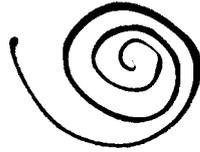


e c o n c e p t



econcept AG
Forschung, Beratung, Projektmanagement

Evaluation des Fünften Schweizerischen Ernährungsberichts 2005

Executive Summary

Yvonne Kaufmann
Matthias Peters
Bettina Wapf
Adrian Derungs

Im Auftrag des Bundesamtes für
Gesundheit (BAG)

September 2006

Impressum

Vertragsnummer:	05.002745/2.25.01.-947
Laufzeit:	Januar 2006 bis September 2006
Datenerhebungsperiode:	Mai – Juni 2006
Leitung Evaluationsprojekt im BAG:	Florence Chenaux, Sektion Forschungspolitik, Evaluation und Berichterstattung (FEB) des Bundesamtes für Gesundheit (BAG)
Meta-Evaluation:	Dieser Bericht war Gegenstand einer Meta-Evaluation durch das Kompetenzzentrum für Evaluation (CCE) des BAG. Die Meta-Evaluation (wissenschaftliche und ethische Qualitätskontrolle einer Evaluation) stützt sich auf die Evaluationsstandards der Schweizerischen Evaluationsgesellschaft SEVAL.
Bezug:	Kompetenzzentrum für Evaluation (CCE) evaluation@bag.admin.ch , www.health-evaluation.admin.ch
Zitervorschlag:	Kaufmann Y., Peters M., Wapf B., Derungs A. (2006): Evaluation des Fünften Schweizerischen Ernährungsberichts – Executive Summary, econcept im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit, September 2006, Zürich

Inhalt

Abstract.....	I
1 Ausgangslage und Ziel.....	1
2 Methodologie.....	1
3 Wichtigste Ergebnisse.....	2
4 Schlussfolgerungen.....	4
5 Empfehlungen	6

Abstract

Der 5. Ernährungsbericht 2005 des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) erschien im Dezember des letzten Jahres in zwei Versionen, einer umfassenden Langversion (1070 Seiten) und einer kurzen Populärversion, die auf die Ernährungssituation von Kindern und Jugendlichen fokussiert.

Das Ziel der Evaluation bestand darin, Entscheidungsgrundlagen für die Planung und Vorbereitung des nächsten Ernährungsberichts zu gewinnen, um die Qualität von Form und Inhalt des Berichts zu verbessern. Dazu wurden die verschiedenen Zielgruppen und Partner des BAG befragt sowie Dokumentenanalysen und Recherchen durchgeführt.

In aller Kürze lassen sich die Ergebnisse wie folgt zusammenfassen: Ernährungsbericht ja, aber anders. Die Langversion soll vor allem in Bezug auf ihre Form verbessert werden, die Inhalte werden als gut beurteilt. Bezogen auf die Zukunft legen die Ergebnisse für den nächsten Bericht eine Konzeptänderung in Richtung Internetplattform nahe. Die Populärversion soll sowohl in Form und Inhalt verbessert werden, eine Klärung des Konzepts und der Zielgruppen drängt sich auf.

Schlüsselwörter

Evaluation, Ernährungsbericht, Ernährung, Bundesamt für Gesundheit.

1 Ausgangslage und Ziel

Gegenstand der Evaluation ist der 5. Ernährungsbericht (Langversion und Populärversion), der im Dezember 2005 erschienen ist und im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) unter der Leitung einer Arbeitsgruppe der Eidgenössischen Ernährungskommission (EEK) verfasst wurde.

Die wissenschaftliche Ausgabe des 5. Ernährungsberichts (Langversion) umfasst 1070 Seiten und 8 Kapitel. Neben dieser ausführlichen Version gibt es eine Populärversion mit Fokus auf Kinder und Jugendliche und ein Faltblatt mit Tipps für den Alltag. Das Faltblatt ist nicht Gegenstand der Evaluation.

Das **Ziel** der Evaluation ist die Informationsbeschaffung für Entscheidungen über Planung, Form und Inhalt, Häufigkeit und Verteilung des 6. Ernährungsberichts sowie die Definition der Empfänger. Dadurch soll die Qualität des Berichts in Bezug auf Inhalt und Form des Berichts vor dem Hintergrund der Bedürfnisse der Zielgruppen und Partner verbessert werden.

