



ERNÄHRUNGS WENDE

Handlungsoptionen für eine Ernährungswende

Stakeholder im Dialog

Diskussionspapier Nr. 11

Doris Hayn, Immanuel Stieß,
Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE)

Frankfurt am Main
September 2005

„Ernährungswende – Strategien für sozial-ökologische Transformationen im gesellschaftlichen Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit“ ist ein Verbundvorhaben des Forschungsverbundes Ökoforum unter der Leitung des Öko-Instituts. Beteiligt sind folgende Verbundpartner:

Öko-Institut e.V. – Institut für angewandte Ökologie

Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE)

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)

KATALYSE – Institut für angewandte Umweltforschung

Österreichisches Ökologie Institut für angewandte Umweltforschung

Das Projekt wird im Rahmen des Förderschwerpunkts „Sozial-ökologische Forschung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.



Inhalt

Vorwort	3
1 Der Stakeholder-Workshop	6
2 Übergreifende Ergebnisse	13
3 Die Ergebnisse im Einzelnen.....	17
3.1 Handlungsgrundsatz „Verantwortung teilen“	17
3.2 Handlungsgrundsatz „Qualitäten bündeln“	21
3.3 Handlungsgrundsatz „Kompetenzen stärken“	23
3.4 Handlungsgrundsatz „Strukturen bilden“	25
4 Bilanz und Ausblick	28
5 Literatur	29
6 Anhang.....	31

Vorwort

Der in diesem Diskussionspapier dokumentierte Stakeholder-Workshop „Handlungspotentiale für eine Ernährungswende im Alltag“ wurde am 1. Juni 2005 vom Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) im Rahmen des Verbundprojekts „Ernährungswende – Strategien für sozial-ökologische Transformationen im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit“ durchgeführt.

Das Projekt „Ernährungswende“

Ernährung in Deutschland kann heute nicht mehr (ausschließlich) als Frage von Nahrungssicherheit bzw. Grundsicherung der Ernährung der Bevölkerung diskutiert werden. Aktuell stehen Fragen eines nachhaltigen Umgangs mit Nahrungswohlstand im Zentrum:

- Wie können Ernährungsbedürfnisse auf nachhaltige Weise befriedigt werden?
- Wie kann Lebensmittelsicherheit, d.h. der Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten vor gesundheitlichen und wirtschaftlichen Schäden, gewährleistet werden?
- Wie ist Über- und Fehlernährung „in den Griff zu bekommen“?

Es geht somit nicht mehr um Quantität, sondern um Qualität sowohl hinsichtlich der Lebensmittel und Außer-Haus-Angebote als auch hinsichtlich der Ausgestaltung des Ernährungsalltags der KonsumentInnen.

In Politik wie Wissenschaft werden Umweltauswirkungen und Gesundheitsfragen im Zusammenhang mit Ernährung meist getrennt thematisiert. Die Wechselwirkungen zwischen diesen Bereichen werden nur unzureichend erfasst. Was fehlt, ist eine integrierte Betrachtung der stofflichen, symbolischen und strukturellen¹ Dimensionen von Ernährung sowie eine integrative Beschreibung des Handlungsfelds Umwelt-Ernährung-Gesundheit. Vor allem mangelt es jedoch an einer gesellschaftlichen Vision einer nachhaltigen Ernährung sowie an Leitbildern für den Alltag (vgl. Hayn/ Empacher 2004a, Eberle et al. 2004, Eberle et al. 2005).

Vor diesem Hintergrund ist es Ziel des Verbundprojekts „Ernährungswende“, Handlungsempfehlungen für die Förderung einer nachhaltigen Ernährung auszuarbeiten.

Ernährung wird im Projekt nicht nur im engeren ernährungswissenschaftlichen Sinne als physiologisch-stoffliche Prozesse der Nährstoffaufnahme und Nährstoffverwertung, sondern auch als Kulturtechnik, die mit Handlungen verbunden ist, verstanden. Die Handlungen schließen dabei die Bereiche des Anbaus, der Verarbeitung, des Vertriebs, der Nutzung und des Verbrauchs sowie der Entsorgung mit ein.

Unter *nachhaltiger Ernährung* wird im Projekt eine umweltverträgliche und gesundheitsfördernde Ernährung verstanden, die alltagsadäquat und soziokulturell vielfältig

¹ Die strukturelle Dimension von Ernährung umfasst die übergreifenden gesellschaftlichen Strukturen sowie die institutionellen Kontexte und Rahmenbedingungen, die das Handlungsfeld Ernährung prägen.

gestaltet ist. Nachhaltige Ernährung in diesem Sinne muss nicht nur gesundheitsfördernd und umweltverträglich sein, sie muss auch im Alltag der Konsumentinnen und Konsumenten praktisch umgesetzt werden können. Dem bisher stärker produktbezogenen Zugang zum Thema Ernährung wird folglich die Perspektive der Konsumentinnen und Konsumenten gegenübergestellt: Der Ernährungsalltag steht somit im Zentrum des Forschungsvorhabens.

Zentrale Fragestellungen des Forschungsverbunds sind daher:

- Wie sollte Ernährungsverantwortung unter einer KonsumentInnenperspektive (neu) gestaltet werden?
- Welche Erfordernisse bringt eine Vorsorgeorientierung im Handlungsfeld Ernährung mit sich?

Die Projektstruktur

Das Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit wird anhand von vier Problemzügen untersucht, die unterschiedliche Aspekte fokussieren und in unterschiedlichen Forschungsinstituten bearbeitet werden:

- „*Ernährung im Alltag*“ (Institut für sozial-ökologische Forschung, Frankfurt am Main) legt den Fokus auf die KonsumentInnenperspektive und untersucht Ernährung im Kontext von Alltagsorganisation und -gestaltung auf das Ernährungshandeln sowie die Motivationen und Orientierungen der Konsumentinnen und Konsumenten (Stieß/Hayn 2005, Hayn 2005).
- „*Ernährung Außer Haus*“ (Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung, Regionalbüro Heidelberg) untersucht die Bedingungen der Außer-Haus-Ernährung, insbesondere neue Formen der Verantwortungsübernahme für Ernährung in der Schule sowie mögliche Akteure und erforderliche Infrastrukturen (vgl. Simshäuser et al. 2004, Simshäuser 2005).
- „*Ernährung und Produkte*“ (Öko-Institut e.V., Berlin/Darmstadt/Freiburg) betrachtet Ernährung entlang der Produktlinien. Dies beinhaltet sowohl die Analyse der Stoff- und Energieflüsse (Stoffstromanalyse), die Modellierung künftiger Entwicklungsoptionen im Bedürfnis- und Handlungsfeld (Stoffstromszenarien), die Betrachtung der ökonomischen Aspekte von Ernährung (Lebenszykluskosten, Wertschöpfungsketten) als auch die Analyse struktureller gesundheitlicher Risiken (vgl. Eberle/Reuter 2004; Hünecke et al. 2004).
- „*Ernährung und Öffentlichkeit*“ (Katalyse-Institut für angewandte Umweltforschung, Köln) untersucht Ernährungspolitik sowie Funktionsweisen und Mechanismen medial vermittelter gesellschaftlicher Ernährungskommunikation am Beispiel BSE (Waskow/Rehaag 2004, Rehaag/Waskow 2005, Barlösius/Bruse 2005). Ferner werden wegweisende Erfahrungen (Strategien und Best Practices) ausgewählter europäischer Länder (Schweiz, Schweden und Österreich) in Form von Fallstudien eingebracht (Österreichisches Ökologie-Institut, Wien).

Weitere Informationen unter www.ernaehrungswende.de

Das Projektmodul „Ernährung im Alltag“

Im Modul „Ernährung im Alltag“ des Verbundprojekts wird der zentrale Ansatzpunkt einer Ernährungswende in den Blick genommen: das Ernährungshandeln² der Konsumentinnen und Konsumenten in ihrem jeweiligen Alltagskontext. Untersucht werden die Orientierungen und Einstellungen, das konkrete Ernährungs- und Essverhalten sowie die Art der Alltagsorganisation und -gestaltung.

Alltag wird hier verstanden im Sinne von alltäglicher Lebensführung, als Zusammenhang aller Tätigkeiten einer Person in den verschiedenen für sie jeweils relevanten sozialen Lebensbereichen: Erwerbstätigkeit, Haushalt und Familie, Haus- und Versorgungsarbeit, Freizeit und Erholung, Bildungsaktivitäten usw. Alltag umfasst somit die gesamte Breite des tätigen Lebens und muss von Individuen aktiv hergestellt und stabilisiert werden.

In der ersten Arbeitsphase wurde eine Abschätzung von Trends und Entwicklungen für den Bereich „Ernährung im Alltag“, unter Berücksichtigung von geschlechtsspezifischen Unterschieden und weiteren sozialen Differenzierungen (bspw. ethnischer Hintergrund) vorgenommen (vgl. Hayn et al. 2004). Ferner wurden Entwicklungslinien von sich wandelnden Leitbildern von Ernährung und damit verbundene Vorstellungen von Gesundheit und Umwelt in Deutschland nachgezeichnet (vgl. Hayn/Empacher 2004a). Eine solche Analyse liefert Hinweise auf Hemmnisse und Potentiale neuer Vermittlungsformen im Bereich Ernährung.

In der zweiten Arbeitsphase wurden bestehende Erhebungsmethoden im Bereich Ernährungs- und Essverhalten (z.B. Einkaufslisten, Inventurmethode, Verzehrprotokolle etc.) sowie Methoden der Verknüpfung von Ernährungsverhalten und -orientierungen aufgearbeitet und auf ihre Relevanz für die Durchführung der empirischen Phase überprüft. Daraus wurde der Schluss gezogen, das Methodenrepertoire um den sozial-ökologischen Lebensstilansatz zu erweitern. Dieser umfasst neben kontextbezogenen Merkmalen (z.B. Haushaltssituation und -organisation) die Orientierungen sowie das Verhalten. Auf Basis der Sichtung bestehender Ernährungserhebungsmethoden wurden geeignete Methoden der Verhaltenserhebung ausgewählt, die problemadäquat angepasst und mit dem sozial-ökologischen Lebensstilansatz kombiniert wurden.

Die dritte Arbeitsphase diente dazu, Handlungsmöglichkeiten und -spielräume von Konsumentinnen und Konsumenten im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit sowie deren Ansprüche an eine nachhaltige, gesunde Ernährung aufzuzeigen. Hierfür wurde eine zweistufige empirische Befragung³ auf Basis des sozial-ökologischen Lebensstilansatzes durchgeführt. Ziel war die Entwicklung einer *Typologie von Ernährungsstilen*, die neben den Ernährungs- und Lebensstilorientierungen auch den konkreten Alltagskontext mit seinen häuslichen und beruflichen Anforderungen und das tatsächliche Ernährungsverhalten berücksichtigen (Hayn/Empacher 2004b, Hayn/Schultz 2004, Empacher/Hayn 2005, Stieß/Hayn 2005).

Weitere Informationen unter www.isoe.de/projekte/ernaehrf.htm

² Der Begriff des Ernährungshandelns betont die aktive Dimension der mit der Ernährung verbundenen Deutungs- und Handlungsprozesse (vgl. Spiekermann 2004: 50). Er umfasst sowohl Handlungsmotive und -gründe als auch das beobachtbare Ernährungsverhalten.

³ Im Anschluss an eine qualitative Phase mit 100 Interviews erfolgte eine repräsentative Befragung.

1 Der Stakeholder-Workshop

Akteursübergreifende Diskursforen, bei denen Vertreterinnen und Vertreter unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen ihre jeweiligen Positionen zu gesellschaftlichen Problem- und Konfliktfeldern austauschen und gemeinsam bewerten, sind insbesondere im Zusammenhang mit nachhaltiger Entwicklung seit längerem üblich. Solche Dialogprozesse, aber auch einmalige Gesprächsrunden sollen eine möglichst offene Kommunikation zwischen gesellschaftlichen Anspruchsgruppen, den sogenannten „Stakeholdern“, ermöglichen sowie ein Forum bieten für das bessere Verstehen von nicht selten gegensätzlichen Sichtweisen und Standpunkten.

In solchen Stakeholder-Workshops und -Dialogen treffen Akteure aus Politik und Verwaltung, Nichtregierungsorganisationen sowie Unternehmen aufeinander. Sie bieten die Möglichkeit, Konflikte offen zu legen und von einander zu lernen. Letztlich zielen sie darauf, sich über mögliche gemeinsame Zielsetzungen und Problemlösungsstrategien zu verständigen sowie den potentiellen Beitrag der einzelnen Akteursgruppen zu einer gemeinsamen „Lösungsstrategie“ zu klären. Darüber hinaus bieten Stakeholder-Dialogprozesse die Möglichkeit, einen tragfähigen Konsens auszuarbeiten und können so zur Entwicklung von neuen Konzepten beitragen. Stakeholder-Workshops und -Dialoge können langfristig auch zur Vernetzung, zum Aufbau von dauerhaften Partnerschaften und Kooperationen beitragen.

Solche Austausch-, Verständigungs- und Aushandlungsforen tragen der Erkenntnis Rechnung, dass die zunehmend komplexeren Probleme einer globalisierten Welt nicht mehr von einzelnen Akteursgruppen gelöst werden können. Sie knüpfen ferner daran an, dass – gerade bei Nachhaltigkeitsproblemen – eindimensionale Lösungen nicht greifen können, sondern akteursübergreifende, fachpolitische, disziplinäre und häufig auch nationale Grenzen überschreitende Ansätze gefragt sind. Auch die aktuellen Problemlagen im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit verweisen darauf, dass es einer akteursübergreifenden Verständigung über die Gestaltung der Ernährung in Deutschland bedarf.

Problemhintergrund

Das Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit ist in Bewegung geraten. Die Neuorientierung der Landwirtschafts-, Verbraucher- und Ernährungspolitik und neue Akteursallianzen wie die Plattform „Ernährung und Bewegung“ belegen dies gleichermaßen. Auch der Ernährungsalltag befindet sich im Wandel. Eingespielte Routinen geraten angesichts zunehmender Enthäuslichung und Flexibilisierung der Ernährung unter Druck. Die wachsende Gesundheitsorientierung und eine gesteigerte Sensibilität für Ernährungsfragen in der Bevölkerung lassen das Thema Ernährung in Medien und Öffentlichkeit regelrecht „boomen“ und machen Anknüpfungspunkte für Veränderungen sichtbar. Dieser Wandel kann durch eine normative Richtungsgebung, „Nachhaltigkeit“ und durch empirisch begründete *Handlungsoptionen in Richtung einer Ernährungswende* gestaltet werden. Nachhaltige Ernährung muss dabei umweltverträglich und gesundheitsfördernd gestaltet sein, soziokulturelle Vielfalt ermöglichen und im Alltag der Konsumentinnen und Konsumenten umsetzbar, d.h. alltagsadäquat sein.

Kasten 1: Ziele einer nachhaltigen Ernährung

Es ist weitestgehend unstrittig, dass eine nachhaltige Ernährung *umweltverträglich* sein muss. Dies schließt den Erhalt der biologischen Vielfalt ebenso wie den Gewässer-, Boden- und Klimaschutz sowie die Vermeidung von Umweltbelastungen durch Erzeugung, Verarbeitung und Konsum von Lebensmitteln ein. Im Sinne einer umweltbezogenen, vorsorgenden Ernährungspolitik gilt es, nicht nur Produktionsprozesse und Produkte so zu gestalten, dass sie mit möglichst wenig Umweltauswirkungen verknüpft sind, sondern ebenso vorausschauend mögliche Umweltrisiken zu vermeiden oder zumindest einzugrenzen und entsprechende Angebote und Angebotsstrukturen zu schaffen, die eine umweltverträgliche Ernährung befördern.

Ebenso wenig strittig ist, dass eine nachhaltige Ernährung *gesundheitsfördernd* sein muss. Dies erfordert nicht nur die Vermeidung von Mangel- und Fehlernährung, sondern auch die Schaffung von Rahmenbedingungen, die zu körperlichem, geistigem und sozialem Wohlbefinden, zu Lebensqualität in einem umfassenden Sinne beitragen. Gesundheitsfördernde Ernährung ist mehr als eine ausreichende Versorgung mit gesunden Nahrungsmitteln: Sie erfordert eine entsprechende Veränderung des Ernährungsalltags in Schule, Betrieb, Krankenhaus und anderen gesundheitsrelevanten Settings. Gesundheitsfördernde Ernährung muss somit im Zusammenhang mit Arbeit, Bewegung und Pausengestaltung betrachtet werden.

Ernährung ist ein integraler Bestandteil des Alltags der Menschen. Wenn nachhaltige Ernährung praktikabel sein soll, muss sie den unterschiedlichen Alltagsanforderungen von Konsumenten und Konsumentinnen gerecht werden und sich in die individuelle Gestaltung der alltäglichen Lebensführung einbinden lassen, also *alltagsadäquat* sein. Angebote müssen so gestaltet werden, dass sie sich einfach in bestehende Alltagsroutinen integrieren lassen bzw. mit diesen kompatibel sind oder selbst zur Routine werden. Sie sollten dazu beitragen, Ernährungsarbeit im privaten Haushalt zu erleichtern. Dies erfordert auch, ernährungsrelevante Informationen so zu gestalten und zu vermitteln, dass sie eine einfache Orientierung erlauben und Komplexität reduzieren, also Entlastung schaffen. Angebote und Angebotsstrukturen sowie Information und Kommunikation sollten darüber hinaus eine geteilte Ernährungsverantwortung zwischen den Geschlechtern und den Generationen unterstützen. Ernährung besitzt grundsätzlich eine symbolische Seite und fungiert als Medium sozialer Distinktion. Im alltäglichen Ernährungshandeln drücken sich immer auch grundsätzliche Orientierungen aus. *Alltagsadäquat* heißt daher auch die symbolische Dimension bei der Entwicklung von Leitbildern einer nachhaltigen Ernährung zu berücksichtigen.

