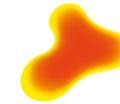


Positives Körperbild – *Image corporelle positive*

Gibt es einen relevanten Unterschied zwischen den Resultaten der Befragung zum positiven Körperbild der Jugendlichen zwischen 13 und 16 Jahren in der Deutschschweiz (2015) und in der Romandie (2016)?

Ablauf der Präsentation



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Einstieg

1. Fragestellung
2. Zielsetzungen der Masterarbeit
3. Theoretischer Hintergrund
4. Methoden
5. Ergebnisse aus dem Vergleich der Daten aus der Deutschschweiz (2015) mit den Daten aus der Romandie (2016)
6. Diskussion
7. Limitationen
8. Handlungsempfehlungen

Einstieg (1/4)

Barbie™ versus Lammily™



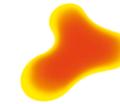
Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera



Fotos: Widmer Howald, 2017

Einstieg (2/4)

Schönheitsideale im Laufe der Zeit



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

- Schönheitsideale haben immer variiert im Laufe der Zeit und innerhalb der Kulturen
- Schon immer wurden Veränderungen am Körper vorgenommen



«Giraffenhalsfrau» der Padaung (Myanmar)

Bildnachweis: <http://www.mta-r.de/blog/giraffenhalsfrauen-panzer-fuer-die-schoenheit/>; 18.05.2017



Mann der Mursi (Äthiopien)

Bildnachweis: <http://www.planet-wissen.de/schoenheitsideale-104~v-gseagaleriexl.jpg>; 24.05.2017



«Vampire-Woman» (Mexico)

Bildnachweis: <http://2.bp.blogspot.com/-8ygWq0l6RUg/Tf3fncl6NQI/AAAAAAAAAKE/x2qdYz82WC4/s1600/Maria+Jose+Cristerna.jpg>; 18.05.2017

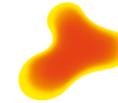
Einstieg (3/4)

Soziale Medien 2017

Justin Jedlica,
der Mensch gewordene Ken



Instagram 90.5k followers
(<http://justinjedlica.com>; 18.05.2017)



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Valeria Lukyanova,
die Mensch gewordene Barbie



Instagram 452k followers
(www.instagram.com/valerialukyanova; 18.05.2017)

Einstieg (4/4)

«Fragesnack»



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

«Für die Schönheit muss man leiden!»
Was denkst du dazu?

*«On doit souffrir pour être belle/beau!»
Qu'est-ce que t'en penses?*

Erzähle eine Begebenheit, bei der
das Essen eine grosse Bedeutung
für dich hatte.

*Racontes une situation, dans laquelle le fait
de manger avait un sens majeur pour toi.*

Was würdest du an deinem
Körper ändern, wenn du könntest?
Was wäre dann anders?

*Si tu le pouvais, comment changerais-tu ton
corps? Que serait-il ensuite différent?*

Was machst du, wenn du traurig
bist?

Qu'est-ce que tu fais quand tu es triste?

Fragestellung der Masterarbeit

(Widmer Howald 2017)



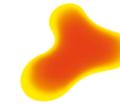
Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Positives Körperbild – Forschungsfrage

Gibt es einen relevanten Unterschied zwischen den Resultaten der Befragung zum positiven Körperbild der Jugendlichen zwischen 13 und 16 Jahren in der Deutschschweiz (2015) und in der Romandie (2016)?

Zielsetzungen der Masterarbeit

(Widmer Howald 2017)



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

1. Anpassung des Deutschschweizer Fragebogens an die Romandie inklusive der sprachlichen und kulturellen Adaptation unter **Berücksichtigung der Vergleichbarkeit** der beiden Datensätze.
2. **Vergleich** der Deutschschweizer Daten mit den Daten der Romandie, um daraus in der Folge seitens Gesundheitsförderung Schweiz **Handlungsempfehlungen ableiten** zu können.
3. Die Jugendlichen selber **langfristig** in ihrer Entwicklung eines positiven Körperbildes unterstützen, sowie den Blick der Bezugspersonen der Jugendlichen hinsichtlich der Thematik schärfen.

Hintergrund (1/5)

Körperbild



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

- Das Körperbild bezeichnet das **Selbstbild**, das sich eine Person von ihrem Körper macht. Es bildet sich immer aufgrund von **Wechselwirkungen zwischen dem Individuum und der Gesellschaft** (Forrester-Knauss 2014).
- Unser Körperbild ist ein wichtiger Bestandteil unserer **Identität und unseres Selbstkonzepts** (Dittmar 2009).

