



5 am Tag—realistisch oder utopisch?

Karolin Höhl, Dr. Gesa Schönberger, Nicole Schmitt

Inhalt

5 am Tag? Utopisch

Gemüse hält, was Obst verspricht

Alltagstauglich und praktikabel?

5 am Tag? realistisch

Verhältnisse schaffen Verhalten



5 am Tag? – utopisch

Obwohl die Gesundheitskampagne zu 5 am Tag in Deutschland seit fast einem Jahrzehnt aktiv ist, kennen nur etwa 1/3 der Bevölkerung den Slogan, bzw. können ihn richtig deuten (Abb. 1). Dabei zeigt sich ein deutliches Geschlechtergefälle: Frauen kennen die Botschaft häufiger als Männer, was bestätigt, dass Frauen generell interessierter an gesundheitsbezogenen Themen sind.

„Gemüse ist gesund, aber Männer brauchen Fleisch.“ Diese und andere Vorstellungen über Gemüse und Obst sind fest in den Köpfen der Menschen verankert. Gemüse und Obst haben ein gesundes, aber genussfeindliches Image. So halten 58 % der Europäer Gemüse und Obst für einen wichtigen Bestandteil gesunder Ernährung [1]. „Gesund“ ist jedoch ein Motiv, das für die meisten Menschen nicht verhaltensrelevant ist [2, 3]. Hinzu kommt, dass Lebensmittel immer symbolgeladen sind. So werden Gemüse und Obst eher den gesundheitsbewussten Frauen zugeordnet, Fleisch hingegen den starken Männern. Das führt dazu, dass nur vereinzelt Männer im Restaurant Salat bestellen und Frauen in Gesellschaft nur selten ein blutiges Steak verzehren. Und in der Tat lässt sich nachweisen, dass sich Frauen gesundheitsorientierter verhalten als Männer – auch beim Essen. Sie essen in fast allen Altersgruppen mehr Gemüse und Obst als Jungen und Männer. Dennoch erreichen auch Frauen im Schnitt nicht die empfohlene Menge von 650 g Gemüse und Obst täglich [4].

Seit etwa acht Jahren setzt sich daher die Kampagne 5 am Tag in Deutschland aktiv dafür ein, den Gemüse und Obstkonsum in der gesamten Bevölkerung zu steigern. Gemüse und Obst sollen einen festen Platz im täglichen Speiseplan erhalten und ihr Image „gesund, aber nicht lecker“ verlieren. Die Idee scheint erste Früchte zu tragen, denn die Agrarstatistik zeigt deutlich, dass in den vergangenen Jahren (seit 1995) der Gemüseverbrauch um 1,6 kg pro Kopf und Jahr zugenommen hat. Auch der Obstverbrauch ist im selben Zeitraum um 2 kg pro Kopf und Jahr gestiegen [5].

Wer oder was ist 5 am Tag?



Das Ziel der 5 am Tag- Kampagne ist es, den Gemüse und Obstverzehr auf 650 g/Tag zu steigern. Das entspricht 5 Portionen oder 5 Handvoll. Träger der deutschen Gesundheitskampagne ist der 5 am Tag e. V., ein Netzwerk mit mehr als 110 Mitgliedern aus den Bereichen Gesundheit, Handel,

Erzeuger und Wissenschaft. Die Schirmherrschaft haben das Bundesministerium für Gesundheit und das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz übernommen. Ähnliche Kampagnen gibt es auch in anderen Ländern. [6]

nen Themen sind. Dass der Slogan „5 am Tag“ nur bei wenigen bekannt ist, ist eine Sache. Der eigentliche Knackpunkt ist jedoch, dass tatsächlich auch zu wenig Gemüse und Obst verzehrt wird. Weniger als 20 % der deutschen Bevölkerung erreichen die empfohlenen 650 g Gemüse und Obst pro Tag.

5 am Tag—realistisch oder utopisch?

