also findest du, es spielt eine Rolle, in der Schule einen fitten Körper zu haben?			
B3: (..) Hmm ne, find ich jetzt eigentlich nicht. Also in meinem Freundeskreis in der Schule hat niemand wirklich einen perfekten Körper und deswegen (..) ist es/ Also nee. Ich find, das sind dann auch keine wirklichen Freunde, wenn man sich den Druck macht, dass man irgendwie gut aussehen muss.	Findet, dass es keine Rolle in der Schule spielt, da niemand dort einen perfekten Körper hat. Wenn Druck bezüglich des Aussehens besteht, sind es keine richtigen Freunde.	In der Schule gibt es keinen körperlichen Perfektionsdruck.	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Und bekommst du mit, dass manche wegen ihrem Körper irgendwie ausgeschlossen werden? Oder andere, (..) weil sie fitter sind, beliebter sind?			

B3: Hmm (…) nee. Fällt mir jetzt spontan NICHTS ein.	Keine Wahrnehmung von körperbezogenen Bewertungen.	Keine Ausgrenzung in der Schule aufgrund des Körpers vorhanden.	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Alles klar, dann wars das schon. Vielen Dank nochmal!			

Anhang 6
Einzelinterview 4

Datum: 09.10.2020
Dauer: 12:04 Minuten
Ort: Skype- Anruf
Alter: 14 Jahre

Text	Paraphrasierungen	Generalisierungen	Kategorie
I: Genau, also wieviel Zeit am Tag bist du denn ungefähr auf Instagram, was denkst du?			
B4: (.) Also es ist unterschiedlich. Also ich hab mir mal versucht irgendwann so n Limit zu setzen, aber es (.) funktioniert ni-/ Es ist immer unterschiedlich. Also im Moment, wo ich so viele Arbeiten geschrieben hab, war es viel weniger (..) aber davor, also ich bin mir nicht sicher, aber so über ein - zwei Stunde schon. Hmm, also im Moment vielleicht auch eher weniger, ja und vorher mehr.	Instagramnutzung variiert, liegt aber meistens bei über ein bis zwei Stunden. Hat versucht, sich ein zeitliches Limit zu setzen. Wenn Arbeiten geschrieben werden, ist die Nutzungszeit geringer.	Tägliche Instagramnutzung. (4) Kann die Dauer schwer einschätzen (4). (Nutzung als Sucht?) (4)	ZEITANGABE
I: Okay und du folgst da ja auch Profilen, die Fitnessinhalt posten, oder?			
B4: Ja schon ein paar, also ich folg halt der Pamela Reif zum Beispiel.	Folgt Pamela Reif und weiteren Influencerinnen.	Folgt mehreren Fitnessinfluencerinnen. (3)	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Und wofür interessierst du dich da am Meisten? Also für welche (..) Beiträge?			

B4: Also, ich weiß nicht. Also ich habe jetzt schon ein paar Mal bei diesen (..) ganzen Essenssachen oder so/ Das find ich manchmal ganz interessant. So was es vielleicht so als Alternativen gibt oder so. (…) Und (..) ich weiß nicht, auch generell die hat immer so Work-Out Pläne gemacht und da hab ich manchmal in der Coronazeit, wenn man halt irgendwie ne Weile nichts gemacht hat oder so, hab ich da auch mal geguckt oder so, ob ich da auch mal ein Work-Out mache. (..) Aber, ja, so bisschen in die Richtung.	Interessiert sich für Essensbeiträge und Work-Out Pläne. Hat während der Coronapandemie selbst Work-Outs nachgemacht.	Interesse für Fitness-Work-Outs und Ernährung. (3) Influencerinnen beeinflussen Bewegungsverhalten. (4)	INTERESSENSGEBIETE/ EINFLUSS AUF BEWEGUNGSVERHALTEN
I: Okay, also machst du das quasi auch nach, was du da dann auf ihrer Seite siehst?			
B4: Die Work-Outs mach ich auch manchmal und das mit dem Essen schau ich mir eher nur an. Da hab ich einmal mit meiner Schwester irgendwie so n paar Sachen mal ausprobiert, (.) aber das mach ich eigentlich nicht so richtig nach sonst.	Macht Work-Outs nach, schaut sich Essensbeiträge nur an. Hat mit ihrer Schwester schon mal Rezepte ausprobiert.	Influencer beeinflussen Ernährungs- und Bewegungsverhalten (2).	EINFLUSS AUF BEWEGUNGSVERHALTEN/ ERNÄRHUNG
I: Und hast du auch schon mal bei Gewinnspielen mitgemacht, also hast du schon mal was gekauft, was du bei denen auf der Seite gesehen hast?			
B4: Also bei Gewinnspielen hab ich noch nicht so richtig mitgemacht, vielleicht einmal oder zweimal, aber irgendwie nur weil man/ weil man nur das Bild liken musste und weiß ich nicht, dann hab ichs halt gemacht. Aber gekauft hab ich mir jetzt auch noch nicht so RICHTIG was, aber die /	Bei Gewinnspielen nur ein bis zweimal teilgenommen. Gekauft auch noch nichts. Schwester hat sich zum Geburtstag ein Kochbuch einer	Influencer beeinflussen Konsumverhalten nur indirekt. (2)	EINFLUSS AUF KONSUMVERHALTEN

