

Über Mythen, Widersprüche und Skandalisierung beim Essen

Über Mythen, Widersprüche und Skandalisierung beim Essen

Symposium des forum. ernährung heute

Widersprüchliche Informationen lösen ein Gefühl von Unbehagen aus. Der Überfluss macht zu schaffen. Beim 6. f.eh-Symposium warfen rund 150 Experten einen genauen Blick auf die Kommunikation rund ums Essen.

„Mit Diätwundern oder Heilungsversprechen lassen sich Schlagzeilen machen. Es braucht deshalb eine Allianz der Vernunft all jener, die Empfehlungen rund ums Essen machen – also der Politik, von Gesundheitsexperten, der Wissenschaft und der Medien“, fordert Gesundheitsministerin Sabine Oberhauser anlässlich der Eröffnung des f.eh-Symposiums.

„Beim Essen schwingen immer zwei tiefsitzende Urängste mit: Die Angst vorm Verhungern und die Angst vor dem Vergiftet-Werden. Während Ersteres in unseren Breiten kein bestimmendes Thema ist, dominiert die Angst, etwas Falsches oder Ungesundes zu essen, hierzulande die öffentliche Diskussion“, erklärt Peter Reinecke, Präsident des f.eh. Gleichzeitig gab es noch nie ein derart vielfältiges Angebot an sicheren und hochwertigen Lebensmitteln. Gründe für dieses Paradoxon liegen nicht zuletzt am heute extrem gestiegenen Gesundheitsbewusstsein und dem Drang nach gesunder Ernährung bei gleichzeitig abnehmendem Alltagswissen über Nahrungsmittel und deren Herstellung.

„Die Distanz zur Lebensmittelproduktion nimmt zu. Um 1900 waren 45 % der Österreicher Bauern und unmittelbar mit der Urproduktion von Nahrung beschäftigt. Heute sind es gerade mal 4 %. In der Folge mangelt es den meisten an Ernährungskompetenz“, erklärt Jürgen König vom Institut für Ernährungswissenschaften der Universität Wien. Trifft Unwissen auf widersprüchliche Empfehlungen, was „gesund“ oder „ungesund“ sein soll, bildet sich ein guter Nährboden für Skandalisierungen und Panikmache.

Rudolf Fila, Mag. Marlies Gruber, BM Dr. Sabine Oberhauser, MAS, Dr. Peter Reinecke

Zwischen Missstand und Skandal

Wenn Medien Missstände anprangern, ist für emotionalen Zündstoff gesorgt. Unbestritten müssen Betrugsfälle aufgedeckt und geahndet werden. Meist fehlen in der Berichterstattung jedoch realistische Risikoeinschätzungen. „Alle erinnern sich an den BSE-Skandal. Damals wurden 2,8 Millionen Rinder getestet und 125 waren positiv. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Rind mit BSE infiziert war, lag also bei 0,0004 %. Das Risiko für Menschen war äußerst gering. In den Medien fand sich diese Tatsache kaum“, gibt Hans Mathias Kepplinger, Professor für Empirische Kommunikationsforschung an der Universität Mainz, zu bedenken. Konsumenten wurden also mit einer Unsicherheit allein gelassen. Wichtig bei Skandalen ist deshalb Transparenz und Klarheit darüber, wer tatsächlich in Gefahr ist und was dagegen zu tun ist.

Mythen-Check

Wie Konsumenten mit widersprüchlichen Informationen umgehen, erfasst der aktuelle Mythen-Check des f.eh. Im August 2015 wurden eine quantitative Online-Umfrage und eine qualitative Erhebung mit Live-Chats und Online-Foren durchgeführt. Dabei zeigte sich, dass es eine Reihe von tiefsitzenden gängigen Mythen gibt, welche die Mehrheit der Befragten unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt glauben. Gleichzeitig handelt es sich aber kaum um verhaltensrelevante Informationen. Viele der populären Mythen sind zudem Irrglauben: Weder Kohlenhydrate noch das Essen am Abend machen dick. Kaffee entwässert nicht, und Zucker macht nicht zuckerkrank.

Essen trifft auf Emotion

80 % der Ess-Entscheidungen sind emotional gesteuert. In Kampagnen wird deshalb immer wieder mit Emotionen gearbeitet. „Furchtappelle sind zwar ohne Zweifel sehr mächtig. Sie sorgen für Aufmerksamkeit, aber wie überzeugend sie tatsächlich sind, ist fraglich. Sie können auch unerwünschte Reaktionen und Verhaltensänderungen auslösen wie das Leugnen von Gefahr bis hin zu psychischen Störungen“, so Matthias R. Hastall, Kommunikationswissenschaftler an der Technischen Universität Dortmund. Positive Überzeugungsstrategien sowie die Stärkung von Selbstwirksamkeit hält er für erfolgversprechender.

Um sachgerecht und zielführend Ernährungsbotschaften zu vermitteln, sind alle Beteiligten aus der Wissenschaft, den Medien, der Gesundheitsbranche und der Politik gefordert, neue Wege zu gehen. Damit Botschaften nicht nur im Kopf der Menschen ankommen, sondern auch ins Herz treffen.

Bilder des Symposiums: <http://www.forum-ernaehrung.at/symposium-2015>

von Doris Passler und Marlies Gruber

Doris.passler@grayling.com

mg@forum-ernaehrung.at