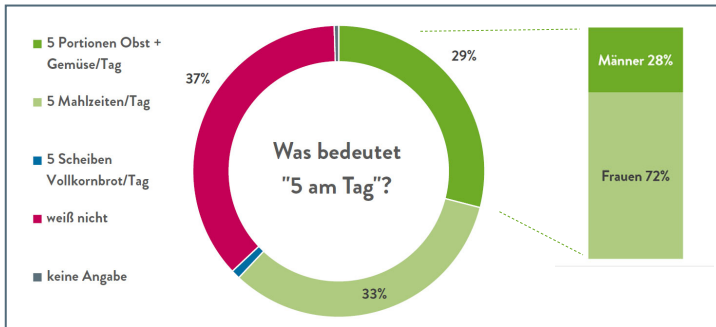


Abb. 1: Antworten auf die Frage: „Was bedeutet „5 am Tag“?“. Eig. Darstellung nach Daten der Nationalen Verzehrsstudie II (NVSII) [7]. n=19.329; weibl. 54%; männl. 46%.

Unter den Männern sind es sogar nur knapp über 10 %. Die aktuellen Ergebnisse der NVS II zeigen, dass Männer durchschnittlich ~ 450 g/Tag Gemüse und Obst verzehren und Frauen mit ~ 520 g/Tag etwas darüber liegen [7]. Insbesondere Gemüse wird zu wenig gegessen. Männer erreichen nur 56 %, Frauen nur 61 % der empfohlenen 3 Portionen. Obst steht da wesentlich besser da; die Empfehlungen werden bereits sehr gut erreicht bzw. von Frauen sogar überschritten (Tab. 1).

Tab. 1: Zu wie viel Prozent werden die Empfehlungen erreicht? Eig. Darstellung nach Daten der NVSII [7].

	Gemüse ¹	Obst ²	Gesamt
DGE-Empfehlung (g/d)	400	250	650
Portionen	3	2	5
Frauen (g/d) n = 10.406	243	278	521
% d. Empfehlung	61%	111%	80%
Männer (g/d) n = 8.923	222	230	452
% d. Empfehlung	56%	92%	70%
Gesamt (g/d) n = 19.329	233	256	489
% d. Empfehlung	58%	102%	75%

¹ Gemüse und Gemüseerzeugnisse (ohne Saft), Pilze, Hülsenfrüchte, Gerichte auf Basis von Gemüse

² Obst und Obsterzeugnisse (ohne Saft)

Bei einer getrennten Betrachtung der verschiedenen Altersgruppen (Abb. 2) wird deutlich, dass mit zunehmendem Alter der Gemüse und Obstverzehr steigt. Die empfohlene Gemüsemenge wird jedoch von keiner Altersklasse erreicht.

Obst und Obsterzeugnisse werden außerdem saisonal unterschiedlich stark konsumiert. So essen sowohl Frauen als auch Männer von November bis Januar deutlich mehr Obst als in den anderen Monaten. Das ist möglicherweise darauf zurück zu führen, dass im Allgemeinen in diesen Monaten Erkältungskrankheiten gefürchtet werden und man daher verstärkt auf einen ausgewogenen Vitaminhaushalt achtet.

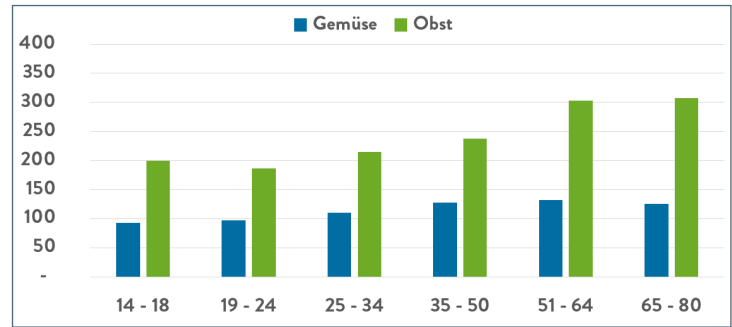


Abb. 2: Gemüse- und Obstverzehr in verschiedenen Altersklassen. Eig. Darstellung nach Daten der NVSII [7].