Negatives Körperbild



- **Starke Unzufriedenheit, negative Gedanken und negative Gefühle** gegenüber dem eigenen Körper (Piran & Teall 2015).
- **Starker Druck** aufgrund des kulturellen Schönheitsideals, der sozialen Botschaften und der individuellen Persönlichkeitsmerkmale (Posch 2009).
- Problematisch ist ein negatives Körperbild dann, wenn der Wunsch, seinen Körper zu verändern, zu einem **gesundheitsgefährdenden Verhalten** führt oder wenn es die **psychische Gesundheit ernsthaft beeinträchtigt** (Piran & Teall 2015).

Faktoren, welche ein negatives Körperbild untermauern





Grundsätzlich sind Personen mit einem positiven Körperbild

- zufrieden mit ihrem Körper
- reflektieren in der Gesellschaft vorherrschende Schönheitsideale kritisch
- und können sorgsam mit ihrem Körper umgehen

(Tylka 2011; Forrester-Knauss 2014).

Diese Tatsache wird von der Wissenschaft als hilfreich und effektiv angesehen für **die Prävention von Gewichtszunahme und gestörtem Essverhalten** (Neumark-Sztainer 2009; Neumark-Sztainer et al. 2010).

Stärkende Faktoren für ein positives Körperbild





Das positive Körperbild wurde im Fragebogen erfasst via:

1. Der Differenz zwischen Ideal- und Realbild, abgeleitet aus dem Verhältnis der Körperteile, die gefallen zu denjenigen, die nicht gefallen (Wooley & Roll 1991; Diskrepanzmass: validiert in der Pilotbefragung zum positiven Körperbild von Schär & Weber 2015)
2. Der Zufriedenheit mit dem eigenen Körper aufgrund der Selbsteinschätzung des Gewichts (Harris et al. 2008; Ettarh et al. 2013)
3. Items zur Selbstakzeptanz aus den Frankfurter Körperkonzeptskalen (FKKS, Deusinger 1998)



Weibliche Silhouetten zur Beurteilung des Körpergewichts (Fragebogen Romandie, 2016)

Regarde attentivement les représentations de morphologie et de silhouette ci-dessous et réponds aux deux questions suivantes.

Quelle morphologie correspond le mieux à ton corps / à ta silhouette?	<input type="radio"/>					
Quelle morphologie correspond le mieux à la silhouette de tes rêves?	<input type="radio"/>					



Männliche Silhouetten zur Beurteilung des Körpergewichts

(Fragebogen Romandie, 2016)

Regarde attentivement les représentations de morphologie et de poids corporel ci-dessous et réponds aux deux questions suivantes.

Quelle morphologie correspond le mieux à ton corps / à ta silhouette?							
	<input type="radio"/>						
Quelle morphologie correspond le mieux à la silhouette de tes rêves?							
	<input type="radio"/>						



Männliche Silhouetten zu Beurteilung der Muskelmasse

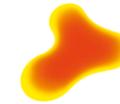
Fragebogen Romandie (2016)

Les images précédentes faisaient référence à la morphologie et au poids corporel. A l'aide des images suivantes, réponds à présent aux deux questions ci-dessous relatives à la masse musculaire.

Quelle morphologie correspond le mieux à ton corps / à ta silhouette?						
	<input type="radio"/>					
Quelle morphologie correspond le mieux à la silhouette de tes rêves?						
	<input type="radio"/>					

Ergebnisse (1/7)

Vergleich Deutschschweiz mit der Romandie



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Überblick über die demographischen Daten

Anzahl	Deutschschweiz (2015)		Romandie (2016)	
Kantone	3		3	
Schulklassen	21		33	
Befragte	Junge Männer	Junge Frauen	Junge Männer	Junge Frauen
	195	176	310	342
Befragte Total	371		652	



Unterschiedlich in Signifikanz und Effektstärke

	Deutschschweiz (2015)	Romandie (2016)
	Körperbild FKKS	Körperbild FKKS
Selber schön finden Item: Fühlst du dich schön?	-.517**	.249**
Gefühl schön zu sein via Item: Wie wichtig ist es dir, dass andere dir das Gefühl geben schön zu sein?	.274**	.640**
Wichtigkeit des Aussehens	n.s.	.695**
Wichtigkeit des Aussehens mit Muskeln	k.A.	.698**

.** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (1-seitig) signifikant.

