

Was beim Essen wichtig ist, oder: Wie kommen Ernährungsbotschaften an?

Auswertungen zur Coop-Studie «Gesund Essen: Einstellungen, Wissen und Verhalten»

UTE BENDER



Im Auftrag von Coop werden seit 2009 in der Schweiz vierteljährliche repräsentative Befragungen durchgeführt, die verschiedene Themen im Kontext von Ernährung und Essen untersuchen. Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (SGE) unterstützt diese Studien aus wissenschaftlicher Sicht. Mittlerweile sind die Ergebnisse von 4 Studien veröffentlicht (4). Der folgende Beitrag widmet sich der ersten Befragung mit dem Fokus auf «Gesund Essen: Einstellungen, Wissen und Verhalten», deren Ergebnisse im ersten Quartal 2009 publiziert wurden (4). Zusätzliche Daten zu dieser Befragung, die nicht in der Veröffentlichung enthalten waren, wurden auf Anfrage freundlicherweise vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt (5).

In der oben genannten Studie wurden Antworten von 531 Personen im Alter zwischen 15 und 74 aus der gesamten Schweiz ausgewertet, die sich per Internet beteiligt hatten. Die Fragen waren sowohl ungestützt, also ohne vorgegebene Antworten, als auch gestützt formuliert. Aus ernährungspädagogischer Sicht ist zunächst besonders die zweite Frage der Studie nach dem Gesundheitsverständnis interessant.

Was bedeutet «gesunde Ernährung»?

Die Frage lautete: «Was verstehen Sie unter gesunder Ernährung?» Die Antworten waren frei zu formulieren, und auf Wunsch konnten mehrere Stichworte genannt werden. *Abbildung 1* zeigt, dass bei fast der Hälfte aller Umschreibungen von «gesunder Ernährung» die Termini «abwechslungsreich» oder «ausgewogen» auftauchen. Etwas mehr als ein Drittel der Nennungen weisen auf «Früchte und Gemüse» hin und zirka ein Viertel auf «wenig Fett». Mit gewissem Abstand folgen dann die Gleichsetzungen von «gesund» mit «frisch» sowie mit «genügend/viel Vitamine». Die Personen, die auf diese Frage ant-

worten ($n = 525$), geben durchschnittlich 2,2 Stichworte an. 12-mal (= 2,2% aller Nennungen) ist auch die Ernährungspyramide als Stichwort zur Umschreibung von «gesund» aufgeführt (in *Abbildung 1* nicht ersichtlich, [5]).

Interessant ist nun darüber hinaus der Blick auf die sogenannten «Top of Mind» – also auf die Begriffe, die den Befragten jeweils zuerst eingefallen sind (*Abbildung 2*). Die Erstnennungen zeigen, dass fast ein Drittel der Befragten beim Stichwort «gesund» sofort an die Begriffe «abwechslungsreich» oder «ausgewogen» denkt. «Gesund und ausgewogen» scheinen als Wortpaar zusammenzugehören. Nur etwa halb so viele Menschen verknüpfen «gesund» spontan mit «Früchte und Gemüse», und nochmals etwa der Hälfte fällt zuerst «wenig Fett» ein. Bemerkenswert ist, dass 0,7 Prozent (= 4 Personen) zuerst an die Ernährungspyramide denken und dass 3 dieser 4 Personen zu dem Teil der Befragten gehören, der unter 29 Jahre alt ist ($n = 85$; [5]). Gewisse Wirkungen ernährungsbezogenen Unterrichts bilden sich hier möglicherweise ab.