Gemüse hält, was Obst verspricht

Die Zahlen verdeutlichen, dass v. a. Gemüse zu wenig Beachtung findet. Es spricht jedoch einiges für Gemüse. Beim näheren Vergleich von Gemüse und Obst fällt auf, dass Gemüse oft deutlich höhere Mengen an den gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen aufweist. Bei zwei klassischen Inhaltsstoffen wird dies deutlich: Obst gilt zwar gemeinhin als guter Lieferant von Vitamin C, Gemüse hat jedoch deutlich mehr zu bieten. Gleiches gilt für Ballaststoffe (Abb. 3 und 4).

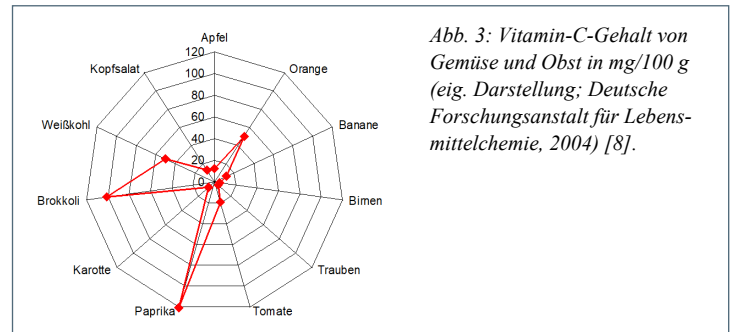


Abb. 3: Vitamin-C-Gehalt von Gemüse und Obst in mg/100 g (eig. Darstellung; Deutsche Forschungsanstalt für Lebensmittelchemie, 2004) [8].

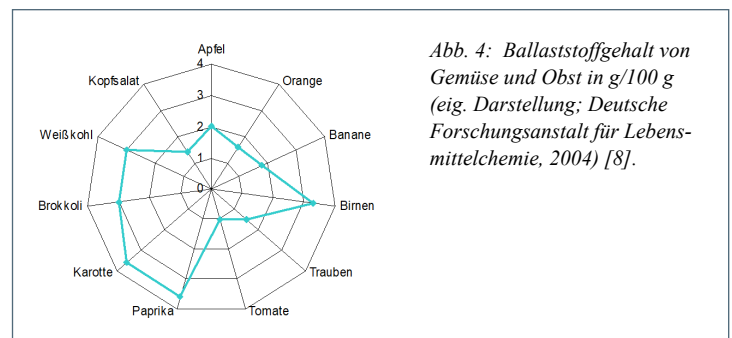


Abb. 4: Ballaststoffgehalt von Gemüse und Obst in g/100 g (eig. Darstellung; Deutsche Forschungsanstalt für Lebensmittelchemie, 2004) [8].

Erst die Summe des verzehrten Gemüses und Obstes führt zu dem gewünschten Spektrum an gesundheitsfördernden Stoffen. Je abwechslungsreicher der Gemüse und Obstkorb gestaltet wird, desto ausgewogener ist also das Verhältnis der Inhaltsstoffe untereinander.

5 am Tag—realistisch oder utopisch?

Zahlen und Fakten [9]

- Bis zu 2,7 Millionen Todesfälle könnten jedes Jahr weltweit durch eine ausreichende Gemüse und Obstzufuhr verhindert werden.
- Ein niedriger Gemüse und Obstkonsum gehört zu den 10 größten Risikofaktoren für weltweite Sterblichkeit.
- Es wird geschätzt, dass ein geringer Gemüse und Obstverzehr weltweit für ca. 19 % der Darmkrebsfälle, 31% der Herz- Kreislauferkrankungen und etwa 11 % der Schlaganfälle verantwortlich ist.

