



## Essen der Zukunft: Wer oder was bestimmt die Ernährung von morgen?

Christine Brombach, Anja Duensing – Mai 2021  
Zurich University of Applied Sciences, Switzerland



## Vorwort zur Studie

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Ernährung spielt in der Wahrnehmung und Bedeutung für die Gesellschaft eine immer bedeutendere Rolle. Längst geht es dabei weit über die Versorgung mit ausreichenden Lebensmittel hinaus, und es gibt eine Vielzahl von Ernährungstrends, die mit großer Überzeugung von verschiedenen Teilgruppen der Gesellschaft entwickelt, argumentiert und gelebt werden. Dabei basieren diese Ernährungstrends nicht mehr nur noch auf wissenschaftlich gesicherten Ernährungs- und Versorgungsempfehlungen; vielmehr orientieren sie sich an einer Vielzahl von unterschiedlichen Einflüssen, Empfehlungen, Überzeugungen und Meinungen, die im privaten und öffentlichen Raum diskutiert und ausgetauscht werden. Sie alle scheinen auf verschiedenen Wegen das Einkaufs- und Essverhalten von Haushalten, Familien und Singles zu beeinflussen. Zentrale Fragen hierzu sind: Wie erreichen die Informationen und das Wissen über Ernährung Konsumentinnen und Konsumenten? Auf welchen Wegen, mit welchen Medien und von welchen Akteuren wird das Essverhalten beeinflusst? Welche konkreten Determinanten wirken sich neben den klassischen sozioökonomischen Untersuchungskriterien wie Alter, Einkommen, Bildung, länderspezifische Kulturen, um nur einige zu nennen, in welcher Form auf individuelles Verhalten und das gesellschaftlicher Subgruppen aus? Akteure aus dem Ernährungsumfeld, wie z.B. der Lebensmittelversorgungskette, der Politik, Wissenschaft, aus Verbraucherorganisationen sowie Expertinnen und Experten spielen dabei aktuell, wie auch in Zukunft sicherlich noch verstärkt, ebenso eine bedeutsame Rolle wie auch besonders die sozialen Medien. Offen bleibt, ob sich alle Akteure ihrer Verantwortung für das Ernährungsverhalten und das Wohlergehen von Einzelnen bewusst sind.

Hier setzt die Studie der Heinz Lohmann Stiftung „Essen der Zukunft: wer oder was bestimmt die Ernährung von morgen?“ mit dem Untersuchungsziel an, in welcher Weise verschiedene Einflussfaktoren auf die Ausgestaltung des Essverhaltens jetzt und in der Zukunft wirken. Um dies zu analysieren wurde Frau Prof. Dr. Christine Brombach von der Zürich University of Applied Sciences mit dieser Studie beauftragt. Auf der Grundlage von intensiven Literaturrecherchen wurde dieses komplexe Thema in Österreich, der Schweiz und Deutschland länderübergreifend im Rahmen einer empirisch-qualitativen Erhebung anhand von Experteninterviews und vielzähligen Befragungen tiefgehend beleuchtet. Besonderes Augenmerk lag dabei auf dem Einfluss von Social Media auf das zukünftige Ernährungsverhalten.

Es freut die Heinz Lohmann Stiftung sehr, dass bei der Durchführung dieser umfassenden Studie mehrere Bachelor- und Masterarbeiten entstanden sind.

Die Studie „Essen der Zukunft: wer oder was bestimmt die Ernährung von morgen?“ finden Sie auch unter [www.phw-gruppe.de/Stiftung](http://www.phw-gruppe.de/Stiftung). Dort ist neben der Kurzfassung auch eine Langfassung veröffentlicht, da es uns als Kuratorium wichtig ist, die Ergebnisse und Ansätze der vorliegenden Studie für andere Forschungsvorhaben zur Verfügung zu stellen. Wir würden uns sehr freuen, wenn diese wichtige Fragestellung um die Einflussfaktoren auf das Ernährungsverhalten in weiteren Untersuchungen verfolgt wird.

Ich möchte den vielen Beteiligten auf diesem Wege nochmals ganz herzlich für die Unterstützung danken.

Mit freundlichen Grüßen im Namen des gesamten Kuratoriums



Dr. Reinhard Grandke

# Inhalt

Wissenschaftlicher Kurzbericht einer Studie der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften im Auftrag der Heinz Lohmann Stiftung zu den Einflussfaktoren auf das Ernährungsverhalten

<b>1. Einleitung und Hintergrund</b>	<b>6</b>
1.1. Unser Essverhalten	8
1.2 Fragestellungen und Zielsetzungen der EssZuk-Studie	9
1.2.1 Zentrale Fragestellungen der EssZuk-Studie sind daher: Wer lenkt unser Essverhalten?	10
1.3 Ernährungssituation in der DACH-Region	11
1.4 Vergleich von nahrungsabhängigen, nicht übertragbaren Erkrankungen „Noncommunicable diseases (NCDs)“ in der DACH-Region	12
1.4.1 Zukunftsfähige Ernährungssituation	12
1.5 EAT Lancet: Planetary Health als eine Möglichkeit für eine zukunftsfähige Ernährungsweise	13
1.6 Einflussfaktoren auf das Ernährungsverhalten	16
1.7 Unsere Essumgebung	18
1.8 Veränderungen durch Corona	22
<b>2. Vorgehensweise und Untersuchungsdesign</b>	<b>14</b>
2.1 Auswahl der Interviewpartner	14
2.2 Auswahl der Delphi-Experten	24
<b>3. Ergebnisse</b>	<b>25</b>
3.1 Kernaussagen der Interviews mit Verhaltensakteuren	25
3.1.1 Die Interviews mit den Schweizer Verhaltensakteuren	25
3.1.2 Die Interviews in Österreich mit Verhaltensakteuren	26
3.1.3 Die Interviews in Deutschland mit Verhaltensakteuren	27
3.2 Kernergebnisse der Interviews mit Verhältnisakteure	28
3.2.1 Interviews mit den Schweizer Verhältnisakteuren	23
3.2.2 Verhältnisakteure Österreich	29
3.2.3 Verhältnisakteure Deutschland	30
3.3 Vergleich der drei Länder DACH bei den Verhaltensakteuren	30
3.4 Vergleich der drei Länder DACH bei den Verhältnisakteuren	31
3.5 Generelle Einschätzung durch Delphi-Experten	33
3.6 Social Media	36
3.7 Ergebnisse aus einer Online-Umfrage zur Nutzung und Bewertung von Social-Media-Kanälen durch Ernährungsberatende	37
3.8 Ernährungskommunikation in den sozialen Medien	40
3.9 Analyse von zwei Kochshows im deutschen Fernsehen	45
3.10 Kochbuchanalyse	46
<b>4. Diskussion und Fazit der EssZuk-Studie</b>	<b>47</b>
Konkrete Ansatzpunkte und mögliche zukunftsfähige Strategien	47
4.1.1 Ernährungsbildung	47
4.1.2 Einzelhandel und Politik	48
4.1.3 Gemeinschaftsverpflegung in Schulen	48
<b>5. Schlussbetrachtungen</b>	<b>49</b>

## Danksagung



Christine Brombach



Anja Duensing

Die Autorinnen der EssZuk-Studie möchten sich bei der Heinz Lohmann Stiftung für die Möglichkeit bedanken, diese Studie durchzuführen. Es bot uns viele sehr spannende, überraschende und neue Einblicke, für die wir sehr dankbar sind.

Ganz besonders danken wir den Kuratoren der Lohmann Stiftung für die grosszügige Unterstützung und die Erkenntnisse, die aus dieser Studie hinsichtlich dieses aktuellen und komplexen Themas gewinnen durften.

Die vielen konstruktiven Gespräche, die Anregungen und Ermutigungen, die wir erfahren durften, haben uns sehr bereichert und angeregt sowie unser Vorhaben sehr unterstützt.

Frau Grothkopf, Geschäftsführerin der Stiftung, stand uns jederzeit für Fragen zur Verfügung. Die Ermutigungen und Hilfestellungen, praktischen Unterstützungen, die wir von Frau Grothkopf erhalten haben, ermöglichten es erst, die Studie durchführen und beenden zu können.

Ohne die vielen Interviewpartner, die geduldig unsere viele Fragen beantworteten und mit uns ihre Zeit und Expertise teilten, hätten wir nicht diese wertvollen Einsichten gewinnen können – ihnen allen sei herzlich gedankt. Insbesondere auch den Interviewpartnern und Experten, die uns mit ihren Fragen und Anregungen vorangebracht haben.

Viele Studierende haben an dieser Studie mitgearbeitet, sie haben durch ihren Einsatz diese Studie bereichert – dafür sind wir sehr froh und danken ihnen dafür. Namentlich genannt seien hier:

Monika Weiss, Florian Vogt, Sarah Hübscher, Nina Hemmi, Sabrina Rüeegsegger, Manuela Rossi, Nathalie Haas, Michel Meier, Monja Züst, Simon Zimmermann, Kathrin Götz, Roger Stieger, Heike Germann, Mercia Spörri, Sandra Weibel, Daniela Keller, Andrea Di Martino, Simone Frei, Timo Drobner, Stefanie Becker, Karolin Wiesel, Jessica Widmer, Jessica Dieudonne, Lina Windlin, Andreas Lerch, Annika Bredell.

Solch eine Studie wie die EssZuk-Studie ist immer ein Werk vieler Hände, Augen, Ohren und Münder, die es uns ermöglicht haben, mehr über die komplexe, reiche, widersprüchliche, aufregende, schillernde, nachdenklich machende, bewegte, sich in dynamischem Wandel befindliche Welt des Essens und den Bestimmungsfaktoren, die unser Essen morgen beeinflussen, zu erfahren.

Allen sei herzlich gedankt!

Christine Brombach und Anja Duensing, Wädenswil,  
Frühjahr 2021

In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit vorwiegend das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und andere Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist. Sämtliche hier verwendete Literatur (gekennzeichnet durch eckige Klammerhinweise) kann bei den Verfasserinnen eingesehen werden.

# 1. Einleitung und Hintergrund

Nachhaltige und gesunde Ernährung sind aktuelle, politische und öffentliche Themen. Derzeit werden die mit der Nahrungsproduktion, -distribution und der Ernährungsweise verbundenen Prozesse in Bezug auf Gesundheit, Nachhaltigkeit, Klimawandel (46), Tierwohl und ökologische Systeme im öffentlichen Diskurs als widersprüchlich und herausfordernd diskutiert und beschrieben. In den Social Media werden Gesundheit, Nachhaltigkeit, Ernährung und Umwelt prominent als Lifestyle-Themen diskutiert und darüber „neue Aufmerksamkeiten“ hergestellt.

Durch die Coronasituation wurde die Digitalisierung vorangetrieben und damit einhergehend auch die Politisierung bisheriger eher im Wissenschaftskontext diskutierter Sachverhalte. Gerade in der Coronapandemie kann beobachtet werden, dass wissenschaftliche Begrifflichkeiten und Diskurspraktiken derzeit eine politische Bedeutung erfahren, emotional aufgeladen werden und damit wissenschaftliche Sachverhalte als „Zuweisungen“ und „Bewertungen“ im öffentlichen Raum wahrgenommen werden (30). Das hat vielfach zur Folge, dass diese vorläufigen Sachverhalte, die im Wissenschaftskontext durchaus auch kontrovers diskutiert werden, in der Öffentlichkeit wie auch Politik als faktisch angesehen und gefühlsbetont verstanden werden. Daraus können sich aufgeheizte Diskussionen entfachen, wie es vielfach in den Coronadebatten beobachtbar war. Damit läuft eine solche aufgeladene Art der Diskussionen Gefahr, zu polarisieren, statt tatsächlich miteinander zu reden und nach möglichen Lösungen eines Problems zu suchen. In Folge kann eine Ratlosigkeit, Vertrauensverlust in Wissenschaft und Politik oder auch eine Orientierungslosigkeit befördert werden.

Ernährungsweisen sind systemisch und strukturell mit den Dimensionen Kultur, Umwelt, Gesundheit, Gesellschaft und Ökonomie vernetzt und weisen mehrdimensionale, stark miteinander verflochtene Bezüge auf (1). In vielen Studien zu einer zukunftsfähigen und nachhaltigen Ernährung werden die möglichen planetaren Grenzen diskutiert, Szenarien bis

2050 oder weiter aufgestellt, um aufzuzeigen, dass mit den momentanen Ernährungsweisen und Lebensweisen weltweite irreversible Schädigungen des ökologischen Gleichgewichts einhergehen, die es zu verhindern und/oder rückgängig zu machen gilt (30). International und national sind dementsprechend die Bemühungen gross, Ziele und Strategien zu definieren, um eine zukunftsfähige Lebensmittelproduktion und Ernährungsweise der Bevölkerung zu erreichen. Unterstützt werden derartige Bemühungen beispielsweise auch von verschiedenen Bürgerinitiativen im Sinne einer „governance“ oder auch Initiativen im Bereich public health sowie von Resilienzforschungen (ecological resilience), alle mit dem Ziel, unser derzeitiges Verhalten so zu beeinflussen, dass die Grenzen der Belastbarkeit und des Wachstums (31) respektiert bzw. rückgängig gemacht werden.

Wer sind hierbei die möglichen Entscheidungsträger, die in unserem Ernährungssystem Weichen für eine zukunftsfähige Ernährungsweise stellen? Welche möglichen Ansätze gibt es, um auf die komplexen Systeme einzuwirken? Sind es die Verbraucher, die letztlich einen Einfluss haben, oder die Systeme, in denen wir leben? Was zeigen Szenarien von möglichen **Veränderbarkeiten heute** auf, die uns die Einflussnahmen erlauben, von denen wir derzeit hoffen, diese seien dann zukunftsfähig? Gibt es dabei Unterschiede innerhalb des DACH-Raumes (Deutschland, Österreich, Schweiz), wie mit diesen komplexen Herausforderungen umgegangen wird?

Auch wenn es im wissenschaftlichen Diskurs weitgehend Einigung darüber gibt, dass die (westliche) Ernährungsweise nachteilige gesundheitliche, ökologische, soziale und wirtschaftliche Auswirkungen hat, gibt es keinen Konsens darüber, wie mögliche Lösungswege aussehen könnten oder welche Handlungsalternativen sich besonders eignen. Daher kann es auch nicht das Ziel der EssZuk-Studie sein, DIE EINE Lösung zu finden. Vielmehr soll die EssZuk-Studie dazu beitragen, das Ernährungssystem und die Essumgebung auszuloten, wo bestehen mögliche Handlungsoptionen, wer

sind die Akteure, die heute schon das Essverhalten von morgen beeinflussen? Daraus sollen Handlungsoptionen abgeleitet werden, mögliche Strategien für den DACH-Raum für eine zukunftsfähige Ernährung.

Da die EssZuk-Studie mit den vielschichtigen Teilstudien im Zeitraum 2019 bis Frühjahr 2021 erstellt wurde, beziehen sich die Ergebnisse auf diesen Zeitraum. Das bedeutet, dass ein Teil der Ergebnisse sich zeitlich auf Vor-Corona-Ereignisse bezieht, ein anderer Teil aber ebenso unter Coronaaspekten Ergebnisse zusammengetragen hat. Gerade durch die Coronakrise wurde das Thema rund um gesunde und nachhaltige Ernährung enorm in den Blickpunkt des öffentlichen Interesses gerückt. Nicht nur, dass kurzfristig Nahrungsengpässe beobachtbar wurden, sondern auch weil die Themen Klimaschutz, globale, gerechte Verteilung von Ressourcen, Machtstrukturen oder auch die Gesundheitsthematik in einer Art und Weise in die mediale Öffentlichkeit gerieten wie nie zuvor. Noch nie war das Thema "Gesundheit" so prominent in die Medien und in das öffentliche Bewusstsein katapultiert worden. Bislang haben eher die wirtschaftlichen Themen die Politik und politische Entscheidungen dominiert, vor allem mit dem Ziel, Wachstum und Entwicklung, technischen Fortschritt zu gewährleisten. Die Schattenseiten dieses Wirtschaftsdenkens und "Lösungsstrategien" durch vorwiegend technische Innovationen, Effizienzsteigerungen und Massnahmen zur Ankurbelung des Wirtschaftswachstums haben in Vor-Corona-Zeiten Themen rund um Ernährung, Gesundheit oder auch Public Health eher in den Hintergrund gebracht. Momentan haben die Themen von Gesundheit im Gefolge der Pandemie (und deren Eindämmung) Vorrang. Als Folge sind, durch die Coronakrise beschleunigt, Gesundheitsaspekte von höchster politischer Priorität. So rückte auch das Thema um Ernährung in den Fokus, Ernährung wird (neu in der Öffentlichkeit) hinterfragt und diskutiert.

Insofern greift die EssZuk-Studie tagesaktuelle und auch brisante Themen auf, denn eines ist durch Corona deutlich geworden: Ein „Weiter so“ kann es angesichts

der vielen gesellschaftlichen, ökologischen, gesundheitlichen wie auch sozialen Herausforderungen wohl kaum geben. Dazu sind die vielen offenen Fragen, die wir national, aber auch global im Zusammenhang mit Ernährung beobachten, zu drängend. Einige mögliche Antworten und auch Einblicke möchte die EssZuk-Studie anbieten, es wäre jedoch vermessen, ein derart komplexes Phänomen wie unser Essgeschehen „lösen“ zu wollen. Dennoch sind wir zuversichtlich, dass die EssZuk-Studie spannende und vor allem aktuelle Einsichten bieten kann, die es ermöglichen, einige Handlungsoptionen aufzugreifen, zu untermauern und auch ggf. umzusetzen. Dabei sind alle Akteure gefordert, denn es ist offensichtlich, dass es nur gemeinsam, und zwar mit allen am Essgeschehen Beteiligten, gelingen kann, Lösungen zu finden, die uns helfen, dass unsere Ernährungsweise gesund, geschmacksintensiv und zukunftsfähig bleibt und werden wird.

# 1. Einleitung und Hintergrund

## KAPITEL 1.1: Unser Essverhalten

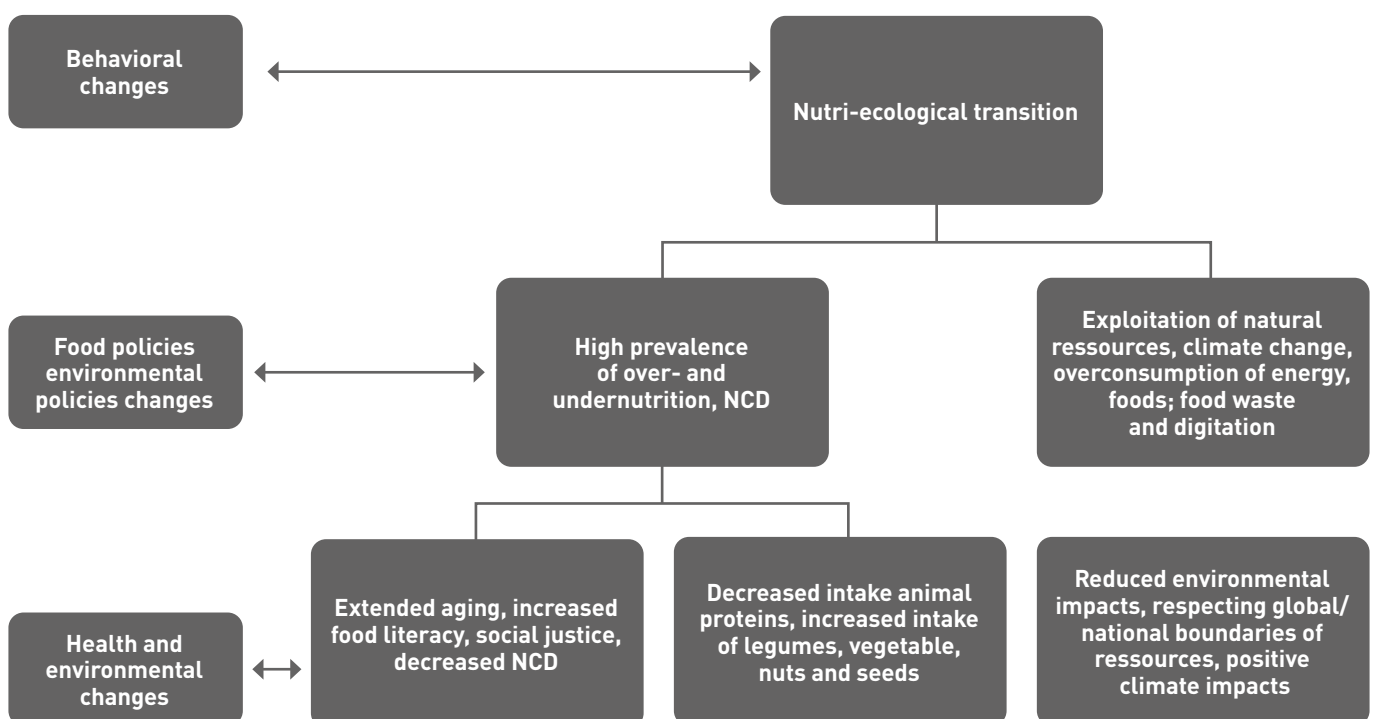
Unser aktuelles Essverhalten unterliegt vielen verschiedenen Einflussfaktoren und hat gleichzeitig Auswirkungen auf die gesundheitliche, soziale, ökologische und ökonomische Zukunft. Wir leben in einer dynamischen, komplexen Essumgebung (food environment siehe 1.7), die unsere Ernährungsweise mitbeeinflusst. Dabei scheint es derzeit zu einer Verdichtung und Beschleunigung von Veränderungsprozessen zu kommen, die Popkin bereits 2002 in der Bellagio-Konferenz vorgestellt und in seinem Modell der „Stages of health, nutritional and demographic change“ zur Diskussion gestellt hat. In diesem ökologischen Modell werden die Entwicklungsstufen unterschiedlicher menschlicher Gemeinschaften diskutiert und die Auswirkungen auf die Umwelt zusammengetragen.

Aus diesen Überlegungen leitet Popkin verschiedene Konsequenzen der Ernährungsweise auf die ökologischen und gesundheitlichen Systeme ab, die mit spezifischen Ernährungsmustern einhergehen, die ihrerseits vielschichtige Folgen haben wie Urbanisie-

rung, Wirtschaftswachstum, industrielle Nahrungsproduktion etc., die wiederum eine Verschiebung von infektiösen Erkrankungen hin zu lebensstilabhängigen Erkrankungen (NCD) mit sich bringen. Im Zuge dieser Veränderungen sind weltweit Zunahmen von ungünstigen Ernährungsmustern zu beobachten, die wiederum die Spirale von der Entstehung der NCD und weiterer Folgeerkrankungen ankurbeln (47).