Also meine Schwester hat sich zum Geburtstag mal so ein Kochbuch oder so von der gewünscht und dann hab ich das auch mitbenutzt. Aber selber hab ich noch nichts gekauft.	Influencerin gewünscht und sie hat es mitbenutzt.		
I: Okay. Und jetzt mal unabhängig von den Personen, denen du folgst. Wenn jemand sagt: „Die Person ist richtig fit!“ Wie stellst du die dir dann vor? Also was bedeutet es, wenn man fit ist?			
B4: Also ich stells mir schon vor, dass man bisschen trainierter ist. Also, dass man schon, also fit/ (..), unter fit sein stell ich mir jetzt nicht vor, dass man so richtig so (unv.) KRASS trainierter, irgendwie richtig sportlicher Körper hat, sondern dass man irgendwie jemanden sieht und der ist ein bisschen muskulöser und hat einfach nen/ vom Körperbau sieht er relativ (..) halt, trainiert aus. Eher sowas würd ich mir vorstellen.	Fit sein ist durchtrainiert sein, einen muskulösen Körper und trainierten Körperbau haben. Fit sein ist nicht „krass“ trainiert zu sein.	Fitness beschränkt sich auf den Körper. (3)	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS
I: Und würdest du sagen, dir ist das auch wichtig, dass du so aussiehst?			
B4: Also ich/ Also es ist mir jetzt nicht so (.) TOTAL wichtig, aber ein bisschen (.) achtet man schon drauf. Also ich würde jetzt nicht/ Also ich könnte nicht irgendwie vom Essen drauf achten, sondern / Also da kann ich nicht so sagen: „Ich achte jetzt darauf, dass ich weniger esse oder so“. Aber man achtet vielleicht in dem Sinne drauf, dass man sagt man sagt: „Jetzt mach ich mal was Sportliches oder ich mach mal ein Work-Out“. (..) Aber ja, halt dann auch weils auch Spaß macht.	Fit zu sein ist mäßig wichtig. Achtet um fit zu sein weniger auf die Ernährung und mehr auf Sporttreiben. Work-Outs machen Spaß.	Bewegungsverhalten wird verändert, um fit zu sein. Spaß steht bei Fitness im Vordergrund. (3)	VORSTELLUNGEN ÜBER FITNESS/ EINFLUSS AUF BEWEGUNGSVERHALTEN

I: Okay (..). Einen Moment kurz (..). Was postest du denn dann hauptsächlich auf deinem Instagram Account für Bilder?			
B4: Ja, also ich poste immer unterschiedliche Bilder. So vom Urlaub zum Beispiel. Aber es ist jetzt nicht so von einer/ Ah, also doch, also es sind meistens Bilder von mir/ poste ich eigentlich nur. (..) Also ja, wenn ich jetzt mal ein schönes Bild hab oder so dann post ich das.	Postet unterschiedliche Bilder. Postet nur Bilder von sich selbst.	Selbstdarstellung auf Instagram zentral. (3)	NUTZUNGSVERHALTEN
I: Würdest du/ Also würdest du im Moment sagen, dass du dich wohl in deinem Körper fühlst? Oder eher nicht so?			
B4: Also im Moment bin ich eigentlich relativ zufrieden mit meinem Körper. Aber (.) ich glaub/ Also ich hab jetzt auch in der Coronazeit dann angefangen bisschen mehr ab und zu mal ein Work-Out zu machen, deshalb im Moment ganz zufrieden.	Ist relativ zufrieden mit ihrem Körper. Dadurch, dass während der Coronapandemie Work-Outs gemacht wurden, ist sie noch zufriedener.	Influencer als Unterstützer für mehr Zufriedenheit mit dem Körper. (2) Positive Körpereinstellung. (4)	KÖRPERBILD
I: Und denkst du das hat sich verändert seit du solchen Fitnessinfluencern folgst?			
B4: Hmm, also ich glaube (..) SCHON, dass es irgendwie einen (.) unter Druck setzt. Weil Instagram allgemein ja schon/ Also, weil man immer so genau sieht was alle anderen machen und so und wenn die Sport machen (..) Das ist schon, dass man sich so bisschen denkt irgendwie: „Machen die anderen das jetzt auch alle“, oder so.	Fitnessbeiträge setzen sie unter Druck, weil sie immer sieht, wenn andere Sport machen.	Körperlicher Perfektionsdruck durch Instagram. (6) Das Gefühl Sport machen zu müssen durch Instagram. (2)	KÖRPERBILD