n.s. nicht signifikant

k.A. keine Angabe

Körperzufriedenheit



Zufriedenheit mit dem eigenen Körper (Häufigkeit in %)

Zufriedenheit	Deutschschweiz (2015)		Romandie (2016)	
	Junge Männer	Junge Frauen	Junge Männer	Junge Frauen
Zu dünn	3.0	0.7	7.1	3.8
Etwas zu dünn	19.3	5.8	15.7	8.3
Wunschfigur	56.0	34.8	37.1	39.4
Etwas zu dick	14.5	50.7	23.2	17.6
Zu dick	6.6	6.5	8.6	27.2
Viel zu dick	0.6	1.4	8.3	3.5

Ergebnisse (4/7)

Verhalten



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Verhaltensweisen, um den Körper zu verändern

	Deutschschweiz (2015)		Romandie (2016)	
Verhalten	Junge Männer	Junge Frauen	Junge Männer	Junge Frauen
Abnehmen	29.2	59.1	45.8	50.6
Körper nicht verändern	43.8	25.6	51.2	42.8
Zunehmen	12.0	9.7	12.9	12.6
Mehr Muskeln	54.0	k.A.	59.7	36.3
Abnehmen				
Diäten	21.6 (6.3)*	34.7 (20.5)	6.8 (3.1)	12.3 (6.2)
Sport	88.7 (25.7)	80.7 (47.7)	42.9 (19.7)	40.9 (20.7)
Medikamente	0.0	1.0 (0.6)	1.0 (0.6)	0.0
Erbrechen	0.0	7.6 (4.5)	1.0 (0.6)	1.2 (0.6)
Schönheitsoperation	0.5	5.8 (3.4)	2.3 (1.0)	2.9 (1.4)
Mehr Muskeln				
Krafttraining	89.4 (47.2)	k.A.	55.8 (33.3)	32.7 (11.9)
Kalorien	23.9 (12.6)	k.A.	6.8 (4.1)	1.8 (0.7)
Nahrungsergänzung	12.9 (6.8)	k.A.	4.8 (2.9)	1.2 (0.4)
Kreatin	0.9 (0.5)	k.A.	0.6 (0.4)	0.3 (0.1)
Anabolika	4.0 (2.1)	k.A.	0.6 (0.4)	0.6 (0.2)

k.A. keine Angaben

Die Prozentzahlen vor der Klammer beziehen sich auf diejenigen Jugendlichen, die bereits etwas an ihrem Verhalten geändert haben, um abzunehmen beziehungsweise mehr Muskeln aufzubauen.

Die Zahlen in Klammern sind absolute Prozentangaben, also x % aller Jugendlichen, die an der Studie teilgenommen haben.



Gruppenunterschiede von Jugendlichen, die ihren Körper verändern wollten, zu solchen, die ihren Körper nicht verändern wollten

	Deutschschweiz (2015)				Romandie (2016)			
	Ja		Nein		Ja		Nein	
Wolltest du deinen Körper schon einmal verändern?	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
<i>Psychische Gesundheit SCL-14</i>	4.3	0.6	4.6	0.4	4.2	0.6	4.4	0.6
<i>Positives Körperbild FKKS</i>	3.8	0.7	4.5	0.5	3.7	1.8	4.6	0.8
<i>Zufriedenheit mit dem Körper</i>								
Differenz Ideal-/Realbild	0.5	1.0	-0.1	0.6	0.9	1.1	0.6	0.9
Differenz Körperteile, die gefallen – nicht gefallen	0.7	2.7	1.5	2.5	2.0	12.2	5.8	15.9
<i>Ablehnung unrealistischer Körperbilder</i>								
Soziale Medien	2.9	0.9	3.5	0.9	2.7	1.7	3.6	0.9
Hoffnung	2.7	0.7	3.3	0.7	2.4	1.5	3.2	0.7

M = Mittelwert; SD = Standardabweichung



Andere Leute, die sagen, wie dein Körper sein sollte (Häufigkeit in %)

Verhalten	Deutschschweiz (2015)		Romandie (2016)	
	Junge Männer	Junge Frauen	Junge Männer	Junge Frauen
Andere Leute sagen nichts	76.4	80.7	71.6	71.1
Andere Leute, die etwas sagen				
Hausarzt	5.1	8.0	5.2	5.6
Trainer	5.6	1.1	9.0	1.5
Sportlehrer	2.1	1.1	3.2	0.6
Andere	7.7	6.8	3.2	2.9