Die extremen Auswirkungen, die heute als besonders herausfordernd angesehen werden, wie Klimawandel, Biodegradation, Bodendegradation und abnehmende Ressourcen sind in diesem Modell von Popkin nicht berücksichtigt, werden aber z. B. intensiv im Bereich der Planetary Health Diet (vgl. 1.5) und beispielsweise auch in der Diskussion von Biodirky et al. (32) diskutiert.

Daher wird für das Verständnis der EssZuk-Studie ein „Nutri-ecological transition-modell“ vorgeschlagen, das unter Einbezug heutiger Bedingungen sich wie folgt skizziert:





## KAPITEL 1.2: Fragestellungen und Zielsetzungen der EssZuk-Studie

So hat also, wie in aktuellen Studien diskutiert, unser Essverhalten Einfluss auf unsere Essumgebung und somit auf die Welt, in der wir heute essen und morgen leben werden. Auch die Überlegungen, wie unsere Ernährungssysteme mit den Herausforderungen umgehen können, wie sie „resilienter“ werden können, fließt in die Erkenntnisse der EssZuk-Studie ein, wenn die Experten konkrete Vorschläge unterbreiten, welche möglichen zukunftsfähigen Strategien denkbar sind.

Rein rechnerisch stehen derzeit jedem Menschen global 2200 m<sup>2</sup> an Fläche zur Verfügung, die zur Produktion aller Güter des menschlichen Bedarfs herangezogen werden kann. Wie damit z. B. die menschliche Ernährung sichergestellt werden kann, wie so ein „Weltacker“ ausgestaltet sein könnte, wird derzeit anhand verschiedener Initiativen (meist sogenannte „Bottom-up“ oder bürgerzentrierte Initiativen) aufgezeigt, empirisch erprobt und erst allmählich auch wissenschaftlich tiefgehend begleitet und untersucht (vgl. z. B. [www.2000m2.eu](http://www.2000m2.eu); [www.mym2.de](http://www.mym2.de)). So gibt es auch verschiedene Initiativen, die meist auf bürgerzentrierte Aktivitäten zurückzuführen sind, in denen versucht wird, sich anhand der Menge an Lebensmitteln, die auf solch einem „Weltacker“ angebaut werden, zu ernähren. Wissenschaftliche Studien, die, zumal solche die unter Realbedingungen stattfinden und auch evaluiert werden, stehen noch aus. Vor allem gibt es bislang keine Langzeitstudien, die die möglichen Effekte einer solchen Ernährungsweise auf Gesundheit, Nachhaltigkeit und soziale Systeme untersuchen.

Damit bis 2050 zehn Milliarden Menschen, die dann schätzungsweise auf der Erde leben, gesund und nachhaltig ernährt werden können, werden derzeit mögliche Veränderungen im Lebensmittelsystem in verschiedenen Wissenschaftsbereichen diskutiert. Die EssZuk-Studie betrachtet die Sichtweise verschiedener Anspruchsgruppen und versucht dadurch das Essverhalten der Zukunft zu verstehen und wichtige Wechselwirkungen zu erkennen, um so mögliche Bereiche zu identifizieren, in welchen wir heute die Ernährungsweise morgen im Sinne einer zukunftsfähigen Ernährung beeinflussen können.

Um die weitgefassten Studienziele zu erreichen und der Komplexität des Untersuchungsthemas gerecht zu werden, wurde die EssZuk-Studie in verschiedenen aufeinander bezogenen Phasen und Einzelstudien durchgeführt.

Zuerst wurde ein „Ist-Zustand“ anhand der jeweiligen Verzehrsdaten und Ernährungspolicies im DACH Raum mit einem zukunftsfähigen Konzept, dem der Planetary Health Diet (PHD) ausführlich siehe Kap. 1.5, verglichen. Um ein genaueres Bild von der Ernährungssituation und den möglichen Einflussfaktoren zu gewinnen, wurden mit **Verbrauchern** und Vertretern der Wertschöpfungskette der Lebensmittel (die hier als **Verhältnisakteure** bezeichnet werden) in Deutschland, Österreich und der Schweiz Interviews geführt. Im Dreiländerkontext wurden Social Influencer, Kochbücher und Kochshows analysiert, eine Nudging-Studie in Zürich und Möglichkeiten zur Veränderbarkeit der Geschmacksschwelle süß exploriert, Überlegungen zu Convenienceprodukten einbezogen und die Umsetzbarkeit der PHD exemplarisch an der Erstellung eines Wochenplans in der Schweiz untersucht. Ein Exkurs zum Thema Wertschätzung von Lebensmitteln, Ernährungsbildungsmassnahmen und Food Labeling am Beispiel des Nutri-Score werden ebenso einbezogen wie eine Betrachtung der Auswirkungen der Coronakrise, weil ein erheblicher Teil der Untersuchung nach dem Frühjahr 2020 stattfand. Derzeit (Frühjahr 2021)

findet eine weitere Studie statt, in der Umsetzbarkeit und Machbarkeit von Rezepten im Sinne der Planetary Health Diet anhand praktischer Kochversuche untersucht wird.

Die Ergebnisse der EssZuk-Studie werden in einer Delphi-Befragung mit Expertinnen und Experten aus der Wissenschaft diskutiert und bewertet. Daraus werden verschiedene Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen abgeleitet, die am Ende dieses Berichtes aufgeführt und diskutiert werden.

### **KAPITEL 1.2.1: Zentrale Fragestellungen der EssZuk-Studie sind daher: Wer lenkt unser Essverhalten?**

In der vorliegenden Arbeit geht es darum, mittels verschiedener Zugänge abzubilden, welchen Einfluss die unterschiedlichen Gruppierungen des Ernährungssystems auf eine zukunftsfähige Ernährungsweise nehmen und welche Faktoren dabei beeinflusst werden könnten, um eine zukunftsfähige Ernährungsweise zu erreichen.

Folgende Fragen sollten mittels der EssZuk-Studie beantwortet werden:

- Wer bestimmt, was und wie wir morgen essen und welche Auswirkungen damit unsere Ernährungsweise auf unsere Zukunft hat?
- Welche Faktoren können identifiziert werden, die uns bereits heute und zukünftig in unserem Ernährungsverhalten beeinflussen?
- Was macht unsere zukünftige Ernährung aus?
- Welche Vorstellungen einer zukunftsfähigen Ernährungsweise haben die unterschiedlichen Akteure der Lebensmittelwertschöpfungskette?
- Welche Rolle haben wir als Verbraucher dabei?
- Wer ist letztlich für das Essgeschehen, das food environment und die Auswirkung der Ernährung verantwortlich?

## KAPITEL 1.3: Ernährungssituation in der DACH Region

Im DACH Raum gibt es eine hohe Lebensqualität, verbunden mit einer hervorragenden Lebensmittelversorgung und -sicherheit, die es ermöglicht, Lebensmittel 24 Stunden an 365 Tagen im Jahr zu erhalten, die „Welt auf dem Teller“ täglich verfügbar zu haben. Die Lebensmittelpreise ermöglichen es den meisten Bewohnenden im DACH Raum, sich die Lebensmittel auch kaufen zu können. Damit ist die Zugänglichkeit, die Verfügbarkeit und auch Bezahlbarkeit der Lebensmittel weitgehend für den grössten Teil der Bevölkerung im DACH-Raum gewährleistet.

In allen drei Ländern, Deutschland, Österreich und der Schweiz, liegen repräsentative Verzehrdaten vor. Auch wenn sich die jeweiligen Verzehrerhebungen in den drei Ländern in Bezug auf Methodik der Datenerhebung und Datenbasis etwas unterscheiden, so lassen sich doch die Ergebnisse miteinander vergleichen.

Generell sind im DACH Raum die Verzehrmenen an Fleisch- und Fleischerzeugnissen in allen drei Ländern zu hoch, sowohl im Vergleich zu den nationalen Ernährungsempfehlungen wie auch im Vergleich zur Planetary Health. Generell ist der Konsum von Gemüse, Nüssen und Samen sowohl in Bezug auf die PHD als auch die Empfehlungen der drei Ernährungsfachgesellschaften zu niedrig.

Werden die derzeitigen Verzehrdaten zusammen betrachtet, vor allem im Vergleich mit den Empfehlungen und auch im Vergleich zu der PHD, so ergeben sich folgende Schlussfolgerungen:

- Besonders Männer verzehren zu große Mengen an Fleisch und Fleischprodukten; Frauen liegen noch im Rahmen der Empfehlung
- Fleischverzehr Pro-Kopf gemäß nationalen Ernährungsempfehlungen wie auch im Vergleich zur PHD in allen drei Ländern zu hoch
- Milch und Milchprodukte werden ausreichend verzehrt, teilweise auch zu viel
- Es wird vor allem zu wenig Gemüse verzehrt, in allen drei Ländern ist der Verzehr von Nüssen und Leguminosen deutlich zu gering
- CH/A essen mehr Gemüse als D
- D isst deutlich weniger Nüsse und Leguminosen als CH und A

Generell ist der Anteil an tierischen Eiweissen in der Ernährung zu hoch und wenn Gemüse verzehrt wird, dann überwiegend in verarbeiteter Form und nicht als unverarbeitete, rohe Gemüse wie z. B. in Salaten (Rohkost).

## KAPITEL 1.4: Vergleich von nahrungsabhängigen, nicht übertragbaren Erkrankungen „Non-communicable diseases (NCDs)“ im DACH Raum

Ernährungsweisen haben direkten und indirekten Einfluss auf unsere Gesundheit [18].

Auch wenn die Ernährungsweise in den drei betrachteten Ländern relativ ähnlich ist, so gibt es doch hinsichtlich der NCD Unterschiede. Generell sind die NCD-Raten in Deutschland höher als in der Schweiz und Österreich, was zum einen in der höheren Rate an Übergewichtigen und Adipösen liegen kann, sicherlich aber auch an Lebensumständen und dem jeweiligen „Food environment“.

Bezüglich der höheren Rate von Übergewicht und KHK vor allem in Deutschland ist zu vermuten, dass folgende Ernährungsfaktoren dafür verantwortlich sein können:

- Folgen von zu hohem Eintrag an Energie, gesättigten Fetten, Fleischkonsum, tierischen Produkten, Alkohol
- evtl. auch Zusammenhang mit Verzehr und Art von Convenience-Produkten
- Gemüseverzehr niedrig

So ist auch zu vermuten, dass neben der Zufuhr von Lebensmitteln auch der Verarbeitungsgrad der Lebensmittel, hier vor allem hoch verarbeitete Produkte und Süssgetränke sowie Fruchtnektare, einen sehr grossen Einfluss auf die Gesundheit und die Entwicklung des Körpergewichts hat. Die Verzehrdaten weisen jedoch nicht genügend aus, welchen Verarbeitungsgrad die jeweiligen verzehrten Lebensmittel haben, so dass Daten zu möglichen Gesundheitsauswirkungen hinsichtlich des Verarbeitungsgrads im DACH Raum derzeit nur vermutet werden können. Die verfügbaren ersten klinischen Studien aus den USA [19] weisen darauf hin, dass hoch verarbeitete Produkte einen profunden Effekt auf unsere Gesundheit haben können.

### 1.4.1. Zukunftsfähige Ernährungssituation

Unser tägliches Essen und unser Essverhalten beeinflussen die menschliche Gesundheit sowie die Umwelt gleichermaßen. Nur wenn eine Ernährungsweise sowohl Gesundheit als auch Umwelt innerhalb gesetzter Grenzen beachtet und die planetaren Ressourcen respektiert werden, kann von einer zukunftsfähigen Ernährung gesprochen werden. Ob eine solche „planetary health diet“ für die ganze Weltbevölkerung umgesetzt werden kann, ist jedoch noch nicht abschliessend erforscht oder in Longitudinalstudien untersucht worden [20].

Verschiedene Studien haben gezeigt, dass die Ernährung ein Faktor ist, der die Gesundheit wesentlich beeinflusst [21], [21], [22], [20]. In früheren Jahren wurden oft nur einzelne Nährstoffe betrachtet und deren Einfluss auf die Gesundheit bewertet. In letzter Zeit wird jedoch der Fokus auf die Lebensmittel und Ernährungsweise gelegt, weil es nicht einzelne Nährstoffe sind, die unsere Gesundheit bestimmen, sondern ein Zusammenwirken von vielfältigen Lebensmitteln und weiteren Faktoren [23]. Es benötigt einen ganzheitlichen Ansatz auf gesundheitsbezogener sowie nachhaltigkeitsbezogener Ebene, um das Ziel zukunftsfähiger Ernährung zu erreichen [24],

So beschreibt Willet et al. [20] eine zukunftsfähige Ernährung als eine Ernährungsweise, die die gesundheitlichen und ernährungsphysiologischen Aspekte und Empfehlungen abdeckt, ohne die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (UN) und die Richtlinien des Pariser Abkommens zu verletzen oder einzuschränken. Um die Weltbevölkerung nachhaltig und gesund ernähren zu können, braucht es grössere Veränderungen in der Agrar- und Nahrungsmittelindustrie [20]. Um in beiderlei Hinsicht zukunftsfähig bleiben zu können, muss das Augenmerk mehr auf den Konsum von Gemüse und Früchten, Nüssen und Hülsenfrüchten gelegt werden und der Verzehr von rotem Fleisch sowie zugesetztem Zucker reduziert werden. Damit die

## KAPITEL 1.5: EAT Lancet: Planetary Health als eine Möglichkeit für eine zukunftsfähige Ernährungsweise

gesundheitlichen Aspekte und Empfehlungen sowie die Nachhaltigkeitsziele verfolgt und erreicht werden können, braucht es von Seiten der Landesregierungen, der Agrar- sowie der Lebensmittelindustrie und nicht zuletzt von der Zivilgesellschaft ein starkes Commitment um bestehende Strukturen zu ändern (20). Derzeit werden, vor allem in Folge des 2020 veröffentlichten WBAE-Berichts (25) in Deutschland verschiedene Bestrebungen der Landesregierungen z.B. in Baden-Württemberg, Bayern, Berlin und Hessen angegangen. Ernährungsstrategien sollen entwickelt werden, die auf Länderebene Vorgaben formulieren, welche Ernährungsziele erreicht werden sollen. Vergleichbare Entwicklungen sind z. B. in der Schweiz auf Stadtebene zu beobachten, so hat beispielsweise die Stadt Zürich seit 2019 eine „Strategie nachhaltige Ernährung der Stadt Zürich“ (33) entwickelt, die in einer Volksabstimmung auch so genehmigt und legitimiert wurde.

Für 2050 prognostizieren Demografen einen Anstieg der Weltbevölkerung auf zehn Milliarden Menschen. Diese grosse Anzahl von Menschen muss mit den Ressourcen, die die Erde zu bieten hat, ernährt werden. Reichen die planetaren Ressourcen dafür aus und was können wir bereits heute dafür tun, dass auch in Zukunft alle Menschen eine Lebensgrundlage haben? Die von der EAT-Lancet-Kommission vorgestellte „Planetary Health Diet“ soll gleichermaßen die Gesundheitsaspekte wie auch die Einhaltung der planetaren Ressourcen berücksichtigen.

Um bis 2050 eine gesunde Ernährung zu erreichen, müssen erhebliche Ernährungsumstellungen vorgenommen werden. So sollte der Konsum von Früchten, Gemüse, Hülsenfrüchten und Nüssen verdoppelt werden. Der Konsum von rotem Fleisch und zugesetzten Zuckern sollte um mehr als 50 % reduziert werden (20).

Die von Willet et al. untersuchten Dimensionen der Ernährung umfassen ausgewählte Aspekte der Nachhaltigkeit: Ökologie bzw. Umweltverträglichkeit und Gesundheit (20).

Wird von Nachhaltigkeit gesprochen, dann werden meist nur drei Bereiche betrachtet:

1. soziale Aspekte
2. ökologische Aspekte
3. ökonomische Aspekte (26)

Im Bereich der Ernährungswissenschaften wird eine vierte Dimension einbezogen, die **der Gesundheit** (27).

Rund ein Fünftel des gesamten Energie- und Materialverbrauchs weltweit kann dem Ernährungssystem zugeordnet werden. Dabei haben nicht alle Lebensmittelkategorien denselben Einfluss. Bei allen Lebensmittelgruppen hat die Fleisch- und Milch-

produktion den grössten Einfluss auf das System im Hinblick auf die Nachhaltigkeit. Die Hälfte des gesamten anthropogenen Treibhausgas-Ausstosses wird durch die Lebensmittelwertschöpfungskette verursacht. Allgemein ist eine Tendenz vorhanden, dass die Lebensmittelkette und somit der Weg vom Produzenten zum Konsumenten über die letzten Jahrzehnte länger geworden ist. Dies wird auf einen höheren Verarbeitungsgrad und Transporte der (Vor-)Produkte zurückgeführt. Unter Berücksichtigung der Ursachen der Umweltauswirkungen sollten Produktion, Verarbeitung durch die Lebensmittelwirtschaft, der Vertrieb und Handel wie auch die Privathaushalte und somit die Konsumentenseite betrachtet werden. Dabei wird unterschieden zwischen direkten und indirekten Umweltauswirkungen. Die direkten Umweltauswirkungen werden durch den Energieverbrauch, Abfall und Transport der Lebensmittel erzeugt. Die indirekten Umweltauswirkungen entstehen durch die Nachfrage der Kunden beispielsweise im Detailhandel (20).

Weiter ist Ernährung systemisch mit den Dimensionen Kultur, Umwelt, Gesundheit, Gesellschaft und Ökonomie vernetzt und weist mehrdimensionale, stark miteinander verflochtene strukturelle Abhängigkeiten auf. Diese engen Verknüpfungen spiegeln sich auch in zahlreichen der 17 Sustainable Development Goals wider, welche die Vereinten Nationen aufgestellt haben und weltweit die Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer und ökologischer Ebene erreichen sollen. Die Verabschiedung solcher Ziele zeigt auf, dass international das Bewusstsein um die Problematik um Ernährung, Gesundheit und Nachhaltigkeit an Bedeutung gewonnen hat (und durch die Corona-situation auch in der öffentlichen Wahrnehmung mehr Aufmerksamkeit erfahren hat).

In vielen Studien zu einer zukunftsfähigen und nachhaltigen Ernährung werden die planetaren Grenzen bis 2050 aufgezeigt, so auch, dass mit den momentanen Ernährungsweisen weltweite Schädigungen

des ökologischen Gleichgewichts einhergehen, die es zu verhindern und/oder rückgängig zu machen gilt. International und national sind dementsprechend die Bemühungen gross, Ziele und Strategien zu definieren, um eine nachhaltigere Lebensmittelproduktion und Ernährungsweise der Bevölkerung zu erreichen. Auch in der Schweiz nimmt das Thema Nachhaltigkeit im Bereich der Lebensmittelversorgung einen zunehmend höheren Stellenwert ein. So hat zum Beispiel das NFP69-Projekt „Gesunde Ernährung und nachhaltige Lebensmittelproduktion“ diesbezüglich wertvolle Resultate in Bezug auf die Dynamiken innerhalb des komplexen Systems „Ernährung“ und den damit verbundenen Synergien und Trade-offs geliefert. Während Synergien zwischen den verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit überwogen, wurden auch einige Trade-offs identifiziert. Überwiegend führten gesündere Konsummuster auch zu einer Verbesserung der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit, nicht jedoch in jedem Fall auch zu mehr Wirtschaftlichkeit. So können Erhöhungen von spezifischen pflanzlichen Lebensmitteln, insbesondere von Hülsenfrüchten, Gemüse und Früchten, zu einer potenziellen Zunahme der sozialen Risiken im Anbau dieser Kulturen führen, weil beispielsweise der Anbau von Hülsenfrüchten flächenintensiv ist. Konsumänderungen in einem Land haben daher immer komplexe Auswirkungen auf das gesamte Ernährungssystem, die es abzuschätzen und zu begleiten gilt. Auch sollten Massnahmen die sozialen Produktionsbedingungen entlang der Wertschöpfungskette berücksichtigen (34).

2018 hat die EAT-Lancet-Kommission in ihrem Report mit der „Planetary Health Diet“ eine konkrete Referenzdiät vorgelegt (vgl. Tabelle 1: Empfohlene Referenzdiät der PHD), die sowohl eine Weltbevölkerung mit zehn Milliarden Menschen mit allen nötigen Nährstoffen gesundheitserhaltend versorgen kann als auch die planetaren Grenzen wahren soll. Dennoch bleiben dabei diverse Fragen offen. So fehlen Angaben zur konkreten Umsetzbarkeit der „Planetary Health Diet“ bei Einbezug von landesspezifischen

Besonderheiten, klimatischen/topografischen Gegebenheiten, ökonomischen Rahmenbedingungen, aber auch sozialen Werten wie traditionelle Kostformen, Lebensweisen, Werte, Präferenzen, Aspekte des Verhaltens u. a.. Auch ist unklar, inwieweit sich die PHD auf nationale Gepflogenheiten und Traditionen umsetzen lässt und welche wirtschaftlichen Folgen sich daraus ableiten lassen.

**Tabelle 1: empfohlene Referenzdiät der PHD**

Lebensmittelkategorie	Gramm/Tag	kcal/Tag
Gemüse	300	78
Früchte	200	126
Stärkebeilage (Reis, Weizen, Mais)	232	811
Kartoffeln und Maniok	50	39
Milchprodukte	250	153
Rind, Lamm, Schwein	14	30
Geflügel	29	62
Eier	13	19
Fisch	28	40
Hülsenfrüchte	75	284
Nüsse	50	291
Ungesättigte Fette	40	354
Gesättigte Fette	11.8	96
Zucker	31	120
<b>Total</b>	<b>1323.8</b>	<b>2503</b>

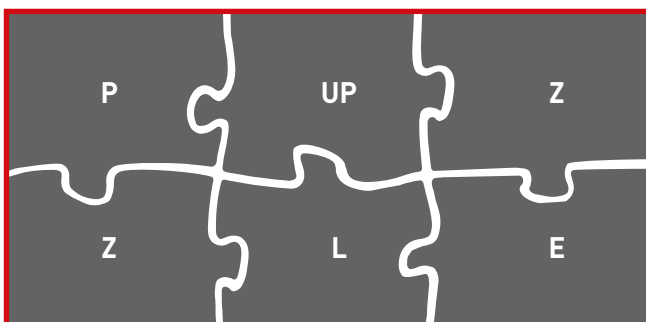
Die PHD empfiehlt für die Hälfte der pro Mahlzeit eingenommenen Portion Gemüse und Früchte. Die andere Hälfte soll vorwiegend aus Vollkornprodukten, pflanzlichen Proteinen, ungesättigten Fettsäuren und nur zu einem geringen Teil aus tierischem Protein oder zugesetztem Zucker bestehen. Die

pflanzlichen Proteine setzen sich aus Nüssen und Hülsenfrüchten zusammen (20). In Grammzahlen und Kalorienwert ausgedrückt wird die empfohlene Tagesmenge in Tabelle 1 verbildlicht. Diverse Länder haben sich dennoch auf Grund der gesundheitsförderlichen Vorteile der PHD bereits dazu entschieden, die PHD in ihre jeweiligen „Food Based Dietary Guidelines“ aufzunehmen. Ob die PHD auch als Referenz für die Empfehlungen für Ernährung im DACH Raum herangezogen werden wird, wird z. B. in der DGE derzeit diskutiert. Dennoch ist die PHD ein Konzept, das aktuelle Vorschläge liefert, wie eine zukunftsfähige globale Ernährungsweise gestaltet sein könnte.