Weltweit gibt es ca. 350 verschiedene Gemüse und Obstarten mit mehr als 6.000 unterschiedlichen Sorten. Hierzulande wird von dieser Vielfalt jedoch kaum Gebrauch gemacht: So werden laut einer Studie der Hochschule Dresden in Deutschland nur etwa 20 verschiedene Gemüsearten regelmäßig angeboten und verzehrt. Chinesen und Japaner sind uns da weit voraus. Dort kommen etwa 150 verschiedene Gemüsearten in den Kochtopf. Auch der Pro-Kopf-Verzehr ist in diesen Ländern nahezu dreimal so hoch wie bei uns [10]. Der deutsche Durchschnittsverbraucher mag vor allem leicht verdauliche, leicht handhabbare Gemüse mit geringer geschmacklicher Ausprägung (Tomate, Karotte, Gurke). Diese Arten verdrängen nach und nach intensiv schmeckende Gemüse, die schwer verdaulich und/oder aufwändig in der Zubereitung sind (Weißkohl, Hülsenfrüchte). Ähnlich ist es bei Obst, bei dem es zunehmend süßere Sorten mit einer verlängerten Lagerfähigkeit auf dem Markt gibt (Tab. 2). Vorlieben für bestimmtes Gemüse finden sich auch beim Vergleich verschiedener Altersgruppen. Junge Haushaltsführende schätzen nach einer ZMP-Studie (ZMP = Zentrale Markt und Preisberichtsstelle) Tomaten, Eisbergsalat und Paprika besonders. Ältere Haushaltsführende bevorzugen Bohnen und Blumenkohl. Karotten und Gurken sind bei Jungen wie Alten beliebt [11]. Dabei wird die Beliebtheit der einzelnen Gemüse

und Obstarten nicht alleine vom Geschmack geprägt, sondern auch durch ihre Praktikabilität, Verfügbarkeit, Haltbarkeit und nicht zuletzt durch den Preis.

Alltagstauglich und praktikabel?

Gemüse und Obst werden im Alltag nur dann gerne und häufig gegessen, wenn der Zubereitungsaufwand bewältigt werden kann. Frisches Obst hat dabei einen deutlichen Vorsprung vor frischem Gemüse, denn es ist oft – wie im Fall der Banane – verzehrfertig verpackt [11].

Bei Gemüse wird deshalb die Verarbeitung im Haushalt zunehmend durch eine Vorverarbeitung in der Industrie ersetzt. Auf diese Weise werden zahlreiche „aufwändige“ Gemüse schnell verzehrfertig. Rote Beete und Rotkohl sind Beispiele, die einem Teil der Bevölkerung nur noch als „Konserven“ (Gläser oder Dosen) bekannt sind. Besonders an Arbeitstagen muss sich der Zubereitungsauf-

Aufgedeckt – Hindernisse für mehr Gemüse und Obst

- genussfeindliches Image
- Symbolgehalt der Speisen („Fleisch ist mein Gemüse.“)
- fehlende Gewohnheit
- hoher Zubereitungsaufwand
- abnehmende Kompetenzen in der Zubereitung von Frischeprodukten
- kurze Haltbarkeit von frischem Gemüse und Obst
- wenige Angebote an frischem Gemüse und Obst in Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung (Kindergarten, Schule, Betriebskantinen, Mensen etc.)
- gesund ist selten ein handlungsrelevantes Essmotiv – insbesondere für Männer

Tab. 2: Die beliebtesten Obst- und Gemüsearten (Erhebungszeitraum: Sep/Okt 2006; n=1.007) [11].

Rang	Obst	Nennung in %	Gemüse	Nennung in %
1	Äpfel	61	Tomaten	22
2	Bananen	33	Karotten	19
3	Weintrauben	21	Gurken	19
4	Birnen	19	Salat allg.	16
5	Erdbeeren	14	Blumenkohl	15
6	Orangen	10	Brokkoli	14

5 am Tag—realistisch oder utopisch?

wand von Speisen gering halten, das gilt auch für Zwischenmahlzeiten, die von zu Hause mitgenommen werden. Das zeigt sich auch in den Verzehrzahlen: Das „schnelle“ Obst wird mit fast 24 % eher zu den Zwischenmahlzeiten (ZMZ) verzehrt und weniger zu den Hauptmahlzeiten (HMZ) (knapp 20 %), so eine Studie aus dem Jahr 2001, bei der 12.000 Personen befragt wurden [12]. Als kleine ZMZ findet Obst vor allem vormittags Zuspruch. Wird Obst zu den HMZ verzehrt, dann findet es sich in der Vor- oder Nachspeise. Zu den HMZ essen 70 % der Befragten Gemüse, zu den ZMZ nur 2 %. Innerhalb der HMZ wird Gemüse vor allem mittags

