

Neue Impulse für die qualifizierte Ernährungsberatung

Das Angebot an und die Nachfrage nach Ernährungsberatung wachsen stetig, weil immer mehr Menschen in Deutschland übergewichtig oder adipös sind. In diesem Zusammenhang sind nicht nur die Berater selbst – insbesondere diejenigen, die eine Ausbildung zum Diätassistenten oder ein Studium zum Oecotrophologen durchlaufen haben – an einer Qualitätssicherung von Ernährungsberatung interessiert, sondern auch Bundesverbände, Regional- und Landesbehörden und Krankenkassen. Dadurch soll sich die qualifizierte Ernährungsberatung (qEB) deutlich von unseriösen Angeboten abheben, denn durch unseriöse Beratungen besteht unter anderem die Gefahr, dass falsche Ernährungsweisen jeglicher Art initiiert und gefördert werden.

Aktuelle Situation

Im Jahr 2005 erarbeitete der Koordinierungskreis „Qualitätssicherung in der Ernährungsberatung und Ernährungsbildung“ eine Rahmenvereinbarung (RV), die Richtlinien für die qEB festlegte und eine Selbstverpflichtung der ratifizierenden Institutionen beinhaltet. Darauf basierend willigten die gesetzlichen Krankenkassen ein, die qEB zu bezuschussen. Es bestand Konsens, dass eine verbesserte Qualität ihren Preis hat und dieser nicht allein vom Ratsuchenden bezahlt werden sollte. Neben anderen Voraussetzungen ist seitdem Grundlage für einen Kranken-

kassenzuschuss, dass der Anbieter der Ernährungsberatung durch anerkannte Verbände und Organisationen zertifiziert ist. Mittlerweile wurden diverse Weiterbildungen und Nachqualifikationen entwickelt, bei denen ein solches Zertifikat erworben werden kann. Die Zertifikationsanbieter setzen bei ihren Angeboten unterschiedliche Standards – so reicht bei dem einen ein Nachweis der Anwesenheit, der andere verlangt Zwischen- und Abschlussprüfungen. Allerdings sind die Zertifikate dem Kunden weitestgehend unbekannt. Sie können ihm nicht wirklich als Orientierung dienen. Für den Ernährungsberater bedeutet das, dass ein Beratungs- und wirtschaftlicher Erfolg nicht davon abhängt, ob ein Zertifikat vorhan-

den ist, sondern auch andere Faktoren eine Rolle spielen.

Seitdem befassen sich die entsprechenden Fachkreise intensiv mit der qEB. Ein Ziel der zahlreichen Aktivitäten ist es, Maßnahmen zu entwickeln, die qEB für den Kunden deutlich unterscheidbar machen; die Kunden sollen eine qEB auf Anhieb erkennen können. Wichtigstes Ergebnis ist der Wille zu einer möglichst einheitlichen Kommunikation: Eine Botschaft aus tausend Mündern. Und qEB muss positiv besetzt werden; denn bisher wird Ernährungsberatung in der Öffentlichkeit oft mit Diät, Verzicht und Genussfeindlichkeit verbunden. Der Ernährungsberater wird häufig als das „personalisierte schlechte Gewissen“ wahrgenom-

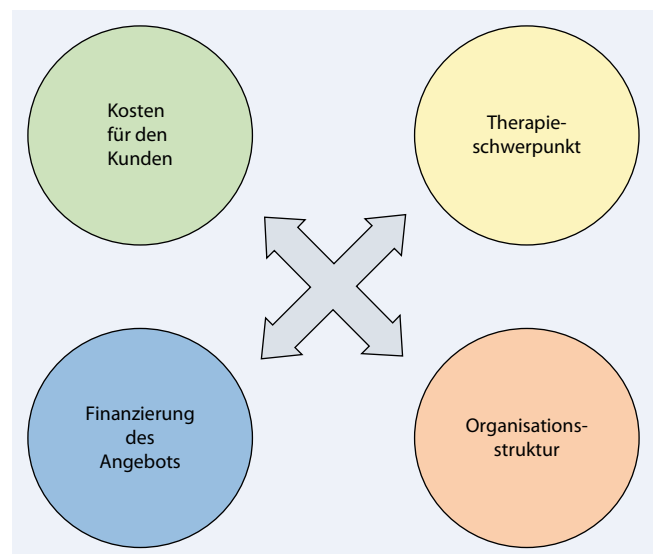


Abb. 1 ► Modell zur Charakterisierung und Strukturierung des Marktes der Ernährungsberater