Des Weiteren muss eine nachhaltige Ernährung so gestaltet sein, dass sie unterschiedliche Formen des Ernährungshandelns ermöglicht. Sie muss die Pluralisierung von Lebensstilen aufnehmen sowie unterschiedliche Lebenslagen und Genderzüge berücksichtigen und damit eine *soziokulturelle Vielfalt* von Ernährungspraktiken unterstützen.

Nachhaltige Ernährung ist somit umweltverträglich und gesundheitsfördernd, Angebote und Strukturen sind alltagsadäquat gestaltet und ermöglichen soziokulturelle Vielfalt. (vgl. auch Eberle et al 2005: 12-23)

Die vom Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) auf Grundlage einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung entwickelte *Typologie der Ernährungsstile* (Stieß/Hayn 2005, auch Hayn 2005 und Hayn/Schultz 2004) zeigt aktuelle Veränderungen des Ernährungsalltags auf und ermöglicht plausible Hypothesen über weitere Entwicklungen. Sie liefert Hinweise, welche Themen jenseits von „fettleibigen Kindern“, „inkompetenten Müttern“ und „hemmungslosen Fast-Food Junkies“ künftig auf der gesellschaftlichen Agenda stehen könnten und möglicherweise ein erhebliches Skandalisierungspotential aufweisen. Zudem macht sie Bedürfnisse sichtbar, die gegenwärtig weder von Unternehmen oder Politik noch von Verbraucherverbänden und Nichtregierungsorganisationen aufgegriffen werden. Darüber hinaus erlaubt die Typologie eine Abschätzung von mittelfristigen Gestaltungsspielräumen sowie die Identifikation von Problemlagen und Handlungsbedarfen, die sich aus den veränderten Ernährungsgeohnheiten und dem sozialen und demographischen Wandel ergeben.

Eine Ernährungswende setzt voraus, dass Ernährung nicht länger als eine Privatangelegenheit von Konsumentinnen und Konsumenten behandelt, sondern als eine öffentliche Aufgabe angesehen wird. Dies kann nur gelingen, wenn Akteure aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen zusammenwirken. Bislang behindern jedoch Misstrauen und Abschottung vielfach eine wirkungsvolle Kommunikation. Entsprechend sollte mit Hilfe des Stakeholder-Workshops der Dialog in einer neuartigen Akteurskonstellation erprobt und befördert werden.

Die Dringlichkeit einer solchen Initiative wird durch eine Studie des Öko-Instituts (Schmitt 2005) bestätigt. Demnach erkennen Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft in Deutschland ökologische und soziale Aspekte erst ansatzweise als Handlungsfelder ihrer gesellschaftlichen Verantwortung an. Auch die Ausdehnung ihres Verantwortungsbereichs auf vor- und nachgelagerte Wertschöpfungsprozesse beschränkt sich weitgehend auf interne Prozesse und auf die Zuliefererkette. Dagegen ist das Bewusstsein von Lebensmittelunternehmen für ihre gesellschaftliche Verantwortung auch für Herausforderungen auf der Verbraucherseite wie Fehlernährung und ernährungsbedingte Krankheiten bislang nur wenig ausgeprägt.

Zielsetzung des Workshops

Ein Ziel des vom ISOE organisierten und durchgeführten Stakeholder-Workshops bestand darin, Rückmeldungen von Schlüsselakteuren aus dem Bereich Ernährung zu den im Forschungsprojekt „Ernährungswende – Strategien für sozial-ökologische Transformationen im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit“ (vgl. Vorwort) erarbeiteten Handlungsgrundsätzen (vgl. Kasten 3) zu erhalten. Ferner waren die Expertinnen und Experten gefragt, die im Teilprojekt „Ernährung im Alltag“ (vgl. Vorwort) auf Grundlage der Typologie der Ernährungsstile entwickelten Handlungsempfehlungen vor dem Hintergrund ihrer Erfahrungen in unterschiedlichen Praxisfeldern zu kommentieren.

Kasten 2: Die Ernährungsstile der Deutschen

Die desinteressierten Fast-Fooder (12 %)

Die Billig- und Fleisch-Esser (13 %)

Die freudlosen Gewohnheitsköche und -köchinnen (17 %)

Die fitnessorientierten Ambitionierten (9 %)

Die gestressten Alltagsmanagerinnen (16 %)

Die ernährungsbewussten Anspruchsvollen (13 %)

Die konventionellen Gesundheitsorientierten (20 %)

Gleichzeitig bot der Workshop den beteiligten Akteuren die Gelegenheit, beispielgebende Handlungsansätze und Überlegungen in Richtung einer nachhaltigen Ernährung aus ihrer eigenen Organisation vorzustellen und mit den anderen Stakeholdern zu diskutieren.

Auf dieser Basis wurde ausgelotet, welche Beiträge die verschiedenen Akteure, einzeln und/oder in Kooperation, zu einer nachhaltigeren Gestaltung des Ernährungsalltags leisten können, welche Zielallianzen sich dabei abzeichnen, aber auch welche Konflikte und Grenzen absehbar sind.

Letztlich ging es bei dem Workshop somit auch darum, sich darüber zu verständigen, was unterschiedliche Akteure zu einer Ernährungswende beitragen können und wie ein künftiges Agenda-Setting für eine umweltverträgliche und gesundheitsfördernde Ernährung, die zugleich so gestaltet ist, dass sie soziokulturelle Vielfalt ermöglicht und im Alltag der Konsumentinnen und Konsumenten umgesetzt werden kann, aussehen könnte.

Teilnehmende des Workshops

Um eine Diskussion zwischen unterschiedlichen Akteuren zu ermöglichen, die nicht bei allgemeinen Zukunftsperspektiven stehen bleibt, sondern konkrete Handlungspotentiale und -schritte aufzeigt, wurden wenige ausgewählte Akteure aus den Bereichen Lebensmittelindustrie und -handel, Außer Haus-Verpflegung, Verbraucherorganisationen und Krankenkassen eingeladen, die grundsätzlich dem Ziel einer nachhaltigen Ernährung verpflichtet sind. Mit einer „kleinen Runde“ von Akteuren aus der Praxis⁴ sollte Raum für einen intensiven Dialog geboten werden, der eine Verständigung zwischen Akteuren mit unterschiedlichen Aufgaben und Interessen anstößt und möglicherweise den Auftakt

⁴ Akteure aus Politik und Verwaltung wurden nicht einbezogen, sondern sind Adressaten der Ergebnisse des Workshops, die die Handlungspotentiale sowie die Erwartungen und Anforderungen der beteiligten Akteure widerspiegeln.

für einen längerfristigen Verständigungs- und Aushandlungsprozess zwischen Akteuren bilden kann.

Am Workshop nahmen teil⁵:

- *Sibylle Becker*, Verwaltungswissenschaftlerin mit Schwerpunkt Gesundheitssystemforschung, im *AOK Bundesverband* (Bonn) ist zuständig für Prävention und Gesundheitsförderung, sowohl bezogen auf Individuen (Beratung und Kurse, auch internetgestützt), als auch nicht-betriebliche Lebenswelten (z.B. KITAS und Schulen); ihre Arbeitsfelder sind Ernährung und Bewegung, Stressbewältigung, Umgang mit Suchtstoffen.
- *Bernhard Burdick*, Diplom-Agraringenieur, arbeitet seit zwei Jahren als Projektleiter in der Geschäftsstelle der *Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen* (Düsseldorf) in der Arbeitsgruppe Ernährung und befasst sich mit Fragen der Herstellung und Vermarktung von Lebensmitteln.
- *Dr. Claus Günther*, Lebensmittelchemiker, seit 15 Jahren Mitarbeiter bei der *Dr. Oetker Nahrungsmittel GmbH* (Bielefeld); er leitet die Forschungs- und Entwicklungsabteilung für den Bereich Nahrungsmittel (trockene Produkte wie Puddings, Backmischungen, Müslis etc.), und baute zuvor den Bereich Rückstandanalytik und Qualitätssicherheit auf.
- *Christoph Reingen*, Küchenmeister, ist seit 8 Jahren bei der *WestLB AG* (Düsseldorf) tätig. Als Leiter der Wirtschaftsdienste ist er zuständig für die Verpflegung von 2.800 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen; er ist außerdem Mitglied im „Netzwerk Biomentoren“.
- *Gabriele Voigt Gempp*, Betriebswirtschaft und Marketing, ist bei der *Edeka Handelsgesellschaft Baden-Württemberg mbH* (Offenburg) zuständig für die Informationen zu Ernährung der Kundinnen und Kunden, bspw. Erstellung von Rezepten für die Kundenzeitschrift sowie aktuell für die Erarbeitung eines Konzepts für Kochaktionen mit Kindern und Jugendlichen in Edekamärkten.

Aus dem Ernährungswende-Projektteam nahmen Dr. Doris Hayn und Immanuel Stieß (beide Institut für sozial-ökologische Forschung) teil; der Workshop wurde moderiert von Bettina Demmer, CONTRACT KG Karlsruhe.

Ablauf des Workshops

Der Workshop startete mit einer Vorstellungsrunde, die sowohl dazu diente, allen Beteiligten einen Einblick in die Arbeitsfelder der Teilnehmenden zu eröffnen, als auch gleichzeitig den Einstieg in die Workshopthematik darstellte. Die Teilnehmenden kommentierten die ihnen im Vorfeld zugesandten Unterlagen (u.a. Hayn 2004 und Stieß/Hayn 2005) unter der Fragestellung, wo sie „spannende Punkte“ sehen, die mög-

⁵ Karsten Ziebell von der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA) sowie Ulrike Eberle vom Öko-Institut Freiburg, Projektleiterin des Ernährungswende-Projekts konnten leider nicht am Workshop teilnehmen.

cherweise auch mit Handlungsansätzen und Überlegungen in ihrer jeweiligen Organisation korrespondieren.

Anschließend wurden ausgewählte Ergebnisse aus dem Projekt „Ernährungswende“, insbesondere die vom ISOE entwickelte Typologie der Ernährungsstile, vorgestellt. Damit wurde deutlich, wie unterschiedlich die Konsumentinnen und Konsumenten ihren Ernährungsalltag gestalten, welche Orientierungen, Interessen und Bedürfnisse ihrem jeweiligem Ernährungsverhalten zugrunde liegen und wo Anknüpfungspunkte und Barrieren in Bezug auf nachhaltige Ernährung liegen (siehe Anhang 1). Ferner wurden ausgewählte Ergebnisse zu den Umweltauswirkungen der unterschiedlichen Ernährungsstile präsentiert (Anhang 2, Fritsche et al. 2005, Fritsche/Wiegmann 2004).

Für einen übergreifenden Blick auf den Ernährungsalltag der Deutschen wurden Unterschiede in Bezug auf ausgewählte – für eine nachhaltige Ernährung relevante – Fragestellungen erläutert (Interesse an Ernährungsfragen, Kaufintensität von Bio-Lebensmitteln, Verwendung von Fertiggerichten, Häufigkeit und Orte beim Essen außer Haus, Selbsteinschätzung der Ernährung in Bezug auf Gesundheit sowie Body Mass Index). Als Einstieg in die Diskussion, welche Beiträge die verschiedenen Akteure zu einer nachhaltigeren Gestaltung des Ernährungsalltags leisten können, wurden die im Verbundprojekt entwickelten vier Handlungsgrundsätze einer Ernährungswende vorgestellt und anhand von ausgewählten Handlungsstrategien mit Blick auf eine nachhaltige Gestaltung des Ernährungsalltags der Konsumentinnen und Konsumenten illustriert (vgl. Anhang 3).

Kasten 3: Handlungsgrundsätze einer Ernährungswende

Verantwortung teilen

Eine Ernährungswende erfordert eine gemeinsame und damit geteilte Wahrnehmung der Verantwortung durch alle relevanten Akteure im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit. Damit sich nachhaltige Ernährung durchsetzen kann, bedarf es einer kollektiven akteursübergreifenden Verantwortungsnahme, die sich sowohl auf den Bereich der Lebensmittel und Außer-Haus-Angebote als auch auf die Gestaltung von Ernährungssituationen bezieht. *Geteilte Verantwortung* bedeutet, dass gesellschaftliche Akteure aus Politik und Wirtschaft, Akteure im Bereich der kollektiven Ernährung sowie private Haushalte entsprechend ihrer Handlungsmöglichkeiten und -spielräume Verantwortung für eine nachhaltige Ernährung übernehmen. Dazu müssen die Akteure für den Grundsatz der Verantwortungsteilung gewonnen werden.

Qualitäten bündeln

Ernährungsangebote weisen vielfach nur einzelne der Qualitäten (umweltverträglich, gesundheitsfördernd, alltagsadäquat, soziokulturell-vielfältig) auf, die eine nachhaltige Ernährung auszeichnen. Was fehlt, ist die *Bündelung von Qualitäten* sowie Ansätze, die eine Integration solcher Produkte und Angebote in Alltagssituationen unterstützen. Mit der Bündelung von Qualitäten wie „bio“, „gesundheitsför-

dernd“, „convenient“, „regional“ oder „fair gehandelt“ werden unterschiedliche Anforderungen an eine nachhaltige Ernährung miteinander verknüpft. Eine solche Bündelung von Qualitäten setzt einen erweiterten Qualitätsbegriff voraus. Dieser umfasst zusätzlich zu dem unmittelbaren und erfahrbaren Nutzen des Produkts für die Konsumentinnen und Konsumenten weitere vor- und nachgelagerte Prozessqualitäten im Hinblick auf Herkunft, Herstellung und Verarbeitung, Distribution, einfache Zubereitung etc.

Kompetenzen stärken

Zur Bewältigung der zunehmend komplexeren Alltagsanforderungen bedarf es Kompetenzen, die aktuell jedoch weder in Haushalten noch in Schulen selbstverständlich vermittelt werden. Der Handlungsgrundsatz „Kompetenzen stärken“ setzt hier an und stellt die *Stärkung der Kompetenzen* der Konsumentinnen und Konsumenten, also die Befähigung, theoretische Kenntnisse und praktische Fertigkeiten in konkreten Situationen in adäquates Handeln umzusetzen, ins Zentrum. Erforderlich sind „ernährungsrelevante Basiskompetenzen“ wie die Fähigkeit, Mahlzeiten aus frischen Produkten zuzubereiten sowie „sekundäre Ernährungskompetenzen“ wie die Fähigkeit, mit dem Angebot an Nahrungsmitteln, Getränken und Außer-Haus-Angeboten angemessen umzugehen, die Qualität von Lebensmitteln richtig zu beurteilen und die Fähigkeit, die Kosten für Ernährung realistisch einzuschätzen. Aufgabe im Rahmen einer Ernährungswende ist der Aufbau gesellschaftlicher Strukturen, die Kompetenzerwerb und -stärkung selbstverständlich beinhalten, fördern und erleichtern. Dies verweist auf den Bedarf an Kompetenzen und Kompetenzstärkung bei professionellen Akteuren im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit.

Strukturen bilden

Eine Ernährungswende ist nicht nur eine Frage der Qualität(en) von Lebensmitteln und Mahlzeiten, sondern muss im Zusammenhang mit Fragen der *Strukturbildung* diskutiert werden. Die wachsende Durchdringung von Arbeits- und Privatleben erfordert eine Veränderung des Ernährungsalltags nicht nur im häuslichen Kontext, sondern auch in Organisationen. Bisher existieren jedoch in Einrichtungen wie Schule, Betrieb oder Krankenhaus keine oder kaum Strukturen, die eine nachhaltige Ernährung ermöglichen und fördern. Im Gegenteil, Arbeits- und Lernbedingungen lassen eine nachhaltige Ernährung, Bewegung sowie eine stressarme Arbeits- oder Lernatmosphäre immer weniger zu. In vielen Organisationen fehlt somit nicht nur eine zuverlässige und qualitätsgesicherte Gemeinschaftsverpflegung, sondern verbindliche Strukturen für eine nachhaltige Ernährung im Ernährungsalltag außer Haus.

Die weitere Arbeit im Workshop war für den Dialog der Teilnehmenden vorgesehen: Ausgehend von den vorgestellten Projektergebnissen wurden die Interessen an einzelnen Frage- und Themenstellungen geklärt und konkrete Handlungsstrategien und Akteurskooperationen diskutiert.

2 Übergreifende Ergebnisse

Schon in der Vorstellungsrunde wurde deutlich, dass die unterschiedlichen Akteure eine Reihe von Anknüpfungspunkten zwischen den Ergebnissen des Projekts Ernährungswende und Aktivitäten und Überlegungen in ihren eigenen Organisationen sehen.

Das Projekt „Ernährungswende“

Von den teilnehmenden Akteuren wurde herausgestellt, dass der *Forschungsansatz des Projekts Ernährungswende*, die Konsumentinnen und Konsumenten und ihr Alltags-handeln ins Zentrum zustellen, wichtige Anregungen für die Praxis liefert und mit aktuellen Diskussionen und Aktivitäten korrespondiert.