Auf den Punkt gebracht

Kommunikationsmaßnahmen und Strategien zur Steigerung des Gemüse- und Obstverzehrs

1. Zielgruppen-Übergreifend

- „Healthy choices“ – das Angebot muss ein gesundheitsförderliches Verhalten ermöglichen.
- Veränderungen in kleinen Schritten anstreben. Die Botschaft sollte lauten: Essen Sie mehr Gemüse und Obst als bisher. Essen Sie vielseitiger als bisher.

2. Männer

- Männliche Motive ansprechen; z. B. Anerkennung, Unabhängigkeit oder Wettbewerb. Um diese Motive bei Männern herauszufordern, eignen sich z. B. auch die bitteren und scharfen Eigenschaften von Gemüse.

3. Berufstätige

- Aufzeigen, dass es auch schnell gehen kann: Gemüsegerichte für die Mikrowelle, „ready-to-eat“-Salate, vorverarbeitete Gemüse- und Obstprodukte etc.
- Arbeitgeber für betriebliche Gesundheitsförderung gewinnen und für kostenfreie bzw. kostengünstige Gemüse- und Obstangebote werben.

4. Kinder und Jugendliche

- Praxis schafft Nähe – Lebensmittel kennen zu lernen, zu verarbeiten und zu essen, führt zu Akzeptanz und Bindung.
- Neugier wecken – küchentechnische oder physikalische Versuche mit Gemüse und Obst durchführen (und anschließend gemeinsam verzehren).

Weitere Kommunikationsstrategien finden Sie im Ergebnisbericht zum 11. Heidelberger Ernährungsforum: 5 am Tag ganz praktisch. Konzept - Kampagne - Realität [15].

und abends bevorzugt; der Gemüseverzehr zum Frühstück ist mit gut 2 % sehr gering.

Während Obst als alleinige Komponente einer Mahlzeit dienen kann – bei den ZMZ oder dem Frühstück (v. a. von Frauen) – ist Gemüse nur in Ausnahmefällen alleinige Komponente einer Mahlzeit.

5 am Tag? – realistisch

Erfolgreich durchgeführte Modellprojekte zeigen weltweit, dass die Kommunikation der Botschaft 5 am Tag Früchte trägt, wenn sie gut durchdacht ist. So erreichte eine britische Supermarktkette mit 17 Mio. Kunden täglich durch ihre ersten beiden „5 a day“-Kampagnen eine Aufmerksamkeitsquote von 32 %. Der Gemüse und Obstumsatz wurde um 9 % gesteigert [13].

Auch die dänische „6 om dagen“-Kampagne hat einen großen Bekanntheitsgrad erlangt: 66 % der Bevölkerung wissen, dass sie täglich 600 g Gemüse und Obst verzehren sollten. Seit Beginn der Kampagne 1998 steigerte sich der tägliche Gemüse und Obstverzehr bereits von 2,8 auf 3,8 Portionen/Person, ein Anstieg um 38 %. Die Umsetzung des Programms konzentrierte sich auf drei Hauptgebiete: (a) kostenfreie Versorgung mit Gemüse und Obst am Arbeitsplatz, (b) mehr Gemüse und Obst auf dem Speiseplan der Betriebskantinen, (c) ein Gemüse und Obst „Abo“ für Schulkinder gegen ein geringes Entgelt. Besonders erfolgreich war die Umsetzung des Programms in Betriebskantinen, der durchschnittliche Gemüse und Obstverzehr stieg um 84 % [13]. Aber auch die deutsche 5 am Tag-Kampagne hat einiges vorzuweisen. So zeigte ein Pilotprojekt, dass der Absatz von Gemüse und Obst in den Betriebsrestaurants einer Frankfurter Bank im Aktionszeitraum (Januar bis März 2007) um ca. 20 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg. Drei Monate nach der Aktion war der Verzehr noch immer um mehr als 18 % höher als im Vorjahr [14].