## KAPITEL 1.6: Einflussfaktoren auf das Ernährungsverhalten

Im Verlauf eines menschlichen Lebens wirken immer wieder neue Einflüsse auf das Einkaufsverhalten und Konsumverhalten ein (28), (29). Während die reine Nahrungsaufnahme ein lebenswichtiger Bestandteil eines menschlichen Lebens ist, ist das Verhalten gegenüber Lebensmitteln und das Essen eine in verschiedenen Sozialisationsprozessen erlernte Handlung. Oft handelt das einzelne Individuum nach Strukturen der Gewohnheit und Routine (30). Der Mensch wird ohne biologische Instinkte geboren, die die Nahrungswahl leiten können. Der Mensch muss zuerst lernen, was wann wie zubereitet und in welcher Abfolge verzehrt werden kann. Diese Sozialisierung findet meist schon in frühen Kindheitsjahren in der Familie statt. Da in verschiedenen Kulturen auch unterschiedliche Normen und Werte gelten, gibt es kein generelles „richtig“ oder „falsch“. Jedes Individuum nimmt in seinem Leben Werte aus der eigenen Umgebung, Familie und Gesellschaft auf und verinnerlicht diese zu seinem eigenen Wertesystem. Aus diesem erlernten und verinnerlichteten System resultieren die individuellen Kriterien und Bemessungsgrundlagen für die täglichen Entscheidungen bezüglich Lebensmitteleinkauf und Konsum. Bildlich kann dieses Konstrukt aus Normen im sogenannten Puzzle-Modell dargestellt werden.

**Abbildung 2: Puzzle-Modell zum individuellen Ernährungsverhalten nach Brombach (2015).**



■ P – Person, U – Umwelt, Z – Zeit, Z – Ziele, L – Lebensmittel, E – Einstellung  
■ Kultur

Jede Person (P) hat eigene Einstellungen (E) und Ziele (Z), die bei der Lebensmittelwahl mehr oder

weniger gewichtet werden. Je nach Alter und Geschlecht ergeben sich andere biologische Bedürfnisse, Lebensmittel (L) werden je nach Sozialisierung durch die Umwelt (U) und historische Zeit (Z) anders bewertet und in Kategorien wie 'gesund' oder 'gut', oder aber auch in 'eklig', 'ungesund' oder 'schlecht' eingeteilt. Die Entscheidung, etwas zu essen oder eben nicht zu essen, ist von vielen Faktoren abhängig. Wie in einem Puzzle greifen alle Faktoren ineinander und formen aus einzelnen Komponenten ein Gesamtwerk, das das individuelle Ernährungsverhalten beschreibt. Dabei bildet die Kultur, in der man aufgewachsen ist, meist den 'Basisfaktor' ab, der das Puzzle-Modell umgibt.

In der Vergangenheit wurden die für den Lebenserhalt nötigen Nährstoffe erforscht und umschrieben, ebenfalls sind die das Ernährungsverhalten beeinflussenden Faktoren und Normen weitgehend bekannt und in der Literatur thematisiert (35). Die das Ernährungsverhalten beeinflussenden Determinanten sind beispielsweise Alter, Geschlecht, Einkommen, Geschmacksvorlieben und Kultur, in der man aufgewachsen ist (31). Im Gegensatz dazu ist jedoch nach wie vor nicht gänzlich geklärt, in welchem Verhältnis die verschiedenen Faktoren auf das Ernährungsverhalten wirken und welche Wechselwirkungen entstehen und wie diese auf die einzelnen Privathaushalte wirken (32).

Ebenfalls sind erlernte Werte und Normen nicht statisch, sondern verändern sich im Verlauf des Lebens kontinuierlich. Studien haben gezeigt, dass in jüngeren Lebensjahren beispielsweise eher Kriterien, die mit der Haltbarkeit und der Preisgestaltung des Lebensmittels einhergehen, ausschlaggebend für die Wahl von Lebensmitteln sind, während im Erwachsenenalter vermehrt Parameter, die die Frische, den Geschmack, die Gesundheit, die Anbaubedingungen oder das Tierwohl betreffen, wichtig werden (28). Da jede Handlung, jede Wahl, ein Lebensmittel zu kaufen oder zu konsumieren, eine auf Werten basierende Entscheidung ist, kann der Mensch durch



das Konsumverhalten auch einen entscheidenden Einfluss auf die Wirtschaft, die verschiedenen sozialen Systeme, die (eigene) Gesundheit und die Umwelt nehmen (27). Aus diesem Grund erscheint es wichtig, dass zukunftsfähige Ernährungsstrategien nicht nur auf ökonomische und politische Einflussfaktoren zielen, sondern auch soziale Aspekte verstärkt miteinbeziehen. Die individuelle Einschätzung und die daraus folgende Entscheidung ist immer von höherer Wichtigkeit als von der Politik oder vom Staat gegebene Daten und Fakten (29). Je nachdem, in welche historische Zeit ein Mensch hineingeboren wurde, gelten verschiedene Voraussetzungen und kulturelle Verhaltensmuster als 'normal'. Beispielsweise, je nachdem ob eine Person zur Nachkriegszeit Nahrungsknappheit erlebte oder nur saisonal verfügbare Lebensmittel kannte oder den folgenden wirtschaftlichen Aufschwung miterlebt hat, gelten andere Werte und Normen als „angemessen“ und „richtig“. Im Verlaufe der Zeit sind immer wieder äussere veränderte gesellschaftliche, politische Rahmenbedingungen aufgetreten, die einen prägenden Einfluss auf Personen ähnlichen Jahrgangs ausübten.

So haben sich beispielsweise technologische Entwicklungen, das wachsende Angebot an Fertigprodukten sowie Convenience-Produkten oder immer weiter entwickelte Haltbarmachmethoden und Angebotsformen der Lebensmittel, neue Technologien extrem verändert. In der Landwirtschaft, aber auch in der Lebensmittelindustrie sind in den letzten hundert Jahren viele neue Technologien und Möglichkeiten erarbeitet worden, die Herstellungen, Vertrieb, Angebote und Verwendung von Lebensmitteln vielfach beeinflusst haben. Für Personen, die um 1980 und später geboren wurden, ist ein allzeit zur Verfügung stehendes Angebot normal geworden und Speisen aus fernen Ländern und Kulturen gehören zum Alltag. Durch dieses Überangebot beeinflusst entstehen jedoch auch vermehrt sogenannte Bottom-up-Verhaltensweisen von Verbrauchergruppen, die als Gegenentwurf oder in Kritik zu bestehenden

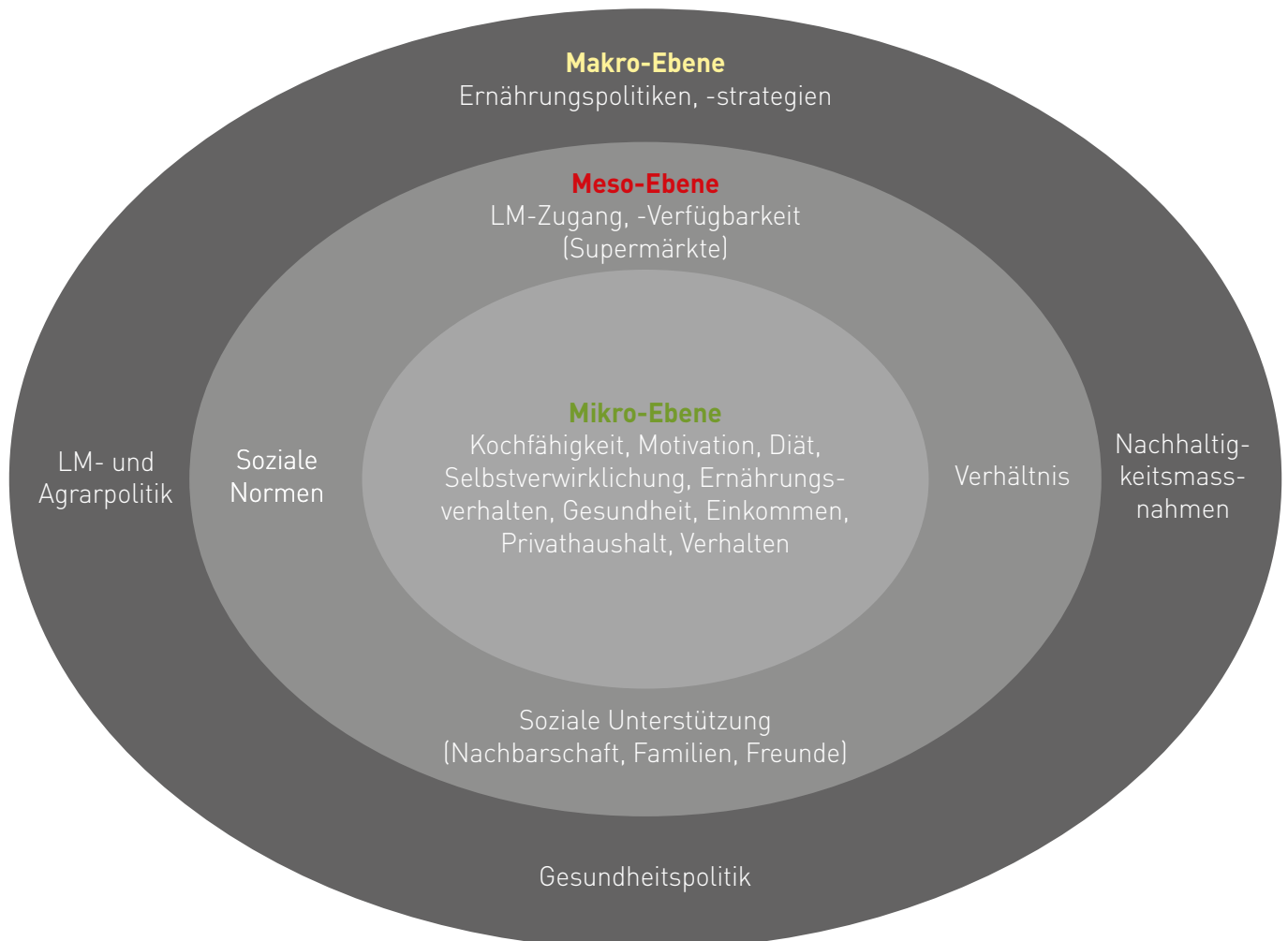
Ernährungsweisen entstehen, wie z. B. Bestrebungen zu mehr „Regionalität“, „clean eating“ „vegane-ry“ etc. Meist entstehen solche Bewegungen nicht wissenschaftsgetrieben, sondern vorwiegend über Social Media und Social Influencer (siehe Kapitel 3.6).

Während noch in der Generation der in den Vorkriegsjahren Geborenen Wissen über Lebensmittel und ihre Zubereitung vorwiegend über die familiären Strukturen (von Mutter zu Tochter) weitergegeben wurde, können sich (vor allem junge) Menschen in heutiger Zeit ihre Grundlagen für Entscheidungen jederzeit über Internet, soziale Netzwerke und Apps besorgen. Literaturrecherchen ergaben, dass in Amerika und Europa immer weniger Zeit für die Lebensmittelzubereitung aufgewendet wird und vermehrt auf Hilfestellungen, wie vorverarbeitete Lebensmittel, Lieferungen oder Take-away, zurückgegriffen wird oder die Wahl auf die Zubereitung von einem weniger aufwändigen Menu fällt (36). Mit dieser Einschränkung des Zeitaufwands geht ein Verlust an „Familienzeit“ einher. Studien haben ergeben, dass bei den nicht erwerbstätigen Müttern 91,9% an der Zubereitung der Mahlzeiten beteiligt sind, bei den in Vollzeit arbeitenden Müttern sind es lediglich noch 79,2%. Mütter, die in einer Teilzeitanstellung arbeiten, beteiligen sich zu einem Prozentsatz von 87,2% an der Mahlzeitenzubereitung. Während erwerbstätige Mütter mehr Zeit in die Zubereitung des Abendessens investieren, ist der für das Kochen geleistete Zeitaufwand bei den nicht erwerbstätigen Frauen über Mittag grösser. Die hauptsächliche Nebenbeschäftigung beim Kochen ist neben Radio hören Gespräche führen (35). In einer Befragung über mehrere Generationen hinweg hat sich gezeigt, dass ältere Generationen vermehrt die Mittagsmahlzeit als Hauptmahlzeit angegeben haben und sich für diese, im Gegensatz zu den jüngeren Generationen, auch mehr Zeit genommen haben (35). (37)

## KAPITEL 1.7: Unsere Essumgebung

Das food environment bestimmt den Rahmen und die Verhältnisse, in denen wir Essen produzieren, verarbeiten, in den Handel bringen, einkaufen und im häuslichen Umfeld zubereiten (vgl. Abbildung 3). Die Essumgebung bildet quasi die Lebensgrundlage und Basis für den Essalltag, in dem wir täglich handeln, unsere Lebensmittelauswahl treffen, uns mit Nahrung versorgen, diese einkaufen, bevorraten, kochen und essen. Also mit Nahrung „umgehen“.

**Abbildung 3: Lebensmittelumgebung, „food environment“ (eigene Darstellung)**



Die Makro-Ebene beschreibt das politische und historisch-kulturelle Umfeld, Gesetze und Verordnungen, die den Rahmen und Handlungsspielraum von allen Akteuren entlang der Wertschöpfungskette (wie Landwirtschaft, Produktion, Handel usw.) bestimmen. Diese in Abbildung 3 dargestellte Makro-Ebene umgibt die Meso- und Mikro-Ebene.

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie die Politik Einfluss auf das Lebensmittelumfeld nehmen kann. Der Wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (25) zeigt dies in einem Gutachten mit Empfehlungen für politische Veränderungen im Rahmen einer nachhaltigeren Ernährung:

1. Systemwechsel in der Kita- und Schulverpflegung herbeiführen. „Kinder in den Fokus“
2. Konsum tierischer Produkte global verträglicher gestalten. „Weniger und besser“
3. Preisanreize nutzen. „Die Preise sollen die Wahrheit sagen.“
4. Eine gesundheitsfördernde Ernährung für alle ermöglichen. „Ernährungsarmut verringern.“
5. Verlässliche Informationen bereitstellen. „Wahlmöglichkeiten schaffen.“
6. Nachhaltigere Ernährung als das „New Normal“. „Soziale Normen kalibrieren.“
7. Öffentliche Einrichtungen verbessern. „Grossküchen nachhaltiger gestalten.“
8. Landbausysteme weiterentwickeln. „Öko und mehr“

### **Diese acht Punkte sollen eine faire Ernährungsumgebung durch integrierte Politik für eine nachhaltigere Ernährung ermöglichen (25).**

In den drei befragten DACH-Ländern unterscheiden sich diese **Makro-Ebenen** durch die jeweiligen politischen, kulturellen, topografischen und historisch-kulturellen Bedingungen. Deutschland ist an Fläche und Einwohnerzahl knapp zehn mal so gross wie die Schweiz und hat gleichfalls fast zehn mal mehr Einwohner als Österreich. Alle drei Länder teilen den alpinen Raum sowie den Bodensee als drittgrössten mitteleuropäischen Binnensee. Darüber hinaus gibt es zahlreiche historische, kulturelle und soziale Gemeinsamkeiten. Das soll jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es auch grosse Unterschiede gibt, z. B. im Bereich der Landwirtschaft, Bildung oder der sprachlichen und kulturellen Gegebenheiten. Beispielsweise ist die deutsche Agrarpolitik auf den Export von Agrarprodukten ausgerichtet, hingegen ist die Schweiz auch auf Grund der topografischen und klimatischen Gegebenheiten im alpinen Raum eher auf kleinbäuerliche Betriebe und deren Produktion für die inländische Versorgung ausgerichtet. In der Schweiz ist es ein politisches Ziel, die Pflege der Kulturlandschaft, hier vor allem des alpine Raumes, zu fördern. In Österreich ist der Anteil von biologisch produzierenden Landwirtschaftsbetrieben prozentual von allen drei Ländern am höchsten. Auch im Bereich der Ernährungspolitik gibt es Unterschiede. In Deutschland gibt es mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ein eigenes Ministerium, das mit der IN FORM-Initiative ein Rahmenprogramm für gesündere Ernährung und mehr Bewegung geschaffen hat. Das Bundeszentrum für Ernährung, eine Abteilung innerhalb der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) ist für die Umsetzung und Ernährungskommunikation zuständig. In Österreich gibt es das Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz sowie das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus. An-

gegliedert an diese beiden Ministerien ist die AGES (Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit), die neben den Aufgaben der Lebensmittelsicherheit und Ernährungssicherung noch weitere Geschäftsfelder hat. In der Schweiz ist neben dem Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen auch das Bundesamt für Gesundheit für die Ernährung zuständig. In der Schweiz gibt es kein eigenes Bundesamt für Ernährung.

In der **Meso-Ebene** sind die „näheren“, im Wohnumfeld liegenden Einflussfaktoren einer Lebensmittelumgebung eingebettet: z. B. Lebensmittelgeschäfte, die den Lebensmittelzugang, die Vielfalt des Lebensmittelangebots und die Lebensmittelverfügbarkeit und Bezahlbarkeit beeinflussen. Ausschlaggebend ist, in welchem geografischen Umfeld, Quartier, auf dem Land oder in der Stadt, ein Individuum wohnt. Auch hier gibt es Länderunterschiede, vor allem hinsichtlich Erreichbarkeit und Angebotsstruktur. So ist der Lebensmitteleinzelhandel in Österreich und Deutschland durch eine grössere Vielfalt an unterschiedlichen Einzelhandelsanbietern gekennzeichnet. In der Schweiz sind im Vergleich dazu mehrheitlich zwei grosse Detailhandelsketten für das Angebot verantwortlich. Hingegen ist die Flächenabdeckung und Versorgungsdichte mit Lebensmittelläden in Österreich und der Schweiz höher als in Deutschland, was aber auch an der grösseren Fläche von Deutschland liegt. Gleiches gilt auch für die Einrichtungen des öffentlichen Nahverkehrs, der für die Versorgungsstruktur Voraussetzung ist. Die Schweiz ist mit einem sehr dichten Netz des öffentlichen Personennahverkehrs ausgestattet, so dass auch abgelegene und kleine Dörfer daran angebunden sind. Hingegen hat Deutschland als Flächenstaat teilweise unzureichende Anbindungen von vor allem in ländlichen und ostdeutschen Gebieten, so dass hier das Privatauto für viele Menschen Voraussetzung für die Lebensmittelbeschaffung ist. Österreich liegt diesbezüglich in der Mitte, mit sehr ländlichen Gebieten, aber auch dem urbanen Zentrum Wien, das mit nahezu zwei Millionen Einwohnern (bei knapp neun Millio-

nen Einwohnern in Österreich) über ein sehr gutes öffentliches Personennahverkehrssystem verfügt.

Die **Mikro-Ebene** beschreibt die jeweiligen Voraussetzungen der individuellen Ernährungskompetenzen und Ausgestaltungsmöglichkeiten einer Ernährungsweise im Privathaushalt. Neben den Einkommens- und Bildungsvoraussetzungen spielen auch persönliche Präferenzen, biografische Prägungen und die jeweilige Wohn- und Familiensituation; Ausstattung mit Küchengeräten, Bevorratungs- und Lagerungsmöglichkeiten für Lebensmittel eine entscheidende Rolle.

Auch hier sind Länderunterschiede zu beobachten: In Deutschland werden rund 9,6% des durchschnittlich verfügbaren Einkommens eines Privathaushalts für Lebensmittel aufgewendet, in Österreich sind es 9,7% und in der Schweiz 6,4% (Bezugsjahr 2019/2020). In allen drei Ländern wird durch gesellschaftliche Veränderungen heute weniger häufig gemeinsam als Familie gegessen, wodurch auch das gemeinsame Kochen seltener wird. Dies wiederum bewirkt, dass die Fähigkeiten und das Wissen über die Nahrungszubereitung sowie der Umgang mit Lebensmitteln im Elternhaus weniger oft tradiert werden. Entsprechend kommt dem Bildungssystem und somit den Schulen und deren Vermittlung von praktischen Kompetenzen und Kenntnissen (Food Literacy) eine wichtige Funktion zu. In der Schweiz gibt es für alle Schulen in fast allen Kantonen einen obligatorischen Hauswirtschaftsunterricht (Klassenstufe 7) und ein Schulkochbuch (Tiptopf), das in der ganzen Schweiz verbreitet und bekannt ist. Damit werden Grundlagen gelegt und beispielsweise die Empfehlungen der Schweizer Gesellschaft für Ernährung und die Lebensmittelpyramide in die Breite getragen. Ein vergleichbares, flächendeckendes Angebot von Hauswirtschaftsunterricht oder ein in allen Bundesländern eingesetztes Schulkochbuch gibt es so weder in Deutschland noch in Österreich. In der Diskussion, was Schulen lehren sollen und insbesondere, welche Ernährungsbildungsinhalte

umgesetzt werden sollen, besteht in Deutschland kein Konsens. Das deutsche Bildungssystem ist föderalistisch. So gibt es je nach Bundesland unterschiedliche Lehrpläne und Lehrinhalte, die im Bereich Hauswirtschaft, Ernährungsbildung, Food Literacy angeboten und teils unterschiedlichen Schulfächern zugewiesen sind. Gleichzeitig haben sich das heutige Lebensmittelangebot, die Verpflegungsmöglichkeiten und die Informationen über Essen enorm vervielfältigt, so dass es zunehmend wichtiger wird, über solide Kompetenzen und Kenntnisse zu verfügen, um sich z. B. beim Lebensmitteleinkauf zu orientieren.