So gibt es bspw. im Handel die Diskussion, die Kundinnen und Kunden stärker „als Leitfiguren“ zu betrachten: weg von einer Fokussierung auf die „alte Warenkunde“ hin zu Themen wie „Essen erleben“, „Ernährung und Genuss“; weg vom „reinen Verkaufen“ hin zum „Wohlfühlen und sich Verführen lassen“. Die Beratung und der Service in den Einkaufsstätten sowie Informationen und Schulungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen damit stärker am Alltag und den Wünschen der Kunden und Kundinnen an und nicht mehr nur an den Produkten.

Auch im Bereich Gesundheitsförderung sollte eine stärkere Fokussierung auf das unterschiedliche alltägliche Alltagshandeln, speziell Ernährungs- und Gesundheitshandeln, erfolgen: insbesondere für die Konzeption von Maßnahmen, die auf „Gesunde“ und „Noch Gesunde (Übergewichtige)“ zielen, bedarf es Analysen dazu, welche Ausgangsbedingungen bei den Zielgruppen vorliegen und wie das Thema Gesundheit bzw. die Beschäftigung damit zum positiven Erlebnis werden kann.

Wichtig sei insgesamt, an bestehenden Problemen anzuknüpfen und auf Basis von detaillierten und integrierten Analysen differenzierte Antworten und Lösungsstrategien zu entwickeln. Entsprechend wurde von den Praxisakteuren auch das dem Projekt zugrunde liegende *Verständnis von nachhaltiger Ernährung* als zentral für eine erfolgreiche Umsetzung der Ernährungswende herausgestellt. Insbesondere die im Vergleich zu den üblichen Nachhaltigkeitsdefinitionen auf den ersten Blick ungewöhnliche Zielsetzung „alltagsadäquat“ wurde als innovativer und wesentlicher Ansatzpunkt für zukunftsweisende Handlungsstrategien gesehen. Die gleichzeitige Fokussierung auf „soziokulturelle Vielfalt“ sei ferner bedeutsam, um die verschiedenen Ausgangsbedingungen der Konsumentinnen und Konsumenten, aber vor allem deren unterschiedliche Bedürfnisse und Wünsche bei der Programm- und Maßnahmenentwicklung entsprechend zu berücksichtigen.

Die Typologie der Ernährungsstile

Die Typologie der Ernährungsstile (vgl. Anhang 1) wurde durchweg als hilfreich und inspirierend eingeschätzt, weil damit sichtbar werdende Trends über eine Veränderung der Ernährungsweise auf einer soliden empirischen Basis untermauert werden können. Die Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung und die daraus abgeleiteten

Folgerungen liefern wichtige Argumente für den Diskurs mit Wirtschaftsakteuren, Verbraucherverbänden und Krankenkassen.

Im Verlauf des Workshops machten die Teilnehmenden an zahlreichen Beispielen deutlich, wie sie die Typologie in ihrer jeweiligen Praxis einsetzen bzw. nutzen können. Ein besonderer Gewinn wurde darin gesehen, dass mit der Typologie der Ernährungsstile ein differenziertes Verständnis der Zielgruppen der jeweiligen Organisation ermöglicht wird. Dabei wurde ein breites Anwendungsspektrum der Typologie deutlich, das von den Kunden und Kundinnen im Lebensmittelhandel oder Bewirtungsgästen in der Gemeinschaftsverpflegung bis hin zu den Klientinnen und Klienten in der Ernährungs- und Verbraucherberatung reicht. Mit Hilfe der Typologie können die unterschiedlichen Bedürfnisse und Wünsche der verschiedenen Ernährungsstile besser erkannt und bei der zielgruppenspezifischen Gestaltung von Service- und Beratungsangeboten, Informationsmaterialien oder -kampagnen genutzt werden.

Auch für den Bereich der Gesundheitsprävention wurde der Typologie der Ernährungsstile ein erhebliches Potential zugesprochen. Bestehende Informations- und Beratungsangebote werden vor allem von Personen in Anspruch genommen, die ohnehin für Ernährungsfragen sensibilisiert sind. Gruppen, wie junge Frauen mit Migrationshintergrund und ihre Kinder, die besonders von Adipositas oder Diabetes als Folge von Fehlernährung bedroht sind, werden dagegen mit den bestehenden Angeboten kaum erreicht. Mehr und mehr werden deshalb Setting-Ansätze, z. B. in KiTas und Schulen oder Stadtteilen, etabliert, die eine Bring-Struktur aufweisen (das Angebot wird zum Klienten gebracht). Die Typologie liefert jedoch wichtige Anregungen, wie Angebote auch für Komm-Strukturen (der Klient kommt zum Angebot) optimiert oder Programme entwickelt werden können, mit denen jenseits der klassischen Zielgruppe (Frauen mittleren Alters mit gehobenen Bildungsabschlüssen und höherem Einkommen) neue Gruppen besser angesprochen werden können.

Wie solche Ansätze aussehen könnten, wurde im Rahmen des Workshops für einen Ernährungsstil exemplarisch herausgearbeitet. Zu diesem Zweck wurde mit den „desinteressierten Fast-Foodern“ bewusst eine „schwierige“ Gruppe herausgegriffen, für die in einem kreativen Gruppenprozess Angebote entwickelt wurden, die an deren Bedürfnissen anknüpfen.

Darüber hinaus regt die Typologie dazu an, zu fragen, welchen Ernährungsstilen die MitarbeiterInnen der eigenen Organisation angehören. Diese Frage stellt sich insbesondere bei denjenigen, die für die Kommunikation von Lebensmittelqualität, nachhaltiger Ernährung, etc. zuständig sind, also an der Schnittstelle zwischen Organisation und KonsumentInnen stehen. Solche Überlegungen können Ausgangspunkt dafür sein, den Schulungsbedarf z.B. von MitarbeiterInnen im Handel oder in der Außer-Haus-Verpflegung zu bestimmen. Die Typologie kann für die Kompetenzstärkung professioneller Akteure in zweierlei Hinsicht eingesetzt werden: zum einen, um die Komplexität des alltäglichen Ernährungshandelns der KonsumentInnen zu veranschaulichen, zum anderen um in Fortbildungen das Ernährungshandeln der teilnehmenden Fachkräfte zum

Thema zu machen. Den Ernährungsalltag als Ganzes und nicht nur Lebensmittel und deren Zubereitung zu betrachten, kann ferner in Bezug auf Ausbildungsberufe im Bereich Gastronomie und Handel von Bedeutung sein (vgl. dazu auch Kap. 3.3).

Außerdem kann die Typologie aufgrund ihrer Anschaulichkeit auch genutzt werden für Informationsmaterial, bspw. in Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung zur Anregung der Gäste, über das eigene Ernährungshandeln nachzudenken.

Handlungsgrundsätze

Nach Einschätzung der Teilnehmenden besteht ein wichtiges Potential der Handlungsgrundsätze darin, dass sie bei den professionellen Akteuren ansetzen bzw. diese neben den KonsumentInnen in die Pflicht nehmen. Dabei spielt nicht nur die Lebensmittelindustrie, sondern auch der Handel eine wichtige Rolle, der einen deutlichen Einfluss auf den Ernährungssektor ausübt. Die professionellen Akteure im Handlungsfeld Ernährung stärker in den Blick zu nehmen, entspräche auch den Entwicklungen in der Verbraucherberatung: diese wendet sich verstärkt an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren; die direkte Ernährungsberatung von Konsumentinnen und Konsumenten steht heute nicht mehr im Vordergrund.

Im Verlauf der Diskussion wurde wiederholt auf die Verbindungen zwischen den vier Handlungsgrundsätzen hingewiesen. Insbesondere wurde hervorgehoben, dass der Handlungsgrundsatz der „geteilten Verantwortung“ im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit entsprechende Kompetenzen bei professionellen Akteuren und KonsumentInnen voraussetze. Die Stärkung von Kompetenzen sei wiederum grundlegend für die Strukturbildung.

Von einzelnen Akteuren wurde darauf verwiesen, dass die Handlungsgrundsätze in ihrer Gesamtheit Bereiche ansprechen, in denen sie aktuell nicht nur großen Beratungs- und Entwicklungsbedarf sehen, sondern auch das Potential, Veränderungen voranzutreiben. Dies gilt für den Bereich „Ernährung in der Schule“, wo der Aufbau von Ganztagschulen Handlungsmöglichkeiten bietet, die nicht verschenkt werden dürften. Darüber hinaus wurde der Bereich der Regionalvermarktung hervorgehoben, der derzeit stark in Bewegung ist: der Handlungsgrundsatz „Strukturen bilden“ korrespondiert mit der sich in diesem Bereich abzeichnenden Netzwerkbildung, die jedoch noch verstärkt werden sollte. Die Teilnehmenden stellten insgesamt deutlich heraus, wo sie Synergien zwischen den Handlungsgrundsätzen und gesellschaftlichen Entwicklungen, aber auch den Zielen ihrer Unternehmen und Organisationen sehen.

Die eingeladenen Akteure beurteilten die Handlungsgrundsätze und ihre Bedeutung für zukünftige Entwicklungen jedoch nicht einheitlich. Insbesondere der Handlungsgrundsatz „Verantwortung teilen“ (vgl. Kap. 3.1) wurde mit großem Interesse aufgenommen und lebhaft diskutiert. Dabei stand insbesondere das Spannungsfeld zwischen der Eigenverantwortung der KonsumentInnen und der gesellschaftlichen Verantwortung im Zentrum. Hingewiesen wurde darauf, dass eine gesellschaftliche Debatte über die politische Verantwortung und die Verantwortungsteilung zwischen den Akteuren im Handlungsfeld Ernährung noch ausstehe.

Auch der Handlungsgrundsatz „Kompetenzen stärken“ (Kap. 3.3) wurde lebhaft diskutiert. Dabei wurde die Stärkung von Kompetenzen einmütig als eine der wichtigsten Zukunftsaufgaben im Handlungsfeld Ernährung bewertet. Hervorzuheben ist, dass im Verlauf der Diskussion bei den beteiligten Akteuren eine beeindruckende Vielfalt von Aktivitäten zu diesem Themenfeld sichtbar wurde. Dabei zeigte sich, dass neben der Stärkung von Ernährungskompetenzen bei den KonsumentInnen in vielen Fällen auch der Kompetenzstärkung professioneller Akteure eine wichtige, wenn nicht sogar eine entscheidende Bedeutung zukommt.

Am Handlungsgrundsatz „Qualitäten bündeln“ (Kap. 3.2) wurde der Gedanke einer Bündelung und integrierten Betrachtung unterschiedlicher Qualitätsmerkmale positiv aufgenommen. Auch die mit der Fokussierung auf Ernährungssituationen verbundene Betrachtung der Einbettung von Ernährung in Alltagskontexte fand eine positive Resonanz. Allerdings wurde auch Skepsis deutlich, ob eine Bündelung von Qualitäten tatsächlich zu einer Entlastung der KonsumentInnen beitragen kann. Stattdessen wurde befürchtet, dass eine solche Bündelung angesichts des gegenwärtigen Mangels an Transparenz im Lebensmittelbereich zu einer Überforderung der KonsumentInnen führen könnte. Vor diesem Hintergrund ergab sich die Frage, welche Qualitäten sinnvoller Weise gebündelt werden könnten. Darüber hinaus wurde deutlich, dass eine Bündelung von Qualitäten nur dann zweckmäßig ist, wenn zugleich explizite Anforderungen an die Kommunikation formuliert werden.

Im Unterschied zu den übrigen Prinzipien konnte der Handlungsgrundsatz „Strukturen bilden“ (Kap. 3.4) in der Diskussion nur am Rande behandelt werden. Dennoch wurde von den Teilnehmenden mehrfach ein starkes Bedürfnis nach Vernetzung und Kooperation im Bereich nachhaltiger Ernährung artikuliert. Bisherige Ansätze wurden jedoch als unzureichend beurteilt. In diesem Feld müsse – so die Mehrheit der Teilnehmenden – noch wesentlich mehr geschehen. Für den Bereich Gesundheitsförderung und Prävention wurde herausgestellt, dass neben den Individuen institutionelle Kontexte und größere Strukturen in den Blick genommen werden müssen.

3 Die Ergebnisse im Einzelnen

3.1 Handlungsgrundsatz „Verantwortung teilen“

Im Mittelpunkt der Diskussion stand die Frage nach dem Verhältnis von Eigenverantwortung der KonsumentInnen, staatlicher Regulierung und der Verantwortungsübernahme durch gesellschaftliche Akteure. Ausgangspunkt war die These, dass nachhaltige Ernährung nicht verordnet werden kann. Staatliche Regulierung, wie beispielsweise das Lebensmittelrecht, kann daher bestenfalls einen Rahmen für die Gestaltung der alltäglichen Ernährung setzen und muss durch weitere gesellschaftliche Institutionen und Aktivitäten ergänzt werden.

Die Möglichkeiten der einzelnen Akteure

Eine lebhafte Debatte entzündete sich vor allem an der Frage, in welchem Ausmaß Wirtschaftsakteure über die im Lebensmittelrecht festgelegten Standards hinaus Verantwortung für eine nachhaltige Ernährung übernehmen können und sollen. So wurde einerseits betont, dass die KonsumentInnen nicht aus ihrer Eigenverantwortung für die Gestaltung ihrer Ernährung entlassen werden sollten. Eine staatliche oder auch gesellschaftliche Verantwortungsübernahme müsse daher anerkennen, dass jede Person die Entscheidung darüber, was sie essen möchte, selbst treffen sollte. Andererseits wurde hervorgehoben, dass eigenverantwortliche Entscheidungen nur möglich sind, wenn entsprechendes Wissen und Kompetenzen vorhanden seien und geeignete nachhaltige Produktalternativen zur Verfügung stehen. Dies ist häufig nicht oder nur eingeschränkt der Fall, insbesondere fehlen Angebotsstrukturen, die allen KonsumentInnen eine nachhaltige Ernährung in ihren jeweiligen Alltags- und Versorgungsarrangements ermöglichen. Die Zielsetzung hinter den Aktivitäten der professionellen Akteure sollte letztlich sein, dass die KonsumentInnen eigenverantwortlich handeln *können*. Dies impliziere unterschiedliche „Pflichten“ der verschiedenen Akteure, insbesondere Handel und Industrie dürften nicht aus ihrer Verantwortung entlassen werden. Aufgabe der Politik wäre, verantwortliches Handeln der professionellen Akteure im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit zu unterstützen, teilweise überhaupt erst zu ermöglichen. So steht sie in der Pflicht, für eine angemessene rechtliche Rahmensetzung im Lebensmittelbereich einschließlich Kennzeichnung zu sorgen, aber auch sinnvolle Rahmenbedingungen für Bereiche wie Ernährung in der Schule zu schaffen. Für diesen Bereich wurde deutlich der Wunsch geäußert, die Politik möge klarere Vorgaben machen, bspw. Kriterienkataloge entwickeln und die Förderung von Ganztagschulen auch an Bedingungen bzgl. der Gestaltung der Ernährung knüpfen. Herausgestellt wurde, dass in Bezug auf Politik Verantwortung übernehmen insbesondere bedeutet „einen Rahmen zu setzen“ und so für Verbindlichkeit zu sorgen.

Darüber hinaus können aber auch gesellschaftliche Akteure durch die Vermittlung von Informationen und die Stärkung von Ernährungskompetenzen wichtige Voraussetzung schaffen, damit KonsumentInnen eigenverantwortlich handeln und entscheiden können. So wurde aus Sicht der Krankenkassen darauf hingewiesen, dass vor allem die Schule

als Sozialisationsinstanz als auch Lebensmittelindustrie und Lebensmittelhandel eine erhebliche Verantwortung für eine nachhaltige Ernährung besitzen. Dies betrifft beispielsweise die Bereitstellung verständlicher, übersichtlicher und leicht zugänglicher Informationen über Produkte, Inhaltsstoffe und Herstellungsverfahren etc. „Sicherheit beim Produkteinkauf“ ist dabei für alle KonsumentInnen bedeutsam, könne jedoch für einzelne Gruppe wie bspw. Allergikerinnen und Allergiker eine besondere Be- bzw. Entlastung im Ernährungsalltag darstellen. Letztlich könne nach „Unternehmen und ihrem Sinn in der Welt“ bzw. nach dem „Beitrag von Lebensmittelkonzernen zu Ernährung in der Gesellschaft“ gefragt werden.

Mit Blick auf die Krankenkassen selbst wurde herausgestellt, dass in § 1 des Sozialgesetzbuchs die Mitverantwortung der Versicherten für ihre Gesundheit festgelegt ist; die Krankenkassen sollten sie dabei durch Aufklärung und Beratung und Hinwirken auf gesunde Lebensverhältnisse unterstützen. Einige Krankenkassen nehmen diese Rolle auch intensiv wahr, so beschäftigt z. B. die AOK über 300 eigene Ernährungsberaterinnen. Ein Problem der Krankenkassen im Zusammenhang mit Gesundheit/Ernährung sei aber schon immer die Frage, welche konkreten Aufgaben und Maßnahmen (z.B. Ernährungsberatung im Rahmen der Prävention) sie übernehmen können, wenn u.a. die Kompetenzen der Versicherten in Gesundheits-/Ernährungsfragen völlig unterschiedlich sind. Die Kassen sehen hier eine Bringschuld des Staates, Gesundheit und Ernährung bereits in allgemeinbildenden Schulen zu thematisieren, an Qualitätsstandards auszurichten und damit gewisse Basiskompetenzen aller Bürger in Gesundheitsfragen zu gewährleisten, auf denen sie mit ihren Angeboten aufsetzen können.

Beispiele aus der Praxis

Im Rahmen der Diskussion wurde an einer Vielzahl von Beispielen deutlich, wie Unternehmen der Lebensmittelindustrie und des Lebensmittelhandels sowie die Betreiber von Großküchen auf freiwilliger Basis allein oder in Kooperation mit anderen Akteuren Ernährungsverantwortung übernehmen können. Als ein zentrales Handlungsfeld kristallisierte sich die Verantwortungsübernahme für gut zugängliche und verständliche Informationen heraus, da diese grundlegend für die Eigenverantwortung der KonsumentInnen ist. Hier können letztlich mehr oder weniger alle gesellschaftliche Akteure Verantwortung für nachhaltige Ernährung übernehmen.

Die Lebensmittelindustrie kann beispielsweise die Verantwortung für die Bereitstellung seriöser Produktinformationen auch durch telefonische Hotlines und Informationsangebote im Internet übernehmen. Dabei ist wesentlich, dass ein solcher Service auch tatsächlich schnell und benutzungsfreundlich gestaltet ist und keine Kosten für die KonsumentInnen verursacht. Inhaltlich könnten solche Informationsangebote neben allgemeinen Produktinformationen und Reklamationen auch Fragen zu Risiken (z.B. Risikokommunikation im Zusammenhang mit BSE) und Ernährungstipps beinhalten. Eine regelmäßige Auswertung der Anfragen kann Aufschluss über die Informations- und Kommunikationsbedarfe der KonsumentInnen geben, was wiederum Hinweise für die

Arbeit in den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie Presse und Öffentlichkeitsarbeit liefert.

Unternehmen des Lebensmittelhandels können produktbezogene Qualitätsstandards definieren und diese durch Eigenkontrolle und bei Vertragslieferanten durchsetzen. Beispielsweise kann der Handel auf den Verkauf von Frischeprodukten aus bestimmten Herkunftsländern oder von bestimmten Anbietern oder Händlern verzichten, die in der Vergangenheit durch starke Schadstoffbelastungen aufgefallen sind (z.B. pestizidbelastetes Obst und Gemüse insbesondere Erdbeeren und Paprika). Wichtig ist, solche Formen des Qualitätsmanagements den Kundinnen und Kunden so zu vermitteln, dass die Vorteile deutlich werden.

Unternehmen können Verantwortung für eine zeitgemäße und gesundheitsfördernde Verpflegung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter übernehmen. Bei solchen Angeboten der Gemeinschaftsverpflegung, die letztlich eine Form der freiwilligen Verantwortungsübernahme von Unternehmen darstellen, sollte neben Verantwortung für die „reine Nahrungsversorgung“ auch für Qualität und Herkunft der Lebensmittel einschließlich Bio-Lebensmitteln, regional angebaute und fair gehandelte Produkte sowie Produkte der Saison übernommen werden.⁶ Im Zusammenhang mit betrieblicher Gesundheitsförderung bietet es sich ferner an, einen höheren Anteil von fleischlosen oder -reduzierten Mahlzeiten anzubieten und durch spezifische Aktionen und Informationen, bspw. die Veröffentlichung von Rezepten sowie allgemeine Ernährungsinformationen im Intranet, die MitarbeiterInnen bei der Umsetzung nachhaltiger Ernährung auch zuhause zu unterstützen. Eine darüber hinausgehende Verantwortungsübernahme wäre soziales bzw. karitatives Engagement, bspw. die Belieferung mit Lebensmitteln bzw. Mahlzeiten von Initiativen, die Bedürftige unterstützen.⁷ Insgesamt geht es bei solchen Prozessen der Verantwortungsübernahme um die Verankerung einer gesundheitsfördernden und qualitativ hochwertigen Ernährung in die Unternehmenskultur.⁸ Wichtig ist somit nachhaltige Ernährung als Teil der Unternehmensphilosophie zu betrachten, deren Einführung entsprechend zu planen und zu begleiten. Dabei profitieren nicht nur die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sondern auch das Unternehmen selbst: Engagement für nachhaltige Ernährung sowie eine qualitativ hochwertige Ernährung im Unternehmen auch für Kunden, Gäste und Investoren kann deutlich zum Image eines Unternehmens beitragen.

Verantwortungsübernahme bei Betreibern von Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung wie Großküchen, Kantinen und Mensen kann auch bedeuten, Selbstverpflich-

⁶ Die WestLB hat sich für die Verwendung von Fleisch der Marke „Thönes Natur“ in Wachtendonk entschieden. Die mehrfach von BUND und CMA ausgezeichnete Schlachtereie wird von ca. 120 Bauern beliefert, die sich der artgerechten Tierhaltung verpflichtet haben. Die angeschlossene Bio-Metzgerei führt auch Bio-Fleisch (<http://www.thoenes.de>)

⁷ Eine solche Initiative in Deutschland ist „Die Tafel – Essen, wo es hingehört“ (<http://www.tafel.de>): Das Konzept dahinter ist, dass Bäckereien, Wochenmärkte, Supermarktketten etc. Lebensmittel abgeben, die dann an bedürftige Personen – entweder direkt oder indirekt, indem Einrichtungen beliefert werden – weitergereicht werden. Ferner engagieren sich Privatpersonen ehrenamtlich als sog. Tafelhelferinnen und Tafelhelfer.

⁸ Die WestLB integriert auf beispielhafte Weise die Ziele einer hochwertigen Ernährung und Lebensqualität in eine nachhaltige Unternehmenskultur <http://www.westlb.de/nachhaltigkeit>

tungserklärungen auszusprechen bspw. die Verpflichtung, keine gentechnisch veränderten Lebensmitteln zu verwenden. Solche Aktivitäten werden aktuell von Verbraucherorganisationen angestoßen und sind dann besonders wirksam, wenn sie durch Presse und Medien unterstützt und begleitet werden und mehrere Großküchen kooperieren.

Weitere Möglichkeiten der Verantwortungsübernahme, die in erster Linie auf Umweltverträglichkeit zielen, sind die konsequente Einführung von Umweltmanagementsystemen sowie Maßnahmen zur Reduktion von Energie- und Wasserverbrauch. Der Lebensmittelhersteller Dr. Oetker hat bereits zu Beginn der 1990er Jahre den Gedanken des Umweltschutzes in die Unternehmensführung integriert und 11 Leitlinien zum Umweltschutz formuliert. In den letzten Jahren hat das Unternehmen neben ökologischen Zielen verstärkt auch Maßnahmen aus dem sozialen Bereich in seine Nachhaltigkeitsaktivitäten aufgenommen.⁹

Verantwortungsübernahme kann auch bedeuten, mittels Sponsoring Aktivitäten zu unterstützen; bspw. kann der Lebensmittelhandel Schulen für Aktionen zu nachhaltiger Ernährung mit Bio- und transfair-Lebensmitteln unterstützen.

Schließlich stellt auch das beispielsweise von Dr. Oetker praktizierte Festhalten an Produktionsstätten in der Nähe von Absatzmärkten einen Beitrag zur Sicherung von Arbeitsplätzen in Deutschland dar, was als Beitrag zur sozialen Nachhaltigkeit zu werten ist.

Die Beispiele aus der Praxis zeigten anschaulich, wie breit die Palette der Möglichkeiten ist, aktiv Verantwortung für eine nachhaltige Ernährung zu übernehmen. Der Bereich der Gemeinschaftsverpflegung zeigt, dass es bei Verantwortungsübernahme nicht nur um Akteure aus dem Handlungsfeld Ernährung im engen Sinne geht: Unternehmen egal welcher Branche können durch eine zeitgemäße, gesundheitsfördernde und qualitativ hochwertige Verpflegung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die darüber hinaus als Teil der Unternehmenskultur in übergreifende Organisationsentwicklungs- und Leitbildprozesse eingebunden ist, Verantwortung übernehmen und so im Rahmen einer Ernährungswende als Vorbilder in der Gesellschaft wirken.

Verständigung über die Teilung der Ernährungsverantwortung

Die in der Diskussion zusammengetragenen Beispiele trugen dazu bei, dass letztlich eine stärkere Verantwortungsübernahme gesellschaftlicher Akteure, insbesondere Marktakteure, für eine nachhaltige Ernährung ausdrücklich befürwortet wurde. Die Einsicht, dass es dabei um die *Teilung der gesellschaftlichen Verantwortung* geht und somit um ein Aushandeln und Herausbilden von „Mischformen“, wurde im weiteren Verlauf der Diskussion mehrfach illustriert und bestätigt. Dabei wurde deutlich, dass neben der Eigenverantwortung der KonsumentInnen und der Verantwortung der Politik in vielen Handlungsfeldern eine weiterführende Verantwortungsübernahme durch gesellschaftliche Akteure möglich und sinnvoll ist. Zugleich zeigte sich, dass für eine (Neu-)Verteilung der Ernährungsverantwortung keine fertigen Konzepte vorliegen, auf die ohne

⁹ Die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Dr. Oetker sind dokumentiert unter <http://www.oetker.de/wga/oetker/html/default/hrat-5sze86.de.html>

weiteres zurückgegriffen werden kann. Erforderlich ist daher ein gesellschaftlicher Verständigungsprozess, in dessen Rahmen ausgehandelt wird, welche Akteure welche Aufgaben übernehmen können.

Ein solcher Verständigungsprozess steht jedoch erst am Anfang. Bislang liegen nur wenige Erfahrungen in diesem Zusammenhang vor. Zudem gibt es kaum geeignete Foren, die einen Austausch zwischen so unterschiedlichen Akteuren wie Lebensmittelindustrie und -handel, Akteuren der Gemeinschaftsverpflegung, Verbraucherorganisationen und Krankenkassen sowie weiterer ermöglichen.

3.2 Handlungsgrundsatz „Qualitäten bündeln“

Die Teilnehmenden des Workshops begrüßten, dass mit diesem Handlungsgrundsatz die Frage nach der Qualität von Lebensmitteln einen zentralen Stellenwert für eine nachhaltige Ernährung im Alltag erhält. Bei der Mehrheit der KonsumentInnen sei derzeit eine sehr starke Fokussierung auf den Preis als primäres Entscheidungskriterium zu beobachten.¹⁰ Für die Unternehmen bestehen daher nur sehr begrenzte Spielräume für die Entwicklung von Angeboten, die einem erweiterten Qualitätsbegriff entsprechen, da der mit der Herstellung qualitativ hochwertiger Produkte verbundene Mehraufwand von den KonsumentInnen nicht immer angemessen gewürdigt wird. Diesem „Verbraucher-versagen“ könne nur entgegengewirkt werden, wenn es gelingt, das Thema Qualität wieder stärker im Bewusstsein der KonsumentInnen zu verankern. Insbesondere Markenartikel-Hersteller verfolgen das Ziel, innovative Produkte in gleichbleibend hoher Qualität immer verfügbar herzustellen und zu vermarkten. Dies ist notgedrungen mit einem höheren Preis verbunden. Daher müssen den KonsumentInnen die Vorteile hinsichtlich Qualität etc. näher gebracht und damit der Mehrpreis erklärt werden. Eine Überwindung der Preisfokussierung und eine Rückbesinnung auf die Qualität von Lebensmitteln bilden daher wichtige Schritte, um auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette die Handlungsspielräume für die Herstellung werthaltiger Produkte zu erweitern.

Positiv eingeschätzt wurde, dass der mit der Bündelung von Qualitäten implizierte, erweiterte Qualitätsbegriff den Nachhaltigkeitsgedanken mit dem bei einer wachsenden Gruppe von KonsumentInnen zu beobachtenden Wunsch nach einer gesunden Ernährung verknüpft und darüber hinaus das Bedürfnis nach Entlastung und einer möglichst unkomplizierten und zeitsparenden Zubereitung von Mahlzeiten aufgreift. Angebote, die mehrere Qualitäten bündeln, haben daher den Vorteil, an den empirisch durch die Typologie der Ernährungsstile ermittelten Motiv-Allianzen und Alltagssituationen der KonsumentInnen anzusetzen. Auch die Erweiterung des Gedankens der Bündelung von Qualitäten über den Bereich der Produkte und Dienstleistungen hinaus auf die Gestaltung von Einkaufs- und Esssituationen erwies sich als anregend und anschlussfähig an Überlegungen im Handel und bei den Betreibern von Kantinen.

¹⁰ Diese Preisfokussierung zeigt sich bei Ernährung schon lange: so ist der Anteil der Ausgaben für Lebensmittel und Essen außer Haus an den Gesamtausgaben für den privaten Konsum in den letzten Jahren deutlich gesunken (Hünecke et al. 2004).

„Gebündelte Qualitäten“ den KonsumentInnen vermitteln

Seitens des Vertreters der Verbraucherverbände wurde allerdings auch die Befürchtung geäußert, dass eine Bündelung von Qualitäten die KonsumentInnen überfordern könnte anstatt sie zu entlasten. Dies könnte zu einer weiteren Erhöhung der Alltagskomplexität führen, die dem Bedürfnis der Verbraucher und Verbraucherinnen nach Transparenz und Entlastung entgegenläuft. So sei das in der starken Preisorientierung zum Ausdruck kommende „Verbraucherversagen“ sowohl eine Folge der Überlastung durch eine Flut von teilweise auch widersprüchlichen Informationen als auch das Resultat mangelnder Transparenz insbesondere einer unzureichenden Kennzeichnung von Prozesseigenschaften. Vor diesem Hintergrund wurde die Frage aufgeworfen, ob Qualitätenbündelung ein alltagstaugliches Leitbild darstellen könne oder nicht.

Bei der Umsetzung des Handlungsgrundsatzes sei daher darauf zu achten, dass die Konsumentinnen und Konsumenten in die Lage versetzt werden, Produktqualitäten angemessen zu beurteilen, um zwischen Alternativen entscheiden zu können. Kommunikation, die darauf zielt, einfache, leicht verständliche Informationen zu vermitteln, hat dann eine zentrale Bedeutung. Damit kompetente Entscheidungen möglich sind, muss Transparenz über die verwendeten Rohstoffe, deren Herkunftsort, die Verarbeitungsverfahren und zunehmend auch die Arbeitsbedingungen hergestellt werden. Die Kommunikation solcher gebündelter Qualitäten könnte analog zum Bio-Siegel durch die Einführung von Standards und Qualitätssiegeln unterstützt werden. So könnte Fleisch nach der Art der Haltungssysteme gekennzeichnet werden oder die (regionale) Herkunft durch entsprechende Siegel ausgewiesen werden.

„Alltagsadäquat“ als Qualität nachhaltiger Ernährung

In der weiteren Diskussion wurde deutlich, dass der Gedanke der Bündelung von Qualitäten neue Spielräume für die Entwicklung und Kommunikation nachhaltiger Produkte eröffnet. Bislang stehen beim Marketing nachhaltiger Produkte im Lebensmittelbereich einzelne Qualitäten, z.B. „ökologisch hergestellt“, im Vordergrund. Dagegen können durch die Bündelung von Qualitäten unterschiedliche Merkmale miteinander kombiniert werden. So können beispielsweise die Merkmale Convenience – nicht im Sinne von Bequemlichkeit, sondern von Alltagsentlastung – und gesund in Angeboten verknüpft werden, also Produkte entwickelt werden, die einfach und schnell zuzubereiten, gesund und noch nicht mal teuer sind. Weitere Beispiele für die Bündelung von Qualitäten, die an empirisch ermittelte Motiv-Allianzen anknüpfen, sind die Verbindung der Eigenschaften „bio und Genuss“ oder von „Genuss, Qualität, einfaches Gelingen und gesund“.

Der in der Ernährungswende formulierte Handlungsgrundsatz wurde als ein wichtiger Beitrag bewertet, die im Zusammenhang mit der Diskussion um nachhaltige Ernährung bestehenden grundsätzlichen Vorbehalte gegenüber Convenience-Angeboten abzubauen. Dies wurde im Workshop am Beispiel der Lebensmittelindustrie deutlich. Das Unternehmen Dr. Oetker bündelt die Merkmale Qualität im Sinne der Verwendung qualitativ hochwertiger Rohstoffe und Genuss. Zugleich ist das Unternehmen ein Pionier in der Herstellung „gelingsicherer“ Convenience-Produkte und stellt damit ein zentrales

Merkmal nachhaltiger Ernährung, Alltagsadäquanz, ins Zentrum. Die Produkte von Dr. Oetker bilden ein ausgezeichnetes Beispiel für hochwertige Convenience-Produkte.

Qualitäten von Ernährungssituationen

Auch die Erweiterung der Frage nach Qualitäten auf die Gestaltung von Ernährungssituationen fand Zustimmung. Damit wird Qualität nämlich nicht nur in Bezug auf Mahlzeiten, Rohprodukte, Verarbeitungs- und Zubereitungsprozesse betrachtet, sondern auch nach der Qualität von Einkaufs- wie Ess-Situationen gefragt. Dadurch wird eine „Kompetenzstärkung“ der Konsumentinnen und Konsumenten unterstützt und die Frage angesprochen, wie über Ernährung Gesundheitsförderung im umfassenden Sinne, also die Verbindung mit Bewegung und Entspannung thematisiert werden kann. Die Gestaltung von Ernährungssituationen eröffnet neue Möglichkeiten für die Vermittlung von Informationen, zeigt Wege für eine alltagsadäquate Kommunikation nachhaltiger Ernährung auf. Dabei werden nicht nur Informationen über die stofflichen Eigenschaften von Produkten und Mahlzeiten kommuniziert. Die Umsetzung nachhaltiger Ernährung im Alltag wird in konkreten Situationen bspw. in Kantinen verdeutlicht. Es kann aber auch mit den Produkten ein Bezug zu unterschiedlichen Alltagssituationen hergestellt werden. Ein Beispiel ist die Differenzierung von Produkten für unterschiedliche Ernährungssituationen, wie der „Sportsnack“ mit hoher Kaloriendichte oder der „Konzentrationsnack“ mit weniger Kalorien.

Insgesamt wurde herausgestellt, dass sich solche Anstrengungen für die Wirtschaftsakteure nur lohnen, wenn sie von den Kunden und Kundinnen auch anerkannt und honoriert werden. Dazu müssen sie *glaubwürdig* kommuniziert werden. Dies kann dadurch unterstützt werden, dass von Unternehmen oder Wirtschaftsverbänden festgelegte Qualitätsstandards durch unabhängige Organisationen überprüft werden. Hierfür bietet sich beispielsweise die Kooperation mit Verbraucher- oder Umweltorganisationen an, die durch ihre Unabhängigkeit die Glaubwürdigkeit solcher Standards gegenüber der Öffentlichkeit besser verbürgen können.

3.3 Handlungsgrundsatz „Kompetenzen stärken“

Die Teilnehmenden stimmten darin überein, dass gesellschaftlichen Akteuren angesichts der Erosion von Ernährungskompetenzen bei der Umsetzung dieses Handlungsgrundsatzes eine zunehmende Bedeutung zukommt.

Neue Wege der Kompetenzstärkung als Herausforderung für alle Akteure

Gerade aus Sicht der Krankenkassen stellt die Stärkung von Ernährungskompetenzen einen zentralen Bestandteil von Gesundheitsförderung dar. Fehlernährung und ihre Folgen wie Adipositas und Diabetes treten immer häufiger bereits bei jüngeren Altersgruppen auf und verursachen hohe Folgekosten im Gesundheitswesen. Zwar spielt die Familie nach wie vor eine zentrale Rolle bei der Vermittlung von Ernährungskompeten-

zen. Darüber hinaus sollten aber auch der Staat in Schule und Betreuungseinrichtungen für Kinder und Jugendliche und die Wirtschaftsakteure im Rahmen ihrer Möglichkeiten verstärkt die Aufgabe einer Vermittlung von Ernährungskompetenzen übernehmen.

Die beteiligten Akteure stimmten darin überein, dass die klassischen Ansätze der Ernährungskommunikation nur eine sehr begrenzte Reichweite haben. Die Vermittlung von Ernährungskompetenzen kann sich daher nicht auf klassische Formen der Aufklärung z.B. über die Inhaltsstoffe von Lebensmitteln beschränken, sondern hat nicht weniger als eine Veränderung der Konsumgewohnheiten zum Ziel. Im Hinblick auf Kommunikationsstrategien für eine gesundheitsfördernde Ernährung wurde zudem angemerkt, dass solche Ansätze nur dann erfolgreich sein können, wenn Assoziationen mit Krankheit vermieden werden und ein Bezug zu positiven Werten (Geschmackserlebnis, Genuss, gute Figur) plausibel hergestellt werden kann. Sonst besteht die Gefahr, dass gesunde Ernährung als eine Sache für Kranke angesehen wird. Anders als im klassischen Marketing sollten bei der Ernährungskommunikation jedoch auch die negativen Folgen falscher Ernährungsweisen herausgestellt werden. Beides zu verknüpfen, stellt eine große Herausforderung dar.

Umsetzung in der Praxis

Angesichts der Reichweite dieser Aufgabe stellt sich daher die Frage, welche Rolle Unternehmen in diesem Zusammenhang übernehmen können. In der Diskussion wurde deutlich, dass es eine Vielzahl von Möglichkeiten gibt, wie die Lebensmittelwirtschaft die Kompetenzstärkung unterstützen und wie sie solche Initiativen in ihre Marketingaktivitäten einbinden kann. Auch die Kompetenzstärkung professioneller Akteure erwies sich als ein bedeutendes Handlungsfeld, in dem bereits erfolgversprechende Initiativen gestartet wurden.

Am Beispiel der Backmischungen und Desserts von Dr. Oetker wurde deutlich, wie der Handlungsgrundsatz der Stärkung von Ernährungskompetenzen auch auf die Zubereitung von Convenience-Produkten angewendet werden kann. Bei Pulvermischungen, bei denen im Gegensatz zu Tiefkühlfertiggerichtern einzelne Zubereitungsschritte selbst ausgeführt werden müssen, verbleiben bei der Zubereitung vielfältige Ansatzpunkte für die eigene Kreativität. Dieser Spielraum kann für eine Stärkung von Ernährungskompetenzen genutzt und zugleich der Gedanke einer gesunden Ernährung betont werden. Dr. Oetker bietet vielfach getestete, robuste Hinweise für die Zubereitung seiner Produkte an, die sich in geeigneter Weise erweitern ließen.

Beispiele aus der Praxis zeigen, dass Akteure im Ernährungsbereich unterschiedliche Ansätze verfolgen, die eine Stärkung von Ernährungskompetenz zum Ziel haben. So kann Kompetenzstärkung im Rahmen von Events erfolgen, die von Unternehmen für ihre Kundinnen und Kunden organisiert werden. Beispielsweise kann der Lebensmittelhandel einen Sinnesparcours für Kinder und Jugendliche in Einkaufsstätten durchführen, bei denen Kenntnisse über Lebensmittel, ihre Eigenschaften und Zubereitungsmöglichkeiten vermittelt und die Jugendlichen zugleich als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren genutzt werden können. Großküchen und Kantinen können Veranstaltungen für

Kundinnen und Kunden durchführen. Unter dem Motto „Kochen mit Freunden“ führt die WestLB beispielsweise Kochabende durch, bei denen Kunden und Kundinnen gemeinsam mit Profis kochen. Solche Aktionen können durch Rezepte und Fotodokumentation begleitet werden und dazu beitragen, die Teilnehmenden selbst wieder zu Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu machen. Im Intranet der Bank sind Rubriken zum Thema Ernährung und Gesundheit hinterlegt. Hier finden sich u.a. Erläuterungen zur Wirkungsweise von Nährstoffen sowie Informationen über den Einsatz von Biolebensmitteln in der WestLB mit Rezepten zum Nachkochen. Kunden und Mitarbeiter können ihre Fragen und Anregungen zum Thema Ernährung und Gesundheit auf digitalen Feedback-Bögen mitteilen.

Darüber hinaus wurde darauf hingewiesen, dass auch der Breitensport ein wichtiges Handlungsfeld für die Vermittlung von Ernährungskompetenzen darstellt. So kann im Jugendsport das Thema Sport und Ernährung aufgegriffen werden, wobei auf Erfahrungen aus der Suchtprävention zurückgegriffen werden kann, um Aktionen und Kampagnen gemeinsam mit Sportvereinen durchführen.

Kompetenzbedarf der professionellen Akteure

Es mangelt jedoch nicht nur KonsumentInnen an Kompetenzen für eine nachhaltige Ernährung. Vor allem der Lebensmittelhandel und die Betreiber von Kantinen sehen eine wichtige Aufgabe darin, die Kompetenzen professioneller Akteure im Hinblick auf eine nachhaltigere Ernährung zu stärken. Beispielsweise bietet Edeka Informationen und Schulungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Thema Ernährung an, bei denen nicht nur Warekunde vermittelt wird, sondern auch weitere Aspekte wie der Zusatznutzen von Bio-Produkten im Vergleich zu konventionellen Lebensmitteln erklärt wird.

Als erfolgversprechend wurde eine Übertragung des Grundgedankens des Empowerments angesehen, bei dem professionelle Akteure durch eine Stärkung der Ernährungskompetenzen in die Lage versetzt werden sollen, selbst zu Multiplikatoren einer umweltverträglichen und gesünderen Ernährung zu werden. Beispielsweise können auszubildende Köche für Bioprodukte sensibilisiert werden und selbst wieder in Schulen als Multiplikatoren für gesunde Ernährung fungieren. Darüber hinaus wurde es als notwendig erachtet, nachhaltige Ernährung stärker in den Ausbildungsberufen im Gastgewerbe zu berücksichtigen. Das Bio-Mentoren-Netzwerk führt derzeit an Berufsschulen ein Modellprojekt zur Aufklärung von Auszubildenden in der zweiten Lehrjahrsstufe über den Einsatz von Bio-Lebensmitteln mit Verkostung und Präsentation durch.

3.4 Handlungsgrundsatz „Strukturen bilden“

Am Beispiel der Entwicklung neuer Ansätze der Ernährungskommunikation, die nicht auf individuenzentrierte Aufklärung setzt, wurde deutlich, dass eine Veränderung von Rahmenbedingungen und eine Zusammenarbeit unterschiedlicher Akteure in Kooperationen und Netzwerken den Erfolg von Kommunikationsaktivitäten erhöhen kann.

Bestehende Aktivitäten durch übergreifende Strukturen bündeln

Dabei geht es weniger um einmalige Zusammenarbeit oder punktuelle Kooperationen, sondern um den Aufbau von Strukturen, die dauerhaft für Kooperationsprojekte genutzt werden können. Ein Problem besteht vor allem darin, die vielfältigen bestehenden Aktivitäten, die nicht selten nebeneinander her laufen, zu bündeln, um Doppelarbeit zu vermeiden und ein möglichst effektives Vorgehen zu erreichen. Im Bereich der Gesundheitsförderung sind bereits Ansätze für solche Vernetzungen vorhanden. Das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) hat beispielsweise die Plattform Ernährung und Bewegung eingerichtet. Auch das Deutsche Forum Prävention hat das Ziel, Aktivitäten zum Thema Gesundheitsförderung und Ernährung zu koordinieren.

Ansätze in der Praxis

Wie wichtig der Aufbau von Kooperationen ist und wie erfolgreich er sein kann, zeigt das Beispiel der von der AOK gemeinsam mit einer Vielzahl von Akteuren durchgeführten „PfundsKur“. Dabei handelt es sich um eine landesweite Kampagne zum Abnehmen in Baden Württemberg und in Sachsen, die auf eine langfristige Ernährungsumstellung angelegt ist, Ernährung, Bewegung und Entspannung einschließt und insgesamt auf Wohlbefinden zielt. In Kooperation mit dem regionalem Handwerk wurden u.a. AOK-Brot und AOK-Wurst angeboten. Weitere Kooperationspartner waren Lebensmitteleinzelhandel, Kantinen und Restaurants. Die Kampagne wurde durch eine breite Medienkampagne, Fachvorträge sowie mit einer Fülle von Informationsmaterialien und Büchern begleitet. Außerdem gab es Rezepte für gesunde Ernährung im eigenen Haushalt. Die Übertragung dieses erfolgreichen Konzepts auf andere Bundesländer ist bis jetzt noch nicht gelungen, da die erforderlichen Kooperationsbeziehungen für die Durchführung einer solchen umfassenden Kampagne nicht überall vorhanden sind.

Als weiteres Handlungsfeld für eine Stärkung von Kooperationsbeziehungen wurde der Bereich der Produktentwicklung benannt. Durch eine intensivere Kooperationen von Handel und Herstellern können beispielsweise Produkte entwickelt werden, die den Gesundheitsorientierungen von KonsumentInnen entgegenkommen und zugleich leicht in bestehende Ernährungsroutinen integriert werden können. So könnten beispielsweise konventionelle Nudeln mit Faserstoffen angereichert werden, ohne darum gleich den „Charakter exotischer Vollwertprodukte“ anzunehmen.

Auch auf regionaler Ebene gibt es erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Erzeugern und Verarbeitung, wie Kooperationen zwischen Landwirtschaft, Handwerk (bspw. Bäckereien und Metzgereien) und Verarbeitern (bspw. Ölmühlen und Safthersteller) sowie Vermarktung und Handel. Im Sinne des Handlungsgrundsatzes „Strukturen bilden“ gilt es, diese Netzwerke und Kooperationen weiter auszubauen.

Strukturbildung als langfristige Aufgabe

Über den Bedarf an Strukturbildung waren sich die eingeladenen Akteure einig, insbesondere auch darüber, dass nicht nur Akteure, die sich im engen Sinne mit Ernährung beschäftigen, sondern auch Medien, Akteure aus den Bereichen Gesundheit, Bildung etc. wichtige Kooperationspartner darstellen. Wie wirksam und erfolgreich Vernetzungen und Kooperationen sein können, wurde mit den unterschiedlichen Praxisbeispielen illustriert. Gleichzeitig wurde deutlich, dass über Bestehendes hinaus ein großes Bedürfnis nach stabilen Bündnissen und auf Langfristigkeit angelegte Strukturbildung besteht. Strukturbildung für eine nachhaltige Ernährung wurde insgesamt als wichtige und dringliche, aber nur langfristig verwirklichtbare Aufgabe anerkannt.

4 Bilanz und Ausblick

Der Stakeholder-Workshop bildete den Abschluss des vom ISOE bearbeiteten Teilprojekts „Ernährung im Alltag“ über die Anforderungen von KonsumentInnen an eine Ernährungswende im Alltag. Sein Ziel war die Kommunikation von Ergebnissen des interdisziplinären Forschungsprojekts „Ernährungswende“ und der daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen an Praxisakteure. Dem Workshop lag die These zugrunde, dass eine Ernährungswende nicht durch staatliche Regulierung durchgesetzt werden kann. Eine Ernährungswende kann nur erreicht werden, wenn es gelingt, eine breite gesellschaftliche Bewegung – trotz unterschiedlicher Interessen – in Gang zu setzen und für nachhaltige Ernährung eine Verständigung über gemeinsame Ziele und erforderliche Maßnahmen zu erwirken.

In diesem Sinne brachte der Workshop eine ungewöhnliche Konstellation von Akteuren zusammen. Die offene, anregende und produktive Diskussion zwischen den anwesenden VertreterInnen aus Lebensmittelindustrie und -handel, Außer Haus-Verpflegung, Verbraucherorganisationen und Krankenkassen kann als Erfolg gewertet werden und weist auf das große Interesse an einem Austausch zwischen den engagierten Akteuren in diesem Feld hin.

Das Workshop-Konzept und die Beschränkung auf einen kleinen Kreis von Teilnehmenden aus Organisationen, die Vorreiter des Nachhaltigkeitsgedankens sind, wurden von den Beteiligten als durchweg gelungen bewertet. Der Workshop machte ein großes Handlungspotential sichtbar und erbrachte aus Sicht der Teilnehmenden viele Anregungen für ihre weitere Arbeit sowie die Einsicht in die Handlungsmöglichkeiten unterschiedlicher Akteursgruppen.

Das Gelingen des Workshops wird nicht zuletzt daran deutlich, dass der Wunsch entstand, den Dialog fortzusetzen. Dabei bestand insbesondere das Bedürfnis, die Verständigung über den Handlungsgrundsatz „Verantwortung teilen“ fortzusetzen und dabei vor allem auch weitergehende Formen der Übernahme von Ernährungsverantwortung durch die Lebensmittelindustrie auszuloten. Außerdem könnte durch einen Stakeholder-Dialogprozess die Bildung von Kooperationen, Vernetzung und Strukturbildung gefördert werden.

Der Stakeholder-Workshop kann als ein erster Schritt gewertet werden, Akteurskooperationen zur Umsetzung der im Forschungsprojekt herausgearbeiteten Handlungsoptionen zu identifizieren. Zugleich macht der Workshop jedoch deutlich, dass es Akteure bedarf, die sich um die Organisation strategischer Dialoge kümmern und Umsetzungsaktivitäten begleiten. Eine Weiterführung des mit dem Stakeholder-Workshop begonnen Dialogprozesses wurde daher von allen Beteiligten ausdrücklich begrüßt. Dies setzt allerdings eine entsprechende Unterstützung voraus.

5 Literatur

- Eberle, Ulrike/Fritsche, Uwe R./Hayn, Doris/Empacher, Claudia/Simshäuser, Ulla/Rehaag, Regine / Waskow, Frank (2004): Umwelt-Ernährung-Gesundheit: Beschreibung der Dynamiken eines gesellschaftlichen Handlungsfeldes / unter Mitarbeit von Kirsten Wiegmann, Katja Hünecke, Wolfgang Reuter, Immanuel Stieß, Konrad Götz, Eva Barlösius. Ernährungswende-Diskussionspapier, Nr. 1. Öko-Institut / Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE / IÖW / Katalyse-Institut. Freiburg, Hamburg, Darmstadt, Frankfurt, Heidelberg, Köln
- Eberle, Ulrike/Fritsche, Uwe R./Hayn, Doris/Rehaag, Regine/Simshäuser, Ulla/Stieß, Immanuel/Waskow, Frank (2005): Nachhaltige Ernährung. Ziele, Problemlagen und Handlungsbedarf im gesellschaftlichen Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit. Ernährungswende-Diskussionspapier Nr. 4. Öko-Institut/Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE / IÖW / Katalyse-Institut. Freiburg, Hamburg, Darmstadt, Frankfurt, Heidelberg, Köln
- Eberle, Ulrike/ Reuter, Wolfgang (2004): Ernährungsrisiken. Identifikation von Handlungsschwerpunkten / unter Mitarbeit von Uwe R. Fritsche, Jennifer Teufel. Ernährungswende-Diskussionspapier Nr. 3. Öko-Institut. Hamburg, Freiburg, Darmstadt
- Empacher, Claudia/Hayn, Doris (2005): Ernährungsstile und Nachhaltigkeit im Alltag. In: Brunner, Karl-Michael/Schönberger, Gesa U. (Hrsg.): Nachhaltigkeit und Ernährung. Produktion, Handel, Konsum. Frankfurt am Main, 222-239
- Fritsche, Uwe/Eberle, Ulrike/Wiegmann, Kirsten (2005): Woher, wie viel, wie weiter? – Lebensmittel, Ernährungsstile und Stoffströme. In: Ökologisches Wirtschaften 1/2005, Berlin: 19f.
- Fritsche, Uwe/Wiegmann, Kirsten (2004): Vom Acker auf den Teller. Die Umweltbelastung beginnt bei der Nachfrage. In: Öko-Mitteilungen 4/2004: 8-11
- Hayn, Doris (2005): Ernährungsstile. Über die Vielfalt des Ernährungshandelns im Alltag. In: AgrarBündnis (Hrsg.): Landwirtschaft 2005. Der kritische Agrarbericht. Hintergrundberichte und Positionen zur Agrardebatte. Hamm, 284-288
- Hayn, Doris/Empacher, Claudia (2004a) (Hrsg.): Ernährung anders gestalten – Leitbilder für eine Ernährungswende. Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE. München
- Hayn, Doris / Empacher, Claudia (2004b): Ernährungsleitbilder und Alltag. In: Hayn, Doris/Empacher, Claudia (Hrsg.): Ernährung anders gestalten – Leitbilder für eine Ernährungswende. Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE. München, 40-50
- Hayn, Doris/Empacher, Claudia/Halbes, Silja (2005): Trends und Entwicklungen von Ernährung im Alltag. Ergebnisse einer Literaturrecherche / unter Mitarbeit von Annett Höpfner und Gudrun Seltmann. Ernährungswende-Materialienband Nr. 2. Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE. Frankfurt am Main

- Hayn, Doris / Schultze, Irmgard (2004): Ernährung und Lebensstile in der sozial-ökologischen Forschung – Einsichten in die motivationalen Hintergründe des alltäglichen Ernährungshandelns. In: Bundesamt für Naturschutz BfN (Hg.), Ernährungskultur: Land(wirt)schaft, Ernährung und Gesellschaft. 26. Wissenschaftliche Jahrestagung der AGEV. BfN-Skripten, Nr. 123, 54-65
- Hünecke, Katja/Fritsche, Uwe R./Eberle, Ulrike (2004): Lebenszykluskosten für Ernährung. Ernährungswende-Diskussionspapier Nr. 2. Öko-Institut. Darmstadt, Freiburg
- Rehaag, Regine/Waskow, Frank (2005): Der BSE-Diskurs als Beispiel öffentlicher Ernährungskommunikation / unter Mitarbeit von Eva Barlösius. Ernährungswende-Diskussionspapier Nr. 10. Katalyse Institut für angewandte Umweltforschung. Köln
- Schmitt, Katharina (2005): CSR in der strategischen Verhandlungsführung – Eine Fallstudienanalyse deutscher und britischer Unternehmen der Ernährungsindustrie. Berlin
- Simshäuser, Ulla (2005): Appetit auf Schule – Leitlinien für eine Ernährungswende im Schulalltag. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung IÖW. Berlin
- Simshäuser, Ulla/Mraz, Gabriele/Hofmann, Roswitha (2004): Ohne Partizipation keinen Ernährungswende. Alltagsbeispiel Mittagstisch. In: Ökologisches Wirtschaften, Nr. 1. Berlin, 21-23
- Stieß, Immanuel / Hayn, Doris (2005): Ernährungsstile im Alltag. Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung / unter Mitarbeit von Konrad Götz, Steffi Schubert, Gudrun Seltmann und Barbara Birzle-Harder. Ernährungswende-Diskussionspapier Nr. 5. Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE. Frankfurt am Main
- Waskow, Frank / Rehaag, Regine (2004): Ernährungspolitik nach der BSE-Krise – ein Politikfeld in Transformation/unter Mitarbeit von Eva Barlösius. Ernährungswende-Diskussionspapier Nr. 6. Katalyse Institut für angewandte Umweltforschung. Köln
- Barlösius, Eva/Bruse, Maike (2005): Der BSE-Diskurs als Beispiel politischer Ernährungskommunikation / unter Mitarbeit von Regine Rehaag und Frank Waskow. Ernährungswende-Diskussionspapier Nr. 9. Katalyse Institut für angewandte Umweltforschung. Köln

6 Anhang

Anhang 1

ERNÄHRUNGS WENDE

ALLTAG

Ernährungsstile

Handlungspotenziale für eine Ernährungswende im Alltag

ExpertInnen-Workshop am 1. Juni 2005

Dr. Doris Hayn, ISOE

gefördert durch



Entwicklung der Typologie der Ernährungsstile

ERNÄHRUNGS
WENDE

ALLTAG

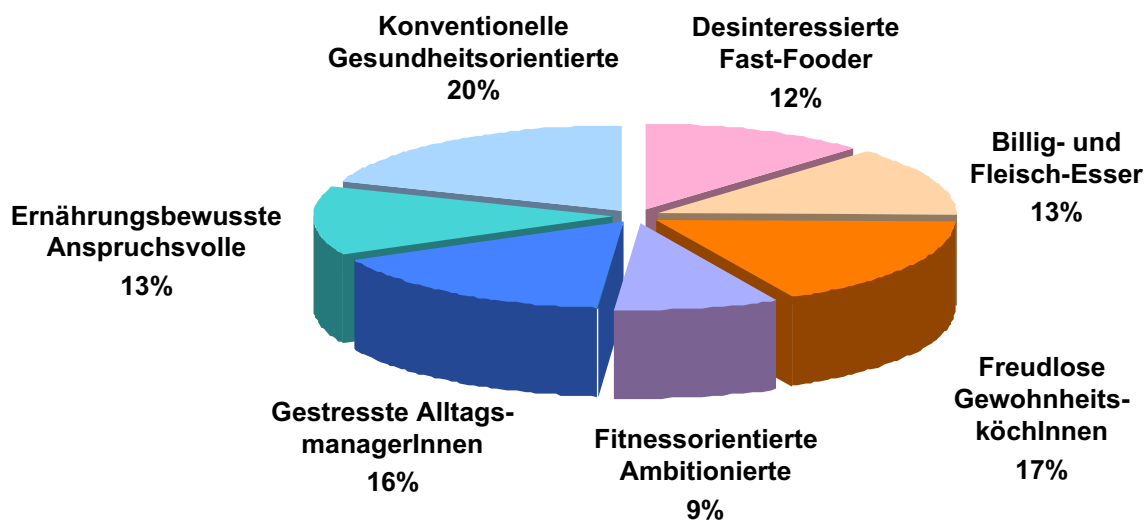
- Zielsetzung: **Untersuchung der Einbettung von Ernährung im Alltag** als Basis für die Entwicklung von Handlungsstrategien ausgehend vom Ernährungshandeln der KonsumentInnen
- Forschungsdesign der quantitativen Empirie:
 - Grundgesamtheit: Alle Personen ab 18 Jahren in einem eigenen Haushalt
 - repräsentative Stichprobe: **2039**
 - Computer-gestützte persönliche Interviews (Dauer: 45 Minuten)
 - Feldphase: Februar/März 2004
- Erfasst wurden drei Dimensionen (sozial-ökologischer Lebensstilansatz):
 - **Soziale Situiertheit**: Lebensphase (Alter, Haushaltsstruktur, Kinder), Bildung, Erwerbstätigkeit und Einkommen
 - **Orientierungen**
bezogen auf die Lebensführung („Werte“)
bezogen auf Ernährung und Gesundheit, Einkauf und Zubereitung von Lebensmitteln, Mahlzeiten
 - **ernährungsspezifisches Verhalten**: Zubereitung; qualitative Zusammensetzung, Zeitpunkt und Ort von Mahlzeiten (Stichtag: „24 Stunden-Recall“); Body-Mass-Index

Wozu dient die Typologie der Ernährungsstile?

- Sie ermöglicht ein besseres Verständnis des Ernährungshandelns im Alltag und liefert ein differenziertes Bild des **Zusammenhangs von Ernährungsorientierungen, Ernährungsverhalten und Lebensstilorientierungen unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen (Soziodemografie)**
- Sie gibt Hinweise auf **Anknüpfungspunkte**, aber auch auf **Barrieren** für eine nachhaltige Ernährung im Alltag
- Sie liefert **Ansatzpunkte** für die Erarbeitung von Handlungsstrategien in Richtung einer nachhaltigen Ernährung



Die sieben Ernährungsstile im Überblick



Ernährungsorientierungen und -verhalten

- Deutliches Desinteresse am Thema Ernährung; geringe Bereitschaft, sich über gesunde, ausgewogene Ernährung Gedanken zu machen
 - Gegessen wird unregelmäßig und nach Lust und Laune, Mahlzeiten finden vorwiegend außer Haus statt (Mensa, Kantine, Fast-Food-Restaurant)
 - Gekocht wird selten, dann schnell, mit geringem Aufwand und hohem Anteil an Convenience-Produkten.
Bei Männern *und* Frauen kaum Interesse am alltäglichen Kochen
 - Einkaufen ist Stress, Werbung wird gerne als Anregung genutzt
- **Auflösung konventioneller Rhythmen und Trend zu Enthäuslichung der Ernährung**
- **Funktionales Gesundheitsverständnis: „Der Körper als funktionstüchtige Maschine“**

Lebensstilorientierungen

- Starkes Bedürfnis nach Unabhängigkeit und Flexibilität
- Arbeit ist Mittel zum Zweck, in der Freizeit: Bedürfnis nach starken Reizen und Erlebnissen in der Peergroup

Soziodemografie

- Männer deutlich in der Überzahl
 - Vorwiegend jüngere Altersgruppen
 - Sowohl einfache als auch höhere Bildungsabschlüsse
 - Single-Haushalte dominieren neben DINKS
 - Über die Hälfte arbeitet Vollzeit; viele befinden sich noch in Ausbildung
 - Unterdurchschnittliches Einkommen
- **Junge Erwachsene in der Vor-Familienphase**

Anknüpfungspunkte und Barrieren

- Ernährung im Alltag „fast“ und convenient
- Essen außer Haus in Freizeit und Ausbildung
- Essen (und Kochen) als Spaß und Genuss im Gruppenkontext
- „Peergroup-gerechtes“ Image von Angeboten, Service und Präsentation
- Desinteresse am Thema Ernährung
 - Nachhaltige Ernährung über „passende“ Ernährungsleitbilder zum Thema machen

Ernährungsorientierungen und -verhalten

- Ernährung muss preiswert und unkompliziert sein, Gesundheit hat eine deutlich untergeordnete Rolle
 - Gegessen wird nach Lust und Laune: Essen soll schmecken und satt machen
 - Gekocht wird ohne großen Aufwand (auch von Männern), häufiger Verzehr von Fertiggerichten und Convenience-Produkten
 - Fleisch gilt als ideales Nahrungsmittel, da es einfach und kreativ zuzubereiten ist
 - Bio-Lebensmittel werden abgelehnt (zu teuer, nicht schmackhaft und unklar im Nutzen)
- ➔ Vereinfachung des Lebens durch Hinwendung zu Convenience-Angeboten
- ➔ Die Essenszeiten folgen keinem festen Schema, es muss nicht jeden Tag warm gekocht werden, gemeinsame Mahlzeiten verlieren an Bedeutung

Lebensstilorientierungen

- Erwerbsarbeit wird als belastend und eintönig empfunden
- Freizeit: Bedürfnis nach Abwechslung, Spaß und Unterhaltung

Soziodemografie

- Frauen und Männer sind etwa gleich stark vertreten
- Altersschwerpunkt unter 45 Jahren
- Eher einfache und mittlere Bildungsabschlüsse
- Haushalte mit mehreren Kindern sind leicht überrepräsentiert
- Die Mehrheit ist berufstätig, überwiegend in Vollzeit; außerdem sind viele arbeitslos
- Mittlere und geringe Einkommen überwiegen

Anknüpfungspunkte und Barrieren

- Bedürfnis nach günstigem Preis-Leistungs-Verhältnis (Discount-Orientierung)
- Bedürfnis nach Vereinfachungen und wenig Aufwand (Convenience - Orientierung)
- Beteiligung der Männer beim Kochen
 - gezieltes Kompetenzen vermitteln, z.B. Tipps für einfach zuzubereitende Gerichte mit frischen Zutaten (Fleisch & Gemüse, z.B. Wok-Gerichte)
- Essen mit Lust und Laune
- Desinteresse an Gesundheit
- Beliebtheit von Fleisch und hoher Fleischkonsum

Ernährungsorientierungen und -verhalten

- Wenig ausgeprägtes Interesse am Thema Ernährung, dementsprechend geringes Bewusstsein für eine gesunde Ernährung
 - Feste Gewohnheiten und Routinen bei Einkauf und Kochen (kaum Fertigprodukte)
 - Geessen wird sehr regelmäßig (warme Mahlzeiten zuhause), ist aber ein nebensächliches Muss und kaum mit Freude und Genuss verbunden
 - Der Preis spielt bei den Lebensmitteln eine überragende Rolle
- **Bedingt durch das fortgeschrittene Alter (Nachkriegsgeneration) fest verankerte Ernährungsgewohnheiten**
- **Großer Anteil an Übergewichtigen**

Lebensstilorientierungen

- Grundorientierungen: Bescheidenheit und Sicherheit
- Rückzug: das soziale Leben spielt keine große Rolle mehr
- kaum Offenheit für Neues
- Wenig positiver Körperbezug

Soziodemografie

- Über drei Viertel sind älter als 60 Jahre und im Ruhestand
- Meist einfache Bildungsabschlüsse
- Ein- und Zwei-Personen-Haushalte sind stark überrepräsentiert
- Niedrige Einkommen

Anknüpfungspunkte und Barrieren

- Starre Gewohnheiten, die sich nur schwer durchbrechen lassen
- Essen als Nebensache
- Begrenztes Haushaltsbudget, Sparsamkeit
- Ernährung mit sozialen Kontakten verbinden
- Erleichterungen im häuslichen Ernährungsalltag

Ernährungsorientierungen und -verhalten

- Ernährung dient in erster Linie dazu, die eigene Leistungsfähigkeit und Fitness aufrecht zu erhalten
- Gekocht wird (primär am Wochenende) gerne, kreativ und abwechslungsreich
- Geessen wird sehr kontrolliert (äußere Erscheinung)
- Wertschätzung qualitativ hochwertiger Lebensmittel, wobei der Preis keine große Rolle spielt
- Bio-Produkte genießen überdurchschnittliches Vertrauen, auch gesundheitsfördernde Zusätze werden verwendet
- ➔ **Auf die Belastungen des beruflichen und privaten Alltags wird mit pragmatischen Lösungen reagiert: flexible Essenszeiten, nicht jeden Tag warm kochen, Außer Haus und Fertigprodukte sind selbstverständlich**
- ➔ **Gleichzeitig: Bestreben, mindestens einmal am Tag gemeinsam mit PartnerIn oder Familie zu essen**

Die fitnessorientierten Ambitionierten (2)

Lebensstilorientierungen

- Leistung und beruflicher Erfolg sind von großer Bedeutung
- Kulturelles Interesse und soziales Engagement spielen eine große Rolle
- Starkes Bedürfnis nach Flexibilität und Zeitsouveränität
- Auf das äußere Erscheinungsbild und die Figur wird viel Wert gelegt

Soziodemografie

- Frauen sind leicht überrepräsentiert
- Mittlere Altersgruppen überwiegen
- In jedem dritten Haushalt leben Kinder
- Beide Partner sind in der Regel berufstätig, die Mehrheit geht einer Vollzeitbeschäftigung nach
- Viele FreiberuflerInnen und Selbstständige
- Im Typenvergleich höchstes Haushaltseinkommen

Die fitnessorientierten Ambitionierten (3)

Anknüpfungspunkte und Barrieren

- Wunsch nach fitnesssteigernder und gesunder Ernährung
- Hohe Wertschätzung von genussvollem, kreativem Essen und Kochen
- Bedürfnis nach Convenience und Zeitersparnis im stressigen Berufsalltag
- Hohes Haushaltsbudget und Preisbereitschaft

Ernährungsorientierungen und -verhalten

- Anspruch (für die Kinder) regelmäßig, abwechslungsreich und mit frischen Zutaten zu kochen
 - Dieser Anspruch (wenig Convenience-Produkte und Außer Haus) kollidiert oft mit fehlender Zeit: das alltägliche Kochen wird zur lästigen Pflicht
 - Wichtig sind familiäre Rituale: zumindest einmal am Tag gemeinsam und ohne störende Ablenkungen (TV) essen
 - Fleisch spielt für die schnelle Küche eine selbstverständliche Rolle, Massentierhaltung wird tendenziell abgelehnt
 - Zu funktionalen und chemischen Zusätzen besteht eine gewisse Affinität, Bio-Lebensmitteln steht dieser Typ eher skeptisch gegenüber
- **Aufreibender Spagat zwischen (kaum erfüllbaren) hohen Ansprüchen an die Ernährung der Familie und den Kräfte zehrenden Alltagsanforderungen**

Lebensstilorientierungen

- Hohe Bedeutung von Familie und Heim
- Sehnsucht nach „Entpflichtung“:
Mehr Zeit für sich selbst und die eigenen Bedürfnisse

