

Macht Werbung dick?

Einfluss der Lebensmittelwerbung auf Kinder und Jugendliche¹

Joerg M. Diehl, Fachbereich Psychologie und Sportwissenschaft, Justus-Liebig-Universität Gießen

Ernährungs-Umschau 52 (2005), S. 40 ff.

Literatur:

1. *Armstrong, C.A., Sallis, J.F., Alcaraz, J.E., Kolody, B., McKenzie, T.L., Howell, M.F.*: Children's television viewing, body fat, and physical fitness. *American Journal of Health Promotion* 12 (1998) 363-368.
2. *Ashton, D.*: Food advertising and childhood obesity. *Journal of the Royal Society of Medicine* 97 (2004) 51-52.
3. *Berkey, C.S., Rockett, H.R.H., Field, A.E., Gillman, M.W., Frazier, A.L., Camargo, C.A., Colditz, G.A.*: Activity, dietary intake, and weight changes in a longitudinal study of preadolescent and adolescent boys and girls. *Pediatrics* 105 (2000) 1-9.
4. *Cebulla-Jünger, E.*: Früher oder später kriegen wir Euch alle – Kinder als Zielgruppe und Werbeträger. In: *Deutsche Gesellschaft für Ernährung (Hrsg.): Wechselwirkungen zwischen Ernährung und kindlichem Verhalten* (S. 92-102). Kernen: DGE (1995).
5. *Committee on Nutrition*: Prevention of pediatric overweight and obesity. *Pediatrics* 112 (2003) 424-430.
6. *Crespo, C.J., Smit, E., Troiano, R.P., Bartlett, S.J., Macera, C.A., Andersen, R.E.*: Television watching, energy intake, and obesity in US children. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine* 155 (2001) 360-365.
7. *Darschin, W., Gerhard, H.*: Tendenzen im Zuschauerverhalten. *Media Perspektiven* Nr. 4 (2004) 142-150.
8. *Diehl, J.M.*: Was Kinder essen sollen! Die Ratschläge der Fernsehwerbung. *Ernährungs-Umschau (Sonderheft)* 46 (1999) S40-S44.
9. *Diehl, J.M.*: Nahrungspräferenzen 10- bis 14-jähriger Jungen und Mädchen. *Schweizerische Medizinische Wochenschrift* 129 (1999) 151-161.
10. *DuRant, R.H., Baranowski, T., Johnson, M., Thompson, W.O.*: The relationship among television watching, physical activity, and body composition of young children. *Pediatrics* 94 (1994) 449-455.
11. *Eisenmann, J.C., Barte, R.T., Wang, M.Q.*: Physical activity, TV viewing, and weight in U.S. youth: 1999 Youth Risk Behavior Survey. *Obesity Research* 10 (2002) 379-385.
12. *Feierabend, S., Klingler, W.*: Was Kinder sehen. *Media Perspektiven*, Nr. 4 (2004) 151-162.
13. *Förster, H.*: Übergewicht – Folge eines gestörten Gleichgewichtes zwischen Energiebedarf und Nahrungszufuhr. Welche Rolle spielen Süßwaren dabei? In: *Matissek, R. (Hrsg.): Moderne Ernährung heute* (S. 65-67). Köln: LCI (1999).
14. *Francis, L.A., Lee, Y. & Birch, L.L.*: Parental weight status and girls' television viewing, snacking, and body mass indexes. *Obesity Research* 11 (2003), 143-151.
15. *Franz, G., Hofstätter, K.-H.*: Recency Planning und Selektivseher. *Media Perspektiven* Nr. 6 (2003) 250-257.
16. *French, S.A., Story, M., Neumark-Sztainer, D., Fulkerson, J.A., Hannan, P.*: Fast food restaurant use among adolescents: Associations with nutrient intake, food choices and behavioral and psychosocial variables. *International Journal of Obesity* 25 (2001) 1823-1833.
17. *Frye, C., Heinrich, J.*: Trends and predictors of overweight and obesity in East German children. *International Journal of Obesity* 27 (2003) 963-969.
18. *Gamble, M., Cotugna, N.*: A quarter century of TV food advertising targeted at children. *American Journal of Health Behavior* 23 (1999) 261-267.
19. *Gortmaker, S.L., Must, A., Sobol, A.M., Peterson, K., Colditz, G.A., Dietz, W.H.*: Television viewing as a cause of increasing obesity among children in the United States, 1986-1990. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine* 150 (1996) 356-362.
20. *Hammond, K.M., Wyllie, A., Casswell, S.*: The extent and nature of televised food advertising to New Zealand children and adolescents. *Australian and New Zealand Journal of Public Health* 23 (1999) 49-54.
21. *Hastings, G., Stead, M., McDermott, L., Forsyth, A., MacKintosh, A.M., Rayner, M., Godfrey, C., Caraher, M., Angus, K.*: Review of research on the effects of food promotion to children. Glasgow: Centre for Social Marketing (www.csm.strath.ac.uk) (2003).
22. *Heffler, M.*: Der Werbemarkt 2002. *Media Perspektiven* Nr. 6 (2003) 269-277.
23. *Kalies, H., Lenz, J., von Kries, R.*: Prevalence of overweight and obesity and trends in body mass index in German pre-school children, 1982-1997. *International Journal of Obesity* 26 (2002) 1211-1217.