Die Evaluation soll folgende **Fragestellungen** beantworten:

1. In wie fern ist der 5. Ernährungsbericht in Form und Inhalt zweckmässig und qualitätsmässig gut für die verschiedenen Zielgruppen sowie für die Partner der Fachstelle Ernährung und der Abteilung Lebensmittelwissenschaft?
2. Erreicht der 5. Ernährungsbericht tatsächlich die richtigen Zielgruppen im richtigen Moment?
3. Wird der Ernährungsbericht von den Zielgruppen und den Partnern gelesen und verwendet?
4. Sind die für die Erarbeitung und Veröffentlichung des 5. Ernährungsberichts eingesetzten finanziellen und personellen Mittel angesichts seiner tatsächlichen mittel- und langfristigen Nützlichkeit gerechtfertigt?
5. Wie werden die vom Abteilungsleiter erarbeiteten Vorschläge von den verschiedenen Zielgruppen und den Partnern beurteilt (Monitoring-Instrument, gleichmässige Budgetverteilung)?

2 Methodologie

Wir konzipierten die Evaluation als Soll-Ist-Vergleich. Dabei wurden die einzelnen Kriterien an einem von der Sektion Ernährung bzw. der Abteilung festgelegten Sollwert gemessen. Diese Soll-Werte wurden zu Beginn der Evaluation festgelegt.

Die Zahl und Heterogenität der Zielgruppen des Ernährungsberichts und Partner des BAG im Bereich Ernährung ist gross und machte verschiedenste Zugänge bzw. Befragungsformen notwendig. Grössere Zielgruppen wurden standardisiert online und kleinere Zielgruppen halb-standardisiert und telefonisch bzw. persönlich befragt.

Neben den Befragungen wurden folgende Methoden angewendet:

- Kosten-Wirksamkeits-Analyse zur Bewertung der Wirtschaftlichkeit des Ernährungsberichts.
- Vergleichende Analyse des Schweizerischen Ernährungsberichts mit den Berichten von Deutschland und Österreich.
- Recherche zu statistischen Daten zum Thema Ernährung in der Schweiz.
- Dokumentenanalyse weiterer Unterlagen wie Unterlagen zu Versand und Vertrieb des Ernährungsberichts, Bürgerbriefe, Medienberichte und Google-Alerts.¹

3 Wichtigste Ergebnisse

Die Evaluationsfragestellungen können wie folgt beantwortet werden:

Evaluationsfragestellung 1: Zweckmässigkeit und Qualität von Form und Inhalt des Ernährungsberichts

Die Langversion des 5. Ernährungsberichts ist in der Form wenig zweckmässig und qualitativ nur beschränkt gut. Die Langversion wird meist als zu umfangreich und unhandlich beurteilt. Im Inhalt ist sie eher zweckmässig und qualitativ eher gut.

Die Populärversion ist in der Form sowohl wenig zweckmässig als auch qualitativ nur beschränkt gut. Der Inhalt ist beschränkt zweckmässig, qualitativ aber gut.

Die Unterschiede nach Gruppen sind teilweise beträchtlich.

Evaluationsfragestellung 2: Erreichung der Zielgruppen

Die Mehrheit der Befragten wünscht, dass der Ernährungsbericht alle fünf Jahre erscheint und favorisiert auch eine Internetplattform, welche laufend aktualisiert wird. Daraus folgern wir, dass eine Publikation, die nur alle sieben Jahre erscheint, ange-

¹ Die „Google Alerts“ bieten die Möglichkeit, sich über bestimmte Online-Beiträge zu informieren. Zu einem definierten Thema wird der Benutzer in einem gewünschten Zeitintervall per Email benachrichtigt, ob Online-Nachrichtenbeiträge veröffentlicht wurden, die zu den angegebenen Themen passen.

sichts der unterschiedlichen Interessen der vielfältigen Zielgruppen kaum für viele Zielgruppen zum richtigen Zeitpunkt kommt. Der Ernährungsbericht erreicht die Zielgruppen also kaum im richtigen Moment, obwohl er allgemein als wichtig und nötig erachtet wird.

Bei den meisten Zielgruppen sind die Zielwerte bei der Bekanntheit und Reichweite des Ernährungsberichts erfüllt. Daraus schliessen wir, dass der Ernährungsbericht im grossen und ganzen die Zielgruppen im richtigen Ausmass erreicht.

