

Der kompetent Konsument: Wunsch und Wirklichkeit?

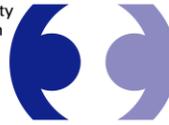
Natürlich gehen wir alle davon aus, dass wir uns frei entscheiden, welche Lebensmittel, Pflegeprodukte, Kleider, Möbel oder Fahrzeuge wir kaufen. Das versteht sich von selbst und ist doch in dieser Absolutheit selten wahr. Denn als Konsumenten sind wir zwar mündig, d.h. handlungsfähig und urteilsfähig; wir werden aber von Gewohnheiten, vom Warenangebot, der Werbung, dem Zeitgeist, seinen Trends und vielem mehr beeinflusst. In der Folge sind unsere Entscheidungen nicht automatisch auch kompetent. Und so stellt sich die Frage, in welchen Bereichen Hilfestellungen für Konsumenten nützlich sind, und wo dies weniger nötig erscheint. Als Ernährungsfachpersonen und Gesundheitsförderer konzentrieren wir uns in unserem Essay auf den Ernährungsbereich und werfen auch einen kleinen Blick auf den Gesundheitsbereich.

Wirtschaft und Politik, teils auch Fachleute der öffentlichen Gesundheit setzen den Vernunft gesteuerten Konsumenten in ihren Überlegungen als gegeben voraus. Das ist aber eher selten der Fall, Kaufentscheidungen haben oft eine emotionale Seite oder verlaufen gewohnheitsmässig, um zeitliche Überlastungen zu vermeiden. Von Fachleuten aus der Verbraucherborschung wurde bereits vor Jahren erkannt, dass nicht pauschal vom kompetenten Konsumenten ausgegangen werden darf. Eine wirklich kompetente Entscheidung setzt u.a. umfassende Informationen voraus, und diese sind häufig nicht gegeben oder überfordern den Laien schon rein quantitativ. Deshalb ist es selbstverständlich, dass der Konsument dort geschützt wird, wo ihm ein Schaden erwachsen kann, z.B. beim Verkauf von alkoholischen Getränken, Medikamenten oder Drogen. Deshalb ist auch oberster Zweck der Lebensmittel-Gesetzgebung, die Konsumenten vor gesundheitlicher Gefährdung und vor Täuschung zu schützen. Insbesondere sind Konsumierende zu schützen, die (noch) nicht in der Lage sind, selbstverantwortliche kompetente Entscheidungen zu treffen, z.B. Kinder, Jugendliche und hilfsbedürftige Menschen.

Wie kompetent sind wir heute in unseren Entscheidungen bezüglich des Lebensmittelkonsums und seiner Auswirkungen auf unsere Gesundheit und die Umwelt? Stellen wir uns tatsächlich bei jedem Einkauf folgende Fragen:

- Welche gesundheitlichen Bedürfnisse sind vorhanden? Z.B. Wie viel Zucker darf es sein?
- Welche Waren könnten den gesuchten Nutzen liefern? Z.B. Welches Produkt enthält weniger Fett?
- Ist die sachgerechte Anwendung offensichtlich oder braucht es eine Anleitung? Z.B. Erhitzen im Ofen oder der Mikrowelle?
- Sind weitere Kriterien zu beachten? Z.B. sozial verträgliche Produktion oder ökologisch sinnvolle Verpackung?

Um kompetent mit Lebensmitteln umzugehen und sich gesund und nachhaltig zu verpflegen, braucht der Konsument Informationen zum Lebensmittelangebot, seiner Produktion und Verwendung, und dies in einem globalisierten Markt mit unüberschaubaren Handels- und Produktionswegen. Gleichzeitig muss er die Lebensmittelwerbung hinterfragen können. Zudem brauchen heutige Konsumenten vertiefte Kenntnisse über die Zusammenhänge von Ernährung, Gesundheit und Umwelt, aber auch die Fähigkeit, Essen zuzubereiten und Mahlzeiten zu gestalten. Sie sollten in der Lage sein, über die eigenen



Bedürfnisse nachzudenken und den eigenen Bedarf an Nahrungsenergie, Nährstoffen etc. in etwa zu kennen.

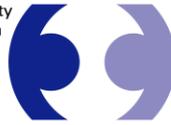
Das Lebensmittelgesetz und seine Verordnungen können dies alles nicht regeln. Es käme zu einer Überregulierung des Marktes. Daher muss einerseits die Ernährungskompetenz gefördert und andererseits in verschiedenen Bereichen, z.B. in der Gemeinschaftsgastronomie und Lebensmittelentwicklung, Best Practice Standards gesetzt werden.

Zur Förderung der Ernährungskompetenz braucht es Ernährungsaufklärung, z.B. die Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung, wie sie die Lebensmittelpyramide darstellt. Um diese zu verstehen und seine eigenen Mahlzeiten bewusst zusammenstellen und zubereiten zu können, braucht es Bildung. Ernährungsfachleute und Gesundheitsfachleute verlangen, dass die ernährungsbezogene Bildung in der obligatorischen Schule beibehalten bzw. wieder eingeführt wird, und dass in den gesellschaftlichen und naturwissenschaftlichen Schulfächern eine deutlichere Beziehung zur Gesundheit hergestellt wird. Solches Wissen und solcher Kompetenzaufbau unterstützen die Entwicklung eines eigenverantwortlichen Handelns.