Gemüse und Obst werden also insbesondere dann häufiger gegessen, wenn es dort angeboten wird, wo sich der Alltag der Menschen abspielt: am Arbeitsplatz, in Schulen und Kantinen. Der Alltagsbezug sowie eine zielgruppenspezifische Ansprache und Hilfestellung für die durchführenden Einrichtungen bei der Umsetzung der Maßnahmen steigern maßgeblich den Erfolg und führen zu einer nachhaltigen Steigerung des Gemüse und Obstverzehrs. Und das ist letztendlich das Ziel der 5 am Tag-Kampagne.



5 am Tag—realistisch oder utopisch?

Der Spargel-Effekt

Man kann es nicht oft genug wiederholen: Gemüse und Obst sind wertvolle Lebensmittel, halten schlank und gesund, bringen Farbe in den Speiseplan und schmecken gut. „Nimm 5 am Tag“ und „Mach mit“. So funktioniert Werbung. Jedes Produkt versucht, sich im Wettstreit mit den vielen tausend anderen zu behaupten. Gemüse und Obst gehören allerdings zu den wenig beworbenen Lebensmitteln. Ihr Werbeetat ist im Vergleich zu dem von Süßigkeiten oder Snacks verschwindend gering. Wie gut, dass es die Kampagne 5 am Tag gibt.

Sie wirbt für Gemüse und Obst und zielt darauf ab, deren Image zu verbessern. Denn: Image ist alles – auch bei so einfachen Dingen wie Apfel und Karotte! Obst als Frucht hat da weniger Probleme, aber Gemüse ...

Nehmen wir beispielsweise den Spargel: Spargel ist Gemüse, auch wenn uns das nicht immer bewusst ist. Spargel – das weiße Gold, Markenzeichen so mancher Region. Wer also Spargel isst, der isst nicht einfach Gemüse, sondern eben „weißes Gold“. Das ist der große Unterschied. Vielleicht haben wir ja nur ein sprachliches Problem. Gemüse klingt nach Mus und Matsch – nicht sehr appetitlich. Kein Wunder, wenn Kinder wie Erwachsene zum Gemüseessen überredet werden müssen. Vielleicht sollten wir das Wort Gemüse für einige Zeit verbannen und durch die Vielzahl der einzelnen Sortennamen ersetzen. Denn Spargel klingt nun einmal viel besser...

Ihre
Dr. Gesa Schönberger

KOMMENTAR

chen: Auf Bundesebene wurde im letzten Jahr ein Eckpunktepapier zur Prävention von Fehlernährung, Bewegungsmangel und Übergewicht erarbeitet. Dieses Papier ist Grundlage für einen nationalen Aktionsplan, dessen wesentlicher Bestandteil auch die Förderung des Gemüse und Obstverzehr ist [16]. Nun gilt es, Taten folgen zu lassen und den Aktionsplan von der Theorie in die Praxis zu übertragen und insbesondere Kindern und Jugendlichen gesunde Handlungsalternativen im Alltag anzubieten. Schulfruchtprogramme sind, ebenso wie die Festlegung von Kriterien für eine gesunde Schulverpflegung [17], wesentliche Meilensteine, um gesundheitsförderliche Gewohnheiten zu schaffen und einen nachhaltig gesteigerten Gemüse und Obstkonsum auch im Erwachsenenalter zu erreichen [18]. Erst wenn die Verhältnisse ein gesundheitsförderliches Handeln ermöglichen, ist eine Verhaltensänderung bei den Zielgruppen zu erwarten.

Verhältnisse schaffen Verhalten

Bisher sieht die Situation in Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung, wie Schulkantinen, Mensen und Betriebsrestaurants, alles andere als gesundheitsförderlich aus. Meist erfüllt diese weder geschmackliche noch ernährungsphysiologische Ansprüche.

