

Instagram-Post vom 28. Oktober 2022

Post zu #CheckDasMal



Richtig männlich ist man nur mit Muskelbergen, Frauen müssen schlank und makellos sein? Dieser Eindruck kann entstehen, wenn man auf Social Media unterwegs ist. Warum ist das so? Die Erklärung liegt in den sozialen Netzwerken selbst.

Unternehmen nutzen Social Media zunehmend für Werbung. Dabei ist sie auf das Nutzungsverhalten angepasst: Verbraucher:innen bekommen auf Grundlage der Daten, die sie angeben, personalisierte Werbung angezeigt. Sind Themen wie Ernährung, Fitness und Schönheit für uns besonders relevant, werden wir verstärkt mit stereotypen Schönheitsidealen konfrontiert.

Hinzu kommt der Einsatz von Algorithmen. Eigentlich dazu da, das Vernetzen von Nutzer:innen untereinander zu erleichtern, sorgen sie gezielt dafür, dass bestimmte Inhalte und Profile mehr Aufmerksamkeit bekommen als andere. Auf Instagram zeigt sich, dass Frauen im Bikini und oberkörperfreie Männer häufiger angezeigt werden als andere Beiträge.

Auch Influencer:innen spielen für das Propagieren bestimmter Schönheitsideale eine wichtige Rolle. In ihrer Rolle als Idol verleiten sie ihre Follower:innen dazu, ihnen nachzueifern. Hinzu kommt, dass sie zum Teil Werbeverträge mit Unternehmen haben und ihren Follower:innen deshalb gezielt bestimmte Produkte empfehlen, die sie noch schöner, fitter und makelloser machen sollen.

An ein paar Stellschrauben kann man jedoch drehen, um sich gegen die Flut an einseitigen Schönheitsvorstellungen zu wappnen:

Konsumiere die Inhalte auf Social Media kritisch und reflektiert: Dein Nutzungsverhalten kann die Inhalte, die du siehst, beeinflussen. Gehe deshalb sparsam mit deinen persönlichen Daten um und deaktiviere nutzungsbasierte Werbung.

Wie wappnest du dich gegen verzerrte Schönheitsideale? Sag es uns unter dem Hashtag #CheckDasMal

#Verbraucherchecker #Verbraucherzentrale #Digitales #Verbraucherschutz #Algorithmen #BodyPositivity

Quellen: Landesmedienzentrum Baden-Württemberg/ Verbraucherzentrale