Medien und psychische Gesundheit



Zusammenhang von Medieneinfluss und Hoffnung bei Veränderung des Körpers mit psychischer Gesundheit, positivem Körperbild und Körperzufriedenheit

Variablen	Deutschschweiz (2015)		Romandie (2016)	
	Medieneinfluss	Hoffnung	Medieneinfluss	Hoffnung
Psychische Gesundheit SCL-14	.312**	.306**	.338**	.286**
Gedanken, anderer Körper	.539**	.545**	-.580**	-.521**
Positives Körperbild FKKS	-.460**	-.464**	.808**	.771**
<i>Zufriedenheit mit dem Körper</i>				
Differenz Ideal-/Realbild	.292**	.239**	-.338**	-.239**
Differenz Körperteile, die gefallen – nicht gefallen	-.280**	-.231**	.149**	.130**

.** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (1-seitig) signifikant.

Antwort auf die Fragestellung der Masterarbeit (Widmer Howald 2017)



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Zusammenfassend kann folgende Antwort formuliert werden:

Der Vergleich der Antworten von insgesamt **1023 Jugendlichen** im Alter zwischen 13 und 16 Jahren – 195 junge Männer und 176 junge Frauen aus der Deutschschweiz sowie 310 junge Männer und 342 junge Frauen aus der Romandie – zeigt, dass es in den beiden grössten Sprachregionen der Schweiz **keinen relevanten Unterschied** bezüglich positivem Körperbild der Jugendlichen gibt.



Muskelmasse – Monitoring – Sensibilisierung

Muskelmasse gilt als valider Prädiktor in der Beurteilung des eigenen Körpers.

Ansatzpunkte für weiterführende Studien und Handlungsstrategien:

- *Befragung der Eltern: Sensibilisierungsmassnahmen in der Eltern-zusammenarbeit entwickeln.*
- *Prüfung von selektiven Präventionsansätzen mittels einer Expertengruppe, um auch Jugendlichen mit grossen Risikofaktoren in Bezug auf eine dysfunktionale Entwicklung ihres Körperbildes gerecht zu werden.*
- *Bestehende Monitoringsysteme sollten um den Aspekt der Muskelmasse erweitert werden.*



Diskrepanz zwischen der Deutschschweiz und der Romandie

Deutschschweiz	Romandie
56% der jungen Männer gaben an, ihr Wunschgewicht zu haben, 21.7% fühlten sich zu dick.	37.1% der jungen Männer gaben an, ihr Wunschgewicht zu haben, 40.1% fühlten sich zu dick.

Fragen, welchen in vertiefenden Studien nachgegangen werden müsste:

- *Lifestyle-Trends in der Romandie?*
- *Prägende, aktuelle Sportereignisse?*
- *Blick über die Landesgrenze: Einflussfaktoren bezüglich Fitness und Lebensstil aus Frankreich?*
- *Zeitpunkt der Befragung: Winter- versus Sommermonate*



Tabuthemen – Schwierigkeit unterschiedlicher Erfassungsmethoden

In der Schweiz sind 3,5% der Menschen von einer Essstörung betroffen (BAG 2012). Die jungen Männer beider Sprachregionen sowie auch die jungen Frauen aus der Romandie kreuzten zu < 1% Verhaltensweisen für eine aktive Gewichtsreduktion durch Erbrechen oder Medikamenteneinnahme an.

Weg vom ausschliesslichen Erfragen des body mass index BMI (SMASH- und HBSC-Studien)¹, hin zu einem umfassenderen Verständnis des Körperbildes

¹ Swiss Survey on Adolescent Health 1993, 2002; Health Behaviour in School Aged Children 2010, 2014

Weiterführende Fragen und mögliche Handlungsansätze:

- *Medikamentenabusus bei Essstörungen laut Diagnosemanual DSM-IV bei Essstörungen bekanntes Mittel zur Gewichtsreduktion: Tabuthema?*
- *Regelmässiges Monitoring mit einheitlichem Erfassungsinstrument*
- *Zielgruppen- und genderspezifische Kommunikationsstrategien*



Motivationsgründe – Muskelmasse bei Frauen – soziale Medien

Männlich: «Ich habe mehr Muskeln, deshalb bin ich attraktiver».

Weiblich: «Ich vermeide, dick zu werden, um dadurch nicht unattraktiv zu sein»

(Schär & Weber 2015).

Muskelmasse als valider Prädiktor in der Beurteilung des eigenen Körpers sowohl bei jungen Männern als auch bei Frauen.