Sinnvoll sind auch Hilfsmittel zur Reduktion der Komplexität des Entscheidungsprozesses. Verschiedene Ernährungs- und Konsumentenorganisationen fordern Label, die die Kaufentscheidung erleichtern sollen. Irrtümlicherweise werden solche Richtlinien und andere Best Practice-Standards häufig als Fremdbestimmung abgetan. Dabei erleichtern sie nicht nur die Kaufentscheidung, sondern sorgen auch für Sicherheit und Fairness im Markt. Das haben die angesprochenen Lebensmittelhersteller und –händler längst erkannt: Mit Swiss Pledge verpflichten sich 13 Marktteilnehmer, keine Produktwerbung an Kinder unter 12 Jahren zu richten (bzw. an ein Publikum mit mehr als 35% Kindern unter 12 Jahren). Weitere freiwillige Verpflichtungen betreffen den Zuckerzusatz in Joghurts und Frühstückscerealien sowie Salz im Brot.

Eng mit der Ernährungskompetenz verbunden, aber darüber hinausgehend, ist die Gesundheitskompetenz: „Gesundheitskompetenz ist die Fähigkeit des Einzelnen, im täglichen Leben Entscheidungen zu treffen, die sich positiv auf die Gesundheit auswirken – zu Hause, am Arbeitsplatz, im Gesundheitssystem und in der Gesellschaft ganz allgemein.“ (Definition von Nutbeam, www.allianz-gesundheitskompetenz.ch). Das Erarbeiten von Kompetenz im Bereich Gesundheit ist für den Konsumenten anspruchsvoll - und kann doch nur von jeder Person selbst für sich, das eigene Verhalten und die eigene Lebenssituation geleistet werden. Damit dies gelingt, fordern Vertreter der Prävention und Gesundheitsförderung sowie Public Health Schweiz, dass die Gesundheitskompetenz der Menschen auf verschiedenen Ebenen gefördert werden muss.

Für die Verbesserung der äusseren Verhältnisse ist vernetztes Politisieren und Agieren gefragt. Da Gesundheit sehr vielschichtig ist, ist es empfehlenswert, dass die involvierten Systeme wie z.B. Bildung, Gesundheit, Wirtschaft, Landwirtschaft, Umwelt, Verkehr und Soziales zusammenarbeiten, getrennte Zuständigkeiten überwinden und ihre Kräfte bündeln. Politiker könnten auf einige bestehende Netzwerke zurückgreifen und eine weitere Vernetzung fördern. Sie könnten ausserdem bei der Entwicklung politischer Massnahmen überlegen, welche gesundheitlichen Effekte diese haben könnten. Ein geeignetes Instrument dazu ist die Gesundheitsfolgenabschätzung (<http://www.impactsante.ch>). Die zurzeit politisch gewünschte Einrichtung von Tagesschulen muss auch die Frage nach einer bedarfsgerechten Verpflegung beantworten, denn die Nutzer dieser Einrichtungen, die Schulkinder, haben keine Entscheidungsgewalt auf das ihnen angebotene Essen. Best Practice-Standards für eine



gesundheitsfördernde Gemeinschaftsverpflegung müssen daher Teil der Gemeindepolitik sein; es kann und darf nicht nur in der Verantwortung der Schule liegen, für eine gesundheitsfördernde Schulverpflegung zu sorgen.

Der Konsument, der in allen Fragen seines Lebens mündig, kompetent und eigenverantwortlich handelt, ist ein Wunsch. Um möglichst nahe an das optimale Verhalten heranzukommen, benötigt er viel Unterstützung. Ausserdem gibt es Lebensbereiche, äussere Verhältnisse, in denen die Konsumenten sinnvollerweise mit Richtlinien geschützt werden, weil sie keine Wahlmöglichkeit haben.

Zum Weiterlesen:

Eidgenössische Kommission für Kinder- und Jugendfragen (Hrsg.): Selbstbestimmt oder manipuliert? Kinder und Jugendliche als kompetente Konsumenten. Bern, Schweizerische Eidgenossenschaft.
<http://www.ekkj.admin.ch/content.php?ekkj-1-1>

Das sind die Autorinnen

Stephanie Baumgartner Perren und Annette Matzke sind Ernährungswissenschaftlerinnen, die sich beruflich und ehrenamtlich dafür einsetzen, dass sich Konsumenten für eine ausgewogene Ernährung entscheiden können. Sie engagieren sich für die Fernfachhochschule Schweiz, Public Health Schweiz, infofood GmbH und ggessen.

So sind die Autorinnen als Konsumenten

Ganz normale Menschen – trotz der relativ hohen Konsum- und Ernährungskompetenz! Sie geniessen, achten auf hochwertige Lebensmittel und nutzen auch vorgefertigte Lebensmittel.

Da ist die Kernbotschaft des Essays

Nur wissende Menschen können bewusst einkaufen und eigenverantwortlich handeln. Bildung und gute Erfahrungen sowie gewisse Richtlinien und die Chance, es überhaupt tun zu können, sind Voraussetzung dafür. Die kulturelle Vielfalt schafft ausserdem eine vielfältige und auch individuelle Esskultur.