Qualitätssicherung in der Ernährungsberatung und Ernährungsbildung

- Mitglieder des Koordinierungskreises sind:
- Berufsverband Hauswirtschaft e. V.,
 - Bundesverband Deutscher Ernährungsmediziner e. V. (BDEM),
 - Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE),
 - Deutscher Volkshochschul-Verband e. V. (dvv),
 - Institut für Qualitätssicherung in der Ernährungstherapie und Ernährungsberatung e. V. (QUETHEB),
 - Verband der Diätassistenten - Deutscher Bundesverband e. V. (VDD),
 - Verband der Köche Deutschlands e. V. (VKD),
 - Verband der Oecotrophologen e. V. (VDO_E),
 - Verband für Unabhängige Gesundheitsberatung e. V. Deutschland (UGB),
 - Netzwerk Gesunde Ernährung (NGE),
 - Verbraucherservice im KDFB e. V. – Bundesverband,
 - Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv).

men. Doch qEB möchte genau das Gegenteil und zwar dem Ratsuchenden vermitteln, dass Essen etwas Alltägliches ist und nicht problematisiert werden sollte. Es kommt nämlich nicht nur darauf an, *was* gegessen wird, sondern auch darauf *wann*, *wie*, *wo*, *warum* und *mit wem*.

Fragestellung und Methode

Welche Angebote erreichen den Ratsuchenden und warum? Und: Welche Strategien sind erfolgreich? Zur Beantwortung dieser Fragen wurden Gespräche mit Beratern und Verbandsvertretern geführt und Imagebroschüren der bekanntesten Anbieter gesichtet. Die Auswertung (Stichtag: 01.10.2007) erfolgte nach vier Gesichtspunkten (■ **Abb. 1**) [2]:

- Welche Kunden werden hauptsächlich angesprochen (Therapieschwerpunkte)?
- Womit finanziert sich ein Angebot (Produktverkauf, Beratung, Krankenkasse)?
- Wie viel Geld muss der Kunde selbst bezahlen?
- Wie sind die Anbieter organisiert?

Die Auswertung lehnt sich an die RV an und bezieht die Ergebnisse auf die Kriterien, welche für qEB festgelegt wurden.

Der Markt im Überblick

Zunächst lässt sich feststellen, dass das Angebot ausgesprochen vielfältig ist. Für den Kunden entsteht der Eindruck eines bunten Flickenteppichs – und so vielfältig die Angebote, so vielfältig auch die Konzepte und Strukturen.

Die Anbieter

Die Ernährungsberater lassen sich in drei große Gruppen einteilen (■ **Abb. 2**). Die erste Gruppe bilden die ca. 1200 *Berater* mit einem Zertifikat [3]; hierzu zählen Diätassistenten, Oecotrophologen und Ernährungsmediziner.

Seit Februar 2006 bilden die *fachrelevanten Berufe*, wie zum Beispiel Hauswirtschafter und Köche, eine zweite Gruppe. Sie können zwar keine qEB durchführen, können jedoch entsprechende Informationen vermitteln.

Diese beiden Gruppen werden in der RV berücksichtigt [4].

Eine dritte Gruppe sind *angelernte Fachfremde*. Diese werden entweder in Veranstaltungen von Franchise- und Li-

zenzgebern weitergebildet oder sie besuchen einen der zahlreichen Weiterbildungskurse in Deutschland. Allerdings vermitteln diese nicht die für eine Ernährungsberatung notwendigen Qualifikationen [5]. Ingrid-Ute Leonhäuser, Professorin für Ernährungsberatung und Verbraucherverhalten an der Universität Gießen, empfahl, Quereinsteiger nur für allgemeine Ernährungstipps zu konsultieren [5].

Die Angebote

Das Angebotsspektrum reicht von Einzelberatungen und Beratungen in Abnehm-Institutionen über den Verkauf von Fertignahrungsmitteln und Formulardiäten (mit und ohne begleitende Beratung) bis hin zu Online-Beratungen. Das macht die Branche für den Ratsuchenden extrem unübersichtlich. Im Grunde kann er die Angebote kaum voneinander unterscheiden, geschweige denn bewerten; und nicht jede Ernährungsberatung genügt den Anforderungen der qEB.

