

Kann die «5 am Tag»-Kampagne von der Bevölkerung überhaupt umgesetzt werden? «5 am Tag» startete mit dem hochgesteckten Ziel, den Konsum von Früchten und Gemüse jährlich um fünf Prozent zu steigern. Insbesondere jene Personen, die gar keine oder nur sehr wenig Früchte und Gemüse essen, sollten mit der Kampagne angesprochen werden. Ursula Zybach, Leiterin der Kampagne, zieht eine vorläufige Bilanz.

«Die Bevölkerung kennt die Botschaft»

INTERVIEW: MARIANNE BOTTA DIENER, DIPL. LEBENSMITTELINGENIEURIN ETH



Ursula Zybach

Ursula Zybach ist Programmleiterin Darmkrebs der Krebsliga Schweiz. Die studierte Lebensmittelingenieurin begann ihre berufliche Laufbahn als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Basel und arbeitete danach als Leiterin für Gesundheitsförderung und Prävention bei der Krankenversicherung CONCORDIA. Im Jahr 2002 übernahm Ursula Zybach die Kampagnenleitung von «5 am Tag».

Marktinfos per SMS oder im Internet

Auf regionalen Märkten sind die angebotenen Früchte und Gemüse besonders frisch und stammen meist von Landwirten aus der Region. Viele Marktstände bieten auch die Wahl zwischen Produkten aus biologischem und konventionellem Anbau. Um der Schweizer Bevölkerung den Zugang zu den Gemüse- und Früchtemärkten zu erleichtern, bietet die Kampagne «5 am Tag» zwei neue Dienstleistungen per SMS an: MarktInfo und MarktMemo. Die Informationen von mehr als 160 Märkten aus grössten Ortschaften der Schweiz stehen zur Verfügung und werden zum normalen SMS-Tarif von 20 Rappen angeboten. Die Infos sind auch im Internet unter www.5amtag.ch verfügbar.

Frau Zybach, wieso hat eigentlich ausgerechnet die Krebsliga Schweiz die «5 am Tag»-Kampagne gestartet? Der Zusammenhang zwischen Früchte- und Gemüsekonsum und Krebs-erkrankungen steht doch auf recht wackligen Füßen.

Ursula Zybach: «5 am Tag» wurde vor etwa zehn Jahren von der amerikanischen Krebsforschungsgesellschaft und der amerikanischen Fruchtindustrie lanciert. Die ursprüngliche Motivation für diese Kampagne waren Studien, die zeigten, dass ein erhöhter Konsum von Früchten und Gemüse das Risiko von Krebserkrankungen senkt. Diese Evidenz geriet in den letzten Jahren jedoch etwas ins Wanken, sodass der Fokus der «5 am Tag»-Kampagne in der Schweiz seitdem auf die allgemeine Gesundheitsförderung und auf das Wohlbefinden gelegt wird.

Welcher gesundheitliche Nutzen soll denn erreicht werden?

Früchte und Gemüse enthalten viele Vitamine, Mineralstoffe,



Mehr Gemüse u

Spurenelemente und Nahrungsfasern, jedoch wenig Energie. Sie versorgen uns mit lebenswichtigen Stoffen und füllen den Magen, ohne ein Schweregefühl zu hinterlassen. Dank ihrer tiefen Energiedichte spielen sie im Zusammenhang mit dem allgegenwärtigen Thema Übergewicht eine ausserordentlich wichtige Rolle.

Viele Menschen haben Mühe damit, die täglich geforderten fünf Portionen zu erreichen. Wie hat sich «5 am Tag» in der Praxis bewährt?

Die Bevölkerung kennt die Botschaft, dass täglich fünf Portionen Früchte und Gemüse verzehrt werden sollen. In einer Umfrage des Marktforschungsinstitutes Link gaben 37 Prozent der Befragten an, von der Kampagne bereits etwas gehört, gesehen oder gelesen zu haben. Interessant sind die Resultate von zwei durch die Kampagne selbst durchgeführten



KREBSLIGA SCHWEIZ

und Früchte essen!