In Österreich folgt nach der Volksschule entweder die Neue Mittelschule oder eine allgemeinbildende höhere Schule (AHS). Beide Stufen dauern wiederum je vier Jahre. In der Neuen Mittelschule (SchülerInnen sind dann zehn – 14 Jahre alt) wird Ernährung als Bestandteil von verschiedenen unterrichteten Fächern in den Lehrplan integriert. Dabei werden Ernährungs- und Gesundheitsaspekte unterrichtet. Im Lehrplan der AHS ist Ernährungsbildung ebenfalls verankert, jedoch nicht als individuelles Unterrichtsfach, sondern als Bestandteil diverser Fächer. Lediglich in den höheren Lehranstalten wird dies teilweise vertiefter gelehrt. Praktische Anwendung in Form von Kochunterricht oder Lebensmittelpraktikum wird lediglich an vereinzelt Oberstufenschulen angeboten und dies nur für eine beschränkte Anzahl von Stunden.

Allen drei Ländern ist ebenfalls gemeinsam, dass es keine verbindlichen Tagesschulen und flächendeckenden Schulverpflegungsangebote gibt. Schulverpflegung ist in keinem der Länder kostenfrei für die SchülerInnen (seit August 2019 kostenfrei in Berlin). In Österreich und der Schweiz gibt es im Vergleich zu Deutschland keine einheitliche (DGE-)Empfehlung für die Schulverpflegung und daher keine flächendeckenden Leitlinien zur Schul- und Kita-Verpflegung.

## KAPITEL 1.8: Veränderungen durch Corona

Ab Mitte März 2020 wurde in allen Ländern des DACH Raums ein totaler Lockdown auf Grund der Coronakrise verordnet. Das hatte tiefgreifende Folgen in allen gesellschaftlichen Bereichen. Auch die EssZuk-Studie, die noch mitten in der Feldphase steckte, hatte sich neu auszurichten. Interviews, die zuvor persönlich mündlich stattfanden, konnten nur noch telefonisch oder online durchgeführt werden, was zu einer neuen Situation führte, da vielfach die bereits vereinbarten Termine eines persönlichen Gesprächs abgesagt und neue Personen (hier vor allem die Verbraucher) gefunden werden mussten, die bereit waren und die Technikvoraussetzungen mitbrachten, online Interviews durchzuführen. Da zu Beginn der Coronakrise allgemein eine grosse Verunsicherung herrschte, war die Bereitschaft, an einer Studie teilzunehmen, stark gedämpft und es gestaltete sich als schwierig, neue Interviewpartner zu finden. Jeder war mit der aktuellen Coronasituation in Anspruch genommen und es herrschte allgemeine Unsicherheit, die nicht dazu animierte, sich auf etwaige Gesprächssituationen, noch dazu mit Unbekannten, digital einzulassen.

Auch inhaltlich hatte das aktuelle Coronageschehen eine derartige Präsenz, dass es nahezu alle Bereiche, auch und gerade der Ernährung, zu überschatten drohte. Gleichzeitig bot aber auch die gemeinsame Erfahrung eines Lockdowns und die Auswirkungen auf den Essalltag die Gelegenheit, daran anzuknüpfen und mit konkreten Fragen zur Bewältigung der Krise in ein Gespräch einzusteigen.

Die erkennbaren globalen Abhängigkeiten der Versorgung, die vermehrte Beschäftigung mit „Essen“ während des strengen Lockdowns und auch die Sorge um Ernährungssicherheit waren Themenbereiche, die durch die Coronakrise in das unmittelbare öffentlich-mediale Interesse gerieten. Seit der Beendigung der Nahrungsversorgungskrisen im DACH Raum nach dem Zweiten Weltkrieg hatte das Thema Essen und Ernährungsversorgung nicht mehr solch eine Unmittelbarkeit und öffentliche Präsenz erlebt.

Die leeren Supermarktregale verdeutlichten unmittelbar, dass ein bislang für selbstverständlich angenommenes System der Versorgung aus der Balance geraten kann (auch wenn es sich hier um Auswirkungen eines verschobenen Nachfrageverhaltens und von Panikkäufen handelte). Diese Erfahrungen, neben dem Zurückgeworfensein auf das eigene Kochvermögen, weil die Restaurants, Gastronomie- und Ausser-Haus-Verpflegungsangebote geschlossen hatten, verdeutlichte auf dem Teller die unmittelbare und eindeutige Botschaft: Essen ist essentiell und wir leben in globalen Abhängigkeiten, die das hoch komplexe Ernährungssystem mit sich bringt. So gab es während des ersten Lockdowns deutlich höhere Nachfragen nach Mehl, Hefe, Pasta, Bioprodukten und auch die Google-Suchen im Themenfeld „Essen“ haben sehr stark zugenommen.

Generell ist die Einschätzung der Autoren, dass sich zwar ein aktuelles, verändertes Ernährungsverhalten beobachten lässt (z. B. vermehrtes Achten auf Gesundheit, Kauf von regionalen Produkten und wo möglich auch vermehrtes Gärtnern und Anbauen von Gemüsen, Kräutern, Obst, steigende Nachfrage nach pflanzlichen Proteinquellen und Fleischalternativen), allerdings scheinen die grossen Veränderungen vorrangig durch die Schliessungen der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegungsmöglichkeiten verursacht worden zu sein. Was sich geändert hat, ist vor allem die Zeit des Kochens und in Zeiten von Schliessungen von Freizeitangeboten und weiteren Einkaufsmöglichkeiten wird der Einkaufsort von Lebensmitteln als sozialer Raum der Begegnung neu (oder sehr bewusst) erlebt. Lebensmitteleinkauf und Kochen werden als neue Sinnstiftung erlebt, die damit womöglich auch eine Veränderung „weg von der Spassgesellschaft, hin zur Sinngesellschaft“ (Delphi-Experte CH) anzeigen könnte.

Bei der Internetnutzung, sei es für Arbeit, Freizeit, Kontaktpflege wie auch durch die forcierte Digitalisierung, konnte eine vermehrte Nutzung von Youtube, Social Media etc. als Inspirationsquelle und

Anleitung für (Koch-)Informationen beobachtet werden. Gleichfalls stieg die Nutzung von Lieferdiensten für Essen, zusätzlich zu den bekannten Pizza- und home deliveries, vorangetrieben durch neue Angebote wie z. B. „hello fresh“ (ab 2020 in der Schweiz) oder „click and buy“. Wie weit sich solche Veränderungen langfristig auswirken und beibehalten werden, bleibt abzuwarten.

## 2. Vorgehensweise und Untersuchungsdesign

### KAPITEL 2.1: Auswahl der Interviewpartner

In einem mehrdimensionalen Design sollten diejenigen Akteure befragt werden, die auf Grund ihrer beruflichen Stellung einen Einfluss auf das Essgeschehen haben. Diese Personengruppe wird als „**Verhältnisakteure**“ bezeichnet. Dabei sollten pro Land jeweils zehn Verhältnisakteure befragt werden. **Somit sind insgesamt 30 Interviews mit Vertretern der Verhältnisgestaltenden vorgesehen.** Auf Grund der Coronakrise liess sich diese Zahl nicht ganz erreichen, in Deutschland und Österreich konnten trotz grösster Anstrengungen nur je acht Interviews realisiert werden. **Damit ist die Gesamtzahl der Interviews mit Verhältnisakteuren bei 26 Personen, die der Verhaltensakteure bei 30 und die der Experten bei zehn. Insgesamt wurden damit 66 qualitative Interviews durchgeführt.**

Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde besonderer Wert auf Vertreter entlang der gesamten Wertschöpfungskette (1) gelegt. In jedem DACH-Land werden Vertreter von Agrarproduktion, Handel, Lebensmittelbranchen, politischen Institutionen, Bildungsinstitutionen, NGO und Vertreter von verbraucherpolitischen Einrichtungen ausgewählt.

Jeweils zehn Verbraucherinterviews pro DACH-Land, hier als „**Verhaltensakteure**“ bezeichnet, werden wie folgt ausgewählt: Die Interviewpartner werden pro Land auf je vier Familien, zwei Singles, zwei Studierende, zwei Senioren ausgerichtet. Auswahlkriterium ist, dass die Zielperson hauptsächlich für die Gestaltung des Essalltags der Haushaltsmitglieder verantwortlich ist. Es wird ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis angestrebt und auf eine Verteilung der Herkunft Stadt/Land, sozioökonomische Verteilungen geachtet. Somit sind insgesamt 30 Interviews der Verhaltensakteure realisiert worden.

### KAPITEL 2.2: Auswahl der Delphi-Experten

Die Delphi-Experten wurden folgendermassen ausgewählt:

- Sie sollten einen breiten Überblick über das Essgeschehen und das Ernährungssystem in ihrem Land verfügen
- Sie sollten als Experte und Vertretenden ihrer Organisation eine Sichtbarkeit im wissenschaftlichen Kontext haben
- Sie sollten als Ernährungsexperte auch in verschiedenen nationalen/internationalen Gremien tätig sein
- Sie sollten auch inhaltlich mit der Thematik der EssZuk-Studie vertraut sein.



## 3. Ergebnisse

Die geführten Interviews dauerten jeweils durchschnittlich zwischen 45 Minuten und 70 Minuten. Direkt nach der Durchführung der Interviews wurde ein Postscriptum angelegt, um etwaige Gesprächsinhalte, die nach Abschluss des offiziellen Gesprächs auftraten, zu notieren, wie auch Einschätzung des Gesprächsverlaufs und Bemerkungen, die für die Interpretation der Ergebnisse wichtig waren. Alle Interviews wurden wörtlich transkribiert und inhaltsanalytisch ausgewertet.

### KAPITEL 3.1: Kernaussagen der Interviews mit Verhaltensakteuren

#### 3.1.1: Die Interviews mit den Schweizer Verhaltensakteuren

Aus Sicht der befragten KonsumentInnen besteht in der Schweiz ein **Überangebot an Lebensmitteln**. Nicht nur inländische Produkte, sondern auch importierte Ware seien das ganze Jahr erhältlich und nur **makellose Lebensmittel** finden den Weg ins Verkaufsregal. Die **Machtverhältnisse** entlang der Wertschöpfungskette seien falsch verteilt und es brauche diesbezüglich **Umstrukturierungen**. **Ernährungsempfehlungen** wie die Schweizer Lebensmittelpyramide sind den Befragten **bekannt**, weitere Hilfestellungen des Bundes scheinen jedoch noch nicht vollumfänglich im Bewusstsein der Bevölkerung angekommen oder verankert zu sein. Einig ist man sich, dass durch einen **reduzierten Konsum von Zucker sowie tierischen Produkten eine Verbesserung in gesundheitlicher Hinsicht oder in Sachen Nachhaltigkeit** resultieren würde. In der Umsetzung der eigenen Ernährungsweise versucht man auf Vielseitigkeit, Regionalität (d. h. Swissness) und Saisonalität zu achten. Dies sei jedoch, bedingt durch fehlende Information, ein übermässiges Angebot an ungesunden oder wenig nachhaltig produzierten Produkten sowie eine verzerrte Preispolitik, **nicht einfach zu bewerkstelligen**.

Da sich die Strukturen im Essalltag geändert haben und Wissen und Sensibilität nicht mehr nur im familiären Umfeld vermittelt werden, haben **ausserfamiliäre Institutionen wie Kindertagesstätten oder Schulen** ebenfalls Verantwortung zu übernehmen, beispielsweise durch entsprechende Vermittlung von ernährungsbezogenen Informationen. Die **Vermittlung von Inhalten und praktischen Kenntnissen** über eine zukunftsfähige Ernährung soll von verschiedenen Stellen, so früh wie möglich und für alle Bevölkerungsschichten zugänglich, angeboten werden. Generell sehen die Konsumenten die Aspekte, die die Gesundheit betreffen, im Bereich der **Eigenverantwortung**, jene, die einen Einfluss auf die Nachhaltigkeit und die Umwelt haben, eher in

der **Verantwortung des Staates**. Gewünscht ist eine **sachliche Information**, die politische und industrielle Interessen ausser Acht lässt. Finanzielle Steuern und Verbote werden kontrovers diskutiert, da das Thema der Ernährung emotional behaftet bleibt und man sich nicht bevormunden lassen will. Konsens besteht darüber, dass für eine Umsetzung einer **zukunftsfähigen Ernährungsweise alle Beteiligten der Wertschöpfungskette zusammenarbeiten** müssen und auf jeder Stufe mehr Eigenverantwortung übernommen werden kann und muss.

### 3.1.2: Die Interviews in Österreich mit Verhaltensakteuren

Die Auswertung zeigt, dass den österreichischen Konsumenten **einige Ernährungsempfehlungen bekannt** sind. Vor allem die Lebensmittelpyramide kennen viele aus der Schulzeit. Unter einer gesundheitsförderlichen und nachhaltigen Ernährung haben die **Konsumenten klare Vorstellungen** (vor allem wird genannt, mehr Gemüse und weniger Fleisch zu konsumieren). Weitere gezielte Handlungsoptionen (z. B. eine Erhöhung des Hülsenfrüchtekonsums oder mehr Nüsse in die Ernährungsweise zu integrieren) werden kaum direkt aufgeführt. Dennoch scheint die **Umsetzung** davon und die Integration in den Alltag eine **Herausforderung** darzustellen. Eine **finanzielle Steuerung** oder eine Angebotsoptimierung könnten sich die österreichischen Konsumenten als **Lenkungsmethode** der Ernährungsweise vorstellen. Durch die **Erhöhung der Fleischpreise** oder die Festlegung eines **Mindestpreises für heimisches Fleisch** beispielsweise. Dabei sollten keine sozialen Ungleichheiten entstehen. Zudem sollte das Angebot so ausgelegt sein, dass im Handel weniger importierte und **mehr heimische Produkte angeboten** werden. Durch mehr heimische Produkte wäre die Vermittlung der Transparenz möglicherweise einfacher. **Mehr Transparenz, weniger Dauerverfügbarkeit** der Lebensmittel (z. B. bis Ladenschluss) und der Mangel eines Produktes könnten mehr Wertschätzung gegenüber dem Produkt bewirken,

was für eine nachhaltige Ernährungsweise einen wichtigen Faktor darstellt. Die Verantwortung für die Umsetzung einer zukunftsfähigen Ernährungsweise wird als ein **Zusammenspiel von Staat, Handel, Produzenten und Konsumenten** gesehen. Dabei sollte der **Staat die Rahmenbedingungen festlegen**, die Produzenten und der Handel nachhaltige und gesunde Produkte auf den Markt bringen und der **Konsument Eigenverantwortung übernehmen**. Informationskampagnen müssten auf verschiedenen Kanälen lanciert werden, damit möglichst viele Bevölkerungsschichten erreicht werden. Hier wurde vor allem auch **Social Media** genannt, die durch eine breit angelegte Informationsstrategie flankiert werden sollte, die auch von allen Akteuren (vom Produzenten bis zum Einzelhandel) getragen wird.

Insgesamt werden die Gestaltung und Umsetzung einer zukunftsfähigen Ernährungsweise durch verschiedene Faktoren geprägt, die miteinander in Wechselwirkungen stehen. Damit eine zukunftsfähige Ernährungsweise umgesetzt werden kann, müssen **individuelle Essgewohnheiten verändert** werden. Allerdings wird Bewusstsein für Lebensmittel bei vielen Konsumenten bereits während der Kindheit geformt und geprägt und die Familie stellt somit eine wichtige Stellschraube dar, wenn es um die Veränderung von Gewohnheiten geht. Zwischen dem **Bewusstsein für Lebensmittel und der Wertschätzung für Lebensmittel** gibt es Wechselwirkungen. Gerade die eigene Mitarbeit bei der Herstellung von Lebensmitteln im Privathaushalt, z. B. wenn die Kinder einbezogen werden, beeinflusst das Bewusstsein und auch die Wertschätzung gegenüber den Lebensmitteln und somit das gesamte Essverhalten. Daher scheint es aus Sicht von Familien interessant, Angebote zu entwickeln, die über einen längeren Zeitraum hinweg theoretische Wissensvermittlung über Ernährungsthemen mit der eigenen Praxis verknüpfen. Eine Möglichkeit, die genannt wurden, wären Kooperationen zwischen Schulen und Bauernhöfen.

### 3.1.3. Die Interviews in Deutschland mit Verhaltensakteuren

Die **Lebensmittelversorgung wird als „überproportional“** oder auch als jederzeit verfügbar beschrieben, Lebensmittel sind über viele verschiedene Einkaufsorte erhältlich. Bei den Ernährungsempfehlungen sind bei den befragten Verbrauchern die **DGE-Empfehlungen kaum bekannt**, viele haben „schon mal was von der Ernährungspyramide gehört“, sich aber noch nicht vertieft damit befasst. Auch sind Ernährungsempfehlungen über den Bekanntenkreis, aus Social Media, Apotheke oder auch von Lebensmittelverpackungen bekannt. Familien berichten, dass sie auch durch **die Schule oder über den Kinderarzt Ernährungsempfehlungen** vermittelt bekommen. Die Grundlagen einer gesunden Ernährung sind bekannt, so wird hauptsächlich „abwechslungsreich“ als „gesund“ bezeichnet, ebenso wie „viel Obst und Gemüse“, „wenig verarbeitete Lebensmittel“ oder auch „ballaststoffreiche Ernährung“. Unter **„nachhaltiger Ernährung“** werden vor allem „regionale“ Lebensmittel verstanden, aber auch „verpackungsfreie“ Lebensmittel, Eigenanbau oder auch Produkte aus inländischer Produktion (solche Optionen wurden vor allem von Singles und Studierenden genannt). Wenn **Fleisch** konsumiert wird, dann sollte es in **geringen Mengen** geschehen und möglichst **„von guter Qualität“** sein. Verbraucher sind zum Thema „Lebensmittelverschwendung“ sensibilisiert, hier ist vor allem eine befragte Seniorin sehr explizit: „Ich bin ein Kriegskind, so was gibts bei mir nicht. Auch wenn eine Kartoffel übrig bleibt, die wird wiederverwendet“. Generell waren sich die Verbraucher aber einig, **dass Planung, Verteilen, ressourcenvoller Umgang wichtig seien, um Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken.**

Als mögliche Verbesserungen und Handlungsmöglichkeiten sollte der Konsum von pflanzlichen Lebensmitteln **bevorzugt** werden und entsprechend **regional eingekauft** werden. Was jedoch genau

unter „regional“ zu verstehen ist, bleibt unklar. Es ist zu vermuten, dass die meisten mit „regional“ ein überschaubares Umfeld, die eigene „Meso-Ebene“ verstehen oder zumindest die nationale Herkunft der Lebensmittel vorziehen. Ebenfalls unklar bleibt, ob regionale Lebensmittel immer auch in Bezug zur „regionalen Wertschöpfung“ gesehen werden. Im Bereich der **Informationsvermittlung** spielen Zeitungen, Fernsehen, aber auch die **sozialen Medien** eine wichtige Rolle, allerdings werden auch die Supermärkte und Schulen genannt, über die Informationen zu Ernährung aktiv eingeholt werden. Auffällig ist, **dass Fachexperten und die DGE hier nicht genannt** werden. Bei den Verantwortlichkeiten im Bereich der Ernährung werden überwiegend die **Schule und die Politik** am meisten genannt, aber auch die Informationsvermittlung durch **Medien**. Auch die Konsumenten selbst werden als in der Verantwortung stehend wahrgenommen. Die Meinungen gehen etwas auseinander bei der Frage, ob direktive, also ordnungspolitische Massnahmen z. B. durch Steuern oder Preise sinnvoll sind oder ob es nicht mehr Information und Wissensvermittlung sind, die lenkend eingesetzt werden sollen. Die aufgeführten Lenkungsmassnahmen sind entsprechend Preisgestaltungen, Steuern, Labels (Punktesysteme, Ampelkennzeichnungen, Biolabels) oder auch generelle Informationen.

## KAPITEL 3.2: Kernergebnisse der Interviews mit Verhältnisakteuren

Die Interviews in der Schweiz wurden alle persönlich mündlich durchgeführt, die Interviews mit deutschen und österreichischen Verhältnisakteuren online.

Die Auswertungen für die Schweizer Verhältnisakteure werden zu Beginn vorgestellt und nachfolgend werden für die österreichischen und deutschen Verhältnisakteure jeweils ergänzende Unterschiede oder landesspezifische Besonderheiten vermerkt. Es lässt sich erkennen, dass grundsätzlich in allen drei Ländern eher lediglich eine Übereinstimmung im Bereich der Aussagen der Bundesämter/Ministerien zu den Ernährungsempfehlungen besteht. Hierbei wird generell den Ernährungsempfehlungen eine grosse Bedeutung zugeschrieben, die aber nicht gleichermaßen von den Wirtschaftsvertretenden oder den Vertretern der Landwirtschaft so geteilt wird. Auch sind sich die NGO einig, dass die Ernährungsempfehlungen zwar bekannt, aber nicht ausreichend umgesetzt werden. Im Ländervergleich wird auch deutlich, dass überwiegend den Schulen und den Verbrauchern die Verantwortlichkeit für die gesunde Ernährung zugeschrieben wird. Allerdings ist auch zu erkennen, dass z. B. durch die Einführung des Nutri-Score oder durch Reformulierungsstrategien, die Verantwortlichkeit der Verhältnisveränderungen zunehmend aus politischer Sicht gesehen und auch trotz heftiger Kritik aus der Wirtschaft vorangetrieben wird. Allerdings nur in dem Maße, wie, zumindest in der Schweiz, ein Interessenausgleich für die landwirtschaftlichen Anforderungen gegeben bleibt (z. B. durch eine Steuerung der Importe zugunsten einheimischer Milch- und Fleischproduktion).

### 3.2.1. Interviews mit den Schweizer Verhältnisakteuren

Aus den Experteninterviews wurde deutlich, dass durchaus bei den Konsumenten bekannt ist, wie eine gesunde und nachhaltige Ernährungsweise aussehen könnte. Vor allem die Thematik einer **Verringerung des Fleischkonsums wurde vermehrt angesprochen, jedoch hauptsächlich aus Sicht der NGO, Public Health und Kirchenvertreter**. Geht es jedoch um die Vermittlung, Umsetzung und Gestaltung einer zukunftsfähigen Ernährungsweise, sieht sich ausser den Vertretenden von BLV und SGE sowie Verbraucherorganisationen niemand in der (Haupt-)Verantwortung, die Bevölkerung aktiv in der Ernährungsweise zu beeinflussen.