Klar ist: Der Betroffene fragt nicht zu erst, ob der von ihm ausgewählte Beratungsservice einer wissenschaftlichen Definition standhält. Für ihn geht es primär darum, dass ihm ein Angebot glaubhaft Abhilfe für ein konkretes Problem verspricht und dabei bezahlbar ist. Zwei Drittel der betroffenen Personen gehen zu einem Ernährungsberater, weil sie Gewicht verlieren wollen. Ein weiterer Grund für einen Besuch: Der Ratsuchende leidet an einer ernährungsabhängigen Erkrankung. Als weiteres Motiv wird der Wunsch genannt, bewusster mit der eigenen Gesundheit umzugehen [1]. Für den Kunden spielt bei der Entscheidung für oder gegen ein Angebot vor allem der Preis eine große Rolle. Nicht zu unterschätzen sind jedoch auch persönliche Empfehlungen, ein „guter Draht“ zum Berater, eine emotionale Ansprache, Spaß, Erfolgsversprechen bzw. Vorbilder, die bereits mit Erfolg an einem Programm teilgenommen haben. Auch sollte ein Programm möglichst „bequem“ und auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sein. Es ist davon auszugehen, dass der Kunde im Laufe seines Lebens mit diversen Angeboten in Kontakt kommt.

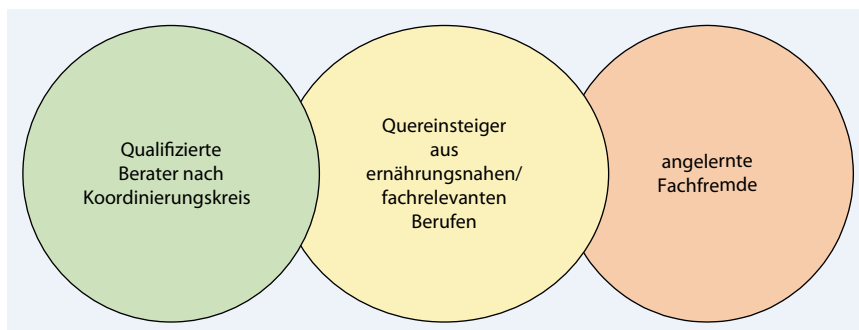


Abb. 2 ▲ Einteilung der Ernährungsberater nach dem Grad ihrer Qualifikation

Beratung in Abnehm-Instituten. Der bekannteste Vertreter der sogenannten Abnehm-Institute ist sicherlich *Weight Watchers*. Allein in Deutschland versuchen bei 4600 Treffen pro Monat ca. 135.000 Mitglieder pro Woche einige Kilos abzuspecken. Auch *Bodycur* (26 Standorte) und das schnell expandierende Konzept *Calory Coach* haben eine stabile Größe erreicht. Allein *Calory Coach* ist seit September 2006 um 80% auf 109 Standorte gewachsen. Nicht aus den USA, sondern aus der Schweiz kommt das Programm *Idea Form*, dem ebenfalls eine positive wirtschaftliche Entwicklung prognostiziert wird. Bisher gibt es sechs Niederlassungen in Deutschland. Es beruht auf der Unterscheidung der Klienten in Stoffwechseltypen.

Zusatzerträge werden über den Verkauf von Produkten wie zum Beispiel Brot, Öl und Nahrungsergänzungsmittel erzielt. Vielfach werden dem Ratsuchenden auch auf einen Nenner gebrachte Erkenntnisse (ohne Evidenz) verkauft, solange sie bequem sind. Alle Anbieter konzentrieren sich ausschließlich auf Programme zur Gewichtsreduktion. Teilweise werden gleichzeitig Bewegungsmodule angeboten. Die Konzepte werden in den meisten Fällen zentral entwickelt und Franchise- oder Lizenznehmern in ganz Deutschland angeboten. Vorgegebene Regeln für die Beratung ermöglichen es, auch weniger qualifizierten Fachkräften und Quereinsteigern eine Partnerschaft anzubieten. Oft haben diese das Programm zuvor selbst absolviert und besitzen dadurch eine hohe Glaubwürdigkeit. Sie können auf einer Ebene mit den Kunden kommunizieren.