Wir setzen aber ein Fragezeichen bei der Frage, ob die Sektion Ernährung die richtigen Zielgruppen anspricht. Es wird mehrheitlich ein wissenschaftsnaher Ernährungsbericht gewünscht, der durch eine praxisnahe Populärversion ergänzt wird. Die Zielgruppe Forschende soll überdenkt werden.

Evaluationsfragestellung 3: Nutzung des Ernährungsberichts

Insgesamt wird die Langversion von den Zielgruppen gut gelesen und meist als für die Arbeit direkt nützlich beurteilt. Daraus schliessen wir, dass die Langversion verwendet wird.

Die Populärversion wird nur mässig gelesen und mässig verwendet. Allerdings ist nicht auszuschliessen, dass wichtige NutzerInnen der Populärversion von der Auftraggeberin nicht als Untersuchungsgruppen bezeichnet worden waren.

Evaluationsfragestellung 4: Rechtfertigung der eingesetzten Mittel

Die Beantwortung dieser Frage hängt einmal von den Bewertungskriterien und dem Bewertungsmassstab ab. Aufgrund der gewählten Kriterien für die Wirksamkeit sowie bezogen auf die Nützlichkeit für die Arbeit direkt kann die Nutzung der Langversion als gut bezeichnet werden, die der Populärversion hingegen nur als mässig.

Zum zweiten hängt die Beantwortung der Frage davon ab, ob man die Kosten auf die gedruckten oder die verteilten, das heisst bis heute bei den Zielgruppen angekommenen, Berichtsexemplare bezieht.

Zum dritten können wir die Frage nach der "tatsächlichen mittel- und langfristigen Nützlichkeit" nicht beurteilen, da seit der Publikation erst ein knappes halbes Jahr verstrich. Wir können die Nützlichkeit im heutigen Zeitpunkt nur abschätzen.

Bezogen auf die Langversion können angesichts dem bis heute erzielten Wirkungsgrad und der allgemein betonten Wichtigkeit des Ernährungsberichts – allerdings mit dem ernst zu nehmenden Vorbehalt, dass er keine Verzehrdaten beinhaltet – die eingesetzten Mittel zwar als hoch, aber gerechtfertigt beurteilt werden. Das Problem besteht in der grossen Zahl noch nicht verteilter Exemplare. So sind bis Ende Mai 2006 erst

knapp 800 der total 3'000 gedruckten Exemplare der Langversion verteilt worden. Mit einer kleineren Auflage z.B. hätten die Druckkosten verringert werden können.²

Bezogen auf die Populärversion fällt die Beurteilung kritischer aus, was insbesondere mit dem als geringer eingeschätzten Nutzen und der Unklarheit der Zielgruppen zu tun hat.

Evaluationsfragestellung 5: Beurteilung der Optionen

Eine laufend aktualisierte Internetplattform findet sehr breite Zustimmung, ein gedruckter Bericht wie bisher kommt weniger gut an. Weiterhin gedruckte, kürzere Berichte in kürzeren Abständen werden nur von wenigen Personen gewünscht (vgl. **A-Fehler! Textmarke nicht definiert.**). Allerdings kann eine Internetplattform kein vollständiger Ersatz für einen schriftlichen Bericht sein.

Die sich auf den ersten Blick widersprechenden Wünsche nach einer elektronischen Plattform und teilweise gleichzeitig nach schriftlichen Berichten lassen sich durch unterschiedliche Nutzungen und die Tatsache erklären, dass in vielen Fällen und für zahlreiche Personen eine Papierversion eines Textes wichtig und in der Handhabung einfacher ist. Unseres Erachtens lassen sich die beiden Formen problemlos vereinbaren.

4 Schlussfolgerungen

Aufgrund unserer Evaluation kommen wir zu folgenden Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen, die sich in aller Kürze wie folgt zusammenfassen lassen: Ernährungsbericht ja, aber anders.

1. Der Ernährungsbericht hat im Grossen und Ganzen die Zielgruppen im richtigen Ausmass erreicht.
2. Die Nutzung der Langversion kann als gut bezeichnet werden, diejenige der Populärversion als mässig. Insgesamt gesehen ist der Ernährungsbericht als wissenschaftlich fundierte Informationsquelle und als Nachschlagewerk unbestritten.
3. Das Publikationskonzept mit zwei Versionen erweist sich grundsätzlich als richtig. Allerdings fragt sich angesichts der geringeren Nutzung der – thematisch stark fokussierten – Populärversion, ob die zielgruppenorientierte Informationsaufbereitung nicht optimiert oder gar weiter vorangetrieben werden könnte.