Daher sollten Entscheidungsträger in Politik und Gesellschaft verstärkt von der Notwendigkeit einer Verhältnisänderung überzeugt werden. Erste Erfolge sind hier bereits zu verbu-



5 am Tag—realistisch oder utopisch?

Herausgeber:

Dr. Rainer Wild-Stiftung
Mittelgewannweg 10
69123 Heidelberg

Tel: +49 (0) 6221 7511 200

Email: info@gesunde-ernaehrung.org

Weitere Informationen zur Stiftung unter:

www.gesunde-ernaehrung.org

Die Dr. Rainer Wild-Stiftung ist eine rechtsfähige
Stiftung des bürgerlichen Rechts.

Inhaltsverantwortlich:

Dr. Gesa Schönberger (Geschäftsführerin)

Online-Redaktion/Programm:

Nicole Schmitt M.A.

Text:

Dipl. oec. troph. Karolin Höhl

- [1] EU-Kommission (Hg.): Eurobarometer Spezial 246 / Welle 64.3 „Gesundheit und Ernährung“, Brüssel 2006.
- [2] Pudiel, Volker: Jugendliche in Deutschland: Kranke Generation Zukunft? Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens Heft 15, Heidelberg 2007, 14 17.
- [3] Reiss, Steven: Multifaceted nature of intrinsic motivation: The theory of 16 basic desires, Review of General Psychology 8 (3), 2004, 179193.
- [4] Deutsche Gesellschaft für Ernährung (Hg.): Ernährungsbericht 2004, Bonn 2004.
- [5] Boeing, Heiner et al.: Obst und Gemüse in der Prävention chronischer Krankheiten. Stellungnahme der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V., September 2007.
- [6] 5 am Tag e. V.: www.fuenfamtag.de, Stand 19.6.2008.
- [7] Max Rubner Institut (Hg.): Nationale Verzehrsstudie II. Ergebnisbericht Teil 1 und 2, Karlsruhe 2008.
- [8] Deutsche Forschungsanstalt für Lebensmittelchemie (Hg.): Lebensmitteltabelle für die Praxis, 3. Auflage, Stuttgart 2004.
- [9] World Health Organisation (WHO): Fruit, Vegetable and NCD disease prevention, 2003, www.who.int, Stand 19.6.2008.
- [10] Heider, Bärbel: HTW beteiligt sich an der Sächsischen Ernährungswoche in Leipzig, Pressemitteilung, 2006.
- [11] ZMP – Zentrale Markt und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land, Forst und Ernährungswirtschaft GmbH: Obst und Gemüse – eine Imageanalyse, Bonn 2007.
- [12] ZMP – Zentrale Markt und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land, Forst und Ernährungswirtschaft GmbH: Obst und Gemüseverzehr in Deutschland, unter Mitarbeit der CMA (Centrale MarketingGesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH), Bonn 2001.
- [13] Hunt, S.: 5 am Tag – Obst und Gemüse, Der Onkologe 9, 2003, 560567.
- [14] 5 am Tag e. V.: Mach mit! News und Infos zur Kampagne 5 am Tag, 2008.
- [15] Schönberger, Gesa: Ergebnisbericht zum 11. Heidelberger Ernährungsforum: 5 am Tag ganz praktisch. Konzept – Kampagne – Realität, Februar 2008, www.gesundeernaehrung.org, Stand 19.6.2008.
- [16] Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz / Bundesministerium für Gesundheit (Hg.): Gesunde Ernährung und Bewegung – Schlüssel für mehr Lebensqualität, Eckpunktepapier 2007, www.bmelv.de, Stand 19.6.2008.
- [17] Deutsche Gesellschaft für Ernährung (Hg.): Qualitätsstandards für die Schulverpflegung, 1. Auflage, Bonn 2007.
- [18] Kaiser, Josa / Schönberger, Gesa: Ein Schulfruchtprogramm für Deutschland. Ändern wir die Verhältnisse, dann ändern wir das Verhalten, Ernährung im Fokus, erscheint in Ausgabe 08 2008.