Die Gleichsetzung von «gesund» mit «abwechslungsreich/ausgewogen» wirft

zahlreiche Fragen bei der Interpretation auf, weil nicht eindeutig ist, was «ausgewogen» aus Sicht der Befragten meint. Ernährt man sich «ausgewogen», wenn man nicht zu viel Fett zu sich nimmt? Oder wenn man die Makronährstoffe Fett, Kohlenhydrate, Proteine im empfohlenen Verhältnis verzehrt? Dann müssten diese Relationen aber bekannt sein, und davon ist aufgrund der Daten nicht auszugehen. Etwas konkreter ist der Begriff «abwechslungsreich». Aber auch hier bleiben Unklarheiten: Gilt es bereits als «abwechslungsreich», wenn jemand verschiedene Früchte oder Gemüsesorten am Tag isst? Oder wenn eine Person Lebensmittel aus den verschiedenen Lebensmittelgruppen der Lebensmittelpyramide der SGE verzehrt? Hierzu müsste ihr die Pyramide jedoch bekannt sein, was nach eigenen Angaben immerhin für drei Viertel der befragten Schweizerinnen und Schweizer zutrifft (siehe unten).

Individuell unklare Verständnisse

Die Ergebnisse der Befragung geben begründete Hinweise darauf, dass die Befragten mit dem Begriff «gesunde Er-

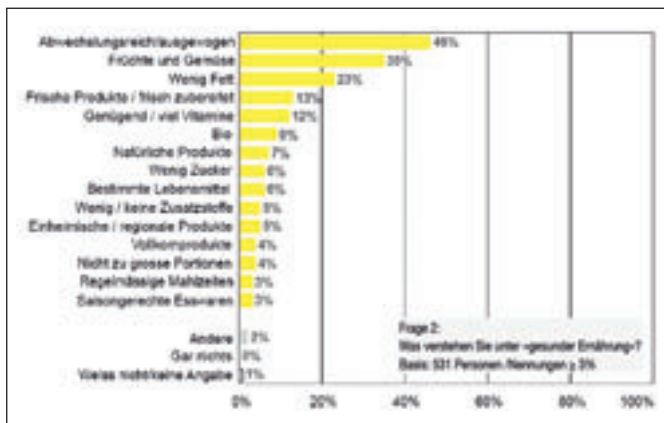
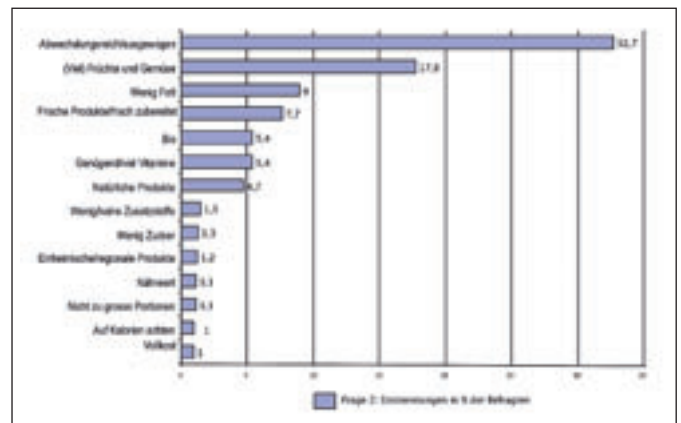


Abbildung 1: Frage 2 «Was verstehen Sie unter «gesunder Ernährung?» (4)

Abbildung 2: Frage «Was verstehen Sie unter «gesunder Ernährung?»? Ernennung in % der Befragten – nur Angaben $\geq 1\%$ (eigene Darstellung nach [5])

nahrung» zunächst Bedeutungen assoziieren, die eher vage bleiben wie «ausgewogene/abwechslungsreiche Ernährung». Die Aussagen werden (etwas) konkreter, wenn die Befragten angeben, dass «gesund» für sie dasselbe bedeute wie «Früchte und Gemüse» oder «wenig Fett». Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die die Statistiken für die Auftraggeberin in der Internetpublikation interpretiert haben, formulieren denn auch zur Frage «Was verstehen Sie unter «gesunder Ernährung» das Fazit, «dass gewisse Grundlagen für eine gesunde Ernährung bekannt» seien (4).