24. *Katzmarzyk, P.T., Malina, R.M., Song, T.M.K., Bouchard, C.*: Television viewing, physical activity, and health-related fitness of youth in the Québec Family Study. *Journal of Adolescent Health* 23 (1998) 318-325.
25. *Langnäse, K., Mast, M., Müller, M.J.*: Social class differences in overweight and prepubertal children in northwest Germany. *International Journal of Obesity* 26 (2002) 566-572.
26. *Lewis, M.K., Hill, A.J.*: Food advertising on British children's television: A content analysis and experimental study with nine-year olds. *International Journal of Obesity* 22 (1998) 206-214.
27. *Lobstein, T.J., James, W.P.T., Cole, T.J.*: Increasing levels of excess weight among children in England. *International Journal of Obesity* 27 (2003) 1136-1138.
28. *Lowry, R., Wechsler, H., Galuska, D.A., Fulton, J.E., Kann, L.*: Television viewing and its associations with overweight, sedentary lifestyle, and insufficient consumption of fruits and vegetables among US high school students: Differences by race, ethnicity and gender. *Journal of School Health* 72 (2002) 413-421.
29. *Lücke, D.*: Kinder gesünder ernähren. *Das Parlament* 54 (2004) Nr. 26, 1.
30. *Magarey, A.M., Daniels, L.A., Boulton, T.J.C., Cockington, R.A.*: Does fat intake predict adiposity in healthy children and adolescents aged 2-15 y? A longitudinal analysis. *European Journal of Clinical Nutrition* 55 (2001) 471-481.
31. Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland. *Media Perspektiven Dokumentation I* (2002) 2-50.
32. *Müller, D.K.*: Werbung und Fernsehforschung. *Media Perspektiven* Nr. 1 (2004) 28-37.
33. *Ostbye, T., Pomerleau, J., White, M., Coolich, M., McWhinney, J.*: Food and nutrition in Canadian "prime time" television commercials. *Canadian Journal of Public Health* 84 (1993) 370-374.
34. *Perl, M.A., Mandic, M.L., Primorac, L., Klapac, T., Perl, A.*: Adolescent acceptance of different foods by obesity status and by sex. *Physiology & Behavior* 65 (1998) 241-245.
35. *Pudel, V., Borchardt, A., Ellrott, T., Maaß, P., Mensing, B., Spirik, J.*: Essverhalten und Ernährungszustand von Kindern und Jugendlichen – eine Repräsentativerhebung in Deutschland. In: *Deutsche Gesellschaft für Ernährung (Hrsg.): Ernährungsbericht 2000* (S. 115-146). Frankfurt a.M.: Druckerei Henrich (2000).
36. *Robinson, T.N., Hammer, L.D., Killen, J.D., Kraemer, H.C., Wilson, D.M., Hayward, C., Taylor, C.B.*: Does television viewing increase obesity and reduce physical activity? Cross-sectional and longitudinal analyses among adolescent girls. *Pediatrics* 91 (1993) 273-280.
37. *Rottka, H.*: Übergewicht – Fehleinschätzungen und Vorurteile. In: *Matissek, R. (Hrsg.): Moderne Ernährung heute* (S. 163-165). Köln: LCI (1999).
38. *Shannon, B., Peacock, J., Brown, M.J.*: Body fatness, television viewing and calorie-intake of a sample of Pennsylvania sixth grade children. *Journal of Nutrition Education* 23 (1991) 262-268.
39. *Slyper, A.H.*: The pediatric obesity epidemic: Causes and controversies. *Journal of Clinical Endocrinology & Metabolism* 89 (2004) 2540-2547.
40. *Schneider, R., Hesecker, H.*: Zusammenhang zwischen der Zucker-, Energie- und Fettaufnahme sowie der Verbreitung von Übergewicht. Teil II: Ergebnisse und Diskussion. *Ernährungs-Umschau* 46 (1999) 330-335.

41. *Taras, H.L., Gage, M.*: Advertised foods on children's television. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine* 149 (1995) 649-652.
42. *Tremblay, M.S., Willms, J.D.*: Is the Canadian childhood obesity epidemic related to physical inactivity? *International Journal of Obesity* 27 (2003) 110-1105.
43. *Van den Bulck, J.*: Is television bad for your health? Behavior and body image of the adolescent "couch potato". *Journal of Youth and Adolescence* 29 (2000) 273-288.
44. *Verwied-Jorky, S., Sönnichsen, A. Weineck, J., Koletzko, B.*: Height and weight of German primary school children in the Family Intervention Trial (FIT) Erlangen. *European Journal of Nutrition* 42 (2003) 165-170.
45. *Vollbrecht, R.*: Wie Kinder mit Werbung umgehen. *Media Perspektiven* Nr. 6 (1996) 294-300.

Anschrift des Verfassers:

Prof. Dr. Joerg M. Diehl
Fachbereich Psychologie und
Sportwissenschaft
Justus-Liebig-Universität Gießen
Otto-Behaghel-Str. 10
35394 Gießen
E-Mail: diehl@gmx.org