I: Ja. Okay. Und hast du/ vergleichst du deinen Körper dann auch manchmal mit dem was du da dann bei den Influencern auf Instagram siehst?			
B4: Ja, also es kommt schon manchmal vor aber/ Also man machts jetzt nicht irgendwie offensichtlich. Aber manchmal überlegt man vielleicht mal unbewusst, ob man auch irgendwie (..) so aussieht wie die oder so. Also es ist jetzt aber nicht so, dass ich die dann anschaue und sage, ich will jetzt unbedingt so aussehen wie die oder so.	Vergleicht sich unbewusst und überlegt, ob sie so aussieht wie die Influencer. Will nicht unbedingt so aussehen wie die Influencer.	Körpervergleich mit Körpern auf Instagram. (4)	KÖRPERBILD
I: Okay, also könntest du sagen, da ist jemand von denen dein Vorbild? So vom Körper her?			
B4: Hmm, nee eigentlich nicht. Also manchmal sieht man vielleicht ein bisschen trainiertere Leute und dann denkt man so: „Ah, vielleicht, weiß ich nicht, so ein bisschen trainierter würd ich auch sein“ oder so, aber ich hab jetzt niemanden wo ich denk: „Ich will unbedingt so aussehen wie die Person“.	Hat kein körperliches Vorbild auf Instagram. Denkt, wenn sie trainierte Körper sieht, sie wäre auch gerne trainierter.	Teilweise körperlicher Perfektionsdruck durch Instagram. (7)	INFLUENCER ALS VORBILD
I: Okay, (..) jetzt können wir nochmal kurz über die Schule reden. Findest du, dass es in der Schule ne Rolle spielt, wenn man einen fitteren Körper hat?			
B4: Also ich glaube, in der Schule ist es nochmal stärker. Auch, zum Teil zum Beispiel (unv.) wenn man nur zu Hause (..) ist/ Jetzt hier zu Hause ist und dann alle auf Instagram sieht, dann ist es auch	Noch stärkerer Druck in der Schule als zuhause.	Körperlicher Druck wird in der Schule/ durch Peer-Gruppen verstärkt (4).	KÖRPER IN DER SCHULE

nochmal ein bisschen weiter weg. Aber wenn man sich in der Schule vergleicht, irgendwie mit Leuten, (.) dann glaub ich ist es so/ Wenn man so direkt jeden Tag im Alltag mit den Leuten zu tun hat, dann passiert es glaub ich eher mal MEHR. Weil man sich dann auch wieder denkt: „Ich will auch ein bisschen so aussehen wie die“ oder so. Also bei mir persönlich ist es jetzt nicht SO stark aber ich glaube/ Also ich kenn paar Leute wo man merkt, irgendwie, dass es bei denen dann schon in der Schule auch irgendwie noch mal einen Einfluss hat. Halt wenn man den ganzen Tag irgendwie mit bestimmten Leuten Zeit verbringt und das dann auch immer zuhause noch auf Instagram sieht.	In der Schule vergleicht man sich mehr und will aussehen wie andere. .	Körpervergleich in der Schule zentral. (4)	
I: Mhm (bejahend). Also würdest du sagen, dass es durch Instagram mehr geworden ist?			
B4: Ja, ich würd schon sagen, dass es mehr geworden ist, weil grad durch die ganzen Fitnessblogger und so/ Da gibt es so viel Leute die den ganzen/ Die ihr ganzes Leben danach ausrichten, wie man leben kann, damit man sozusagen/ Also wie man leben sollte, damit man vielleicht so aussehen kann. Und das/ Also das gibt’s ja jetzt noch nicht so lange glaub ich, und ich glaub, dass das schon einen starken Einfluss auf einen nimmt und auch in der Schule, weil man das halt auch immer/ so viele Leben sieht, die es einem vorleben, und es dann in der Schule vielleicht schon mal öfters vergleicht. Und dann	Durch Fitnessblogger hat der Druck zugenommen. Viele Fitnessblogger teilen mit, wie man leben muss, um ein bestimmtes Aussehen zu erreichen. In der Schule sieht man Menschen, die einem das Fitnessleben vorleben. Man vergleicht sich öfter in der Schule und sieht es zusätzlich jeden Tag auf Instagram.	Körperlicher Perfektionsdruck hat durch Instagram zugenommen (3). Körpervergleich in der Schule zentral (5). Durch Fitnessvielfalt kommt es zur Überforderung.	KÖRPER IN DER SCHULE