Die Finanzierung erfolgt komplett durch den Kunden. Die monatlichen Grundkosten liegen zwischen 40 und 200 EUR. Durch längerfristige Mitgliedschaften und Produktverkauf bzw. die Vergabe entsprechender Lizenzen (beispielsweise tragen diese bei *Weight Watchers* Deutschland zu einem Mehrgewinn von 25% bei) rechnen sich die Konzepte für die Anbieter, werden für den Kunden dadurch aber teurer.

Durch die deutschlandweite Verbreitung der Konzepte ist deren öffentliche Wahrnehmung sehr hoch. Vor allem eine lang eingeführte Marke ist ein wichtiger

Erfolgsfaktor. So ist die Marke *Weight Watchers* seit 40 Jahren präsent und fest in den Köpfen mit dem Begriff „Abnehmen“ verbunden. Regelmäßig sind deren Kochbücher in den Bestsellerlisten vertreten.

Fertigkost und Formuladiäten mit und ohne Beratung. Der Ratsuchende möchte in erster Linie eine bequeme Diät, die leicht durchzuführen ist. Der Forderung nach Bequemlichkeit entsprechen die Angebote an Fertigkost und Formuladiäten. Durch Umstellung und Beschränkung der Ernährung ist ein Gewichtsverlust zumindest zu Beginn garantiert. Die Diät ist häufig in ein Betreuungsprogramm eingebettet, das entweder in einer Gruppe oder individuell durchgeführt wird. Die Betreuung besteht eher in einem Austausch zwischen Berater und Kunde, mit unterschiedlicher Qualität, als in einer klientenorientierten Beratung. Sie wird oftmals von Ärzten als Zusatzleistung angeboten. Allein für das *BCM Beratungsprogramm* der *PreCon* besteht ein Netz von über 1000 Ansprechpartnern in Deutschland [6]. Noch ist unklar, wie sich der Lebensmittelkonzern *Nestlé* verhalten wird, der 2006 für 600 Mio. US-Dollar den amerikanischen Anbieter *Jenny Craig* gekauft hat. Wird es demnächst auch in Europa die Fertiggessen in Beratungsstellen geben? Außerdem gibt es in Deutschland z. B. seit 1998 den *Treffpunkt Wunschgewicht* der Firma *Bonvita*, welche das Konzept komplett vorgefertigter Mahlzeiten aufgegriffen hat und bereits an 300 Standorten vertreten ist.

In der RV wird der Produktverkauf als nicht vereinbar mit einer seriösen Ernährungsberatung angesehen. Hier gilt allerdings die Einschränkung, dass ein Einstieg mit einer Formuladiät bei einer schweren Adipositas der Stufen 3 und 4 durchaus sinnvoll sein kann [7].

Online-Beratung. Viele Ernährungsberater haben heute schon einen eigenen Internetauftritt und präsentieren sich so potenziellen Kunden. Darüber hinaus gibt es Ernährungsprogramme, die ausschließlich auf die Kommunikation per E-Mail oder Internetseite setzen. Sie kommen damit der Forderung nach zeitlicher Flexibilität und dem Wunsch nach Anonymität nach. Der Service wird aufgrund geringer

Ernährung 2008 · 2:169–176
DOI 10.1007/s12082-008-0166-2
© Springer Gesundheits- und Pharmazieverlag 2008

A. Hänel · G. Schönberger

Neue Impulse für die qualifizierte Ernährungsberatung

Zusammenfassung

Ausgehend von einer Ist-Analyse des Marktes für Ernährungsberatung werden Impulse für die künftige Wahrnehmung der qualifizierten Ernährungsberatung gegeben. Die Angebote der Ernährungsberatung lassen sich durch Behandlungsschwerpunkt, Organisationsstruktur, Finanzierung des Angebots und Kosten für den Kunden vergleichen. Die qualifizierte Ernährungsberatung scheint in diesem Zusammenhang noch zu unorganisiert. Eine eindeutige Positionierung für Ernährungsberater als Anbieter im Bereich Prävention und Therapie wird mit der Möglichkeit einer Lifestyleberatung mit dem Fokus auf Ernährungsfragen verglichen.

