

8. aid-Forum Ernährungskommunikation: Neue Wege – neue Chancen?

Mehr Ernährungsaufklärung über das Fernsehen gefordert

Bonn, 12. Mai 2005. Am Mittwoch, 11. Mai 2005, diskutierten in Bonn rund 280 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Forschung, Medien und öffentlichen Einrichtungen das Thema: Wie groß ist die tatsächliche Verhaltensrelevanz von Ernährungsinformationen, Ernährungskampagnen und Ernährungsmodellen?

Eine stichprobenartige Straßenumfrage des aid Infodienst – Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V., Bonn, hat ergeben: Ernährungskampagnen werden, wenn überhaupt, vor allem in Form von Werbung wahrgenommen, aber auch Kochsendungen haben einen hohen Stellenwert. Für die Generation 50plus gilt vielleicht die Aussage eines Mannes „mit zunehmendem Alter interessiere ich mich mehr für Ernährung“.

Zu Beginn der Veranstaltung stellt Dr. Uwe Spiekermann – Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Universität Göttingen, die provokante Frage: Warum scheitert Ernährungskommunikation? Es ist den Veranstaltern hoch anzurechnen, so zu starten. Die anschließende Diskussion zeigte, wie unterschiedlich die Interessen der einzelnen Gruppen sind.

Wie Ernährungskommunikation aus psychologischer Sicht anzugehen ist, zeigte Dipl.-Psych. Carl Vierboom, Vierboon & Härten Wirtschaftspsychologen, Hennef.

Welche Wirkung Bilder haben und wie viel Wissen notwendig ist, die richtigen Bilder auszuwählen, erlebten die Teilnehmer bei dem Vortrag von Prof. Dr. Dieter Herbst, Universität der Künste, Berlin. Erfolgreiche Ernährungskommunikation ist seiner Meinung nach möglich, wenn man die richtigen Bilder einsetzt und Mut hat, kurze aber prägnante Texte zu wählen.

Die Ernährung in Massenmedien – Darstellung und Wirkung – wurde von Dipl. Sozw. Stephanie Lücke, Universität Erfurt, interessant und nachvollziehbar präsentiert. Ihre Forderung: Mut zu neuen Sendeformen, aber auch Akzeptanz der Besonderheiten des Mediums Fernsehen.

Wie die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), Köln, mit diesem Thema umgeht, zeigte Dr. Uta Schwarz, an vielen interessanten Beispielen auf. Die BZgA nutzt neben dem Internet schon lange das Medium Fernsehen und das mit nachweisbarem Erfolg.

dsp Ticker

Seniorenthemen auf den Punkt gebracht - www.deutsche-seniorenpresse.de

Seite 2 zum dspTicker: 8. aid-Forum am 11. Mai 2005 in Bonn

Mit seinen Ausführungen zum Thema: Primäre Prävention des Diabetes mellitus: sinnvoll – effektiv – umsetzbar – besetzte Dr. Peter Schwarz, Medizinische Fakultät der technischen Universität Dresden noch ein ganz besonders Thema – insbesondere das Thema: Prävention.

Mit der Talkrunde: Ernährungskommunikation am Scheideweg? wurde die hochkarätige Veranstaltung beendet.

Weitere Informationen unter www.aid.de

Hinweis:

Für die Generation 50plus bietet der aid infodienst neben hervorragenden Broschüren, Nachschlagewerke und Videos gegen einen Selbstkostenbeitrag an. Sehr informativ ist auch die Internetadresse: www.was-wir-essen.de

Fit ab 50 – durch richtige Ernährung
Heft ISBN 3-8308-0466-0 - 3,00 €

Ernährung im hohen Alter – Ratgeber für Angehörige und Pflegende
Heft ISBN 3.8308-0464-4 - 2,50 €

Gesund und aktiv ins Alter – vollwertige Ernährung hält fit
Video auf VHS-Kassette - ISBN 3-89661-896-2 -15,50 €

Senioren in der Gemeinschaftsverpflegung
Nachschlagewerk ISBN 3-8308-0360-5 - 25,00 €

zu bestellen bei: aid-Vertrieb, Birkenmaarstraße 8, 53340 Meckenheim
Telefon: 02225 – 926-146 und 02225 926-176,
Telefax: 02225 926-118
E-Mail: Bestellung@aid.de