Soziodemografie

- Drei Viertel dieses Typs sind Frauen
- Überwiegend verheiratet, zwischen 25 und 45 Jahren
- Mittlere Bildungsabschlüsse sind überrepräsentiert
- Meist Haushalte mit ein oder zwei Kindern, wobei Haushalte mit mehreren Kindern weit überrepräsentiert sind
- Viele sind entweder nicht berufstätig oder arbeiten Teilzeit, ein Drittel arbeitet Vollzeit
- Relativ niedriges Einkommen

Anknüpfungspunkte und Barrieren

- Hohe Ansprüche an gesunde und abwechslungsreiche Ernährung der Familie
- „Zeitnot“ und enges Haushaltsbudget
- Hohe zeitliche Belastung durch Berufstätigkeit und Versorgungsarbeit
- Unsicherheit und Mangel an Orientierung

Ernährungsorientierungen und -verhalten

- Starkes Bewusstsein für die Zusammenhänge zwischen Ernährung und Gesundheit
 - Wertschätzung einer kommunikativen Essenskultur ohne zwanghafte Ritualisierung
 - Das Augenmerk richtet sich auf Qualität und Frische der Lebensmittel, auch Regionalität spielt eine Rolle (viel frisches Gemüse und Obst)
 - Hinwendung zu Bio-Lebensmitteln, die sowohl mehr Genuss versprechen, als auch Körper und Seele gut tun; dafür ist man bereit, mehr Geld auszugeben
 - Starke Ablehnung von Convenience-Produkten, auf Fleisch wird zunehmend verzichtet, auch aufgrund der Ablehnung von Massentierhaltung
- ➔ **Große Sensibilität für die ganzheitliche Bedeutung der Ernährung**

Lebensstilorientierungen

- Ausgeprägte kulturelle Interessen, Sensibilität für soziale Fragen
- Wunsch nach Zeitsouveränität und Arbeitsflexibilität
- Selbstverständliche Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien

Soziodemografie

- Mittlere Altersgruppen (25 bis 45) sind überrepräsentiert
- Hohes Bildungsniveau: drei Viertel sind AkademikerInnen
- Überwiegend Single- und Paarhaushalte, Familien mit einem Kind sind leicht überrepräsentiert
- Überproportional viele Vollzeitberufstätige und Studierende
- Mittlere bis hohe Einkommen

Anknüpfungspunkte und Barrieren

- Ernährungs- und Gesundheitsbewusstsein
- Hohe Wertschätzung von Genuss, Authentizität und Muße
- Wunsch nach nachhaltiger Ernährung im beruflichen Alltag
- Hohe Motivation, nachhaltige Ernährung im Alltag umzusetzen
 - Bestätigung, das ökologisch und ethisch Richtige zu tun und Motivation zu „noch mehr und noch konsequenter“
 - Kompetente und differenzierte Berichterstattung mit optimistischem Tenor (Trends und Erfolgsgeschichten einer nachhaltigen Ernährung)
- Bedürfnis nach zeitgemäßem Image nachhaltiger Ernährung (z.B. vegetarisches Ethno-Food, leichte regionale Küche)

Ernährungsorientierungen und -verhalten

- Zusammenhang Ernährung und Gesundheit ist bewusstseinsprägend
 - Essen und Kochen mit Lust und Hingabe: Kreatives, entspanntes Kochen und regelmäßiges, kommunikatives Essen (wenig Außer Haus-Ernährung)
 - Wichtig sind Frische, Regionalität und jahreszeitliche Angebote (wenig Convenience-Produkte). Allerdings spielt auch der Preis eine wichtige Rolle
 - Aufgeschlossenheit gegenüber Bio-Lebensmitteln, sowohl aus Genuss- als auch aus Gesundheitsmotiven
 - Überdurchschnittlicher Konsum von Produkten mit gesundheitsfördernden Zusatzstoffen
- **Bedürfnis, sich mit zunehmendem Alter gesund zu ernähren**
- **Aber: Sinnlichkeit und Genussfreude kollidieren mit Gewichtsproblemen**

Lebensstilorientierungen

- Hohe Bedeutung von Familie und Heim, Frauen haben ein eigenes Selbstverständnis ihrer Rolle jenseits der traditionellen Pflichterfüllung
- Soziales Engagement ist selbstverständlich
- Positiver Bezug zum eigenen Körper und dessen Gesundheit und hohe Bedeutung eines gepflegten Äußeren

Soziodemografie

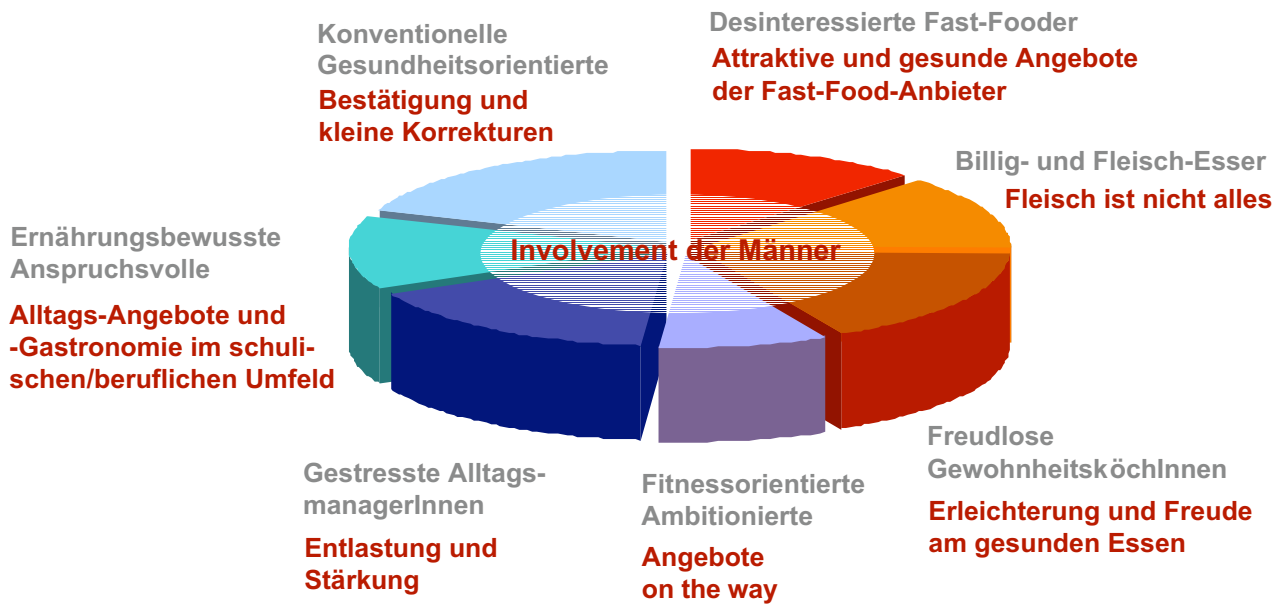
- Frauen sind leicht überrepräsentiert
- Mittlere und höhere Altersgruppen
- Überwiegend einfache Bildungsabschlüsse
- Viele Ein- und Zweipersonen-Haushalte („Empty Nester“)
- Niedrige bis mittlere Einkommen
- Viele RentnerInnen und Pensionäre

Anknüpfungspunkte und Barrieren

- Ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein
 - Gesund und fit im Alter: z.B. Ernährungsberatung in Seniorensport integrieren, einschl. entsprechender Weiterbildung für TrainerInnen und KursleiterInnen
- Lust am Kochen und Essen
- Regionalität und Saisonalität

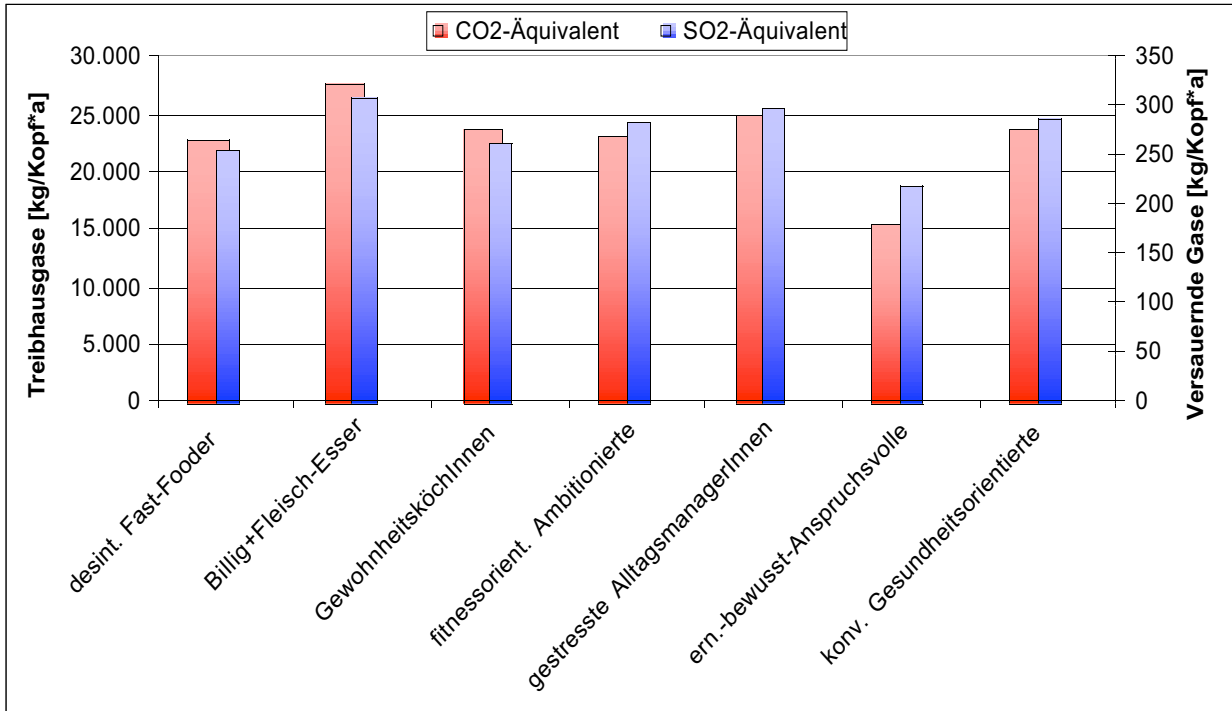
Schwerpunkte der sieben Ernährungsstile – ISOE-Lebensphasenmodell

Sozialisation	Aktive Lebensphase						Alter	
	Heranwachsend			Familie / Alleinerziehende			Ruhestand	
	Ab 14	Dynamisch	Stabil	Kleine Kinder	Größere Kinder	Post familiär	Aktiv	Passiv
Interesse an Ernährungsfragen hoch niedrig	Ernährungsbewusste Anspruchsvolle							
	Fitnessorientierte Ambitionierte						Konventionelle Gesundheitsorientierte	
				Gestresste AlltagsmanagerInnen				
				Billig- und Fleisch-Esser				
	Desinteressierte Fast-Fooder						Freudlose GewohnheitsköchInnen	



Anhang 2

Umweltbezogene Effekte der Ernährungsstile (Inner-Haus-Verzehr)



Anhang 3

ERNÄHRUNGS WENDE

ALLTAG

Handlungsgrundsätze & -strategien

Handlungspotenziale für eine Ernährungswende im Alltag

ExpertInnen-Workshop am 1. Juni 2005

Immanuel Stieß, ISOE

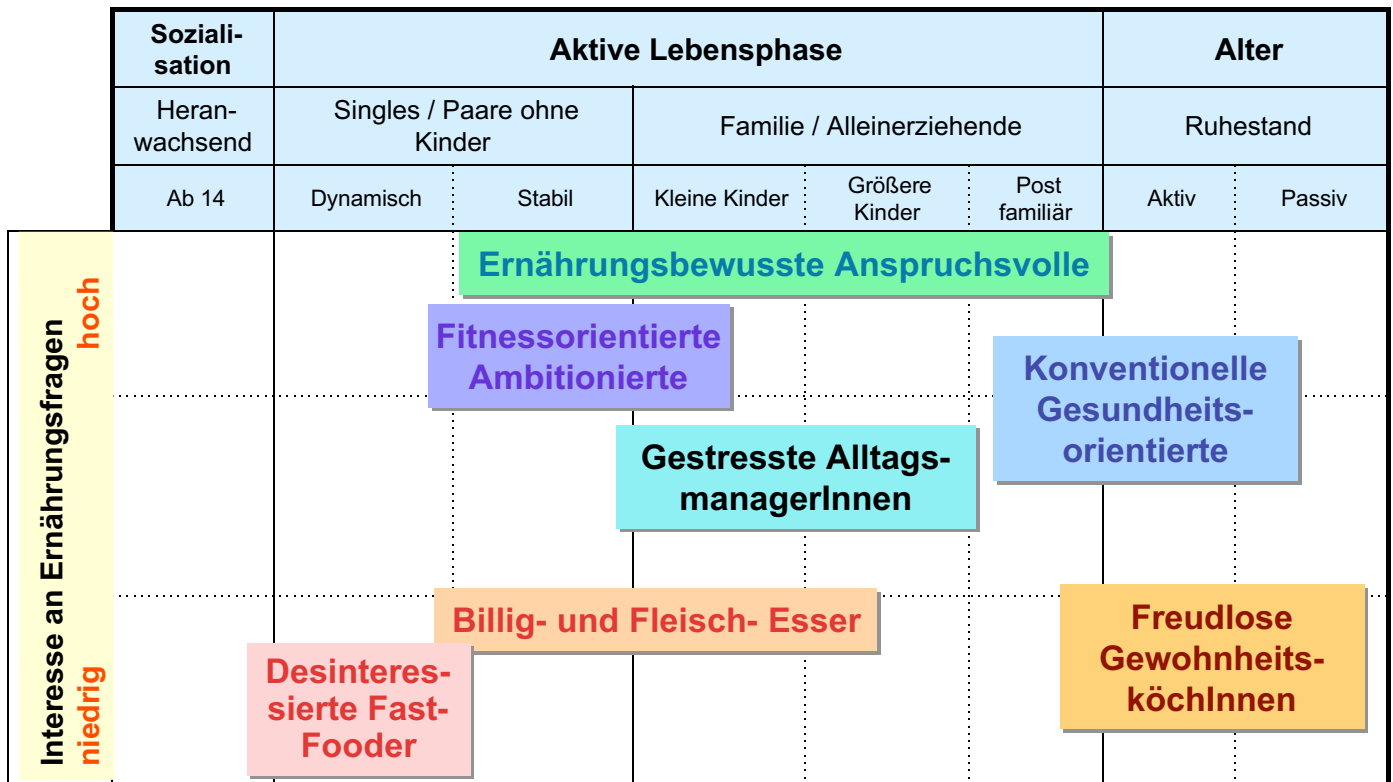
gefördert durch



Ernährungsstile: Interesse an Ernährungsfragen

ERNÄHRUNGS
WENDE

ALLTAG



www.ernaehrungswende.de

Ernährungsstile: Kaufintensität von Bio-Lebensmitteln

Kaufintensität von Bio-Produkten hoch niedrig	Sozialisation	Aktive Lebensphase					Alter	
	Heranwachsend	Singles / Paare ohne Kinder		Familie / Alleinerziehende			Ruhestand	
	Ab 14	Dynamisch	Stabil	Kleine Kinder	Größere Kinder	Post familiär	Aktiv	Passiv
		Ernährungsbewusste Anspruchsvolle						
		Fitnessorientierte Ambitionierte		Gestresste AlltagsmanagerInnen			Konventionelle Gesundheitsorientierte	
		Desinteressierte Fast-FOODer		Billig- und Fleisch-Esser			Freudlose GewohnheitsköchInnen	

www.ernaehrungswende.de

Ernährungsstile: Verwendung von Fertiggerichten

Verwendung von Fertiggerichten häufig selten	Sozialisation	Aktive Lebensphase					Alter		
	Heranwachsend	Singles / Paare ohne Kinder		Familie / Alleinerziehende			Ruhestand		
	Ab 14	Dynamisch	Stabil	Kleine Kinder	Größere Kinder	Post familiär	Aktiv	Passiv	
		Desinteressierte Fast-FOODer							
		Billig- und Fleisch-Esser			Fitnessorientierte Ambitionierte		Gestresste AlltagsmanagerInnen		
		Ernährungsbewusste Anspruchsvolle					Konventionelle Gesundheitsorientierte		
								Freudlose GewohnheitsköchInnen	

www.ernaehrungswende.de

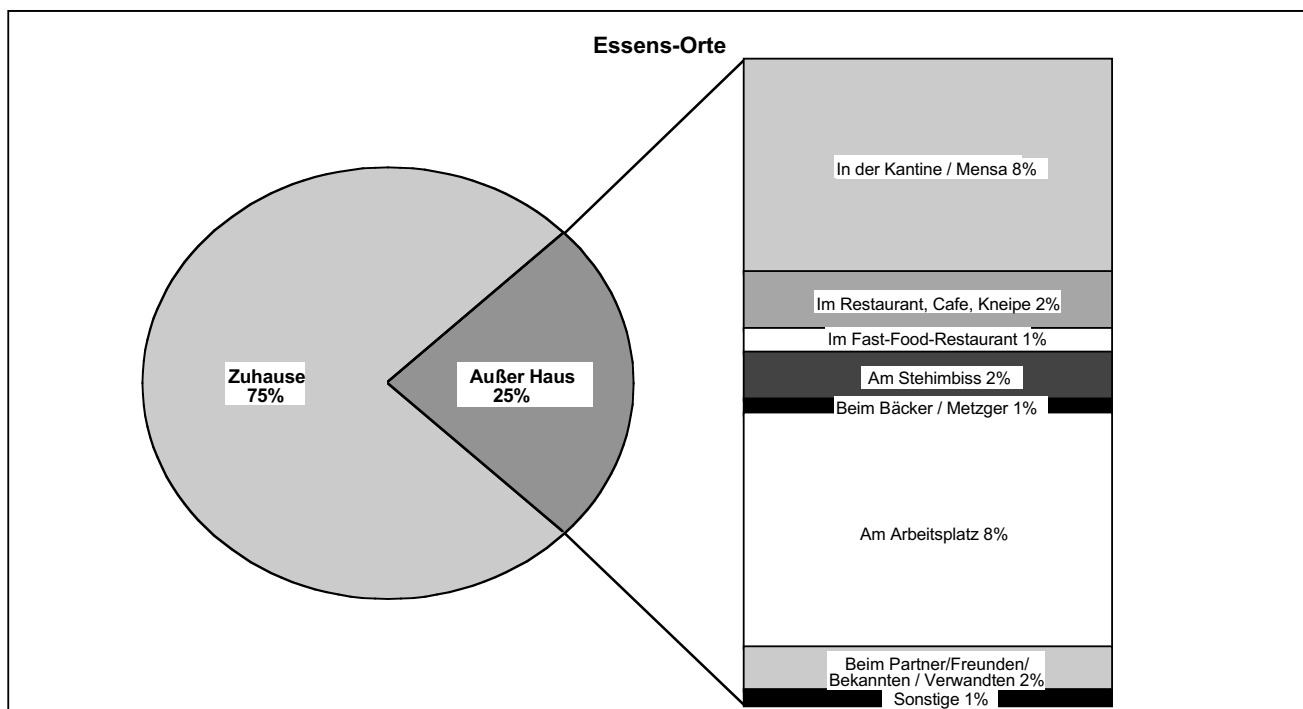
Ernährungsstile: Essen außer Haus

	Sozialisation	Aktive Lebensphase					Alter	
	Heranwachsend	Singles / Paare ohne Kinder		Familie / Alleinerziehende			Ruhestand	
	Ab 14	Dynamisch	Stabil	Kleine Kinder	Größere Kinder	Post familiär	Aktiv	Passiv
Häufigkeit Essen außer Haus	hoch	Desinteresierte Fast-Fooder		Billig- und Fleisch-Esser				
	gering	Fitnessorientierte Ambitionierte		Ernährungsbewusste Anspruchsvolle			Gestresste AlltagsmanagerInnen	
							Konventionelle GewohnheitsköchInnen	Freudlose GewohnheitsköchInnen

