

## Ernährungskompetenzcluster nutriCard

### Whitepaper Ernährungskommunikation

Die Bedeutung von Ernährungskommunikation wird mittlerweile auf nahezu jedem Kongress und in vielen Artikeln geradezu beschworen. Werden ihr doch – wenn gut umgesetzt – nicht nur positive Public-Health-Effekte zugeschrieben („Mehr Wissen, Besser Essen, Gesünder Leben“ – nutriCard-Cluster auf der Leipziger Buchmesse 2018). Auch im Diskurs um Nachhaltigkeit spielt Ernährungskommunikation eine zunehmende Rolle: Nur wenn VerbraucherInnen die Zusammenhänge und Auswirkungen unseres globalen Ernährungssystems verstehen, sind sie in der Lage, bewusste Kauf- und Ernährungsentscheidungen zu treffen.

Doch wie ist das Feld der Ernährungskommunikation aufgestellt? Wer sind die Player, welche Kanäle nutzen diese und wie ist es um die Qualitätssicherung der publizierten Ernährungsinhalte bestellt? In ihrem 24-seitigen Whitepaper beleuchtet die Arbeitsgruppe Ernährungskommunikation des Ernährungskompetenzclusters nutriCard diese und weitere Fragen. Ausbildungsstand, Arbeitsweise und Motivationslage von „Ernährungsjournalisten“ werden ebenso beleuchtet wie die Strategien von VerbraucherInnen, auf der Suche nach vertrauenswürdiger Ernährungsinformation. Für alle jene, die sich um besseren Ernährungsjournalismus bemühen, ist auch die „Checkliste für besseren Ernährungsjournalismus“ des „Medien-Doktors Ernährung“ zu finden.

Ein in diesem Whitepaper etwas deplatziert wirkendes Schmanckerl und in einer neuen Auflage vielleicht durch mehr Substanz zu ersetzen ist die Doppelseite zu Ernährungsmythen und Ernährungstrends, zumal die Darstellung sich gerade nicht an die oben erwähnte Checkliste hält. In einer weiteren Auflage sollte die Frage, wie Wissenschaft die Anforderungen der Ernährungskommunikation besser unterstützen kann – auf Pressekonferenzen, in der Bereitstellung von Publikationen, in Statements von Fachgesellschaften – im Whitepaper berücksichtigt werden und auch das Thema Interessenkonflikte von ForscherInnen könnte mehr Raum erhalten.

Ernüchternd sind die im Whitepaper zusammengefassten Resultate einer Untersuchung, die nachverfolgt hat, wie und in welchen (Fach)Medien die Ergebnisse hochrangiger Ernährungsstudien erscheinen – da ist viel Luft nach oben, wenn Ernährungs-

kommunikation die eingangs erwähnten Ansprüche (besser) erfüllen und nicht nur „Social Media Lifestyle Trash“, Unterhaltung bzw. Seitenfüller der Wochenendbeilagen in der Presse sein soll.

Insgesamt gibt das Whitepaper interessante, komprimierte Impulse für die Debatte um seriöse und wirksame Ernährungskommunikation. Gut lesbar aufbereitet, sodass man den kleinen Schuss Eigenwerbung für die Projekte der Forschungsgruppe gerne verzeiht.



Dr. Udo Maid-Kohnert

nutriCard-Arbeitsgruppe Ernährungskommunikation (ed.)  
**Whitepaper Ernährungskommunikation**  
**Wissenschaftliche Befunde und Handlungsempfehlungen**  
**aus interdisziplinärer Sicht**

24 S., kostenfreies PDF

[www.nutricard.de/forschung/arbeitsgruppe-ernaehrungs-kommunikation](http://www.nutricard.de/forschung/arbeitsgruppe-ernaehrungs-kommunikation)

► Mehr zum Thema Ernährungskommunikation in ERNÄHRUNGS UMSCHAU 7/2021 ab Seite M396 und:

- [www.ernaehrungs-umschau.de/print-news/15-02-2021-qualitaetssicherung-im-ernaehrungsjournalismus/](http://www.ernaehrungs-umschau.de/print-news/15-02-2021-qualitaetssicherung-im-ernaehrungsjournalismus/)
- [www.ernaehrungs-umschau.de/print-news/15-02-2021-interessenkonflikte-projekt-follow-the-grant/](http://www.ernaehrungs-umschau.de/print-news/15-02-2021-interessenkonflikte-projekt-follow-the-grant/)
- [www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/12-06-2019-ernaehrungskommunikation-von-unternehmen-der-lebensmittelwirtschaft-im-kontext-von-nachhaltigkeit/](http://www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/12-06-2019-ernaehrungskommunikation-von-unternehmen-der-lebensmittelwirtschaft-im-kontext-von-nachhaltigkeit/)
- [www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/12-12-2010-special-verbraucherberatung-ernaehrungskommunikation-in-deutschland-definition-risiken-und-anforderungen/](http://www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/12-12-2010-special-verbraucherberatung-ernaehrungskommunikation-in-deutschland-definition-risiken-und-anforderungen/)

## Vegetarische Variante der BZfE-Ernährungspyramide

Die Ernährungspyramide des Bundeszentrum für Ernährung (BZfE) ist in Beratung und Unterricht ein seit vielen Jahren genutztes Modell. Sie baut auf den D-A-CH-Referenzwerten der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) auf. Aus dieser Pyramide hat das BZfE eine vegetarische Variante entwickelt. Wie in der klassischen Version werden acht Lebensmittelgruppen nach den Ampelfarben sortiert und in Portionsbausteinen gestapelt. In der vegetarischen Ernährungspyramide wurde nur der Baustein für Fleisch, Fisch, Wurst und Ei ersetzt. Statt-

dessen enthält sie einen Baustein für proteinreiche pflanzliche Lebensmittel wie Hülsenfrüchte und daraus hergestellte Produkte sowie Eier.

Ein digitales Heft für Fachkräfte und eines für VerbraucherInnen erläutert, wie die ovo-lacto-vegetarische Ernährungspyramide aussieht, welche Portionsgrößen empfohlen werden, welche Nährstoffe besondere Beachtung finden und welche Lebensmittel als Alternative zu Fleisch, Wurst oder Fisch zum Einsatz kommen. Außerdem gibt es darin die lebensmittel-

rechtliche Definition eines vegetarischen Lebensmittels sowie Erklärungen zu entsprechenden Labels/Kennzeichnungen. Eine pflanzenbetonte Ernährungsweise findet immer mehr BefürworterInnen. Die Gründe dafür sind vielfältig: Tierwohl, planetarische Grenzen und Gesundheitsbewusstsein können eine Rolle spielen. Nicht zuletzt in Bezug auf den Klimawandel ist eine nachhaltigere Ernährungsweise ein wichtiges, gesamtgesellschaftliches Thema.

Bundeszentrum für Ernährung (BZfE)

**Vegetarisch essen & trinken mit der Ernährungspyramide**

**Informationen für Ernährungsfachkräfte**

**Informationen für Verbraucher\*innen**

Bestell-Nr. 0122 und 0123

2021, jeweils 18 Seiten, kostenfrei

[www.ble-medien-service.de](http://www.ble-medien-service.de)

Quelle: BZfE, Pressemeldung vom 09.06.2021

