

Ernährung im Wandel

Nahrungsergänzungsmittelkonsum bei Kindern und Jugendlichen: eine Herausforderung für die Verbraucherkommunikation

KVF NRW | Fact Sheet Nr. 8

Gabriele Tils

1 Abstract

Gefördert vom Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW führte das KATALYSE Institut von Oktober 2015 bis September 2016 eine Studie zum Nahrungsergänzungsmittelkonsum bei Kindern und Jugendlichen durch. Hierzu wurden Expertinnen und Experten der Kinderernährung, Kindergesundheit, Gesundheitskommunikation und des Verbraucherschutzes sowie Eltern als Kaufentscheider befragt. Aus den Ergebnissen wurden Handlungsempfehlungen für die Politik und eine zielgruppenorientierte Verbraucherkommunikation abgeleitet.

2 Kernthesen für verbraucherpolitische Akteure

These 1: Der Konsum von Nahrungsergänzungsmitteln ist im Kontext veränderter Ernährungs- und Konsumgewohnheiten zu betrachten. Risiken einer Nährstoffüberversorgung können sich durch das Zusammenwirken von angereicherten Lebensmitteln bzw. Nahrungsergänzungsmitteln in Ergänzung zur alltäglichen Ernährung ergeben. Vor diesem Hintergrund ist es kontraproduktiv das Thema Nahrungsergänzungsmittel isoliert zu adressieren: Vielmehr gilt es, Ernährungskommunikation als eine Querschnittsaufgabe in den Handlungsfeldern Politik, Ernährung, Gesundheit und Bildung zu positionieren.

These 2: Die Politik sollte durch folgende Maßnahmen Rahmenbedingungen für eine gesunde Ernährung und den nachhaltigen Erwerb von Gesundheitskompetenz schaffen:

- Eine gesetzliche Regelung zu verbindlichen Qualitätsstandards für die Verpflegung in Kitas und Schulen.
- Stärkung der Ernährungs- und Gesundheitskompetenz in der Ausbildung von Fachkräften im Bereich Gesundheit und Erziehung durch eine entsprechende Verankerung in den Curricula.
- Die Festlegung von Obergrenzen für die Anreicherung von Lebensmitteln mit Mikronährstoffen.

- Eine erhöhte Transparenz in der Verbraucherkommunikation durch Nährwertprofile und altersbezogene Dosierungsempfehlungen.
- Die Identifizierung von Forschungsbedarf.

These 3: Die gesundheitsrelevanten Settings insbesondere der frühen Kindheit und Jugend sowie die Sportvereine haben eine tragende Funktion bei der Vermittlung von Ernährungs- und Gesundheitskompetenz an Eltern und Heranwachsende. Diese gilt es zu stärken durch

- Qualifizierung der gesundheitsrelevanten Akteure,
- die Entwicklung zielgruppenorientierter Beratungskonzepte für verschiedene Settings,
- die Integration der medizinischen Ernährungsberatung in die präventiven Beratungsangebote der Krankenkassen und
- die Schaffung von Synergien durch Vernetzung der relevanten Akteure.

These 4: Um die nachhaltige Förderung von Gesundheitskompetenz „von Kindesbeinen an“ zu bewerkstelligen gilt es eine zielgruppenorientierte Kommunikation zu entwickeln, die folgende Empfehlungen aufgreift:

- Fokussierung auf die Lebensphase der frühen Kindheit, in der die Weichen für eine langfristige Ernährungsumstellung gestellt werden und Eltern besonders empfänglich sind sich Kompetenzen zur Sicherung des Kindeswohls anzueignen.
- Fokussierung auf Sport treibende Jugendliche, da sie den höchsten Nahrungsergänzungsmittelkonsum haben.
- Entwicklung einer lösungsorientierten Kommunikation, die auf Probleme im (Ernährungs-)Alltag Bezug nimmt und Handlungsalternativen anbietet (nicht mahnen und abraten, sondern entlasten und bestärken).
- Bildhafte und leicht verständliche Kommunikation, die sich am Storytelling orientiert und prägnante positive Botschaften vermittelt.

KVF NRW | Fact Sheet Nr. 8: Ernährung im Wandel

Autorin

Gabriele Tils ist wissenschaftliche Mitarbeiterin des KATALYSE Instituts in Köln.

Projekt

Das Projekt „Ernährung im Wandel – Nahrungsergänzungsmittelkonsum bei Kindern und Jugendlichen: eine Herausforderung für die Verbraucherkommunikation“ wurde von Oktober 2015 bis September 2016 durch Mittel des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) gefördert.

Lizenz

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt und lizenziert unter

Creative Commons: Namensnennung 3.0 Deutschland (CC BY) 3.0 DE

Den vollständigen Lizenztext (Legal Code) finden Sie unter

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/legalcode>

Die Zusammenfassung (Commons Deed) der Lizenz finden Sie unter

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/>

Die oben genannte Lizenz gilt ausschließlich für die Texte des Werkes, *nicht* für die verwendeten Logos und Bilder. Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale“ ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

Impressum

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V.

Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf, Telefon: +49 211 38 09-0

Veröffentlicht im Rahmen des Projekts

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW | KVF NRW

E-Mail: verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw

Internet: www.verbraucherforschung.de

Twitter (@kvf_nrw): www.twitter.com/kvf_nrw

1. Auflage (März 2018)

Diese Publikation gibt die Meinung und die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Autorin wieder und muss nicht mit den Meinungen und Positionen des KVF NRW, der Verbraucherzentrale NRW e. V., des MULNV oder des MKW übereinstimmen.

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.



Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen

