

Zielgruppengerechte Risikokommunikation zum Thema Nahrungsergänzungsmittel

Projektbeschreibung des BfR vom 23. März 2012

Akronym: NEM

Projektlaufzeit: 1.12. 2008-31.12. 2011

Auftragnehmer: Katalyse Institut für angewandte Umweltforschung e.V. (Köln)

Projektleitung: Fr. Dr. Bettina Röder

Sachstand

Der weit verbreitete Konsum von Nahrungsergänzungsmitteln ist Symptom sich wandelnder gesellschaftlicher Verhältnisse und Lebensgewohnheiten. Wichtige Dimensionen sind die Alterung der Gesellschaft, die Beschleunigung des Lebensalltags und die Veränderungen bestehender Arbeits- und Sozialstrukturen. Die Verbraucherwahrnehmung der Produkte zur Nahrungsergänzung orientiert sich in erster Linie am Verwendungskontext und an den jeweiligen Verwendungsmotiven (z.B. kurativ, präventiv, Steigerung der körperlichen Fitness) sowie den damit verbundenen Produkthanforderungen. Juristische Definitionen von Nahrungsergänzungsmitteln als Lebensmittel und die Abgrenzung zu rezeptfreien Arzneimitteln werden in der Regel nicht wahrgenommen und sind der überwiegenden Mehrheit der Verwender nicht bekannt. Die Entwicklung des Nahrungsergänzungsmittelkonsums in der Bevölkerung, insbesondere die hohe Einnahmeprävalenz bei den älteren Bevölkerungsschichten, macht eine Aufklärung und Sensibilisierung der Verbraucher zum Konsum von Nahrungsergänzungsmitteln und damit verbundenen Risiken erforderlich.

Ziel & Ergebnisverwertung

Ziel der Untersuchung ist die Optimierung der bestehenden Verbraucheraufklärung zu Risiken der Verwendung von Nahrungsergänzungsmitteln durch die Entwicklung einer zielgruppenorientierten Strategie zur Risikokommunikation.

Die Studie umfasst

1. eine Sachstandsanalyse (bisherige Risikokommunikation, Auswertung von Daten der Nationalen Verzehrsstudie II und des Haushaltspanels der Gesellschaft für Konsumforschung (im Wesentlichen: Motivation, Nutzung)
2. einen qualitativen Untersuchungsteil mit vier Fokusgruppen (im Wesentlichen: Motivation, Verwendungsgewohnheiten, Informationsverhalten)
3. einen quantitativen Untersuchungsteil mit zwei Repräsentativbefragungen: zum Ernährungs- und Gesundheitsverhalten (Stichprobe n = 20.000 Teilnehmer des GfK medic*scope Panel) sowie zu Verwendungsgewohnheiten und Einstellungen von Nahrungsergänzungsmittel-Verwendern (Prävalenz, Anwendungsgebiete, Motive, Wissensstand, Informationsverhalten) (Stichprobe n = 4.626 Teilnehmer des GfK medic*scope Panel)

In Zusammenschau der Ergebnisse der vorgesehen empirischen Untersuchungen werden Zielgruppen für eine Risikokommunikation zu Nahrungsergänzungsmitteln identifiziert, ein „Ranking“ von Zielgruppen erstellt, bei denen Risikokommunikation am Erfolg versprechendsten erscheint und Instrumente der Zielgruppenansprache vorgeschlagen. Für die drei „erstplatzierten“ Zielgruppen werden Kommunikationskonzepte entwickelt. Das Projekt leistet mit der Identifikation von relevanten Zielgruppen und der Entwicklung darauf zugeschnittener Kommunikationskonzepte einen Beitrag dazu, dass effektiver über mögliche gesundheitliche Risiken infolge des Verzehrs von Nahrungsergänzungsmitteln informiert werden kann.