Studien. Beide zeigten auf, dass zwischen dem Wissen zur Kampagne und der Umsetzung eine Lücke klafft. Immerhin essen gemäss der aktuellsten Befragung aus dem Jahr 2005 rund 40 Prozent der Schweizer Gesamtbevölkerung vier, fünf oder mehr Portionen Gemüse und Früchte pro Tag. Fünf und mehr Portionen werden von etwa jedem sechsten Erwachsenen konsumiert. Sie erreichen damit das Ziel der «5 am Tag»-Kampagne. Etwa jeder Fünfte isst dagegen nur zwei oder weniger Portionen pro Tag.

Wäre es nicht besser gewesen, statt «5 am Tag» lediglich die Empfehlung abzugeben, viele Früchte und Gemüse zu essen, um die Leute nicht zu frustrieren?

Immerhin 40 Prozent der Bevölkerung erreichen vier oder mehr Portionen, was ich als gutes Resultat erachte. Eine Empfehlung im Sinne von «Esst mehr Gemüse

Riesengurken, Radieschen und Rettiche in Gefahr: Im Kinofilm «Wallace & Gromit auf der Jagd nach dem Riesenkaninchen» kämpfen der exzentrische, aber liebenswerte Erfinder Wallace und sein Hund Gromit (Bild) ums Überleben gefährdeter Gemüse. «5 am Tag» trat als offizieller Partner des oskarpreisgekrönten Animationsfilms auf.

und Früchte» klingt zwar im ersten Moment verlockend, doch die Empfehlung ist zu wenig konkret, als dass man sie umsetzen könnte. Vielen Menschen tut es gut, wenn sie täglich oder wöchentlich ein Erfolgserlebnis haben.

Wie halten Sie es selber mit «5 am Tag»? Schaffen Sie das in Ihrem Alltag?

Eigentlich habe ich lieber Süsses als Früchte und Gemüse – aber ich schaffe es trotzdem, während der Woche auf fünf Portionen zu kommen. Am Wochenende sind es eher zwei bis drei Portionen.

Ich starte morgens entweder mit einem Müesli mit frischen oder tiefgefrorenen Früchten oder einem Fruchtsaft, mittags esse ich entweder ein Sandwich oder im Personalrestaurant einen Teller Saisongemüse mit kohlenhydrathaltigen Beilagen. Beim Vorbereiten des Nachtessens esse ich ein oder zwei rohe Rüebli und je nach dem, wie meine

Tagesbilanz aussieht, gibts Salat, gekochtes Gemüse oder eine Gemüsesuppe. Damit ich auf dem Arbeitsweg nicht schlapp werde, habe ich pro Fahrt einen Apfel oder eine Banane dabei, die ich unterwegs esse.

Als Ziel der Kampagne wurde einmal formuliert, den Früchte und Gemüsekonsum um fünf Prozent zu steigern. Ist das Ziel erreicht worden?

Das Ziel, den Früchte- und Gemüsekonsum mit der «5 am Tag»-Kampagne um fünf Prozent zu steigern, ist ein sehr hoch gestecktes Ziel. Gemäss dem statistischen Jahrbuch der Schweiz wurden im Jahr 2001 76,2 kg Gemüse und 77,7 kg Früchte pro Jahr und Person konsumiert. Eine Steigerung um 5 Prozent würde bedeuten, dass wegen der Kampagne 27 972 Tonnen mehr Gemüse und Früchte pro Jahr gegessen würden. Im Jahr 2004 wurden 72,5 kg Gemüse und 73,4 kg Früchte konsumiert, dies entspricht einem Rückgang von rund fünf Prozent. Insofern wurde das Ziel nicht erreicht.

Um die Kampagne ist es recht ruhig geworden. Wo geht eigentlich das Geld hin?

Nein, es ist nicht ruhig geworden um die Kampagne, im Gegenteil. Im Jahr 2004 wurde zum ersten Mal Werbung gemacht. Es wurden witzige Spots an E-Boards gezeigt. Im Jahr 2005 und Anfang 2006 wurde im Zusammenhang mit der Partnerschaft mit dem Kinofilm von Wallace und Gromit TV-Spots ausgestrahlt. Und zwischen Mai 2006 und August 2007 gastiert eine interaktive «5 am Tag»-Ausstellung in grossen Coop-Einkaufszentren. Das Werbebudget betrug bisher rund 100 000 Franken pro Jahr. □