Die Diffusität, die mit dem Terminus «gesund» verbunden scheint, relativiert die weiteren erfreulichen Ergebnisse der Coop-Studie: Bei der dritten Frage, die im Vorstehenden nicht angesprochen wurde, sagen nämlich etwa 77 Prozent der Befragten von sich, dass sie sich «gesund» bis «eher gesund» ernähren würden; ebenso geben zwei Drittel an, sich in Zukunft gesünder ernähren zu wollen (kumulierte Antworten zu Frage 3 [4]). Angesichts des vagen Begriffs «Gesundheit» überrascht nicht, wenn die günstige Selbsteinschätzung der Menschen zum eigenen Ernährungsverhalten den Ergebnissen des Schweizerischen Ernährungsberichts deutlich widerspricht. Er ergibt, dass sich «die Mehrheit der Schweizer eben nicht gesund» ernährt (4, 6). Solange Menschen in ihrem Alltag mit «gesunder Ernährung» eher unklare Assoziationen verbinden, ist unwahrscheinlich, dass sie sich gesundheitsbewusst verhalten.

Klare Botschaften in öffentlichen Kampagnen

Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (SGE) sendet in ihren Ernährungsempfehlungen mit Bezug auf die Lebensmittelpyramide sehr klare Botschaften und macht deutlich, welche Aspekte eine «gesunde Ernährung» umfasst: zum Beispiel die Empfehlung «5 am Tag in verschiedenen Farben» bei der Lebensmittelgruppe der Früchte/Gemüse oder der Rat, zu jeder Hauptmahlzeit stärkereiche/ballaststoffhaltige Beilagen zu reichen. Diese Botschaften zeigen Erfolge dahingehend, dass immerhin mehr als ein Drittel beziehungsweise knapp ein Viertel der spontanen Umschreibungen bei Frage 2 eine «gesunde Ernährung» mit «(viel) Früchte und Gemüse» oder mit «wenig Fett» gleichsetzen. Die Befunde der Befragung lassen aber auch erkennen, dass beispielsweise der präzise Inhalt der Empfehlung «5 am Tag» in verschiedenen Farben nur begrenzt in der Öffentlichkeit angekommen ist.

Die diffusen Antworten zu Frage 2 (Was verstehen Sie unter «gesunder Ernährung?») erstaunen, denn in einem anderen Abschnitt der Studie geben etwa 76 Prozent der Befragten an, über die Kampagne «5 am Tag» Bescheid zu wissen (4) und fast ebenso viele (ca. 74%) bejahen die Frage, ob ihnen die Lebensmittelpyramide bekannt sei (ebd.). Vor allem die jüngeren Befragten kennen mit grosser Mehrheit die Pyramide (ebd.) – was auch nach Meinung der beteiligten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler als

Erfolg von Schule und Unterricht zu werten ist (4).

Höchstwahrscheinlich macht es also einen Unterschied, ob man relativ frei assoziiert, was man unter «gesunder Ernährung» versteht, oder ob man durch Formulierungen in der Fragestellung auf bestimmte Kampagnen explizit hingewiesen wird: Die Befragten kennen diese Kampagnen zwar vom Namen her, aber ihre Botschaften sind vermutlich in ihrem Bewusstsein nicht so präsent, dass sie ihnen im Kontext von gesundem Essen selbstverständlich einfallen. Zudem wurde in der Studie nicht nachgeprüft, ob die Inhalte der Botschaften tatsächlich korrekt wiedergegeben werden könnten. Nun sollte man meinen, dass gerade «5 am Tag» eigentlich nicht falsch zu verstehen sei. Dies ist jedoch nicht unbedingt der Fall, wie Forschungen aus Deutschland zeigen: Die Kampagne «5 am Tag» läuft in Deutschland seit etwa zehn Jahren. Trotzdem ergab die repräsentative Nationale Verzehrsstudie von 2008, dass sie nur «... von einem Drittel (der Befragten, U.B.) richtig erkannt, zu einem Drittel mit der Empfehlung «5 Mahlzeiten am Tag essen» verwechselt oder zu einem Drittel nicht gekannt» wird (9).