Schlüsselwörter

Ernährungsberatung · Angebotsformen · Strukturanalyse

New impetus for qualified nutritional counselling

Abstract

Based on a recent market analyses, this article tries to give nutritional counselling new impetus in order to improve the perception of qualified nutritionists and dietitians. The variety of nutritional counselling is comparable in terms of the main focus of treatment, the organisational structure, the financing and the costs the client will incur. In this context, qualified nutritional counselling still seems to be too unorganised. However, for economic success, a clearly defined positioning is essential. In this regard, two possibilities are conceivable: nutritionists and dietitians who work in the field of prevention and therapy or "lifestyle-consultants" who focus on matters of nutrition.

Keywords

Nutritional counselling · Organisation · Structural analysis

Tab. 1 Beispiele für regionale Netzwerke

Name	Region	Link
Netzwerk Ernährung	Ostwürttemberg, Alb-Donau und Oberschwaben	http://www.ernaehrungsnetz.net
Ernährung Chiemgau	Chiemgau	http://www.ernaehrung-chiemgau.de
Qualitätszirkel Nord für angewandte Oecotrophologie (QzNOe)	Norddeutschland (Schwerpunkt Hamburg)	http://www.qualitaetszirkel-ernaehrung.de
Netzwerk qualifizierter Ernährungsberaterinnen in Schleswig-Holstein	Schleswig-Holstein	http://www.ebsh.de
Qualitätszirkel Ernährungstherapie und Ernährungsberatung Nordrhein (QUEEN)	Nordrhein-Westfalen	http://www.ernaehrungsberatung-queen.de
Qualitätszirkel Ernährung Rheinland-Pfalz	Rheinland-Pfalz	http://www.ernaehrung-rlp.de
Qualitätszirkel Prävention	Hessen	http://www.qualitaetszirkel-praevention.de/ernaehrung.html
Netzwerk Ernährungsmedizin Baden-Württemberg e.V.	Baden-Württemberg	http://www.nebw.de
Qualitätszirkel Ernährung Niederrhein	Niedersachsen	http://www.ernaehrungsberatung-qzn.de/
B.E.N.E. – Besser Essen – Netzwerk Ernährung	Raum Köln	Keine Internetseite

Personal- und Betriebskosten sehr preiswert angeboten. Für etwa 10 EUR im Monat erhält man individuellen Rat und kann auf zahlreiche Tabellen und Rezeptsammlungen zugreifen. Der *e-Diets* Nachfolger *Vida Vida* bietet seinen Einstiegsservice sogar kostenlos an. Auch in diesem Bereich engagieren sich Lebensmittelkonzerne, wie das *Nestlé Ernährungsstudio* und der *darf!* Coach von *Unilever* zeigen.

Diese Form der Beratung steht jedem, der an einer Veränderung seiner Essgewohnheiten interessiert ist, frei Haus und rund um die Uhr zur Verfügung. Onlineprogramme spielen trotz allem nur eine untergeordnete Rolle, da sie einen persönlichen Kontakt nicht ersetzen können. Immerhin bieten Internetforen die Möglichkeit, mit Gleichgesinnten zu diskutieren. Auf der einen Seite ist das Online-Netzwerk als Motivationsstütze zu begrüßen, auf der anderen Seite gibt es auch Beispiele dafür, wie sich Magersüchtige in einschlägigen Foren bestärken.

Ingesamt wird der onlinegestützten Beratung vermutlich verstärkt eine Ergänzungsfunktion innerhalb einer kostengünstigen Langzeitbetreuung zukommen.

Die Einzelberater und ihre Netzwerke. Eine große Gruppe stellen die qualifi-

zierten Einzelberater dar, darunter die Mehrzahl der Zertifikatsinhaber. Zu dieser Gruppe gehören ebenfalls die Anbieter, die neben Kunden mit Übergewicht auch solche mit anderen ernährungsabhängigen Krankheiten, wie Nahrungsmittelallergien oder Diabetes mellitus betreuen können. Statt vorgefertigter Konzepte und Lösungen überwiegt der klientenzentrierte Ansatz. Sie bieten eine qEB an, die von den gesetzlichen Krankenkassen auf Basis der Paragraphen 20 und 43 SGB V bezuschusst wird.