Mögliche Handlungsstrategien:

- **CAVE:** *Muscle Dysmorphia bei Männern, Sixpack bei Frauen* → *Sensibilisierung der Vertrauenspersonen.*
- *Einbezug der **sozialen Netzwerke** in die Entwicklung von Massnahmen*

«Bodypositivity»	versus	Beauty-Cult
Morena Diaz (Aarau) https://m0reniita.com/ Abonnenten: 53'300 (15.06.2017)		Eugenia Cooney (New York City) https://www.youtube.com/user/eugeniacooney Abonnenten: 1'173'342 (15.06.2017)



Vorbilder – Selbstreflexion

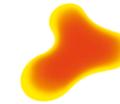
Das neue Schönheitsideal des Mannes geht deutlich in Richtung schlank und gleichzeitig muskulös (Phillips 2009; Cordes et al. 2015).

Bei den jungen Männern der Romandie machen Trainer und Sportlehrer zusammen mit 12.2% beinahe doppelt so viele Bemerkungen bezüglich Körperbild, als in der Deutschschweiz mit 7.7%.

Vertiefende Fragestellung und Handlungsstrategie:

- *Untermauern Trainer und Sportlehrer diese neuen Ideale mit ihren sich mehrenden Bemerkungen zum Körperbild der jungen Männer?*
- *Vertrauenspersonen in den Settings Schule und Freizeit müssen als wichtige Botschafter für ein positives Körperbild aktiv in der Planung von Kommunikationsmassnahmen berücksichtigt werden.*

Medien und psychische Gesundheit



Werte, Normen – Medieneinfluss

Bilder und über die Medien vermittelte **Werte und Normen** weisen einen grossen Zusammenhang mit dem positiven Körperbild auf. Die psychische Gesundheit ist in beiden Sprachregionen signifikant besser, wenn es den Jugendlichen gelingt, den **Einfluss der Medien** gering zu halten. Zudem geben die Jugendlichen deutlich weniger oft an, sich einen anderen Körper zu wünschen, je besser sie sich **von den Medienbildern abschirmen** können.

Vertiefende Fragestellung und Handlungsstrategie:

- *Inwiefern nehmen sportliche Grossanlässe kurzfristig Einfluss auf das Körperbild (z.B. Fussball Europameisterschaft 2016 in Frankreich)?*
- *Zielgruppenspezifische Sensibilisierungs- und Kommunikationsmassnahmen unter Berücksichtigung der sozialen Medien.*



Die vorliegende Studie hat folgende Limitationen:

1. 6 von 23 Kantonen der Schweiz wurden befragt
2. Fragebatterie wurde in dieser Form erstmalig eingesetzt
3. Veraltet anmutende graphische Darstellungen
4. Heterogene Studiendesigns verhindern Aussagen zu langfristigen Entwicklungen innerhalb des Körperbildes bei den Jugendlichen
5. 317 Daten aus der Deutschschweiz versus 652 Daten aus der Romandie: Frage nach einem Gewichtungsfaktor
6. Papierversion (Deutschschweiz 2015), online-Version (Romandie 2016)

Handlungsempfehlungen

abgeleitet aus der Masterarbeit (Widmer Howald 2017)



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

1. Zukünftige Sensibilisierungs- und Kommunikationsmassnahmen müssen zwingend unter **Einbezug der sozialen Medien** entwickelt werden.
2. Die Angebote zur **Stärkung des positiven Körperbildes**, und damit verbunden der **Selbstakzeptanz** und des **Selbstwertes**, müssen parallel für die Jugendliche selber, deren Eltern, Lehrpersonen und Sporttrainer in unterschiedlichen Settings (Schule, Freizeit) geplant und in Pilotversuchen getestet und evaluiert werden.
3. Eine fachlich breit abgestützte **Expertengruppe** soll die Massnahmen von Beginn weg begleiten und kritisch reflektieren.
4. Um das Körperbild der Jugendlichen regelmässig zu prüfen und auch zukünftige Trends in die Handlungsempfehlungen und Massnahmen zu integrieren, müssen die Fragen zum positiven Körperbild langfristig in **nationale Monitorings** eingebunden werden.



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit – ich freue mich auf inspirierende Diskussionen!

Franziska Widmer Howald, MSc

Projektleiterin Ernährung,
Gesundheitsförderung Schweiz

Tel. +41 (0)31 350 04 02

franziska.widmer@promotionsante.ch

Die komplette Literaturliste ist bei der Autorin einsehbar.