² Nach Rücksprache mit einem Druckfachmann schätzen wir, dass eine Verkleinerung der Auflage von 3'000 auf 1'000 Exemplare ungefähr eine Halbierung der Druckkosten bewirkt hätte.

4. Die Langversion kann in der Form stark verbessert, d.h. verkürzt und stärker auf das Wesentliche fokussiert werden.

Auch der Inhalt der Langversion, obwohl als gut beurteilt, kann noch verbessert werden, durch eine angemessenere Kapitelgewichtung, aktuellere Daten und Trendaussagen und stärkere Umsetzungs- und Handlungsorientierung.

5. Für Forschende bringt der Bericht nichts Neues, da sie selbst die Inhalte für den Bericht liefern und der wissenschaftliche Austausch in andern Gefässen stattfindet. Der Bericht soll sich vor allem an die Praxis in Verwaltung, Politik und Gesellschaft und an die Öffentlichkeit richten, was den im Vorwort formulierten Zielsetzungen entsprechen würde.

Der jetzige Bericht enthält hauptsächlich Systemwissen³ in Form von aneinander gereihten AutorInnenbeiträgen mit nur schwachen thematischen Klammern – im Gegensatz zu den Ernährungsberichten von Deutschland und von Österreich. Die Funktion für die Praxis bedeutet, dass der Bericht deutlicher Brücken von den Erkenntnissen zum Handeln schlagen soll.

6. Die Form der Populärversion kann durch eine verbesserte Anmutung und grössere Benutzerfreundlichkeit verbessert werden. Die Zweckmässigkeit des Inhalts kann durch einen höhern Informationsgehalt und mehr Handlungsanregungen verbessert werden.

Es fragt sich, ob die als ungenügend beurteilte Zweckmässigkeit nicht auch daher rührt, dass das Zielgruppenkonzept der Populärversion zu wenig klar war. Im Hinblick auf eine fokussierte und praktische Ausrichtung sollte die Populärversion handlungsorientierter sein.

7. Wird die bestehende Konzeption des Berichts beibehalten, sollte die Erscheinungshäufigkeit auf fünf Jahre verkürzt werden. Damit könnte auch das Problem teilweise veralteter Daten gelöst werden. Ebenso sollte neben der gedruckten Version auch eine elektronische Version, z.B. artikelweise, auf dem Internet verfügbar sein.

Ein konzeptueller Wechsel in Richtung Internetplattform ist angesichts der geäusserten Bedürfnisse der Befragten jedoch angezeigt. Zudem könnte damit auch die vom BAG gewünschte gleichmässiger Mittelverteilung über die Jahre erreicht werden.

8. Das Kosten-Wirksamkeits-Verhältnis der Langversion – wie auch der Populärversion – kann zurzeit nur noch durch einen erhöhten Absatz verbessert werden.

Sollte auch der nächste Ernährungsbericht gedruckt werden, ist – aus heutiger Sicht – die Auflage kritisch zu prüfen und das Marketing unbedingt verbessert werden. Ein vertretbares Verhältnis von Kosten und Wirksamkeit einer Populärversion kann aus Sicht der Evaluation nur durch eine Neukonzeption erreicht werden.

³ Systemwissen ist Wissen über den Ist-Zustand, über Strukturen und Prozesse, Variabilität usw.

5 Empfehlungen

Gestützt auf die vorliegende Evaluation kommen wir zu folgenden Empfehlungen zuhanden des BAG:

