

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	11
2	Problemfelder und Chancen	15
2.1	Ernährungskommunikation	15
2.1.1	Versuch einer Definition.....	15
2.1.2	Das Scheitern der Ernährungskommunikation	18
2.1.3	Brauchen wir überhaupt professionalisierte Ernährungskommunikation?.....	32
2.2	Soziale Medien.....	33
2.2.1	Einführung und Begriffsdefinitionen.....	33
2.2.2	Zentrale Prinzipien Sozialer Medien	47
2.2.3	Ideale der Aufklärung und Ideal der Öffentlichkeit.....	55
2.2.4	Kritik, Nachteile und Gefahren Sozialer Medien.....	57
2.2.5	Zusammenfassung	61
3	Ernährungskommunikation in Sozialen Medien - Stand der Forschung	63
3.1	Fragestellung.....	63
3.2	Was wird kommuniziert?	64
3.2.1	Gesunde Ernährung	64
3.2.2	Übergewicht und Abnehmen	72
3.2.3	Essstörungen.....	80
3.2.4	Ökologische Ernährung	85
3.2.5	Foodies und Genuss.....	87
3.3	Wie wird kommuniziert?.....	91
3.3.1	Die Community ist das Entscheidende	91
3.3.2	Social Media und das „echte“ Leben	95
3.3.3	Es gibt keinen „Gefällt mir nicht“-Button	96
3.3.4	Die Identität des Bloggers	97
3.3.5	Verhältnis zur Leserschaft.....	99
3.3.6	Exhibitionismus	100
3.3.7	Dokumentation und Organisation von Information	100
3.3.8	Funktion von Fotos.....	101

3.3.9	Diskussionen.....	102
3.4	Soziale Medien für Ernährungsexperten	103
3.5	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	111
4	Einblick Facebook: Akteure, Themen, Kommunikation.....	125
4.1	Momentaufnahme der Facebook-Akteure in der Ernährungskommunikation	127
4.1.1	Fragestellung	127
4.1.2	Methodik.....	128
4.1.3	Ergebnisse und Diskussion	129
4.1.4	Zusammenfassung	140
4.2	Fallbeispiel einer Beteiligung bei Facebook mit der Kommentarfunktion	140
4.2.1	Fragestellung	140
4.2.2	Methodik.....	141
4.2.3	Hintergrund.....	142
4.2.4	Ergebnisse und Auswertung	143
4.2.5	Zusammenfassung	157
5	Fazit und Ausblick	159
	Glossar	165
	Literaturverzeichnis	171