

Allzeit glücklich und zufrieden

peb-Studie über Ernährung und Bewegung im Kleinkindalter

Das Marktforschungsinstitut rheingold untersuchte im Auftrag der Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) die Einflussfaktoren auf das Ernährungs- und Bewegungsverhalten junger Familien in der frühen Phase der Kindheit. Im Vordergrund der Untersuchung standen Motive, Hinderungsgründe und Voraussetzungen für gesundheitsorientiertes Verhalten, die unter anderem neue Erkenntnisse zur Prävention von Übergewicht liefern sollten. Die Studie wurde vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) gefördert.

Studiendesign

Insgesamt nahmen 330 Eltern mit Kindern im Alter von null bis drei Jahren an 300 standardisierten und 30 tiefenpsychologischen Interviews teil. Befragt wurde dabei derjenige Elternteil, der sich hauptsächlich um die Erziehung des Kindes kümmert und am meisten Zeit mit ihm verbringt.

Zusammensetzung der Stichprobe

■ Geschlecht	
männlich	32 Prozent
weiblich	68 Prozent
■ Schulbildung	
niedrig	34 Prozent
mittel	38 Prozent
hoch	29 Prozent
■ Haushaltsnettoeinkommen	
< 2.000 Euro	40 Prozent
2.000–3.000 Euro	29 Prozent
> 3.000 Euro	25 Prozent
■ Anzahl der Kinder	
eins	90 Prozent
zwei	10 Prozent
■ Ernährung	
Stillen/Fläschchen	18 Prozent
(auch) Löffel	80 Prozent
■ Übergewicht des Kindes	
	18 Prozent

Ergebnisse

Grundsätzlich zeigt die Studie, dass

- Informationen zum gesunden Lebensstil den meisten jungen Eltern bekannt sind, die Umsetzung im Alltag jedoch schwer fällt;
- es jungen Eltern eher Sorgen bereitet, dass Kinder zu wenig essen (17 % der Befragten) als zuviel (10 % der Befragten);
- das Thema Ernährung einen hohen Stellenwert hat, das Thema Bewegung aber kaum Erwähnung findet;
- Eltern den natürlichen Bewegungsdrang ihrer Kinder häufig hemmen statt ihn zu fördern;
- Väter meist aktiver bei der Bewegungsförderung ihrer Kinder sind als Mütter.

Regeln und Grenzen

Ein gesunder Lebensstil braucht Regeln. Der Alltag junger Familien ist der Studie zufolge jedoch häufig „entrhythmisiert“. Rituale und feste Essenszeiten fehlen. Nur wenige Eltern setzen konsequent Regeln und Grenzen um, da sie sich unsicher sind, was sinnvoll und durchsetzbar ist. Die Kinder dürfen mitbestimmen, Essen wird zur Verhandlungssache. Dies führt dazu, dass Kinder oft Probleme haben, Maß zu halten und Einschränkungen zu akzeptieren.

Medien- und Nahrungsmittel-Konsum

Viele junge Eltern versuchen durch Medienkonsum und Essen außerhalb der Mahlzeiten ihre Kinder ruhig zu stellen. Es fällt ihnen schwer standzuhalten, wenn die Kinder kurzzeitig unzufrieden sind. Dies ist vor allem auf den hohen Anspruch der Eltern zurückzuführen, das Kind solle immer glücklich und zufrieden sein. Hinzu kommt die Neigung der Eltern, sich schnell hinsichtlich einer möglichen Unterversorgung zu sorgen. So stehen Essen und Trinken permanent zur Verfügung, „Wartezeiten“ gibt es kaum. Im Extremfall können Kinder so kein wirkliches Hungergefühl entwickeln. Insgesamt geben 63 Prozent der Eltern an, ihrem Kind trotz



Kinder brauchen Struktur, um ein gesundes Essverhalten zu erlernen. einigermaßen fest geplanter Mahlzeiten zwischendurch etwas zu essen zu geben, wenn es danach verlangt.

Bewegung

Für 71 Prozent der Kinder ist Toben und Spielen im Haus die häufigste Bewegungsaktivität. Nicht einmal jedes zehnte Kind (6-7 %) spielt täglich auf einem Spielplatz, einem Park oder in einer Grünanlage. Dies begründen 43 Prozent der Eltern mit der Angst, ihr Kind aus den Augen zu lassen. Väter fördern die Bewegungsfreude ihrer Kinder eher als Mütter. Sie sind risikofreudiger, grenzen ihre Kinder weniger ein und spielen daher für deren Bewegungsentwicklung eine besondere Rolle. 56 Prozent der Väter geben an, dass sie gerne auch „wildere“ Spiele mit ihrem Kind spielen, wie Fußball oder Raufen. Etwa die Hälfte der Väter ermuntern ihre Kinder häufig, beim Spielen im Freien mutig zu sein und sich, beispielsweise beim Klettern, mehr zuzutrauen. Dies trifft nur auf rund ein Drittel der Mütter zu.

Informationsverhalten

Der Kinderarzt ist für 93 Prozent der Befragten die wichtigste Vertrauensperson bei Fragen zu Erziehung, Ernährung und Bewegung. Darüber hinaus beschaffen sich 86 Prozent der Eltern Informationen bei Verwandten oder Freunden und 63 Prozent bei der Hebamme. Informationsangebote aus Zeitschriften, dem Internet oder Fernsehen schätzen Eltern mit niedrigem Sozialsta-

tus deutlich geringer als kostenlose Informationen von Firmen, Ärzten oder Apotheken. Mütter beklagen, dass es ein reichhaltiges Informationsangebot direkt nach der Geburt gibt, das nach einem Jahr jedoch deutlich abebbt.

