

Ernährungskommunikation in Deutschland – Definition, Risiken und Anforderungen

Dipl. oec. troph. Gesa Maschkowski und Dr. Margareta Büning-Fesel

Ernährungs Umschau 57 (2010), S. 676 ff.

Literatur

1. Eberle U, Fritsche U, Hayn D et al. Ernährungswende - Diskussionspapier Nr. 1: Umwelt-Ernährung-Gesundheit- Beschreibung der Dynamiken eines gesellschaftlichen Handlungsfeldes, Februar 2004. URL www.ernaehrungswende.de/fr_ver.html. Zugriff 15.10.2010
2. Rössler P (2006) Ernährung im (Zerr-)Spiegel der Medienberichterstattung? Einige Befunde zur Ernährungskommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. 61–70 In: Barlösius E, Rehaag, R (Hg) Skandal oder Kontinuität. Anforderung an eine öffentliche Ernährungskommunikation. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin
3. Max Rubner Institut (Hg) Nationale Verzehrsstudie II, Ergebnisbericht Teil I. MRI, Karlsruhe 2008. URL www.was-esse-ich.de/uploads/media/NVS_II_Abschlussbericht_Teil_1.pdf. Zugriff 15.10.2010
4. Bartsch S (2008) Subjektorientierung in der Ernährungs- und Gesundheitsbildung. Ernährung 2: 100–106
5. Hurrelmann K, Leppin A. Moderne Gesundheitskommunikation. Vom Aufklärungsgespräch zur E-Health. Verlag Hans Huber, Bern (2001)
6. Bonfadelli H, Friemel T. Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich - Grundlagen und Anwendungen. 2. überarbeitete Auflage, UVK-Verlagsgesellschaft, Konstanz (2010).
7. Methfessel, B (2006) Information – Beleitung – Begleitung. Ernährungskommunikation in Bildung und Beratung. 51–60. In: Barlösius E, Rehaag R. (Hg) Skandal oder Kontinuität. Anforderung an eine öffentliche Ernährungskommunikation. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin
8. AID (Hg) Land- und hauswirtschaftlicher Auswertungs- und Informationsdienst AID, Jahresbericht 1950/1951, Frankfurt (1951)
9. Poetzsch M. Vom Marshallplan zum Medienprofi. aid e.V., Bonn (2000)
10. Gasteiger N (2009) Konsum und Gesellschaft. Werbung, Konsumkritik und Verbraucherschutz in der Bundesrepublik der 1960er- und 1970er-Jahre. In: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemp His, Online-Ausgabe, 6 (2009) H. 1, URL: www.zeithistorische-forschungen.de/16126041-Gasteiger-1-2009. Zugriff: 15.10.2010
11. Bergmann K. Der verunsicherte Verbraucher. Neue Ansätze zur unternehmerischen Informationsstrategie in der Lebensmittelbranche. Springer Verlag, Berlin, Heidelberg (2000)
12. Härten I, Simons J, Vierboom C. Die Informationsflut bewältigen. Über den Umgang mit Informationen zu Lebensmitteln aus psychologischer Sicht. Schriftenreihe der Dr. Rainer Wild Stiftung Heidelberg (2004)
13. Oepping A, Schlegel-Matthies K. REVIS – Moderne Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen, aid e.V., Bonn (2007)
14. Kessner L, Maschkowski G (2005): Lebensmittelkennzeichnung – was wollen Verbraucherinnen und Verbraucher wissen? Ern im Fokus 5 : 231–235
15. Johannsen U, Heindl I, Brueggemann B (2008) Die aid-Ernährungspyramide für Kinder. Ergebnisse einer Evaluation zur Ernährungsbildung in der Grundschule. Ern im Fokus 8: 46–52
16. Pudel V (2009) Ernährung und Gesundheit: Information- oder Verhaltensdefizit? Ern Umsch 56: 34–35
17. Westenhöfer J (2009) Gesunde Ernährung – Anspruch und Wirklichkeit. Ern Umsch 56: 32–33
18. Spiekermann U (2006) Warum scheitert die Ernährungskommunikation? Eine Antwort aus kulturwissenschaftlicher Perspektive. In: Barlösius E, Rehaag, R (Hg) Skandal oder Kontinuität. Anforderung an eine öffentliche Ernährungskommunikation. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin (2006)
19. Wansink B, American Dietetic Association (2006) Position of the American Dietetic Association: food and nutrition misinformation. J Am Diet Assoc 106: 601–607.
20. Schemer C (2003) Schlank und krank durch Mediens Schönheiten? M&K 3–4: 523–540
21. Pudel V (2007) Anmerkungen zur Ernährungspsychologie. Ernährung 1, 162–166
22. Harting J, van Assema P, de Vries NK (2006) Patients' opinions on health counseling in the Hartslag Limburg cardiovascular prevention project: perceived quality, satisfaction, and normative concerns. Patient Educ Couns 61: 142–151
23. Patterson RE, Satia JA, Kristal AR, Neuhouser ML, Drewnowski A (2001) Is there a consumer backlash against the diet and health message? J Am Diet Assoc 101: 37–41
24. Klotter C. Warum wir es schaffen, nicht gesund zu bleiben. Eine Streitschrift zur Gesundheitsförderung. Ernst Reinhardt Verlag, München, Basel (2009)
25. Loss J, Nagel E (2009) Probleme und ethische

- Herausforderungen bei der bevölkerungsbezogenen Gesundheitskommunikation. *Bundesgesundheitsb* 52: 502–511
26. Fernández-Celemín L, Jung A (2006) What should be the role of the media in nutrition communication? *Br J Nutr* 1: 86–8
27. Lopez-Dicastillo O, Grande G, Callery P (2010) Parents' contrasting views on diet versus activity of children: implications for health promotion and obesity prevention. *Patient Educ Couns* 78: 117–123
28. Klotter C, Trautmann W (2009) Warum Ernährungspsychologie in der Ernährungsberatung gebraucht wird. *Ern Umsch* 56: 565–567
29. De Bourdeaudhuij I, te Velde S, Brug J et al. (2008) Personal, social and environmental predictors of daily fruit and vegetable intake in 11-year-old children in nine European countries. *Europ J Clin Nutr* 62: 834–841
30. Vierboom, C, Härten I, Simons J (2007): Acrylamid in Lebensmitteln – Ändert Risikokommunikation das Verbraucherverhalten? In: Epp A, Hertel R, Böl G-F (Hg): *BfR Wissenschaft, 1/2007*. Berlin
31. Oehler A, Reisch LA (2008) *Behavioral Economics – eine neue Grundlage für die Verbraucherpolitik*, VZBV (Hg) Berlin. URL: www.vzbv.de/mediapics/studie_behavioral_economics_12_2008.pdf. Zugriff 12.11. 2010
32. Hornik R, Kelly B (2007) *Communication and diet: an overview of experience and principles*. *J Nutr Educ Behav* 39: 5–12
33. Wilson BJ (2007) *Designing media messages about health and nutrition: what strategies are most effective?* *J Nutr Educ Behav* 39: 13–S19
34. Randolph W, Viswanath K (2004) *Lessons learned from public health mass media campaigns: marketing health in a crowded media world*. *Annu Rev Public Health* 25: 419–437
35. Goldberg JP (1992) *Nutrition and health communication: the message and the media over half a century*. *Nutr Rev* 50: 71–77