

Krebsprävention zum Niedrigpreis: KI-generierte Influencer erreichen Risikogruppen auf Social Media

Künstliche Intelligenz (KI) hält Einzug in die Krebsprävention: Eine am Deutschen Krebsforschungszentrum (DKFZ) durchgeführte Pilotstudie zeigt, dass KI-generierte Social-Media-Influencer gezielt Risikogruppen mit präventiven Botschaften erreichen - und das zu einem Bruchteil der Kosten herkömmlicher Werbekampagnen.

In der Pilotstudie entwickelten die Forschenden eine virtuelle Influencerin namens „Wanda“, die auf Instagram über fünf der wichtigsten vermeidbaren Krebsrisikofaktoren informiert: Rauchen, ungesunde Ernährung, übermäßige Sonnenexposition, Alkoholkonsum und HPV-Infektion. Mit einem Werbebudget von nur 100 Euro erreichte die Kampagne fast 10.000 Menschen.

Jana Winterstein, Doktorandin am DKFZ, erklärt: „Unsere Ergebnisse zeigen, dass KI-gesteuerte Influencer eine kosteneffiziente Möglichkeit sind, gezielt Menschen mit Präventionsbotschaften zu erreichen. Besonders spannend ist, dass wir mit minimalem finanziellen und zeitlichen Aufwand eine gezielte Altersgruppe erreichen konnten.“

Die Studie untersuchte zudem zwei verschiedene Werbestrategien - eine automatisierte Methode und eine gezielt auf Alters- und Interessenprofile abgestimmte Strategie. Während beide Strategien eine ähnliche Reichweite erzielten, gab es Unterschiede in den demografischen Gruppen: Die gezielte Methode erreichte überwiegend junge Erwachsene, während die automatisierte Strategie auch ältere Zielgruppen ansprach.

Titus Brinker, Initiator des Projekts und Abteilungsleiter am DKFZ, betont die Relevanz dieser Erkenntnisse für die öffentliche Gesundheit: „Die Prävention von Krebs scheitert oft an begrenzten Budgets. Unsere Studie zeigt, dass sich durch KI völlig neue Möglichkeiten eröffnen - insbesondere für Organisationen mit knappen Ressourcen.“

Die Forschenden sehen in KI-generierten Influencern großes Potenzial für künftige Gesundheitskampagnen. Weitere Studien sollen untersuchen, wie nachhaltige Kampagnen mit größerem Budget aufgebaut werden können und welche Rolle parasoziale Beziehungen - also das Vertrauen der Nutzer in virtuelle Influencer - spielen. Auch die Prävention kardiovaskulärer Erkrankungen soll in Zukunft thematisiert werden. Die Forschung wird mit Fördergeldern der Deutschen Herzstiftung unterstützt.

Instagram-Profil: <https://www.instagram.com/wandaforawareness/>

Publikation: Winterstein et al., European Journal of Cancer, 2025, [https://www.ejancer.com/article/S0959-8049\(25\)00032-2/fulltext](https://www.ejancer.com/article/S0959-8049(25)00032-2/fulltext)