1. Die Idee des Ernährungsberichts soll beibehalten werden, aber unter Verzicht auf gedruckte Berichte als Internetplattform konzipiert werden.
2. Es soll eine Internetplattform erstellt werden, die mindestens zwei Ebenen hat: eine für Schlüsselpersonen und Fachleute in Gesellschaft, Verwaltung und Politik und eine für die breite Öffentlichkeit.⁴
3. Die Zielgruppen auf beiden Ebenen sollen in diesem Zusammenhang neu definiert werden, die wissenschaftliche Gemeinschaft soll als Zielgruppe gestrichen werden. Zudem soll ein Konzept für das Marketing der Plattform erstellt werden.
4. Die vorhandenen Daten im Bereich Ernährung sollten zusammengefasst und für Interessierte leicht zugänglich aufbereitet werden.
5. Auf beiden Ebenen sollen drei Arten von Wissen bereitgestellt werden, was sich mit den Aufgaben des Berichts⁵ durchaus vereinbaren lässt.⁶
 - *Systemwissen* über Strukturen, Prozesse, Variabilitäten usw.,
 - *Zielwissen*: Wissen über die Ziele künftig anzustrebender Entwicklungen und Szenarien;
 - *Transformationswissen*: Wissen darüber, wie man vom Ist- zum Soll-Zustand gelangen kann.
6. Im Bereich des Systemwissens sollen inhaltliche Datenlücken mit einer Verzehrsstudie geschlossen werden.
7. Die Plattform soll laufend aktualisiert werden. Es soll zudem ein elektronischer Newsletter-Service angeboten werden, der über Aktualisierungen und Ergänzungen der Plattform informiert.
8. Die Möglichkeiten zum Herunterladen und Drucken von Beiträgen sollen komfortabel sein.

4 Der Domainname www.ernaehrung.ch ist bereits besetzt.

5 Information der Öffentlichkeit über ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse von allgemeinem Interesse gemäss Lebensmittelgesetz und Berichterstattung über die Ernährungssituation gegenüber der WHO und Umsetzung von deren globaler Strategie über Ernährung, Bewegung und Gesundheit.

6 Auch wenn dieses Wissen auf der Website des BAG schon greifbar ist, erachten wird es im Sinne der Kundenorientierung als nötig, dass es für die Interessierten zusammengefasst an einem Ort leicht zugänglich ist und z.B. auch direkte Bezüge zwischen Ernährungsbericht und Ernährungspolicy hergestellt werden.

9. Es soll geprüft werden, ob und wie Partner in den Betrieb der Plattform einbezogen werden können; beispielsweise Gesundheitsförderung Schweiz, die "Gesundes Körpergewicht" als strategischen Schwerpunkt bis 2020 definiert hat.
10. Im Rhythmus von 5 Jahren kann allenfalls ein Bericht von höchstens 300 Seiten erstellt werden, der ebenfalls Ziel- und Transformationswissen enthält.
11. Nicht nur die Distribution eines allfällig gedruckten Berichts soll verbessert werden, sondern das Marketing ganz allgemein. Der Marketing-Mix⁷ soll nach der Festlegung der Zielgruppen verbindlich gestaltet werden.
12. Die Information der breiten Öffentlichkeit, gestützt auf die Internetplattform, soll neu konzipiert werden. Der Schwerpunkt soll auf Transformationswissen liegen. Welchen Stellenwert periodisch gedruckte Publikationen in diesem Bereich haben, sollte geklärt werden.
13. Für die noch am Lager befindlichen Exemplare beider Berichtsversionen soll ein Marketingkonzept erstellt werden, wobei die Zielgruppen für die Populärversion besonders sorgfältig definiert werden sollen.
14. Die Neukonzeption des Ernährungsberichts bzw. der Ernährungsinformation im umfassenden Sinne soll unter Beizug von Fachleuten der verschiedenen betroffenen Bereiche gestaltet werden. Insbesondere soll zu Beginn der Arbeiten eine Programmlogik⁸ erstellt werden.
15. Sollte die traditionelle Form des schweizerischen Ernährungsberichts beibehalten werden, sollten die Erfahrungen aus Deutschland und Österreich in die Detailkonzeption einbezogen werden.
16. Sollte die traditionelle Form des schweizerischen Ernährungsberichts beibehalten werden, ist das Distributionskonzept zu überarbeiten und die Distribution zu verbessern. Ebenfalls sollten das Marketing und die Verankerung bei andern Organisationen verbessert werden.

⁷ Der Marketing-Mix umfasst die Komponenten Produkt, Preis, Distribution und Promotion.

⁸ Eine Programmlogik zeigt, vereinfacht gesagt, auf, welche Wirkungen schrittweise erreicht werden sollen, um ein Ziel zu erreichen, welche beeinflussbaren oder nicht beeinflussbaren Faktoren, diese Wirkungsschritte beeinflussen, und was konkret zu tun ist, um diese Schritte tun zu können.