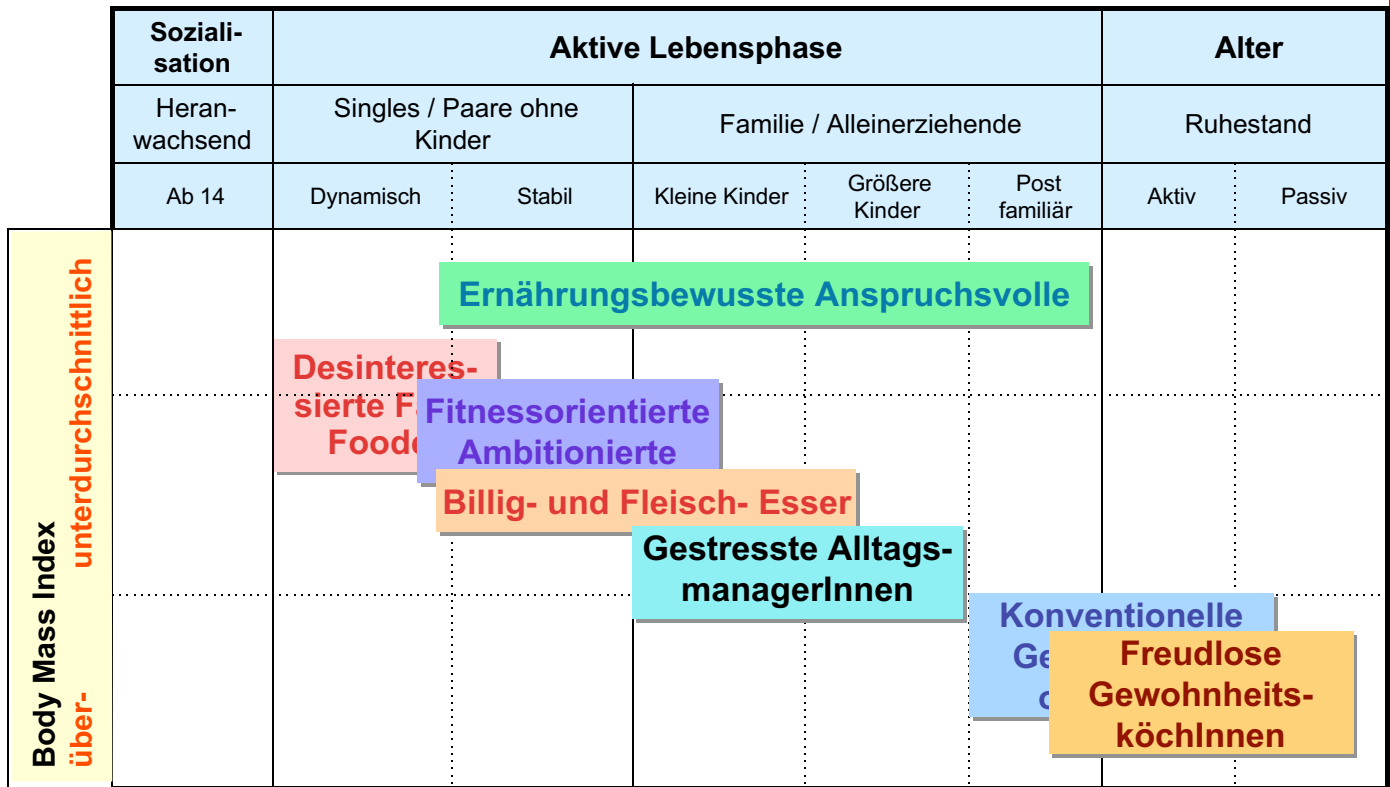
www.ernaehrungswende.de

Lebensphasen / Lebenssituationen

Essensorte Mittagessen (werktags)



www.ernaehrungswende.de



www.ernaehrungswende.de



Lebensphasen / Lebenssituationen

„Verantwortung teilen“

- Nachhaltige Ernährung bedarf neben der individuellen auch einer gesellschaftlichen Übernahme von Ernährungsverantwortung
- Entlastung und Unterstützung der privaten Haushalte durch Akteure aus Wirtschaft und Politik, zivilgesellschaftliche Organisationen, Vereinigungen und Verbände
- ... durch geteilte Verantwortung für eine nachhaltige Ernährung entsprechend den Handlungsmöglichkeiten und -spielräumen der Akteure
- Ansatzpunkte einer gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme sind beispielsweise
 - Ausrichtung von Unternehmensaktivitäten an den Zielen einer nachhaltigen Ernährung (Gesundheitsförderung, Stärkung von Ernährungskompetenzen)
 - Freiwillige Vereinbarungen zur Kennzeichnung von Inhaltsstoffen (z.B. Zucker in Kinderlebensmitteln)
 - Selbstverpflichtung zum Verzicht auf irreführende Werbebotschaften

www.ernaehrungswende.de



„Qualitäten bündeln“ (1)

- Entlastung der KonsumentInnen durch die Verknüpfung unterschiedlicher Qualitäten einer nachhaltigen Ernährung
 - Biologisch erzeugt
 - Gesundheitsfördernd
 - Alltagsadäquat (convenient)
 - Regional erzeugt
 - Fair gehandelt
- Erweiterter Qualitätsbegriff
 - Unmittelbar erfahrbare Eigenschaften von Produkten (Aussehen, Frische, Geschmack)
 - Ergänzt durch vor- und nachgelagerte Prozessqualitäten (Herkunft, Erzeugung, Verarbeitung, Distribution, Zubereitung)
- Produkte und Dienstleistungen für die häusliche Ernährung
- Angebote im Außer-Haus-Bereich
- Gestaltung von Ernährungssituationen (Ernährung, Entspannung und Bewegung)

„Qualitäten bündeln“ (2)

- Entlastung der KonsumentInnen bei Einkauf und Zubereitung durch Produkte und Dienstleistungen, die unterschiedliche Qualitäten bündeln
 - Erweiterte Angebotspalette für die einfache und schnelle Küche „Bio & convenient“, „gesund und schnell zubereitet“
 - Integration nachhaltiger Prozessqualitäten in den konventionellen Mainstream von Convenience-Produkten (z.B. TK-Produkte)
 - Erleichterung des Einkaufs durch klare Kennzeichnung, übersichtliche Präsentation und aktives Bewerben von Produkten mit gebündelten Qualitäten
- ...anknüpfend an Motivallianzen und situationsbezogene Anforderungen
 - Entlastung, Gesundheitsförderung und Wunsch nach Orientierung (gestresste AlltagsmanagerInnen)
 - Gesunde (exquisite) Lebensqualität (fitnessorientierte Ambitionierte, ernährungsbewusste Anspruchsvolle)
 - Convenient, preiswert und gesund (Billig- und Fleisch-Esser)
 - Gesunde, regionale Produkte der Saison (konventionelle Gesundheitsorientierte)
 - Erleichterung der häuslichen Versorgung (freudlose GewohnheitsköchInnen)

„Qualitäten bündeln“ (3)

- Differenzierte Angebote mit „gebündelten Qualitäten“ für Lieferdienste, Fast-Food und Gemeinschaftsverpflegung in Kantinen und Mensen
 - Genussvolle Essenspause in kommunikativer Atmosphäre im stressigen Berufsalltag
 - Bio-Döner
 - Frisches Obst und Salate zum Mitnehmen an häufig frequentierten Orten (Bürogebiete, Bahnhöfe, Flughäfen, Raststätten)
 - Attraktive, bezahlbare Bringdienste mit frischen Produkten
 - Nachhaltige Verpflegungsangebote in Kindergärten und Schulen
- ... für unterschiedliche Motivallianzen und situationsbezogene Anforderungen
 - Convenient - fast (desinteressierte Fast-Fooder, Billig- und Fleisch-Esser)
 - Convenient - gesund (fitnessorientierte Ambitionierte)
 - Umweltfreundlicher authentischer Genuss (ernährungsbewusste Anspruchsvolle)
 - Entlastung von Haus- und Versorgungsarbeit (freudlose GewohnheitsköchInnen, gestresste AlltagsmanagerInnen)

„Kompetenzen stärken“ (1)

- Die Stärkung individueller Kompetenzen der KonsumentInnen zielt auf die Fähigkeit, theoretische Kenntnisse und praktische Fertigkeiten in konkreten Situationen in adäquates Handeln im Sinne einer nachhaltigen Ernährung umzusetzen (Alltagskompetenzen)
 - Ernährungsrelevante Kompetenzen
 - Beurteilung der Qualität von Lebensmitteln
 - Zubereitung von Mahlzeiten aus frischen Produkten
 - Umgang mit Fertigprodukten, Getränken und Außer-Haus-Angeboten
 - Wirtschaftliche Ernährungskompetenzen
 - Realistische Einschätzung der Kosten für Ernährung (v.a. im Außer-Haus und Convenience-Bereich)
 - Abwägung von Prioritäten für den Gesamtkonsum
- Förderung unterstützender Kompetenzen für eine nachhaltige Ernährung bei professionellen Akteuren (Fachkompetenzen)

„Kompetenzen stärken“ (2)

- Praxisorientierte und alltagsnahe Stärkung von Ernährungskompetenzen
 - Integration von Produktinformationen und praktischen Tipps rund um Lebensmittel und Ernährung in die Präsentation und Vermarktung von Produkten
 - Aktionen wie Schaukochen oder Verkostungen für Jugendliche und junge Erwachsene (z.B. Desinteressierte Fast-Fooder, Billig- und Fleisch-Esser)
 - Konzepte zur Geschmacksbildung und Reduktion des Fleischkonsums in der Gemeinschaftsverpflegung
 - Zielgruppenbezogene Tipps und Beratungsangebote für KonsumentInnen
 - Kinder- und jugendgerechte Ernährung
 - Sinnvolle Zusatzstoffe für die Ernährung im Alter
 - „Fit bleiben im Alter durch richtige Ernährung und Bewegung“
 - Kompetenzstärkung durch realistische Leitbilder zum Umgang mit Konflikten um Ernährung („Wie setze ich gesunde Ernährung zu Hause durch“)
 - Praktikable Modelle für eine gerechte Verantwortungsteilung im privaten Haushalt zwischen den Geschlechtern und Generationen

„Strukturen bilden“

- Aufbau verbindlicher und dauerhafter Strukturen für eine nachhaltige Ernährung in Organisationen und Einrichtungen (Betrieb, Schule, Krankenhaus)
- Veränderung des Ernährungsalltags in Organisationen
- Etablierung von Ernährung und Gesundheit als relevante Themen in Organisationen
- Überprüfung von Abläufen und Organisationskultur im Hinblick auf Ernährung und Lebensqualität
- Einführung von Instrumenten zur Qualitätssicherung für „gebündelte Qualitäten“ (Qualitätsstandards, Leistungsverzeichnisse etc.)

AnsprechpartnerInnen

Dr. Doris Hayn

Institut für sozial-ökologische Forschung
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt a.M.
Email: hayn@isoe.de

Dr. Immanuel Stieß

Institut für sozial-ökologische Forschung
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt a.M.
Email: stiess@isoe.de

Diskussionspapiere

Ergebnisse des Projekts „Ernährungswende – Strategien für sozial-ökologische Transformationen im gesellschaftlichen Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit“ erscheinen in der Reihe Ernährungswende-Diskussionspapiere. Diese stehen, ebenso wie ausführliche Informationen zum Forschungsvorhaben, unter www.ernaehrungswende.de kostenlos als pdf-Dateien zur Verfügung.

- Nr. 1: **Umwelt-Ernährung-Gesundheit. Beschreibung der Dynamiken eines gesellschaftlichen Handlungsfeldes**; Ulrike Eberle, Uwe Fritsche, Doris Hayn, Claudia Empacher, Ulla Simshäuser, Regine Rehaag, Frank Waskow/unter Mitarbeit von Kirsten Wiegmann, Katja Hünecke, Wolfgang Reuter, Immanuel Stieß und Konrad Götz; Februar 2004
- Nr. 2: **Lebenszykluskosten für Ernährung 2000**; Katja Hünecke, Uwe Fritsche, Ulrike Eberle; Juli 2004
- Nr. 3: **Ernährungsrisiken. Identifikation von Handlungsschwerpunkten**, Ulrike Eberle, Wolfgang Reuter/unter Mitarbeit von Uwe Fritsche und Jenny Teufel; November 2004
- Nr. 4: **Nachhaltige Ernährung. Ziele, Problemlagen und Handlungsbedarf im gesellschaftlichen Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit**, Ulrike Eberle, Uwe Fritsche, Doris Hayn, Regine Rehaag, Ulla Simshäuser, Immanuel Stieß, Frank Waskow; Juni 2005
- Nr. 5: **Ernährungsstile – Ergebnisse einer quantitativen empirischen Untersuchung**, Immanuel Stieß, Doris Hayn / unter Mitarbeit von Konrad Götz, Steffi Schubert, Gudrun Seltsmann und Barbara Birzle Harder; März 2005
- Nr. 6: **Ernährungspolitik nach der BSE-Krise – ein Politikfeld in Transformation**, Frank Waskow, Regine Rehaag/unter Mitarbeit von Eva Barlösius; Dezember 2004
- Nr. 7: **Umweltauswirkungen von Ernährung. Stoffstromanalysen und Szenarien**, Kirsten Wiegmann, Uwe Fritsche, Katja Hünecke, Ulrike Eberle; September 2005
- Nr. 8: **KonsumentInnenperspektive. Ein integrativer Forschungsansatz für sozial-ökologische Ernährungsforschung**, Doris Hayn, Ulrike Eberle, Ulla Simshäuser, Regine Rehaag/Gerd Scholl; September 2005
- Nr. 9: **Der BSE-Diskurs als Beispiel politischer Ernährungskommunikation**, Eva Barlösius, Maïke Bruse/unter Mitarbeit von Regine Rehaag und Frank Waskow; Juni 2005
- Nr. 10: **Der BSE-Diskurs als Beispiel öffentlicher Ernährungskommunikation**, Regine Rehaag, Frank Waskow; Juni 2005
- Nr. 11: **Handlungsoptionen für eine Ernährungswende. Stakeholder im Dialog**, Doris Hayn, Immanuel Stieß; September 2005
- Nr. 12: **Vorsorge im Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit. Anforderungen an sozial-ökologische Vorsorge für eine Ernährungswende**, Ulrike Eberle, Doris Hayn, Ulla Simshäuser, Regine Rehaag; September 2005

„Ernährungswende – Strategien für sozial-ökologische Transformationen im gesellschaftlichen Handlungsfeld Umwelt-Ernährung-Gesundheit“ ist ein Gemeinschaftsprojekt des Forschungsverbundes Ökoforum unter der Leitung des Öko-Instituts. Beteiligt sind folgende Verbundpartner:

- Öko-Institut e.V. – Institut für angewandte Ökologie
- Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE)
- Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
- KATALYSE – Institut für angewandte Umweltforschung
- Österreichisches Ökologie Institut für angewandte Umweltforschung

Das Projekt wird im Rahmen des Förderschwerpunkts „Sozial-ökologische Forschung“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.