Anhand der Experteninterviews wurden vier Beeinflussungsmöglichkeiten ausgearbeitet:

1. Eine erste Beeinflussungsmöglichkeit wird in vermehrter Transparenz der Lebensmittelproduktion gegenüber der Bevölkerung gesehen.
2. Ein zweiter Ansatzpunkt stellt der Bereich der Bildung dar. Dabei sollten auch nach Abschluss der schulischen Bildung Angebote zur Vermittlung von Wissen in Bezug auf zukunftsfähige Ernährungsweise vermehrt geschaffen werden, die für alle Gesellschaftsschichten zugänglich sind.
3. Eine dritte Beeinflussungsmöglichkeit kann der Bereich der Werbung und des Marketings darstellen. Da braucht es möglicherweise eine gesetzliche Massnahme, damit Werbung authentischer und weniger beschönigend dargestellt. Gerade in Bezug auf Marketing für Kinder sollte der Fokus darauf liegen, dass eine gesunde Ernährungsweise vermittelt wird. (Hier ist allerdings der Bereich des Online-Marketings explizit nicht erwähnt worden. Laut Rechtsprechung in der Schweiz ist, wie auch Deutschland und Österreich, an Kinder unter 12 Jahren gerichtete Lebensmittelwerbung im Fernsehen unzulässig. Allerdings ist zu beobachten, dass

sich Werbung und Marketing für Lebensmittel vor allem im Bereich der sozialen Medien abspielt, was derzeit aus der rechtlichen Sicht unzureichend geregelt ist.)

4. Der vierte Punkt betrifft den Preis der Lebensmittel. Dieser wurde von Experten vermehrt als mögliche Stellschraube genannt. Beispielsweise müsste der Preis von Fleischprodukten erhöht werden, was dann möglicherweise zu einem verringerten allgemeinen Fleischkonsum führen würde. Dies kann jedoch zu einer sozialen Frage werden, weil sich dann möglicherweise nur noch ein Teil der Bevölkerung Fleischprodukte leisten könnte. Ein weiterer Ansatz wäre es, biologisch und konventionell angebaute Produkte zum gleichen Preis anzubieten, damit sich Konsumenten unabhängig vom Preis für die nachhaltigeren Produkte entscheiden könnten.

Allgemein scheint mehr Sensibilisierung der Bevölkerung durch Transparenz, Bildung und authentisches Marketing („Swissness“) ein wichtiger Ansatz zu sein, um Einstellungen und Werteempfinden der Konsumenten zu beeinflussen, was wiederum zu einer anderen Preisbereitschaft führen würde und auslösen könnte, dass sich die Bevölkerung vermehrt mit der jeweiligen Ernährungsweise auseinandersetzt. Wie von allen Experten vermehrt betont, scheint der Wandlungsprozess zu einer zukunftsfähigen Ernährungsweise eine langfristige Lernarbeit zusammen mit der Bevölkerung zu sein, bei der eine Zusammenarbeit zwischen den Akteuren auch unter Einbezug der Bevölkerung von zentraler Bedeutung ist.

### 3.2.2. Verhältnisakteure Österreich

Anhand der Experteninterviews wurden vier Beeinflussungsmöglichkeiten abgeleitet:

1. Eine erste Beeinflussungsmöglichkeit wird in vermehrter, guter **Kommunikation**, die vor allem einheitlich und evaluiert sein sollte, hervorgehoben.
2. Einen wichtigen Ansatzpunkt stellt, wie in der Schweiz, der Bereich der **Bildung** dar. Dabei sollten alle Bereiche eingeschlossen werden, um eine **praktische Kochfähigkeit** und ganzheitliches Erleben zu ermöglichen. Wichtig ist es dabei, auch den Geschmack zu fördern, denn was nicht schmeckt, hat langfristig keine Chance am Markt.
3. Eine dritte Beeinflussungsmöglichkeit ist der Bereich der Gemeinschaftsgastronomie, Nudging und die Nutzung von der Möglichkeit, auf die Vergaberichtlinien Einfluss zu nehmen. Dazu gehört auch die Schulverpflegung und Versorgung in Kitas, um Kindern schon früh ein Erfahrungsfeld, z. B. bei vegetarischen Gerichten, zu vermitteln. Allerdings werden solche Steuerungen auch durchaus kritisch hinterfragt, etwa wenn ein Land wie Österreich, das eine Landwirtschaftsform hat, die auf Grund der topografischen Bedingungen die Landnutzung über Milchviehhaltung abdeckt, eine Verminderung des Milch- und Fleischkonsums anstrebt. Hier stellen sich dann grundsätzliche Fragen der (sozial)gesellschaftlichen Akzeptanz möglicher Fleischreduktionen.
4. Der vierte Punkt betrifft die ordnungspolitischen Möglichkeiten durch Subventionen landwirtschaftlicher Betriebe, faire Preise, die aber dann höher als bisher ausfallen würden, sowie generell die Preisgestaltung der Lebensmittel.

### 3.2.3. Verhältnisakteure Deutschland

Anhand der Experteninterviews wurden vier Beeinflussungsmöglichkeiten ausgearbeitet:

1. Eine erste Beeinflussungsmöglichkeit wird für die schulische Bildung gefordert, die auch als eine Art von „reverse teaching“ funktionieren könnte, wenn etwa Kinder neue Erkenntnisse nach Hause bringen und damit auch die Eltern erreicht werden können. Auch ist dieser Ansatz eine Strategie, in der nahezu alle Kinder und Jugendliche erreicht werden können, unabhängig von deren sozialen Voraussetzungen.
2. Es benötigt mehr und bessere Kommunikation, hier sollten vor allem auch mittels Social Media die Zielgruppen erweitert werden. Informationsvermittlung bezüglich gesunder Ernährung, aber auch z. B. bezüglich Vermeidung von Food Waste sind wesentliche Themenbereiche.
3. Eine dritte Beeinflussungsmöglichkeit ist, wie bereits in Österreich erwähnt, der Bereich der Gemeinschaftsgastronomie, hier könnten entsprechend angepasste Rezepturen, Nudging und die Gestaltung von Portionsgrößen Einfluss nehmen.
4. Der vierte Punkt betrifft die ordnungspolitischen Möglichkeiten durch Subventionen, Labeling wie z. B. Nutri-Score oder ein Tierwohl- und Klimalabel. Allerdings wurde gerade der Bereich von Labels sehr unterschiedlich bewertet oder gar kritisch hinterfragt.

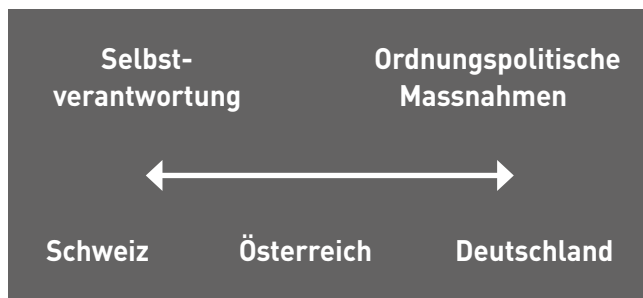
## KAPITEL 3.3: Vergleich der drei Länder DACH bei den Verhaltensakteuren

Inhaltlich sehen **Schweizer Verbraucher mehr Eigenverantwortung** für Ihre Gesundheit, sehen aber auch den Staat in der Pflicht, über ordnungspolitische Massnahmen einzugreifen, allerdings eher als Empfehlung und weniger im Sinne von Geboten oder Verboten. So zeigte die Abstimmung zu einer Zuckersteuer, dass es dazu keine breite Unterstützung in der Bevölkerung gibt und der Schweizer Nationalrat hat jüngst (11. Juni 2019) eine Zuckersteuer abgelehnt (38). Das BLV (Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen) hat die Zuckerreduktion im Sinne eines Memorandums beschlossen, die eine Selbstverpflichtung der Lebensmittelindustrie zur Zuckerreduktion in Joghurts und Frühstückscerealien vereinbarte (39). Ebenso hat das BLV eine „stille Reformulierung“ beschlossen, mit dem Ziel, eine graduelle Zuckerreduktion in Frühstückscerealien und Joghurts vorzunehmen, die vom Konsumenten nicht oder kaum merklich wahrgenommen wird. Die meisten Schweizer lehnen staatliche Massnahmen, die als „Einmischung ins Private“ gedeutet werden, überwiegend ab, daher sind auch Besteuerungen oder Verbote kaum Chancen, von den parlamentarischen Organen befürwortet zu werden. Interessant ist hier auch der Umgang mit den Coronamassnahmen, die sich auch hinsichtlich des Ausmasses des Eingriffs von Deutschland und Österreich stark unterschieden. Obgleich über viele Monate die Inzidenzwerte in der Schweiz höher lagen als in den Nachbarländern (40), sind die Massnahmen nach dem ersten Lockdown deutlich entspannter als in Deutschland oder Österreich. Das mag auch damit zusammenhängen, dass Schweizer ordnungspolitischen Massnahmen eher abwartend gegenüberstehen und viele Massnahmen auf kantonaler Ebene zuerst einen Abstimmungsprozess durchlaufen müssen, ehe sie im Nationalrat zur Vorlage und dann Verabschiedung gelangen. Österreichische Verbraucher nehmen hierbei eine Mittelstellung zwischen Deutschland und der Schweiz ein, sie sehen sowohl den Staat als auch die Eigenverantwortlichkeit der Verbraucher als Ansatz für die Lenkungsmöglichkeit, eine zukunftsfähige Ernährung zu gestalten.

## KAPITEL 3.4: Vergleich der drei Länder DACH bei den Verhältnisakteuren

Der Vergleich der Verhältnisakteure zeigt, dass je nach Zuordnung zu einer Gruppe (z. B. Politik oder Fachgesellschaft etc) die Anzahl der Aussagen in einem zugeordneten Themenbereich höher ist als in anderen. Das spiegelt sich in der jeweiligen Expertise und Vertretung einer bestimmten Gruppe von Akteuren wider. Neben den quantitativen Zuordnungen der Themen sind es die inhaltlichen Aussagen und mögliche Unterschiede zwischen den Ländern, die interessant sind.

Vor allem in möglichen Strategien und Umsetzungen, dem Grad der ordnungspolitischen Vorstellungen wie auch den Themen Eigenverantwortlichkeit der Verbraucher unterscheiden sich die drei Länder. In der Übersicht wird der (qualitativ eingeschätzte) Grad der den Verbrauchern zugeschriebenen Eigenverantwortlichkeit im Essgeschehen dargestellt.



Generell wird in der **Schweiz mehr Selbstverantwortung vorausgesetzt und auch gesellschaftlich erwartet**, so sind es auch historische Gründe, weshalb dem Bund (der Eidgenossenschaft) wenig Einmischung zugebilligt wird. Die Frage, wie viel der Staat bestimmen darf und beispielsweise auch durch Verhältnisprävention auf die Ernährungsweise der Zivilgesellschaft einwirken soll, wird stark diskutiert. So ist es z. B. in der Schweiz derzeit nicht denkbar, dass sich allgemeinverbindliche Qualitätsstandards für die Schulverpflegung durchsetzen, da jede Gemeinde, jeder Kanton eigene Richtlinien entwickelt und umsetzt, auf Eigenbestimmung dabei Bezug

nimmt und eine nationale Regelung als Einmischung in die inneren Angelegenheiten verstanden werden würde. In den Debatten rund um die Einführung des Nutri-Score wurde so z. B. sehr deutlich, dass es immense Widerstände gegen ein Labelling gab, das sich letztlich nur durchsetzen konnte, weil es auf EU-Ebene eingeführt wurde und die Schweiz sich ohne Umsetzung damit ins Abseits (verbunden mit den Vorstellungen von wirtschaftlichen Nachteilen) gebracht hätte. So gab es vorgänglich der möglichen Einführung des Nutri-Score vielfältige Arbeitsgruppen, Round-Table-Einladungen aller am Geschehen Beteiligten, um einen Konsens zu finden, der Aussicht hatte, in einem parlamentarischen Prozess angenommen zu werden. Es war eine lange Vorbereitungszeit und intensive Absprachen auf allen Kantonsebenen erforderlich, um zu einem Durchbruch zu kommen. Dieses zähe Ringen um Konsensus scheint ein eher typisches „Schweizer Motiv“ zu sein im Bestreben, nach Einigkeit und wirtschaftlichem Erfolg.

**Österreich hat eine Mittelposition** mit einer Kultur des Machtausgleichs und Moderierens zwischen ordnungspolitischen Massnahmen (wie Steuern, Subventionen, Bildungsmassnahmen) und der Eigenverantwortlichkeit der BürgerInnen.

In **Deutschland** wird vielfach von Seiten der Zivilgesellschaft erwartet und auch vorausgesetzt, dass **im Zuge der sozialen Marktwirtschaft steuernde Massnahmen** seitens des Bundes erfolgen.

Generell ist in der **Schweiz** das Mass an (gesellschaftlich) erwarteter Eigenverantwortung hoch. So ist es z. B. bei den Krankenkosten selbst bei einer obligatorischen Krankenversicherungspflicht immer auch eine private Zuzahlung bei der Inanspruchnahme gesundheitlicher Leistungen Voraussetzung. Auch wird es generell wenig akzeptiert, wenn sich der Bund in die als „privat“ empfundenen Lebensbereiche, wie eben das tägliche Essen und Trinken, „einmischt“.

Auch mögliche Steuerungen durch Subventionen, Steuern oder Lenkungen des Staates werden in der Schweiz generell sehr kritisch gesehen. Die Befürchtungen, der Staat könne auf den Teller „hineinregieren“, ist verbreitet.

Steuerungen können z. B. auch erfolgen über die Marktpreisgestaltung aber auch durch indirekte Massnahmen am PoS wie z. B. durch Werbeverbote oder Subventionen in der Landwirtschaft oder durch Import- und Exportregulierungen.



## KAPITEL 3.5: Generelle Einschätzung durch Delphi-Experten

Alle Experten waren sich darin einig, dass es mehr Austausch an runden Tischen, mehr Gesprächen mit den verschiedenen Akteuren, Foren und Plattformen bräuchte, um zu **mehr Miteinander statt Gegeneinander** zu kommen. Auch kamen einige Experten zum Schluss, dass es **andere Forschungsparadigmen** benötige, um mit den derzeitigen Herausforderungen oder gar den aktuellen **Ernährungskommunikationsweisen** umzugehen. Einig waren sich alle Delphi-Experten dahingehend, dass es ein "Weiter so" nicht geben könne und die derzeitige Problemlage jetzt schon sehr komplex sei, aber unmittelbarer Handlungsbedarf bestünde. Generell zeigten sich die Experten überzeugt, dass die präsentierten Ergebnisse der EssZuk-Studie die gegenwärtige Ernährungssituation gut darstellen.

### Kommunikation:

Die Aufgabe, eine gesunde und gesunderhaltende zukunftsfähige Ernährungsweise zu erreichen, ist gross, aber nicht unerreichbar. Es bedarf aber einer gemeinsamen Anstrengung aller daran beteiligten Akteure, und zwar laut Experten der Verhaltens- und Verhältnisakteure.

"Konsumenten brauchen einen Anker des Vertrauens. Wir müssen darauf vorbereitet sein, dass wir hinterfragt werden. Glaubwürdigkeit wird immer wichtiger ... wir müssen andere Attribute in der Wissenschaftskommunikation geben. Es gibt derzeit eine Vertrauenskrise." (D) Ein anderer Experte meinte:

"Wir haben als Ernährungswissenschaftler in Bezug auf Kommunikation versagt, auch darin, die breite Bevölkerung zu erreichen." (D)

"Gesunde Ernährung wird mit Verzicht in Zusammenhang gebracht. Wir brauchen ein neues Wertedreieck: nachhaltig, gesund, geschmackvoll. Essen muss für Jüngere cool sein! Es braucht positive Elemente, nicht nur Verzicht. Die Lebensmittelpyramide ist oft auch Verzicht." (CH)

"Es gibt Unsicherheiten. Viele selbst berufene Experten in der Öffentlichkeit. In Talkshows gibt es vegane

„Experten“. Anders bei Corona: Da sind Experten, die auf dem Gebiet publiziert haben und darüber forschen, worüber sie reden. Die selbsternannten Experten, die über Ernährung reden, die gibt es nicht in pubmed.“ (A)

### Bildung:

Generell herrschte grosse Einigkeit darüber, die Ernährungsbildung zu fördern, und zwar vor allem auch auf praktischer Ebene. Zwei Experten führten darüber hinaus aus, dass die **Schulverpflegung** ein besonders guter Hebel sei, Ernährungsbildung praktisch erlebbar zu gestalten im Lebensalltag der Schülerinnen und Schüler. Da Kinder in der Regel mehrere Jahre in der Schule sind, können auch über lange Zeiträume das Essverhalten und die Geschmackspräferenzen geprägt werden. Damit ist die Schule ein wichtiger Ort, Ernährungskompetenzen zu vermitteln. Dazu ist jedoch auch ein politischer Wille und ein gesellschaftlicher Konsens Voraussetzung, denn ebenso wie es selbstverständlich ist, dass Kinder in Mathematik und Deutsch als grundlegender Kulturtechnik unterrichtet werden, sind (praktische) Kenntnisse zur alltäglichen Lebensführung und Ernährungskompetenzen notwendige Voraussetzungen zur individuellen Daseinsvorsorge.

"Ernährungsbildung fängt bei der Lehrerbildung an, bei dem Fach an der Hochschule." (D)

"Ein wichtiger Ansatz ist die Schule, hier geht es um praktische Kenntnisse. Aus der Schule tragen dies die Kinder nach Hause, das ist Reverse Mentoring." (A)

"Das Thema Ernährungsbildung ist wichtig. Hier gibt es aber zwei grosse Herausforderungen:

- Strukturell hier hat es noch viele Aufgaben.
- Bund und Länder haben unterschiedliche Interessen. Es gibt praktische Hürden." (D)

### Politik:

Allerdings hat auch die Politik über die gestaltungsfördernden Massnahmen eine klare Verantwortung und Aufgabe:

„Die Politik schafft den Kontext, das führt zu gesun-

der Ernährung, zu mehr Nachhaltigkeit, das wird mit der Klimadiskussion stärker. Deutschland hat eine starke Fleischtradition. In Umfragen zeigt sich, dass sich da was ändert. 60% der Verbraucher wissen, dass Fleisch etwas mit Klima zu tun hat, es ist eine Aufgabe der Politik, hier etwas zu ändern. Dies ist notwendig, damit unser System zukunftsfähig ist.“ (D)

Ein Schweizer Experte hingegen lehnt den Eingriff des Staates ab und plädiert für mehr Eigenverantwortung der Verbraucher:

„Zum Glück kann Politik uns nur beschränkt beeinflussen. Es ist nicht Aufgabe der Politik vorzuschreiben, wie man sich ernähren soll. Es gibt ein Menschenrecht auf ungesunde Ernährungsweise. Auch das BAG und BLV kann das nicht vorschreiben.“ (CH)

“Nutri-Score ist ein Instrument. Politik hat Verantwortung, etwas zu tun. Wir nehmen wahr, dass die Politik eine Aufgabe hat.“ (D)

“Klar, man muss essen. Hier ist die Rolle der Politik, die Entscheidungsarchitektur über die Verhältnisgestaltung mit zu beeinflussen. Reduktionsstrategie und kundengerechtes Marketing, an welchem zuerst die Politik eingreift. Die Politik schafft den Kontext das führt zu gesunder Ernährung zu mehr Nachhaltigkeit das wird mit der Klima Diskussion stärker.“ (D)

### Forschung:

Einige Experten vertraten die Ansicht, es brauche viel **mehr Forschung**, vor allem langfristiger Art, z. B. über **Modellregionen oder auch mehr sozialwissenschaftliche und Interventionsforschung**:

“Wir müssen im Bereich der Wissenschaft andere Professuren berufen, so beispielsweise Ernährungswissenschaftler mit Medienefahrung. Wir brauchen aber auch andere Förderstrukturen, z. B. in den Kompetenzclustern. Dabei ist wichtig, dass die Industrie ein Praxispartner ist. Wir brauchen Modellsupermärkte und eine Modellregion, um dort langfristige Studien zu machen. Das geht nicht schnell. ... Wir müssen Wirtschaftskreisläufe anschauen und dar-

über nachdenken, Abschaffung der Massentierhaltung in Deutschland, denn klimatisch macht es mehr Sinn, in anderen Regionen Rindfleisch zu züchten, weil dort andere Klimaverhältnisse herrschen, z. B. in Argentinien. ... Ehrlich, man muss weiter blicken systemisch. Grundvoraussetzung ist, dass wir uns als Ernährungswissenschaftler als Teil eines Systems begreifen und verstehen, dass unser Anliegen tief in die Wirtschaft und Lebensweise der Menschen hineinwirkt. ... Wenn ich etwas ändern könnte, würde ich zwei Projekte machen: Ernährungsintervention wird mit Multizentrumsstudien, Intervention mindestens drei Jahre. Einige gesunde Modellregionen einbauen, dies über alle Ebenen hinweg. Für zehn Jahre und dann schauen, welche Auswirkungen es hat, über alle Ebenen hinweg. Produkte und Angebote reduzieren. Zum Beispiel mit der mittelgrossen Stadt mit > 5000 Einwohner gezielt Produkte platzieren, die gesund sind. Wissenschaftsförderung dazu ist wichtig.“ (D)

“Die Wissenschaft hat hohe Glaubwürdigkeit. Wir brauchen hier mehr Wissenschaft. Es braucht die Praktikabilität der Empfehlung. Weg der kleinen Schritte, die in die richtige gesunde Richtung gehen ... wir brauchen einen Thinktank dazu.“ (A)

### Handel:

Auch der Handel wird als wichtige Institution bezeichnet, über die Einfluss genommen werden kann: “Handel hat einen enormen Einfluss. Der Mensch ist ein spezialisierter Generalist, ein regionaler Nomade, sucht das exotische und regionale Wurzeln. Diese Dichotomie müssen wir in Zukunft gestalten.“ (D) “Gutes Praxisbeispiel aus dem Handel: Beispiel Supermarkt Dornseifer Rewe, sehr positive Erfahrung für Verbraucher. Sehr gute Informationen am Point of Sale. Alle müssen sich am Point of Sale entscheiden. ... Aber es fehlt dann an den wichtigen Playern. Man erreicht viele Menschen am PoS, die sonst wenig erreichbar sind, durch den Handel.“ (D)

“Es braucht die Zusammenarbeit mit Handel und Politik, um Konsumenten eher zum gesunden Kauf

zu bringen. Zum Beispiel Nudging. Ansatzpunkt ist also Schule und Handel am Point of Sale.” (A)

“Es scheint an der fehlenden Kommunikation aus Wissenschaft und Handel zu hapern. Es braucht Austausch bei den Akteuren der Lebensmittelindustrie von Handel und Wissenschaft.” (A)

### Weitere Ansätze:

Von den Experten wurden verschiedene Ansätze und Transfermöglichkeiten genannt, die auf den unterschiedlichen Ebenen des Food Environments ansetzen:

“Innovation soll möglichst rasch Menschen erreichen. **Neues bei Frontrunners** einführen. Im Sinne von gesund, lokal. Beispielsweise bei landwirtschaftlichen Innovationen Frontrunners in der eigenen Community nutzen, um damit Neues einzuführen. Dann hat man meist Erfolg. Ansätze zum Beispiel auch im Bereich des Digitalen. Möglicher Ansatz: eine kleine Ecke im Detail Handel mit weniger, aber regionalen Lebensmitteln anbieten. Dann ist weniger Auswahl nötig. **Kleine Läden bieten mehr Übersicht**, in grossen Läden ist man überfordert. ... Verzicht ist eingebunden in soziale Beziehung. Was gewinne ich durch Verzicht? Das muss vermittelt werden. In der Schweiz **fehlt eine regelmäßige Ernährungssendung**. Es gibt Gesundheitssendung im Fernsehen, aber nichts Spezifisches zu Ernährung. Die müsste alles darstellen: Genuss, Tradition, Gesundheit, Nachhaltigkeit. Viele Jüngere haben für sich entdeckt: Weniger ist mehr. Aber auch auf Grund ihrer niedrigeren Einkommenssituation. Covid hat die Spaßgesellschaft in Frage gestellt, es kommt die Sinngesellschaft.” (CH)

„**Vertrauen** ist das, was die nächsten Dekaden prägt. In der pluralen Welt brauchen wir diese Anker. Erfahrung auf dem Teller machen, über Schulkantine.” (D)

Laut einem Experten kann auch eine Kommune/ Stadt Einfluss nehmen, z. B. über die Vergabe von

Aufträgen im Bereich der Verpflegung, wie es z. B. in Köln geschieht:

“Schule und Außer-Haus-Verpflegung als Orte des steuernden Eingreifens. Hoheitliches Handeln und ordnungspolitische Möglichkeiten sind dazu da. Vorgabe zum Beispiel bei Ausschreibungen: Ernährung! ... Was kann Köln also machen? Erstens Ziele setzen. Z. B. Angabe eines Prozentsatzes bei Ausschreibungen für Lebensmittel, die aus Bio oder regionalen Quellen stammen. Das kann eine Stadt regeln und damit Einfluss nehmen. Regionales Angebot bedeutet Wertschöpfung. Stadt macht Vorgaben für öffentliche Vergabe. Das gibt Anstoß und Veränderungen auf Klima – und Tisch. Das machen immer mehr Städte, zum Beispiel Berlin, Nürnberg, Köln. ...” (D)

“Man muss das **Setting fördern**. 2016 sollten die Steuern erhöht werden auf tierische Lebensmittel von sieben auf 19%, das wurde aber nicht umgesetzt. Es braucht eine **Verhältnisänderung**, aber weniger Fleisch kaufen, das ist in der Politik ein No-Go. Landwirtschaft sie sollten reale Preise abbilden, **nicht Dumpingpreise**. Es braucht auch Umdenken, bio ist auch nicht immer umweltfreundlich, aber die konventionelle Landwirtschaft muss sich auch weiterentwickeln. Es braucht andere Strategien, da half zum Beispiel die harte Düngemittelverordnung, also Regeln, die Einfluss nehmen, und Kommunikation ... **Kostenfreie Schulverpflegung als eine Maßnahme, die viele Ziele erreicht. Flankiert mit Evaluierung**. Dann kann man herausfinden, was sich dadurch ändert. Wir haben noch keine Beweise, daher muss es eine Ernährungsstrategie über alle Ebenen hinweg geben, mit allen Stakeholdern ein gemeinsames Commitment. Wir müssen eine sinnvolle gemeinsame Ernährungsstrategie haben. Mit sozialer Teilhabe und Partizipation. „Konsumentenerziehung“ ist nicht der richtige Weg, es geht über Nudging. Man muss von mehreren Seiten kommen, aber **wir brauchen unsere Zeit, Evaluierung und Qualitätssicherung**.” (D)

## KAPITEL 3.6: Social Media

„Das Internet hat den öffentlichen Meinungsaustausch so stark verändert wie die Erfindung des Buchdrucks vor 500 Jahren, nur sehr viel schneller. Das klassische Telefon brauchte 75 Jahre, um 100 Millionen Nutzerinnen und Nutzer zu gewinnen, das Radio immerhin noch zwei Jahrzehnte. Bei Facebook waren es vier Jahre, WhatsApp und Instagram knackten die 100-Millionen-Marke nach zwei Jahren. Traditionelle Medien haben ihre Rolle als Gatekeeper des Nachrichtenstroms verloren.“ (36). So proklamierte es Jay Rosen, ein Medienwissenschaftler der New York University anlässlich der Medientage in München 2020:

„Sie überschwemmen jedes Medium mit Ihren Lügen. Sie sind schamlos in der Bereitschaft, Lügen zu verbreiten. Es gibt keine Verpflichtung oder Anforderung an die Konsistenz der Botschaften über verschiedene Plattformen hinweg, und Sie können heute etwas sagen, dem Sie morgen widersprechen können, schneller Kontinuum, sich wiederholende Botschaften über alle möglichen Kanäle. Es geht nicht darum, Menschen zu überzeugen oder gar umzustimmen, sondern sie zu verwirren, zu überwältigen und aus dem öffentlichen Raum zu vertreiben. Die Anzahl der Argumente zählt viel mehr als ihre Qualität. Das ist der Feuerschlauch der Unwahrheit“. (38)

So wird auch die „Macht der Medien“ und hier vor allem Social Media derzeit als extrem einflussreich unter Medienwissenschaftlern eingeschätzt, der Wahrheitsgehalt der Inhalte ist jedoch zumindest hinterfragbar. Denn wer Informationen sucht, noch dazu zu den aktuellen Themen der Ernährung (z. B. am 22. Mai 2021 zum Stichwort gesunde Ernährung mit mehr als 56 Millionen „hits“), findet vor allem in den Social Media viele Hinweise, denen Glauben geschenkt wird, vor allem, wenn es eine grosse Anzahl von „Followern“ gibt.

Durch die sozialen Medien hat sich das Marktsegment der Influencer gebildet. Dies sind Menschen, die meist intrinsisch motiviert Inhalte in Text-, Bild-, Audio- oder Videoform zu einem bestimmten Thema in regelmässigen Abständen teilen und damit eine soziale Interaktion schaffen. Zu den Influencern zählen auch die Blogger, die auf ihren Blogs zum Beispiel ihre Vorstellung von einer gesunden Ernährung veröffentlichen (Deges 2018). Laut einer Umfrage von Rabe (2019a) zu den vertrauensbewirkenden Eigenschaften bei Influencern im Jahr 2018 gaben 37% der Befragten ab 16 Jahren ein authentisches Auftreten als Vertrauensbasis an. Diese Tatsache führt dazu, dass Expertenmeinungen immer weniger gefragt sind (Endres 2018).

Foodblogs, also Blogs, die sich primär mit dem Thema Ernährung, Lebensmittel, deren Zubereitung oder mit bestimmten Produkten, aber auch Gesundheit beschäftigen, sind in Deutschland momentan ein grosser Trend.

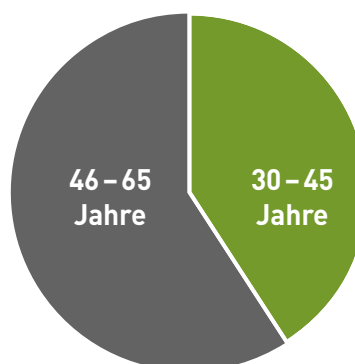
## KAPITEL 3.7: Ergebnisse aus einer Online-Umfrage zur Nutzung und Bewertung von Social-Media-Kanälen durch Ernährungsberatende

Die Ernährungskommunikation auf Social-Media-Kanälen wird von Influencern und selbsternannten Autoritäten dominiert, die überwiegend nicht wissenschaftlich fundierte Empfehlungen zu ernährungsbezogenen Themen geben [41], [42]. Das birgt für die Nutzenden potenzielle gesundheitliche Risiken (43). Fachleute fordern daher von Experten für Ernährung, Präsenz zu zeigen und korrigierend einzugreifen (41), (4). Es stellt sich somit die Frage, wie der derzeitige Umgang von Ernährungsberatern mit Social Media ist. Wie nutzen und bewerten Ernährungsberatende Social-Media-Kanäle? Zu dieser Fragestellung ist eine Umfrage unter Mitgliedern des Schweizerischen Verbands der Ernährungsberater/innen SVDE (N = 80), des Berufsverbands Oecotrophologie e.V. (VDOE) und des Verbands der Diätassistenten – Deutscher Bundesverband e.V. (VDD) (N = 20) durchgeführt worden. Von den Mitgliedern des VDOE haben 100 Personen zu diesem Thema einen Online-Fragebogen beantwortet. Im Folgenden sind die wichtigsten Ergebnisse dargestellt.

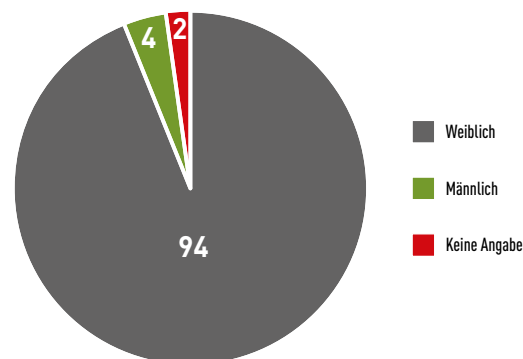
Demografische Stichprobenbeschreibung N = 100

Abbildung 4: Stichprobe der befragten Ernährungsberatenden VDOE

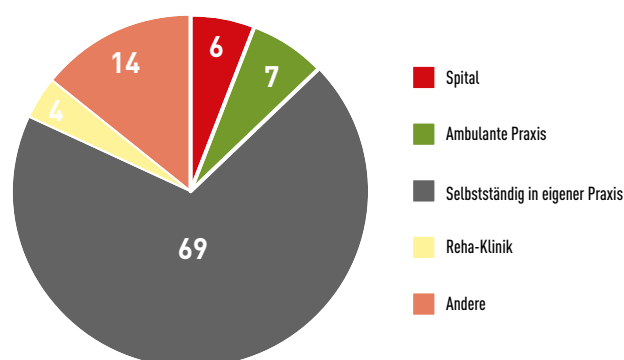
### Altersverteilung VDOE



### Geschlechterverteilung VDOE



### Setting VDOE



## Ergebnisse

Werden die Ergebnisse zur Nutzung von Social-Media-Kanälen der Mitglieder des VDOE im Vergleich zu den schweizerischen Ernährungsberatern betrachtet, so gibt es unter den Mitgliedern des VDOE eine deutlich häufigere Nutzung im beruflichen Umfeld. Die teilnehmenden schweizerischen Ernährungsberater arbeiten vor allem im klinischen Bereich und nutzen Social Media überwiegend privat. Daher ist von einer vermehrten beruflichen Nutzung im ambulanten Bereich auszugehen.

### Abbildung 5: Social-Media-Nutzung VDOE/SVDE

In welchem Zusammenhang nutzen (konsumieren, posten, liken usw.) Sie hauptsächlich Social-Media-Kanäle? Bitte wählen Sie maximal zwei Antworten aus. VDOE N = 100

	Ich nutze Social Media nicht oder zurzeit nicht	Ich betreibe einen eigenen Account	Ausserhalb der Arbeitszeit, aber für berufliche Zwecke	Sowohl im Arbeitsalltag als auch privat	Ausschliesslich für private Zwecke	Im Arbeitsalltag
VDOE	32 %	34 %	8 %	47 %	12 %	7 %
SVDE	24 %	15 %	11 %	24 %	41 %	6 %

Die wichtigsten Themen/Informationen, für die soziale Medien genutzt werden, ist die Recherche zu Ernährungstrends und die Inspiration für neue Rezepte oder Menüideen.

Abbildung 6: Themensuche

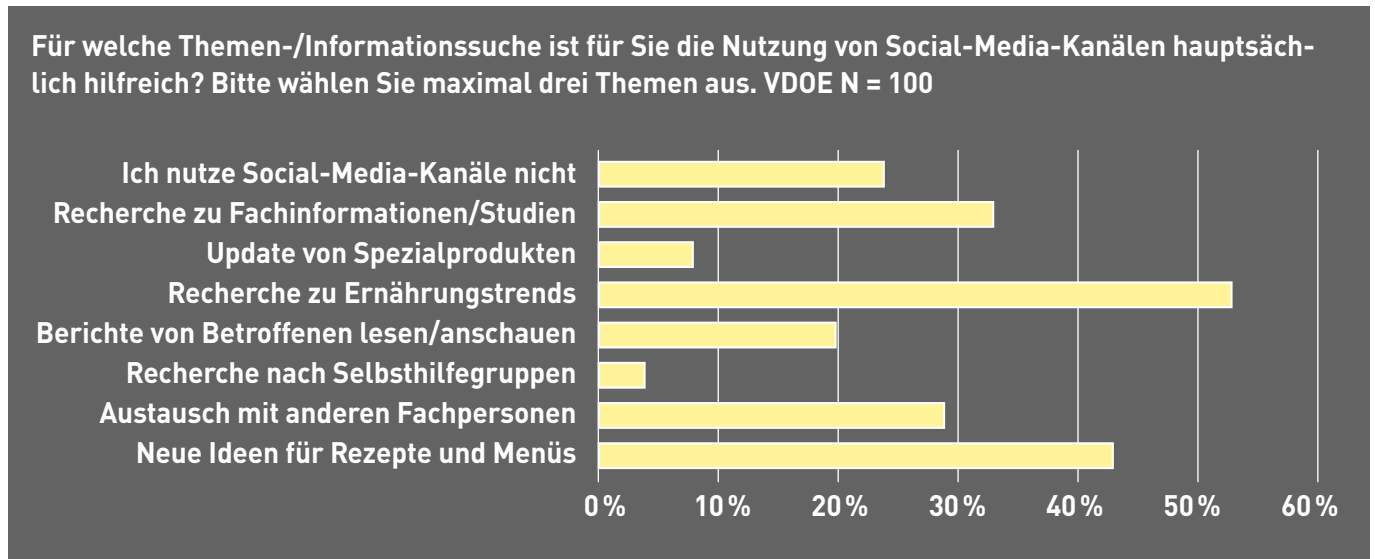
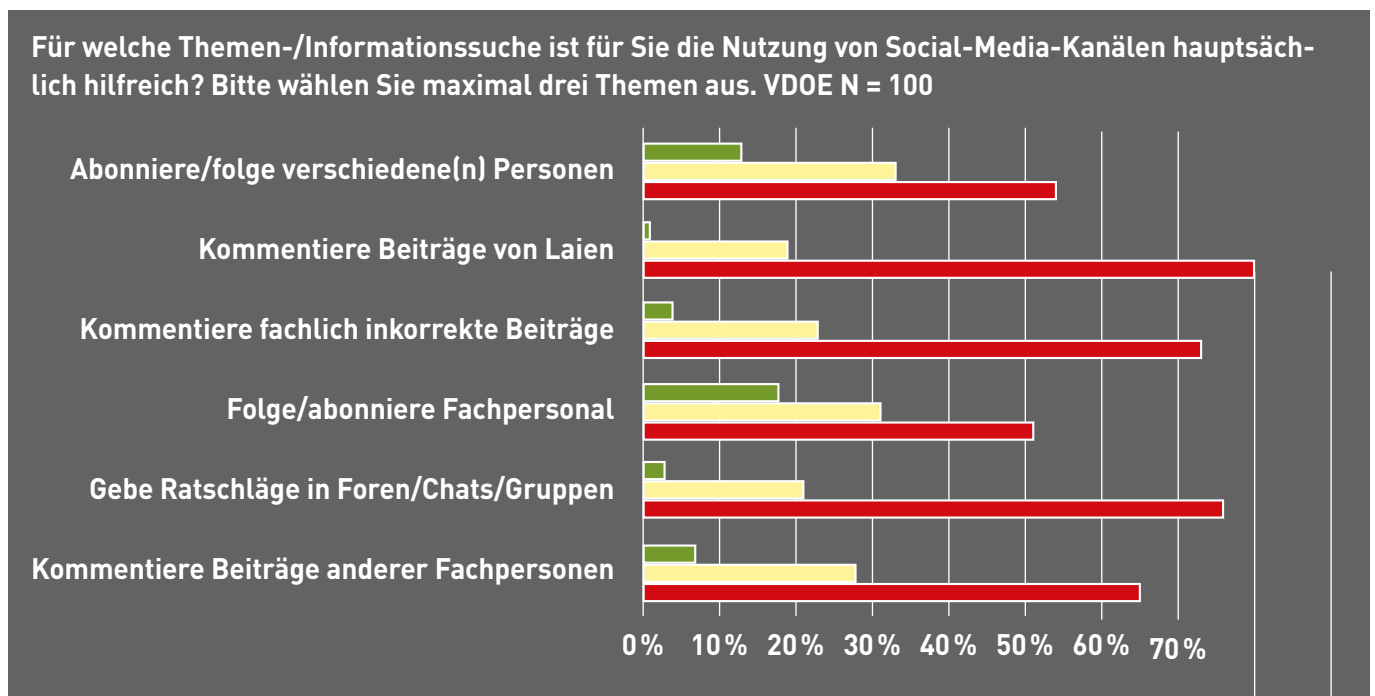


Abbildung 7: Aktivitäten auf Social Media



■ Häufig ■ Hin und wieder ■ Nie

## KAPITEL 3.8: Ernährungskommunikation in den sozialen Medien

Die am häufigsten genutzten Kanäle sind Youtube (79% der 100 Befragten nutzen Youtube) und Facebook (66% der Befragten nutzen Facebook, 31% davon sogar täglich oder mehrmals täglich). Die Bewertung erfolgt nach subjektiven Gesichtspunkten (sympathisches Profilbild, ansprechendes Layout, Nützlichkeit) und nach wissenschaftlichen Kriterien (Quellenangaben, Autor der Seite, Leitlinien). Eine Mehrheit hält Seiten mit Verkaufsangeboten für unseriös. Posts von Privatpersonen enthalten eher keine korrekten Informationen, denken ebenfalls mehr als die Hälfte der Befragten. Trotzdem würde eine Mehrheit ihren Patienten nicht unbedingt davon abraten, Fachinformationen auf Social Media zu suchen. Diese Informationen sollten aber dann mit den Aussagen von Ernährungsberatern abgeglichen werden.

Viele Ernährungsberaterinnen halten eine weitere Positionierung und Aktivität auf Social Media für unerlässlich. Der wichtigste Grund, nicht aktiv zu werden, ist Zeitmangel. Ebenfalls fehlt die Möglichkeit einer abrechenbaren Leistung. So sieht ein Teil der Ernährungsberaterinnen keinen Nutzen darin, sich auf Social Media einzubringen. Berufsverbände, Gesetzgeber und Ausbildungsstätten sind gefragt, die Positionierung der Experten für Ernährung auf Social Media zu unterstützen, damit die Ernährungskommunikation besser gelingen kann.

Laut Literatur ist heutzutage die Reichweite von Massenmedien und Bloggern ausschlaggebend dafür, wie erfolgreich und glaubwürdig sie empfunden werden. Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen jedoch, dass die Teilnehmer eher auf eine hohe Aktivität als auf die Reichweite des Bloggers Wert legen. Menschen, die im Speziellen Food-Bloggern folgen, wollen vielmehr regelmäßig etwas neues Lesen oder ansprechende Bilder und Videos zu einem bestimmten Thema ansehen. Insbesondere bei der vorliegenden Arbeit übt das sportliche und sympathische Äußere der Blogger einen grossen Einfluss auf die Nutzer aus, aber auch quellenbasierte Aussagen sind wichtig. Der Vergleich mit den Schweizer Ergebnissen zeigt, dass dies nicht auf alle Länder zutreffen muss. Für die Deutschen sind das Auftreten und Erscheinungsbild eines Bloggers wichtiger als seine Kompetenzen. Somit ist verständlich, weshalb Influencer beziehungsweise Blogger in den sozialen Medien auch als Laien so erfolgreich sind. Unser Ernährungsverhalten wird über gesellschaftliche Normen und Werte beeinflusst, die sich in den sozialen Medien widerspiegeln. Hier spielt das heutige Schönheitsideal, das unter anderem durch Influencer repräsentiert wird, eine entscheidende Rolle. Dadurch, dass unser Körper auch unsere Identität erschafft, streben wir durch ein bestimmtes Ernährungsverhalten nach einem vorherrschenden Körperideal. Die Forschung dieser Arbeit hat gezeigt, dass vor allem Frauen davon betroffen sind und durch die Kontrolle ihrer Ernährung den gesellschaftlichen Normen entsprechen möchten. Leider kann dies zu einer rigiden Verhaltenskontrolle mit Gefahr auf Essstörungen und zwanghaftem Essverhalten führen. Dies könnte in weiteren Forschungen thematisiert werden.

Drei der vier Influencerinnen und Influencer der analysierten Instagram-Accounts gehören dem DACH-Raum an. Die vierte Influencerin stammt aus den USA.



Folgende Instagram-Accounts wurden über 12 Monate im Jahr 2019 analysiert:

- Auswertung 1: Instagram-Account aus Österreich (A), 114.393 Followerinnen und Follower (Stand 18.02.2020)
- Auswertung 2: Instagram-Account aus der Schweiz (CH), 157.895 Followerinnen und Follower (Stand 18.02.2020)
- Auswertung 3: Instagram-Account aus Deutschland (D), 492.412 Followerinnen und Follower (Stand 18.02.2020)
- Auswertung 4: Instagram-Account aus Amerika (USA), 2.293.019 Followerinnen und Follower (Stand 18.02.2020) (9)

Die Zahl der Posts wurde auf 75 pro Influencerin und Influencer festgelegt, um eine aussagekräftige Stichprobe zu erhalten und bei allen vier gewählten Influencerinnen und Influencer die gleiche Anzahl Posts analysieren zu können. Insgesamt wurden 300 Posts mit den zuvor definierten Kriterien untersucht.

### 3.8.1.1. Lebensmittelnennung

Jeder der gewählten Instagram-Posts wurde auf ihre gezeigten und im Post genannten Lebensmittel analysiert und die genannten Lebensmittel herausfiltriert.

