

## Models und Kekse

Werbung mit molligen Models ist nicht unbedingt erfolgversprechender. Vielmehr ist das Selbstwertgefühl von Verbrauchern höher, wenn dünne Models werben, besagt eine aktuelle Studie von Uni Köln, Arizona State University und Erasmus-Uni Rotterdam. »Unsere Forschung zeigt, daß sich Personen spontan mit den Models vergleichen, die Ihnen aus der Werbung entgegenlachen. Diese sozialen Vergleiche beeinflussen, wie wir uns selbst sehen und uns verhalten«, erklärte der Kölner Sozialpsychologe Thomas Mussweiler. Bei der Untersuchung zeigten normalgewichtige Frauen ein höheres Selbstwertgefühl, wenn auf Bildern »moderat dünne« Models anstelle von »moderat molligen« Models zu sehen waren. Fülligere Teilnehmerinnen hatten ein unverändertes Selbstwertgefühl. Ein anderes Experiment zeigte, daß Normalgewichtige nach dem Betrachten von extrem dünnen Models weniger Kekse essen, als nach dem Betrachten extrem molliger Models. Details in der April-Ausgabe des Journal of Consumer Research (USA). (AFP/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/142478.models-und-kekse.html>