Offensichtlich dauert es sehr lange, bis Public-Health-Kampagnen wirklich grosse Verbreitung auf der Kenntnisebene finden – geschweige denn, bis sie dann auch auf der Verhaltensebene Wirkungen zeigen. Gerade im Gesundheitsbereich findet sich eine tiefe «Kluft zwischen Wissen und Handeln», der sogenannte «Health Gap» (8, 13).

Folgen für das Essverhalten

Das Essverhalten ist stark durch Gewohnheiten gesteuert, und zahlreiche weitere persönliche, soziale wie situative Faktoren spielen eine Rolle. Auch in der Coop-Studie spiegelt sich der Health Gap teilweise wider: Etwa drei Viertel der Befragten kennen nach eigenen Angaben die Botschaften der Lebensmittelpyramide sowie «5 am Tag», und die Mehrheit von ihnen ernährt sich angeblich bereits «gesund» oder hat es zumindest vor (siehe oben) – aber nur zirka 56 Prozent sagen von sich, sie würden sich oft oder immer an die Empfehlungen der Pyramide halten, und 53 Prozent formulieren dies mit Bezug auf «5 am Tag» (4). Ein entsprechend grosser Anteil der Befragten schätzt ein, dass er sich selten oder nie nach diesen Ratschlägen richtet.

Studien weisen jedoch darauf hin, dass Ernährungswissen, vor allem wenn es kontinuierlich und langfristig aufgebaut wird, konkretes Verhalten durchaus beeinflussen kann (3, 7). Ohne konkrete ernährungsbezogene Kenntnisse wird es hingegen kaum zu entsprechenden Verhaltensänderungen kommen. Die vorstehenden Ausführungen legen nahe, dass ernährungsbezogene Botschaften noch nicht mit alltäglichem Essen verbunden werden und dass insbesondere die konkreten Inhalte der Lebensmittelpyramide, von «5 am Tag» sowie anderer Kampagnen nicht ohne Weiteres als Umschreibungen von «gesunder Ernährung» genannt werden können.

Verschiedene gesundheitspsychologische Theorien stimmen überein, dass eine massgebliche Voraussetzung für Verhaltensänderungen darin liegt, dass Menschen genau wissen, was sie verändern wollen, und diese Veränderungen dann für sie machbar erscheinen. Dies wird in Anlehnung an Bandura als «Selbstwirksamkeitserwartung» bezeichnet (1, 2, 10, 12). Solche Selbstwirksamkeitserwartung kann sich nur einstellen, wenn die Betroffenen sich sehr konkrete, erreichbare Nahziele zur Verhaltensänderung vornehmen. Eine Zielsetzung wie «Ich möchte mich in Zukunft gesund ernähren» (siehe oben) wäre demnach unwirksam, wenn der Terminus «gesunde Ernährung» un-

genau bleibt und damit kaum konkrete Verhaltensweisen verbunden sind. Die präzisen Botschaften der Lebensmittelpyramide oder von «5 am Tag» hingegen könnten durchaus Effekte zeigen, sofern sie als persönlich machbare Nahziele formuliert werden. Da «5 am Tag» offensichtlich für viele Menschen im Alltag schwer zu realisieren ist, können möglicherweise Kompromisse wie «Ich esse künftig mindestens zum Abendessen eine Portion Gemüse oder Salat» tatsächlich umgesetzt werden und infolgedessen die Selbstwirksamkeitserwartung stärken.