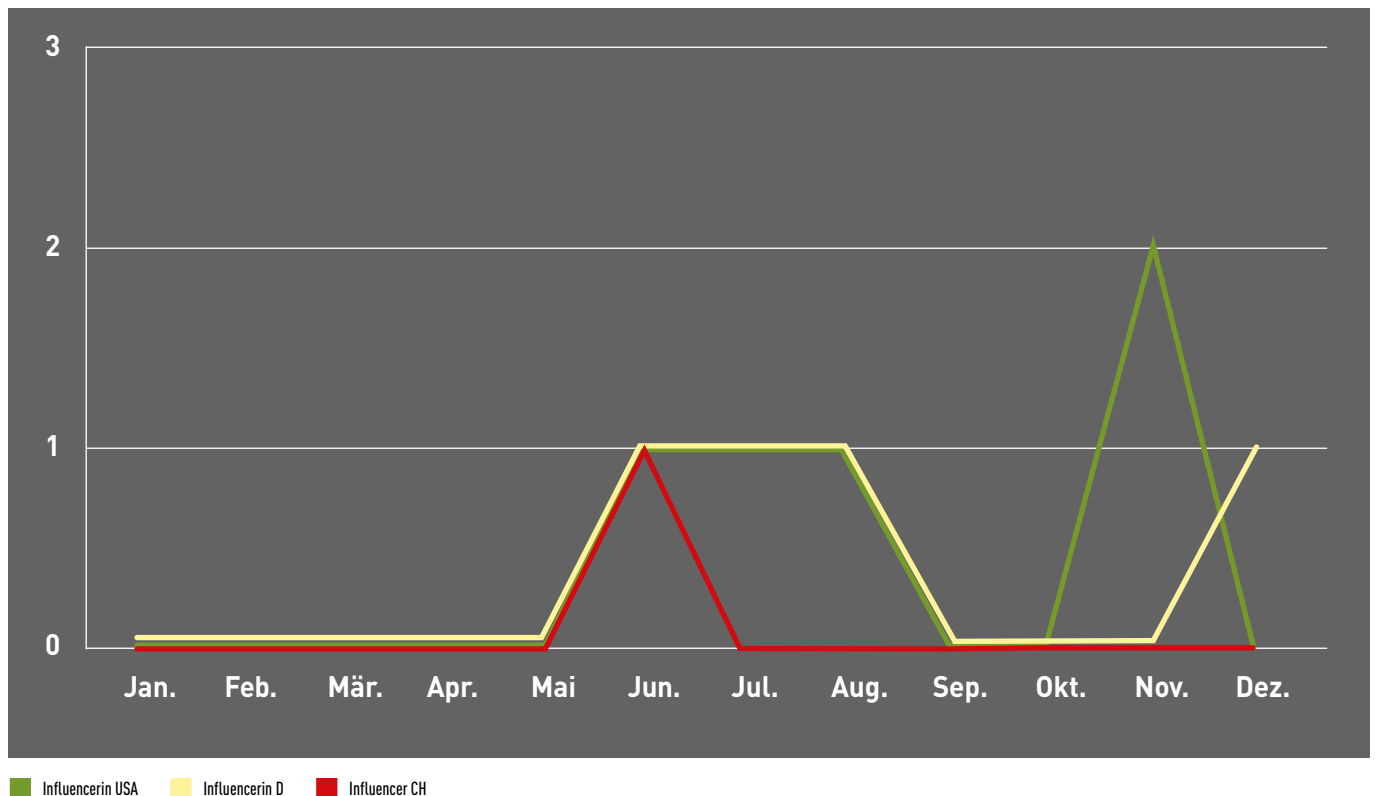
Dabei ergaben sich folgende Daten:

- Influencerin A zeigt und erwähnt in 67 Posts, dass der Hauptbestandteil oder die Beilage Obst enthält. Hier häufen sich Bananen, Himbeeren, Erdbeeren, Acai-Beeren und Heidelbeeren. Granatapfelkerne werden in den ersten drei Monaten des Jahres 2019 vermehrt verwendet, dann verschwinden sie wieder und tauchen ab Oktober 2019 vermehrt wieder auf.
- Influencer CH zeigt übers ganze Jahr 2019 die Verwendung von veganem Käse, der aus Nüssen hergestellt wird. Obst ist in seinen Posts eher selten zu sehen. Im August wird einmal kurz der Grünkohl aufgegriffen, jedoch gleich wieder fallengelassen.
- Influencerin D zeigt ganzjährig veganen Käse. Obst ist in den ersten sieben Monaten des Jahres vermehrt anzutreffen, ihr Interesse daran flacht jedoch danach wieder ab. In etwas mehr als der Hälfte aller Posts – 42-mal – wurden Mahlzeiten mit Nüssen oder Nussbestandteilen gepostet. Granatapfelkerne tauchen einmal im März und einmal im Dezember auf.
- Influencerin USA zeigt immer wieder Süßmais in ihren Posts. Obst taucht während des Jahres immer mal wieder auf, ist aber wenig auffällig.

Bei allen vier Influencern tritt in den Monaten September, Oktober und November der Kürbis als saisonales Gemüse in den Posts auf. Die Influencer CH und D weisen eine hohe Dichte an veganem Käse auf Nussbasis auf.

Gewisse Lebensmittel wie die Süsskartoffel (Abb. 8), treten bei drei von vier Influencern in ähnlichem Zeitverlauf auf. Bei Influencer CH taucht sie kurz im Monat Juni auf, bei Influencerin D in den Monaten Juli, August und Dezember, bei Influencerin USA im November und bei Influencerin A überhaupt nicht. Ein ähnliches Ergebnis liefern Granatapfelkerne, die bei Influencerin A und D etwas zeitversetzt auftreten. Es kann festgestellt werden, dass einige Lebensmittel zeitgleich oder zeitversetzt bei jeder Influencerin oder dem Influencer auftreten und ähnlich wieder verschwinden.

**Abbildung 8: Verwendung und „saisonales“ Auftreten der Süsskartoffel in drei Instagram-Accounts (eigene Darstellung)**



### 3.8.1.2. Mahlzeitenpräsentation

- Influencerin A präsentiert die Mahlzeiten in 43 von 75 Posts in einer Bowl, dies über das ganze Jahr verteilt. Ansonsten erfolgt die Mahlzeitenpräsentation auf einem Teller.
- Influencer CH präsentiert die Mahlzeiten vorwiegend als Portion auf einem Teller oder zubereitet in der Pfanne, alle drei Monate taucht eine Bowl auf.
- Influencerin D präsentiert die Mahlzeiten vorwiegend als Portion auf dem Teller, zeigt jedoch im Verlauf des Jahres eine Änderung. Im Juni wird in allen untersuchten Posts die Mahlzeit in einer Bowl abgebildet. Danach finden die Mahlzeitenpräsentationen wieder vorwiegend als Portionen auf dem Teller statt. Ab Ende November tauchen wieder vermehrt Posts mit Bowls auf.
- Influencerin USA präsentiert die Mahlzeiten vorwiegend in der Pfanne oder in mehreren Portionen auf mehreren Tellern. Bei einem Viertel der Posts wird für die Mahlzeitenpräsentation eine Bowl gewählt. Die Bowl taucht ab Mitte Juni vermehrt auf.

Die Präsentation der Mahlzeiten und Lebensmittel ist auf den Posts im DACH-Raum sehr professionell in Szene gesetzt. Neben der Mahlzeit selbst, wird dem Hintergrund, der Umgebung und dem Farbspektrum in den Posts ein hoher Stellenwert zugeordnet. Bei der Influencerin aus den USA steht hauptsächlich die Mahlzeit – nicht die Präsentation – im Fokus.

- Influencerin A postet vorwiegend Frühstücksmahlzeiten, zeigt aber im Januar und ab dem Monat September vermehrt Posts von Mittag- und Abendessen sowie Snacks und Desserts.
- Influencerin D und Influencer CH zeigen einen sehr ähnlichen Verlauf in der Wahl der gezeig-

ten Mahlzeiten. Beide posten mehrheitlich Mittag- und Abendessen und in ähnlichen Intervallen Snacks und Desserts.

- Influencerin USA postet in 62 der untersuchten Posts ab Ende Oktober nur noch Mahlzeiten als Mittag- und Abendessen. Als einzige Influencerin postet sie Bilder von Vorspeisen, jedoch nur in der Jahresmitte.

Die Ergebnisse liefern in der retrospektiven Analyse keinen Hinweis, ob der Richtungswechsel der Mahlzeitenwahl mit einer Zu- oder Abnahme von Likes in Verbindung steht.

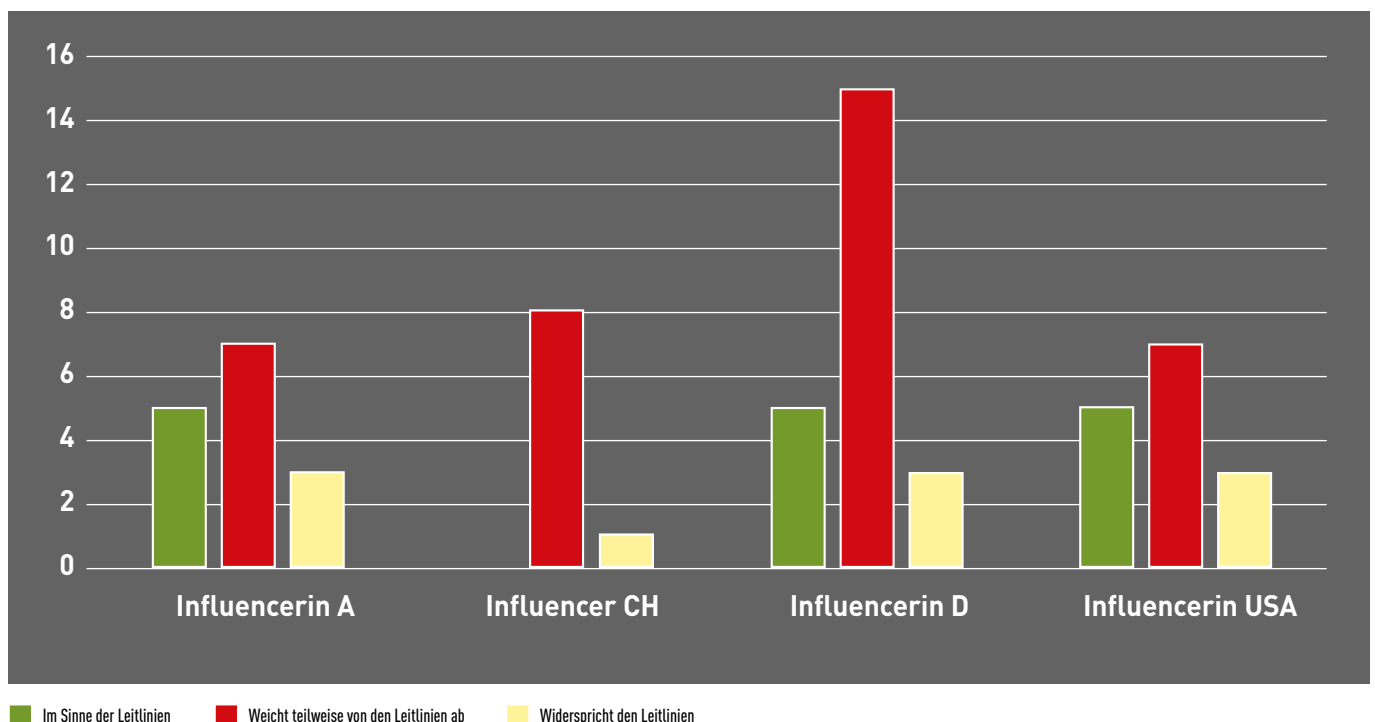
### 3.8.1.3. Empfehlungen und ihre Evidenz

Im Schnitt werden in den 75 Posts zwischen zehn und 20 ernährungsrelevante Empfehlungen gemacht. Davon entsprechen jeweils ein Drittel bis ein Viertel den Empfehlungen der Leitlinien der SGE, DGE und OEGE. Die Mehrheit der Empfehlungen weicht teilweise von den Leitlinien ab und ein minimaler Teil widerspricht den Leitlinien. Der Influencer CH macht am wenigsten ernährungsrelevante Empfehlungen, davon entspricht keine vollständig den Leitlinien. Die Ergebnisse sind in Abbildung 9 ersichtlich.

Die Empfehlungen werden im Kontext von besonders gesunden Rezepten, gesünderen Alternativen, gesunden Fetten, gesunden Desserts, glutenfreien, Low-Carb milchfreien, protein-, nährstoff- und nahrungsfaserreichen Mahlzeiten getätigt.

Influencerin A macht zusätzlich Empfehlungen und Aussagen zur Verdauung, gesunder Ernährung, Kalorienbilanz und nährstoffreicher/nährstoffarmer Ernährung. Sie spricht ihre Followerinnen und Follower direkt an und teilt ihre eigenen Erfahrungen aus der Zeit mit ihrer Essstörung und der jetzigen Zeit ohne Essstörung mit.

**Abbildung 9: Evidenz der Influencer-Empfehlungen in Anlehnung an die Leitlinien der Ernährungsgesellschaften**



## KAPITEL 3.9: Analyse von zwei Kochshows im deutschen Fernsehen

### Bedeutung für die Zukunft

Das Scheitern der klassischen Ernährungskommunikation und der Erfolg der Ernährungskommunikation von Influencerinnen und Influencern kann auf die Art und Weise der jeweiligen Kommunikation zurückzuführen sein. Auch die soziale Zugehörigkeit der Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Netzwerken sollte in der Ernährungskommunikation in Betracht gezogen werden.

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse der 300 Posts haben gezeigt, dass die Verbreitung von Ernährungstrends und Ernährungsthemen in den sozialen Medien kritisch hinterfragt werden sollte. Influencerinnen und Influencer sind oft Laien und ihr Wissen entspricht oft nicht den aktuellen Leitlinien der Ernährungsgesellschaften. Für die Nutzerinnen und Nutzer ist es nicht ersichtlich, wie das Gesamtbild der Ernährung eines Influencers aussieht. Die Umsetzung der geposteten Mahlzeiten, ohne Hinterfragen der Empfehlungen, kann Verunsicherung und gesundheitlich schädliche Auswirkungen mit sich führen.

Der Umgang mit ernährungsrelevanten Themen in sozialen Medien sollte zukünftig in der Ernährungsberatung mehr beachtet werden. Die Informationsbeschaffung über solche Kanäle wird weiterhin einen hohen Stellenwert haben.

Die Hauptakteure der sozialen Medien sind Influencerinnen und Influencer. Sie werden als Vorbilder gesehen und erfahren Anerkennung und Vertrauen durch ihre Followerinnen und Follower. Dadurch besitzen sie einen enormen Einfluss auf die Nutzerinnen und Nutzer. Sie können mit ihren Posts das Essverhalten, die Verbreitung von Informationen und Trends, Anregungen zum Kauf von Produkten und den Lebensstil der Followerinnen und Follower formen und lenken. Diese Art der Kommunikation im Bereich der Ernährung kann problematisch sein, kann und sollte hinterfragt werden.

Zusammenfassend wird abgeleitet, dass die Ergebnisse der Literaturrecherche und der Untersuchung der Kochsendungen darauf hindeuten, dass Kochshows sowohl als „Entertainment“ als auch als „Education“ einzustufen sind. Hierbei ist aber zentral, dass besonders in Studien nachgewiesen werden konnte, dass der „Education“-Bereich nicht nur positive, sondern auch negative Effekte aufweist, da das Verhalten der Konsumenten in Bereichen wie der Lebensmittelauswahl oder der Küchenhygiene auch negativ beeinflusst werden kann. Der „Entertainment“-Bereich zeigt sich als ein notwendiges Element, um das Interesse an Kochsendungen zu wecken oder zu erhalten, und kann so helfen, die Vermittlung von Bildung und Kompetenzen zu ermöglichen.

## KAPITEL 3.10: Kochbuchanalyse

Die vorliegende Arbeit basiert auf einer explorativen Studie mit einer Online-Befragung bei Studierenden der ZHAW und einer qualitativen Kochbuchanalyse, die anhand der im Zeitraum von 2015 bis 2018 bestverkauften Kochbücher im DACH-Raum durchgeführt wurde.

Laut Media Control ist der Umsatz bei Büchern der Warengruppe Essen und Trinken im Jahre 2018 um 11% gesunken. In der Umfrage hat sich ergeben, dass nur 15% der Studierenden die Rezepte einem Printkochbuch entnehmen. Ob die Digitalisierung die Kochbücher wirklich nicht vom Markt verdrängt, wie die Kochbuchexpertin aussagte, darf angezweifelt werden, denn bereits 63,2 % der Befragten benutzen Online-Rezepte.

Die Frage, warum überhaupt noch Kochbücher gekauft werden, stellt sich auch deshalb, weil über 56% der Befragten ausgesagt haben, dass sie ein Kochbuch nie oder weniger als einmal pro Monat benutzen. Dass ein Kochbuch im Alltag nicht viel Verwendung findet, zeigt das Ergebnis von 0,47% der Befragten, die Kochbücher täglich verwenden. **Es kann daher daraus geschlossen werden, dass Kochbücher keinen wirklichen Einfluss auf die Nahrungsaufnahme der befragten Zielgruppe „Studierende im Alter von 18 bis 40 Jahren“ haben.**

Die Kochbuchanalyse hat ergeben, dass zwar alle Rezepte umsetzbar sind in einer Standardküche, jedoch nicht immer von Laien. Zusätzlich hat diese Analyse aufgezeigt, dass das Kochbuch „Simplissime – das einfachste Kochbuch der Welt“ aus der Sicht der Autorinnen die meisten Kundenwünsche erfüllt. Das Kochbuch von Nadia Damaso „Eat better not less – Around the World“ erfüllt die wenigsten Wünsche, da es viel Text enthält und die Rezepte mehr als zehn, oft exotische Zutaten erfordern, die keine Basis für Laien bilden. Die Themenkochbücher „Burger“, „Smoothies, Shakes & Co“ und „Die besten Weihnachtskekse“ sind Spezialisierungen, somit schwer mit den anderen sieben Kochbüchern zu vergleichen.

Die aktuellen Themen wie American Food, Superfood, gesunde Ernährung, vegetarische/vegane Gerichte und auch Eintöpfe werden in den Kochbüchern wiedergegeben; nicht oder nur geringfügig mit aufgenommen sind die Themen Regional, Saisonal, Labels und Do-it-yourself mit Vertretern wie Fermentieren, Einmachen, High Protein, Low Carb und Lebensmittelverschwendung (Food Waste).

Das Thema „Kochbücher versus Onlinerezepte“ sollte in der Zukunft sicher noch besser untersucht werden, denn es besteht Potenzial, das Essverhalten von Gesellschaftsgruppen zu lenken. So könnten Influencer in Kooperation mit der wissenschaftlichen Forschung und Kommunikation rund ums Thema Essen arbeiten.

## 4. Diskussion und Fazit der EssZuk-Studie

### Konkrete Ansatzpunkte und Strategien

Generell zeichnen die zusammengetragenen Ergebnisse eine Situation auf, die in anderen Studien beschrieben wird und damit auch die Disparitäten zwischen Wissen, Verhalten, gesellschaftlichen Faktoren und Einflussgrößen aufzeigen. Dennoch hat sich, gerade auch auf Grund der Coronasituation die mediale Aufmerksamkeit auf die Ernährung gerichtet. Hierdurch wird sowohl von den Verbrauchern als auch den Stakeholdern ein klarer Ansatz gesehen, Veränderungen über die individuelle Anpassung der Ernährungsweise herbeizuführen. Die befragten Delphi-Experten schätzen dies jedoch unterschiedlich ein: so sind es eher die Verhältnisse, die verändert werden müssten, um zu erreichen, dass insgesamt Auswirkungen auf Gesundheit und Nachhaltigkeit erfolgen können, die auch langfristig sind. Hier werden, aus Sicht der Experten (nuanciert unterschiedlich in den drei DACH-Ländern) Möglichkeiten und Handlungsoptionen gesehen. Die Experten waren sich weitestgehend darin einig, dass es gute Ansatzpunkte für Veränderungen in den Bereichen Ernährungsbildung, Einzelhandel und Politik sowie bei der Gemeinschaftsverpflegung in den Schulen gibt.

### Ernährungsbildung

Hier wäre es förderlich, wenn es ein obligatorisches Unterrichtsfach „Ernährung, Gesundheit, Nachhaltigkeit“ gäbe. Alternativ wurde auch ein fächerübergreifender Einbezug hauswirtschaftlicher Kenntnisse genannt, welcher sich z. B. in Inhalten anderer Schulfächer alltagsbezogen nutzen ließe. Die Schulbildung wurde deshalb als besonders wichtig erachtet, weil damit quasi alle Gesellschaftsschichten erreicht werden können und Kinder Wissen und Informationen aus der Schule auch in die Familien zurücktragen. Die Vermittlung von Wertschätzung der Lebensmittel, die auch durch die praktischen Beispiele in der Schule vermittelt werden, tragen dazu bei, dass mit Lebensmitteln achtsam umgegangen und damit auch Lebensmittelverschwendung entgegengewirkt wird.

### Einzelhandel und Politik

Das Überangebot an Lebensmitteln ist nicht notwendigerweise Zeichen von Qualität. Viele Verbraucher fühlen sich durch die Fülle an Wahloptionen überfordert, eine Auswahl zu treffen. Hier wäre eine Möglichkeit, statt einer Quantität an Lebensmitteln deren Qualität zu erhöhen. Der Handel ist ein wichtiger Akteur im Essgeschehen: Am „Point of Sale“ werden die Kaufentscheidungen getroffen. Das Angebot, die Verfügbarkeit, der Preis und auch die Lebensmittelinformationen sind bestimmend, welche Auswahl Verbraucher treffen. Die Lebensmittelkennzeichnung und die Labels sind wichtige Informationsquellen, schaffen Transparenz und Vertrauen. Bei vielen Verbrauchern besteht der Wunsch, das Label Wirrwarr zu verschlanken so durch ein gemeinsames DACH-Label. Analog zum Nutri-Score könnte es ein gemeinsames Tierwohl-Label geben oder einen einheitlichen Eco-Score nach dem Vorbild von Frankreich. Allerdings sollte die Vergabe eines solchen Labels einer wissenschaftlichen Institution oder auch Regierung obliegen.

Generell ist es wichtig, dass die Politik durch Regelungen einheitliche Vorgaben schafft, wie z. B. durch Labels wie Nutri-Score. Dabei wird es unter den Experten und in den drei DACH-Ländern unterschiedlich eingeschätzt, wieviel staatliche Regelung als „tragbar“ oder „richtig“ angesehen wird. Ein umstrittenes Thema sind dabei Steuern und Subventionen bestimmter Lebensmittel.

### Gemeinschaftsverpflegung in Schulen

Ob die Gemeinschaftsverpflegung in Schulen kostenfrei sein sollte, wurde unterschiedlich bewertet. Generell wurde der Schulverpflegung eine zentrale Rolle zugesprochen, zum einen als Lernort zum anderen als Möglichkeit der Integration, der sozialen Teilhabe und dem Angebot von gesundheitsförderlichen Speisen. Die Experten waren sich darin einig, dass das Angebot den Kriterien einer gesunden Ernährung zu entsprechen habe, wie es beispielsweise die jeweiligen Ernährungsfachgesellschaften ausweisen.