Fazit

Die Plattform Ernährung und Bewegung sieht hinter der Lockerung oder gar Auflösung von festen Regeln und Routinen im Alltag und der fortwährenden Konfliktvermeidung mit den Kindern den unbewussten Wunsch der jungen Eltern nach Symbiose. Um das Adipositasrisiko von Kleinkindern jedoch möglichst gering zu halten, kommt es nicht nur darauf an, ihnen „gesunde“ Lebensmittel anzubieten und ausreichend Bewegung zu ermöglichen. Wichtig ist auch das Anerziehen eines gesundheitsförderlichen Essverhaltens. Dazu gehören feste Mahlzeiten, Maßhalten-lernen und Phasen ganz ohne Essen, um den Kindern die Wahrnehmung von Hunger und Sättigung als biologisch vorgegebenes Regulans der Nahrungsaufnahme zu ermöglichen. ■

*Dr. Silke Wartenberg
freie Journalistin, Alfter*

Weitere Informationen:
www.pebonline.de

Lebensstile 2020: Zielgruppen sind out, Stilgruppen sind in

„Die Zeiten ändern sich, und wir ändern uns mit ihnen“, sagt ein lateinisches Sprichwort. Dies trifft definitiv auch auf das Ess- und Genussverhalten der Menschen im 21. Jahrhundert zu. Die Studie „Lebensstile 2020“ versucht, die im Zuge der Globalisierung und Auflösung traditioneller Strukturen entstandenen neuen Kundentypen zu charakterisieren.

Typ 1: Der „Prot-Esstler“

Er steht für das Konzept der Nachhaltigkeit. Er will genießen, aber verantwortungsbewusst. Er nutzt

Lebensstile 2020

- Alte Zielgruppen spielen keine große Rolle mehr. Die Lebensumstände prägen die neue Esskultur relativ unabhängig von Einkommen, Geschlecht und sozialer Schicht.
- Die in der Studie ermittelten „Food-Stilgruppen“ entsprechen Trends, die in weiten Teilen der Bevölkerung vorhanden sind. Neue Produkte können also verschiedene Gruppen gleichzeitig ansprechen. Genuss ohne Reue steht dabei im Vordergrund.
- In Zeiten immer neuer Lebensmittelskandale sind Transparenz und Authentizität marktwertige Vorteile.
- Ein gesundheitlicher Zusatznutzen kommt gut an.
- Die neue Lust an der Selbstinszenierung setzt auf Unterhaltung und Geselligkeit.
- Essen sollte einen Mehrwert bieten, etwa Genuss, Exklusivität und Service.
- Nachhaltigkeit ist in: Bioprodukte, fair gehandelte Waren und Waren lokaler Anbieter sprechen eine relativ konstante Zielgruppe an, die bereit ist, für verantwortliches Essen mehr Geld auszugeben.

alle modernen Informationskanäle, um zu gewährleisten, dass sein Genuss den Rest der Welt möglichst wenig behelligt. Regionale Angebote, Gemüse der Saison von lokalen Anbietern, vielleicht sogar Direktvermarktern, Bioware, fair gehandelte Produkte nutzt der Prot-Esstler bereitwillig, soweit vorhanden. Sollte das nicht der Fall sein, hat er aber auch kein ideologisches Problem mit konventionell angebaute Ware. Auch beim Essen außer Haus spielt Nachhaltigkeit und Nachvollziehbarkeit für ihn eine große Rolle.

Typ 2: Der „Besser-Esser“

Er verkörpert das Streben vieler moderner Menschen nach mehr Genuss und Sensationen sowie das Bedürfnis nach einer grundsätzlichen Kontrolle über das eigene Erleben. Der Besser-Esser sucht das Außergewöhnliche. Dabei überlässt er allerdings wenig dem Zufall, er studiert die einschlägige Sekundärliteratur zum Thema Essen und Trinken ebenso eingehend wie gute Kochbücher. Sein Einkaufsverhalten ist von „wissen, was er will“ gekennzeichnet. Auch wenn er sich gern vom Fachmann beraten lässt, hat er seine Entscheidung in der Regel schon getroffen. Im Grunde will er mit dem Berater auf Augenhöhe sprechen, ohne sich belehren zu lassen. Essen hat für ihn höchste Priorität. Das gilt

auch für die finanziellen Beträge, die er dafür aufwendet. Besser-Esser gelten als die Luxus-Zielgruppe von morgen.

Typ 3: Der „Jekyll-and-Hyde“-Gourmet

Er verkörpert die sich immer weiter auflösenden klassischen Strukturen der modernen westlichen Industriegesellschaft. Menschen dieses Typs legen sich nicht auf einen eindeutigen Ernährungsstil fest, sondern verzehren das, wonach ihnen gerade der Sinn steht. Ein typischer JaHler achtet durchaus auf gesunde Ernährung und bevorzugt tendenziell ökologisch angebaute und moralisch einwandfreie Lebensmittel. Allerdings würde er dafür auf seinen Lieblings-Brottaufstrich nicht verzichten, und wenn die Zeit nur für eine Tiefkühlpizza am Abend reicht, ist das eben so. Sowohl, was das Essen auswärts als auch was die eigene Einkäufe angeht, ist der JaH-Gourmet ein „emotioneller Spontankäufer“, der das Geschäft oder das Restaurant aufsucht, das auf dem Weg liegt. In diesem Verhalten spiegelt sich nicht nur die immer größere Liberalität unserer Gesellschaft wider, sie ist auch die Folge eines Lebensstils, indem immer weniger Zeit für einen strukturierten Tagesablauf oder regelmäßige Mahlzeiten zur Verfügung stehen.