Fazit

Wenn Ernährungsbotschaften von Public-Health-Kampagnen auf das Verhalten wirken sollen, muss den Angesprochenen konkret klar sein, was damit gemeint ist. Durch ernährungsbezogene Kampagnen und Initiativen wird dies seit Jahren angestrebt. Die Befragung zeigt, dass einige der Botschaften auf breiter Ebene bekannt sind – sie zeigt aber auch, dass nur etwa die Hälfte der Menschen sie nach eigenen Angaben umsetzen. Untersucht man die Antworten auf die Frage «Was verstehen Sie unter gesunder Ernährung?» im Kontext weiterer Befunde der Coop-Studie, deutet sich in den tendenziell vagen Antworten der Befragten an, dass die genauen Inhalte der Kampagnen auf der Kenntnisebene noch nicht die Verbreitung gefunden haben, wie dies zu erwarten und zu wünschen wäre, und sie vermutlich auch aus diesem Grund nicht immer mit dem alltäglichen Essverhalten in Verbindung gebracht werden. Um hier Abhilfe zu schaffen, sind neben weiteren Public-Health-Kampagnen insbesondere Schule und Unterricht gefordert: Von Face to Face kann schliesslich am besten geklärt und in der Klassen- oder Schulgemeinschaft am besten gelernt und erfahren werden, was es heisst, sich «gesund» zu ernähren.

Korrespondenzadresse:

Prof. Dr. Ute Bender
FHNW-PH Basel, Institut für Sek. I u. II
Professur für Gesundheit und Hauswirtschaft, Clarastr. 57, 4058 Basel
E-Mail: ute.bender@fhnw.ch

Literatur:

1. Ajzen I. The Theory of Planned behavior. In: Organizational Behavior Human Decision Processes 50, 1991: 179–211.
2. Bandura A. Self-efficacy: the exercise of control. 2. Aufl. New York: Freeman 1998.
3. Bender U. Vom Wissen zum Handeln-(Wollen). In: Haushalt und Bildung 86. 2009 H. 1, S. 36–42.
4. Coop. Gesund Essen: Einstellungen, Wissen und Verhalten. 1. Studie. Ess-Trends im Fokus. Febr. 2009. Eine Initiative von Coop mit Unterstützung der SGE. Basel: Coop. www.coop.ch/pb/site/medien/node/62796324/Lde/index.html (1.11.2010)
5. Coop-Ernährungsstudie. Gesund Essen: Einstellungen, Wissen und Verhalten. Langfassung. Studien-Nr. 6.9789/tba. LINK Institut für Markt- und Sozialforschung. Luzern, 2009b
6. Eichholzer M, Camenzind-Frey E, Matzke A, Armadori R, Ballmer P et al. (Hrsg.) Fünfter Schweizerischer Ernährungsbericht. Bern: Bundesamt für Gesundheit, 2005.
7. Gerhards J, Rössel J. Das Ernährungsverhalten Jugendlicher im Kontext ihrer Lebensstile. Eine empirische Studie. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.). Reihe: Forschung und Praxis der Gesundheitsförderung. Bd. 20. Köln: BZgA 2003: www.bzga.de/ (01-11-2010)
8. Kraft Foods, GfK NOP. Understanding the Health Gap – Helping to Translate Understanding into Action. 2006 www.kraftfoods.de/kraft/downloads/dede1/Understanding_the_Health_Gap.pdf (01-11-2010)
9. Max-Rubner-Institut (Hrsg.) (2008): Nationale Verzehrsstudie II. Ergebnisbericht, Teil 1. Karlsruhe: Max-Rubner-Institut
10. Scholz U, Schwarzer R. Modelle der Gesundheitsverhaltensänderung. In: Schwarzer, R. (Hrsg.) 2005: Gesundheitspsychologie. Göttingen u.a.: Hogrefe S. 390–405.
11. Schwarzer R, Jerusalem M. Das Konzept der Selbstwirksamkeit. In: Jerusalem M.; Hopf D. (Hrsg.) 2002: Selbstwirksamkeit und Motivationsprozesse in Bildungsinstitutionen. Zeitschrift für Pädagogik 44. Beiheft. Weinheim; Basel: Beltz, S. 28–53.
12. Schwarzer R, Luszczynska A. How to Overcome Health-Compromising Behaviors. The Health Action Process Approach. In: European Psychologist 13 (2008), H. 2, S. 141–151.
13. Westenhöfer J. Gesunde Ernährung. Anspruch und Wirklichkeit. In: ErnährungsUmschau 56 (2009), 32f.