## 5. Schlussbetrachtungen

Es gibt in der EssZuk-Studie vier vorrangige Bereiche, die gemäss den verschiedenen Interviews (mit Verbrauchern, Stakeholdern und Experten) sowie den geführten Studien mögliche Ansätze bieten können, um zu einer zukunftsfähigen Ernährung zu gelangen. Zum einen ist das der Bereich der Bildung, weiter sind Politik, Handel sowie die Kommunikation inklusive des Kommunikationskanals über Social Media von Relevanz.

1. Bildung
2. Politik
3. Handel
4. Kommunikation inkl. Social Media

Alle vier Bereiche sind mit dem Food Environment verknüpft und erreichen damit sowohl die Verhaltens- als auch Verhältnisebenen.

### Bildung

Was also sollten wir tun? Wie können wir eine Ernährungsweise erreichen, die zukunftsfähig ist? Könnte hier auch der Ansatz der "Resilienz" nutzbar sein?

Im Allgemeinen beschreibt Resilienz die Fähigkeit eines Systems/Organismus, auf Störungen zu reagieren, indem es Schäden widersteht und sich schnell erholt. Auf das Food Environment bezogen können alle drei Ebenen "resilienter" werden:

Auf der Mikro-Ebene dadurch, dass beispielsweise das Individuum gestärkt und befähigt wird, den eigenen Essalltag gesundheitsförderlicher zu gestalten, auf der Meso-Ebene dahingehend, dass es Angebote gibt, die Zugänge zu entsprechendem Wissen und Ressourcen bereithalten, und damit die Verhältnisse schaffen und aufrechterhalten, sich gesund und nachhaltig zu ernähren. Auf der Makro-Ebene, wenn es in einer Gesellschaft ein gesundheitsförderliches Umfeld gibt, das den Rahmen für die Verhältnisse schafft. Um dahin zu gelangen, dass Gesellschaften resilient werden (und bleiben) gegenüber Turbulenzen im Bereich Ökologie, Ökonomie, Gesundheit und

Sozialem, sind verschiedene Kompetenzen erforderlich. Diese Kompetenzen wurden von Ginsburg (45), beschrieben, sollen aber hier auf die Ernährungs-bildung übertragen und adaptiert werden:

**Kompetenz:** Um Kompetenz(en) aufzubauen, entwickelt der Einzelne eine Reihe von Fähigkeiten, die ihm helfen, seinem Urteilsvermögen zu vertrauen und verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen. In Bezug auf Ernährungskompetenzen kann dies bedeuten, mehr Ernährungssouveränität zu erlangen, und entsprechende Entscheidungen z. B. am Kaufort besser zu treffen.

**Selbstvertrauen:** Der Einzelne gewinnt Selbstvertrauen, indem er in realen Situationen seine Kompetenz erlebt, d. h., sich selbst als verantwortungsvolles Individuum und gestalterisch handelnden Menschen erlebt, der seine Ernährungsweise aktiv gestaltet.

**Verbundenheit:** Durch die Familie, Sozialgruppe wird ein Gefühl von Sicherheit und Zugehörigkeit vermittelt. Hier gehört z. B. auch eine Vertrautheit kultureller Esstraditionen oder auch eine "Geschmacksheimat".

**Wertschätzung für Lebensmittel:** Der Einzelne sollte mehr über die umfangreiche Arbeit erfahren, die in einem Lebensmittel steckt, über die Ressourcen, die dabei verwendet werden, um z. B. auch einen sorgfältigen und respektvollen Umgang mit Lebensmitteln zu entwickeln. Das kann dazu beitragen, Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken.

**Sinnhaftigkeit:** Indem beispielsweise erlebt wird, dass es wichtig ist, mit Lebensmitteln sowie der Auswahl von Lebensmitteln nachhaltig umzugehen, weil damit ein wichtiger Beitrag zur Ressourcenschonung oder zu sozial gerechten Arbeitsbedingungen geleistet werden kann.

**Bewältigung:** Wenn Menschen lernen, mit Stress z. B. der Informationsfülle oder der immensen Aus-



wahl an Lebensmitteln besser umzugehen, sind sie eher in der Lage, der Entwicklung von z. B. Übergewicht entgegenzuwirken.

**Kontrolle:** sich als Individuum zu erleben, das den eigenen Essalltag gestalten und damit auch beeinflussen kann. [45], [46]

Die Inhalte von Ernährungsbildung, die bis dahin als selbstverständlich galten und überwiegend ohne gezielte pädagogische Konzeption im Alltag, meist in den Familien, stattfanden, sollten nunmehr im pädagogischen Kontext neu gestaltet, erweitert und Teil des schulischen verpflichtenden Curriculums werden. Damit wird der Ernährungsbildung ein neuer Stellenwert in den gesellschaftlichen Anstrengungen der Verhaltensprävention zugeschrieben. So muss Ernährungsbildung als Prozess verstanden werden, der neben den naturwissenschaftlichen Grundlagen der Ernährung auch „soziale, ökologische und ökonomische Aspekte eines selbst bestimmten und mitverantwortlichen menschlichen Handelns“ beinhaltet. Auch sollten Aspekte der „Resilienz“ eingebunden werden. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Resilienzforschungen, die als neue Perspektive verstanden werden können, Systeme zu betrachten, und wie Systeme Störungen widerstehen können, also „widerstandsfähig“ werden.

## Politik

Die **Politik schafft** über die gestaltungsfördernden Aktionen sowie ordnungspolitischen Massnahmen **den Kontext**, in dem das ernährungsbezogene Handeln einer Gesellschaft stattfindet. Darüber hinaus können z. B. Städte und Kommunen Vorgaben zu den Vergaberichtlinien der Angebote für die städtischen Pflegeeinrichtungen steuern. Die Politik setzt auch den Rahmen für Gesetze, Steuern oder kann durch entsprechende Fördermassnahmen Forschung und Forschungsinstitutionen unterstützen. So können auch z. B. Clusterforschungen finanziert werden (Kompetenzcluster Ernährung) (z. B. bundesweite Ausschreibungen).

Aufgabe der Politik sollte es daher sein, entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen, die eine zukunftsfähige Ernährungsweise aller Akteure ermöglicht.

Auch können entsprechende Vorgaben bezüglich Labels gemacht werden, die dann in die Umsetzung gelangen (z. B. Tierwohl-Label). Die jeweiligen Food-Policies setzen dazu die Rahmenbedingungen.

## Handel

Der Handel ist ein wichtiger Player, der alle gleichermassen erreicht, denn jeder muss Lebensmittel einkaufen. Es zeigt sich, dass vor allem Ansätze für die Verbindung von Regionalität und Einbezug verschiedener Player wie z. B. Transformationsbewegungen wichtige neue Aspekte einbringen. Insbesondere der Bezug von Warengruppen mit verschiedenen Bewegungen wie z. B. spezielle Angebote in der Januarwoche „Veganery“ mit veganen Produkten oder auch im Zusammenhang mit der Planetary Health könnten für den Handel neue Anknüpfungspunkte darstellen. Die enge Verbundenheit der Menschen mit ihrem Umfeld könnte mit erweiterten regionalen Produkten bedient werden. **Durch das Angebot schafft der Handel eine entsprechende Nachfrage, umgekehrt reagiert der Handel auch direkt auf die Kundenbedürfnisse.** Interessante Ansätze für den Handel sind z. B. „edumarketing“-Strategien, die durch gezielte Aufklärungsmassnahmen, Promotions am PoS die Kunden zu erreichen suchen.

Der Handel kann durchaus das Verhalten der Kunden lenken, dies zum Beispiel durch zur Verfügung gestellten Informationen direkt am Verkaufspunkt, am PoS. Weiter haben auch die Platzierung der Waren, die angebotene Auswahl sowie die Preisgestaltung einen direkten Einfluss auf die Wahl der Konsumenten. Anhand von Promotionen und PR-Massnahmen sowie einer transparenten und leicht verständlichen Kommunikationsstrategie können Endverbraucher in die eine oder andere Richtung gelenkt werden. Wichtig ist sicherlich auch, dass

der Handel Partnerschaften mit Produzenten einget, um auch die Bedürfnisse anderer Stakeholder der Wertschöpfungskette abzuholen. Diesbezüglich werden folgende Massnahmen vorgeschlagen: die Unterstützung und den Ausbau von Bio-Angeboten sowie, unter Einbezug der Erzeuger, eine Erweiterung des Angebots von regionalen Produkten. Um regionale Sorten von Früchten und Gemüse noch stärker zu fördern, werden Angebotsallianzen mit Produzenten vorgeschlagen. Um Neuausrichtungen auch entsprechend kommunizieren zu können, bräuchte es jedoch ein entsprechendes Labeling. Weiter könnten die Standards in Zusammenarbeit mit den Erzeugern weiterentwickelt werden, beispielsweise für den Schutz und eine nachhaltige Nutzung von terrestrischen und marinen Ressourcen. Weitere Möglichkeiten für die Ausarbeitung von Massnahmen werden in der Entsorgung von Verpackungsmaterial gesehen sowie einer möglichen Verknüpfung mit Ernährungskonzepten, wie beispielsweise der Planetary Health Diet.

### **Kommunikation/Social Media**

In den Social Media werden Ernährungsthemen dominiert von Influencern, die keine Fachexperten sind. Ihre Reichweite ist teilweise enorm und mit einem einzigen Post können Millionen Follower erreicht werden. Wissenschaftliche Ernährungsexperten sind in der Regel nicht in den Social Media unterwegs, das hat vielerlei Gründe: neben Zeitmangel vor allem ein Wissenschaftsverständnis, das quer zu den schnellen Reaktionen und Posts, die in den Social Media gefordert sind, zuwiderlaufen. Auch sind emotionale Nachrichten, Storytelling nicht mit dem wissenschaftlichen Selbstverständnis der Objektivierbarkeit der Ergebnisse und Vorgehensweise vereinbar.

Doch es ist unerlässlich, dass Wissenschaftler und vor allem ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse in den Social Media wahrgenommen werden. Viele Ernährungsberatende halten eine weitere Positionierung und Aktivität auf Social Media für notwendig. Der wichtigste Grund, sich nicht zu aktivieren,

ist Zeitmangel. Ebenfalls fehlt die Möglichkeit einer abrechenbaren Leistung. So sieht ein Teil der Ernährungsberatenden keinen Nutzen darin, sich auf Social Media einzubringen. Berufsverbände, Gesetzgeber und Ausbildungsstätten sind gefragt, die Positionierung der Experten für Ernährung auf Social Media zu unterstützen, damit die Ernährungskommunikation nicht weiterhin von Influencern und selbsternannten Autoritäten dominiert wird.

### **Ernährungsfachgesellschaften**

Sie haben eine enorm wichtige Mittlerfunktion zwischen Wissenschaft, Politik, Bildung und Hersteller. Beispielsweise sind die DACH-Referenzwerte auch maßgeblich für Hersteller, wenn es um die Einhaltung oder Erreichung von Zielwerten geht, wie z. B. bei Reformulierungsstrategien. Mit dem Positionspapier der DGE zur nachhaltigen Ernährung wird ein wichtiger Beitrag geschaffen, der sowohl in der Kommunikation als auch für Ernährungsbildungsmassnahmen den Rahmen schafft.

### **Folgende Handlungsempfehlungen für die „Ernährung morgen“ lassen sich aus der EssZuk-Studie ableiten:**

Die Herausforderungen im Zusammenhang mit einer Ernährung der Zukunft sind für alle drei untersuchten Ländern ähnlich. Sie sind zwar unterschiedlich in ihren Ausprägungen (z. B. ist die Rate der von NCD oder auch Übergewicht Betroffenen unterschiedlich hoch, die Strukturen von Handel, Landwirtschaft, Food-Regulationen verschieden ) zeigen aber doch über alle drei Länder hinweg ähnliche Ansatzpunkte und Meinungen in Bezug auf mögliche Massnahmen. Allerdings ergeben sich sehr wohl unterschiedliche, mögliche Umsetzungsstrategien, die in der jeweiligen Landeskultur und Tradition eines jeden Landes wurzeln.

Was ordnungspolitisch z. B. in Deutschland möglich ist (wie z. B. in der Coronapandemie deutlich geworden), lässt sich so beispielsweise nicht in der Schweiz durchführen. Oder, wie es eine Schweizer

Verhältnisakteurin ausdrückte, die Strukturen, Wege, Verhandlungen sind in der Schweiz direkter und über Volksabstimmungen zu legitimieren. Auch eine österreichische Delphi-Expertin betonte, wie wichtig es sei, eine überschaubare Anzahl von Akteuren im Bereich Ernährung zu haben, deren Abstimmungsbedarf und Absprachebedarf geringer sei als in Deutschland, so dass es damit dann auch in manchen Aspekten einfacher sei, direkten Einfluss zu nehmen.

Alle drei Länder sind föderalistisch strukturiert, die Bildungspolitik gleichfalls föderalistisch. Die teilweise Abschottung des Binnenmarktes der Schweiz lässt andere Marktregulierungen zu als in den beiden EU-Ländern Deutschland und Österreich, die immer auch in einem europäischen Abstimmungsprozess stehen. Konkret kann dies bedeuten, dass die drei Länder unterschiedliche "Geschwindigkeiten" haben, wie Umsetzungen erfolgen. Beispielsweise wird dies daran deutlich, dass es in der Schweiz bislang keine nationalen Qualitätsstandards für Schulverpflegung oder institutionelle Einrichtungen gibt, aber umgekehrt die Salz-Reformulierung bereits vor Deutschland umgesetzt und eingeführt wurde.

Generell erscheint das Bemühen gross, den Zukunftsherausforderungen zu begegnen, beobachtbar ist in diesem Zusammenhang auch, dass es verschiedene Bottom-up-Bewegungen gibt, die sich den vielfältigen Herausforderungen stellen, mögliche und auf zivilgesellschaftlicher Ebene verschiedene Handlungsoptionen ausloten. Gute Beispiele dafür sind die verschiedenen Transformationsbewegungen, Ernährungsräte (in der Schweiz z. B. das Ernährungsforum Zürich), die bürgerschaftliche Engagements leisten, Plattformen bilden, oder auch verschiedene wissenschaftliche Initiativen wie z. B. Transferzentren, die wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis tragen.

Folgend kann gesagt werden, dass mehrere Handlungsoptionen bestehen, die in allen drei Ländern umgesetzt werden sollten.

Erstens sollte die Informationsvermittlung bereits bei Kindern beginnen. Hier hat sicherlich auch die Schule eine Verantwortung zu übernehmen. Wichtig erscheint ebenfalls, dass die Wertschätzung von Lebensmitteln wieder vermehrt vermittelt wird. Da nicht alle Familien Ernährungsthemen aufgreifen und vermitteln können, könnte ebenfalls diesbezüglich die Schule Verantwortung übernehmen. Aber auch lebenslanges Lernen und Weiterbildungen im Bereich Ernährung erscheinen notwendig, denn meist endet die „Ernährungsbildung“ mit der Schulzeit, aber die Veränderungen im Bereich Ernährung schreiten dennoch voran und bieten (erfordern) damit genug Weiterbildungspotenziale.

Weiter zeigen die Ergebnisse der durchgeführten und in diesem Bericht diskutierten Studie zur Veränderung des Geschmacksschwellenwertes „süss“ auf, dass sich in diesem Gebiet Möglichkeiten für Ansatzpunkte ergeben könnten. Der Trend zeigt in Richtung einer Verringerung der Schwelle, was im Zusammenhang mit Übergewicht und Adipositas grösseren Einfluss haben könnte.

Gerade weil der Ausser-Haus-Verzehr nach wie vor eine grosse Rolle spielt, nicht zuletzt auch bei Kindern, ist es wichtig, dass „gesunde“ Ernährung in Restaurants, Kantinen und „on the go“ angeboten wird. Es hat sich gezeigt, dass gezielte Nudging-Massnahmen Wirkung zeigen. Auch wenn die Wirkungen noch nicht signifikant sind, wäre ein gezieltes Nudging in Richtung eines gesteigerten Obst- und Gemüseverzehrs beispielsweise in Schulkantinen eine gewinnbringende Massnahme. Dies wiederum würde ebenfalls die Geschmacksschwellenwertveränderung im Bereich „süss“ beeinflussen.

Als bestehendes Problem wurde die Kommunikation zwischen den Verhältnisakteuren und den Konsumenten erkannt. Die angebotene Ernährungskommunikation hat sich als zu fachspezifisch, uninteressant und verallgemeinernd herausgestellt. Um eine bessere und zielgruppenspezifischere Kommunika-

tion zu gewährleisten, könnte man sich ein Beispiel an Influencern, Bloggern und Kochshows nehmen. Diese Akteure bauen erst eine Sympathie zum Zuschauer oder Leser auf und verbinden Entertainment mit Education. Um auch eine fachspezifische Kommunikation greifbarer und vor allem positiver zu gestalten, muss darauf geachtet werden, dass beim Konsumenten keine „Gesund gleich Verzicht“-Aussage ankommt. Das Wichtigste wird sein, dass in einer leicht verständlichen Art Wege aufgezeigt werden, die einfach, schnell und vor allem auch kostengünstig sind, die Spass machen und im Alltag umsetzbar sind.

**Kontakt:**

Prof. Dr. Christine Brombach,  
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften,  
Campus Grüental,  
Schloss, CH-8820 Wädenswil  
[Christine.Brombach@zhaw.ch](mailto:Christine.Brombach@zhaw.ch)

## Über die Heinz Lohmann Stiftung

Deutschland ist eine der führenden Industrienationen. Die Zukunft unserer Welt gestalten wir aktiv mit – auch im Interesse unserer eigenen Wettbewerbsfähigkeit und der Erhaltung der Lebensqualität. Diese Gedanken leiteten die Gründer der Heinz Lohmann Stiftung im Jahre 1997.

Die Stiftung fördert die Wissenschaft und Forschung über die Zukunft der Ernährung und des Ernährungsverhaltens sowie die Publikation ihrer Ergebnisse. Arbeitsgebiete sind die Verbesserung der Qualität von Lebensmitteln, die Optimierung ihrer Produktionsbedingungen und die Erforschung des Verbraucherverhaltens hinsichtlich der Stiftungszwecke. Die Stiftungsgesellschaft dient ausschließlich und unmittelbar gemeinnützigen Zwecken.

## Die Gründer der Stiftung

Die PHW-Gruppe, der die Lohmann & Co. Aktiengesellschaft (Rechterfeld) angehört, gründete 1997 die gemeinnützige Heinz Lohmann Stiftung GmbH mit Sitz in Rechterfeld, südwestlich von Bremen. Die PHW-Gruppe (PHW steht für die Eigentümer, die Familie Wesjohann) ist eine der führenden deutschen Anbieter auf den Geschäftsfeldern Ernährung, Gesundheit und Agrarwirtschaft. Im Markt ist vor allem die Marke WIESENHOF bekannt, die sich durch ein konsequentes Qualitäts- und Sicherheitskonzept auszeichnet. Die bewährte WIESENHOF Herkunfts-Garantie gibt den Verbrauchern mit der namentlichen Nennung der WIESENHOF Land- und Tierwirte die Sicherheit kontrollierter Qualität. WIESENHOF ist seit Jahren die führende Marke bei deutschem Geflügel.

## Heinz Lohmann

Heinz Lohmann (1901–1975) gründete 1932 die heutige Lohmann & Co. Aktiengesellschaft. Sein Unternehmenskonzept war, wissenschaftliche Erkenntnisse für die landwirtschaftliche Praxis nutzbar zu machen. Heinz Lohmann schuf das deutsche Markenhähnchen mit hoher und garantierter Qualität. Sein Konzept schloss alle Produktionsstufen ein – von der Elterntierauswahl über tiergerechte Aufzucht bis hin zur Schlachtung und zum Vertrieb. Das Ergebnis war eine Partnerschaft zwischen Wissenschaft, den mittelständischen landwirtschaftlichen Betrieben und Lohmann. Sein persönliches Credo war: „Mit der Wahrheit machen wir die besten Geschäfte.“

## Die Aktivitäten der Stiftung

Die Stiftung vergibt ernährungswissenschaftliche Aufgaben an Diplomanden und Doktoranden. Sie unterstützt die wissenschaftliche Forschung an Hochschulen und Instituten und organisiert internationalen Wissenstransfer zu Stiftungsthemen. Regelmäßig veranstaltet die Heinz Lohmann Stiftung ein Symposium zu aktuellen Themen der Ernährungswissenschaft und/oder -praxis.

## Die Organe der Stiftung

- **Gesellschafter:** Lohmann & Co. Aktiengesellschaft, Rechterfeld
- **Geschäftsführung:** Renate Grothkopf, Rechterfeld
- **Kuratorium:**
  - Freifrau Dagmar von Cramm, Dipl.-oec. troph., Foodjournalistin und Ernährungsexpertin (Stellvertretende Vorsitzende des Kuratoriums)
  - PD Dr. med. Thomas Ellrott, Leiter des Instituts für Ernährungspsychologie, Georg August-Universität Göttingen
  - Karl-Heinz Funke, Bundesminister a. D.
  - Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland e.V., HDE
  - Dr. Reinhard Grandke, Hauptgeschäftsführer und Vorstandsmitglied der DLG, (Vorsitzender des Kuratoriums)
  - Professor Dr. Ingrid-Ute Leonhäuser i. R., Institut für Ernährungswissenschaft, Justus-Liebig-Universität Gießen
  - Paul-Heinz Wesjohann, Aufsichtsratsmitglied Lohmann & Co. AG
  - Peter Wesjohann, Vorstandsvorsitzender der Lohmann & Co. AG
- **Ehemalige Mitglieder:**
  - Peter Bleser, MdB
  - Peter Engel, Gründer der Engel & Zimmermann AG
  - Alfons Frenk, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Alfons Frenk Treuhand GmbH
  - Hilka de Groot, Lebensmittelchemikerin, Wissenschaftsjournalistin
  - Wilhelm Niemeyer, Ehrenpräsident des Landesverbandes des Nieders. Landvolks
  - Josef Sanktjohanser, Gesellschafter PETZ REWE GmbH, Präsident des HDE
  - Harm Specht, ehem. Mitglied des Vorstandes der Lohmann & Co. AG
  - Erich Wesjohann, Geschäftsführender Gesellschafter der Erich Wesjohann-Gruppe
  - Professor Dr. Werner Zwingmann, Ministerialdirigent BMELV a. D.
- **Verstorbene Mitglieder:**
  - Hans-Werner Hannemann, HWH Consulting († 05.07.2019)
  - Professor Dr. rer. nat. Volker Pudiel, Ernährungspsychologe, Vorsitzender des Kuratoriums von 1997 – 2009 († 07.10.2009)
  - Siglinde Porsch, ehem. Vorsitzende der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein († 25.08.2013)