sieht mans aber noch jeden Tag auf Instagram. Und dann gibt's da so viele Möglichkeiten wie mans vielleicht erreichen könnte. Jetzt halt mit diesen ganzen Work-Outs und Klamotten und Essenssachen und so glaub ich schon, dass es dadurch dann stärker wird.	Viele Möglichkeiten, wie Work-Outs, Klamotten, Ernährung, die helfen sollen das „Fitnessleben" zu erreichen.		
I: Okay, und findest du, dass dann mit diesem Thema Körper in der Schule dann anders umgegangen werden sollte?			
B4: Also ich find, was eigentlich/ Es gibt ja so viele Bewegungen mit diesem ganzen: „man soll sich wohlfühlen in seinem eigenen Körper". Und das find ich eigentlich gut, weil das stärkt ja (..)/ Also das bestärkt einen ja, dass man sich selbst auch schön finden soll und nicht immer nur irgendwas verändern soll. Und ich glaube, dass das halt auch bei uns im Alter dann (..) sinnvoll wäre, wenn man da irgendwie dann mehr macht oder das halt ändert.	Es sollte eher vermittelt werden, dass man sich in seinem Körper wohlfühlen sollte. Bestärkt sein, sich selbst schön zu finden und nichts verändern muss. Schule sollte mehr machen oder etwas verändern.	Thema Körper in der Schule wird als wichtig erachtet. (3)	KÖRPER IN DER SCHULE
I: Mhm (bejahend). Okay, also das wars jetzt schon mit meinen Fragen (..). Vielen Dank, dass du mitgemacht hast.			

JOHANNES GUTENBERG UNIVERSITÄT MAINZ

Erklärung

gemäß § 18 Abs. 6 und § 15 Abs. 8 der Ordnung für die Prüfung im lehramtsbezogenen Bachelorstudiengang an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (POLBA, ggf. POLBA-Dijon), bzw. § 18 Abs. 5 und § 15 Abs. 10 der Ordnung für die Prüfung im Masterstudiengang für das Lehramt an Gymnasien (POLMA, ggf. POLMA Dijon, iPOLMA-Dijon).

Hiermit erkläre ich, Lea Fausten (Matr.-Nr.: 2731283), dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen oder Hilfsmittel (einschließlich elektronischer Medien und Online-Quellen) benutzt habe. Mir ist bewusst, dass ein Täuschungsversuch oder ein Ordnungsverstoß vorliegt, wenn sich diese Erklärung als unwahr erweist. § 18 Absatz 3 und 4 der o. g. Ordnungen gilt in diesem Fall entsprechend.

Mainz, 04.12.2020
Ort, Datum

L. Fausten
Unterschrift

Auszug aus § 18 o. g. Ordnungen: Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

(3) Versucht die Kandidatin oder der Kandidat das Ergebnis einer Prüfung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, gilt die betreffende Prüfungsleistung als mit „nicht ausreichend" (5,0) absolviert (...)

(4) Die Kandidatin oder der Kandidat kann innerhalb einer Frist von einem Monat verlangen, dass Entscheidungen nach Absatz 3 Satz 1 und 2 vom jeweils zuständigen Prüfungsausschuss überprüft werden. Belastende Entscheidungen sind der Kandidatin oder dem Kandidaten unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen. Der Kandidatin oder dem Kandidaten ist vor einer Entscheidung Gelegenheit zur Äußerung zu geben.