Trotzdem sind die Kosten, verglichen mit den zuvor beschriebenen Angeboten, abhängig von der Dauer der Beratung überdurchschnittlich hoch, auch wenn man qEB nicht mit allen anderen Angeboten gleichsetzen kann. Doch wichtig zu wissen ist, dass der Kunde immer vergleicht, was er am freien Markt für sein Geld bekommen könnte. Es braucht also gute Argumente, um die höheren Preise zu rechtfertigen. Als alternative und preiswertere Lösung bieten die Einzelberater in aller Regel Gruppenkurse an.

Da der Bereich der Einzelberater damit nur ungenügend beschrieben wird, ist eine weitere Unterteilung, nach den Kriterien Organisationsform und Qualifikation sinnvoll.

Ernährungsberater mit einer Einzelpraxis haben es besonders schwer, am Markt wahrgenommen zu werden. Deshalb beginnen sie, sich in losen oder zentral gesteuerten Netzwerken, wie z. B. *Dr. Ambrosius* oder dem *Richtig Essen Institut*, zu organisieren.

Dr. Ambrosius und das *Richtig Essen Institut* sind in ganz Deutschland mit jeweils über 100 Beratern vertreten. Beide Netzwerke werden zentral gesteuert. Mitarbeiter entwickeln neue Programme, verhandeln über Kooperationen mit Krankenkassen und entlasten so die Partner in den Einzelpraxen. Die Erfolgsfaktoren der Abnehm-Institute, nämlich Marke und zentrale Steuerung, werden in beiden Fällen antizipiert.

Bei dem *Institut für Qualitätssicherung der Ernährungstherapie und Ernährungsberatung* (QUETHEB) kann man neben den Berufsverbänden und der DGE eine Zertifizierung für seine Ernährungsberatung erhalten. Über das Qualitätssiegel und die Weiterbildungsveranstaltungen ist ein eigenes Netzwerk entstanden.

Die Mitglieder solcher Qualitätszirkel wie QUETHEB bilden sich regelmäßig fort und sichern durch kritische Diskussion der Prozesse und Beratungsfälle die Qualität der Beratung. Allerdings sind bisher nur wenige Netzwerke qualifizierter Berater gegründet worden (■ Tab. 1).

Ein besonders erfolgreiches Netzwerk ist QUEEN (Qualitätszirkel Ernährungstherapie und Ernährungsberatung Nordrhein). Neben der Sicherung der eigenen Beraterqualität dient das Netzwerk auch der Politikberatung auf Landesebene. Dies zeigt, dass professionelles Auftreten beachtet wird.

Daneben gibt es in Deutschland noch viele zwanglose Treffen der örtlichen Gruppen des VDO_E (im Juni 2007 waren es 57) oder der Regionalgruppen des VDD. Die Schwerpunkte und Themen der Treffen werden individuell festgelegt und beziehen sich nicht nur auf den Bereich Ernährungsberatung.

Beratung im Rahmen von Kampagnen.

An Ernährungsthemen interessierte Personen werden durch zahlreiche Aufklärungskampagnen angesprochen. Bekannte Beispiele hierfür sind *5 am Tag* oder *Besser essen. Mehr bewegen.* KIN-

Tab. 2 Übersicht der möglichen Merkmale und deren inhaltliche Ausgestaltung bei Ernährungsberatungskonzepten. Jedes Ernährungsberatungskonzept kann verschiedene Merkmale aufweisen. Die Zusammenstellung der inhaltlichen Ausgestaltung ist frei kombinierbar. Diese Übersicht schafft zum einen die Möglichkeit, bereits existierende Konzepte besser zu analysieren, und zum anderen können sich Ernährungsberater bei der Konzeption neuer Angebote daran orientieren

Merkmale	Inhaltliche Ausgestaltung
Organisation	Einzelgespräch / individuelles Coaching Gruppenberatung Online (E-Mail, Forum, Chat)
Betreuungsangebot^a	Telefon schriftliche Tests zum Selbstausfüllen
Ausbildung als Berater^a	Ex-Teilnehmer von Programmen Fitnessprofis Diätassistenten / Oecotrophologen
Zielgruppe^a	Frauen ab 40 / Männer Kinder Diabetiker / Allergiker / Essstörungen
Ort der Beratung^a	Wohnung des Beraters Für Treffen angemietete Räume Einzelpraxis Center mit Fitnessbereich, Shop, angeschlossene Arztpraxis
Laufzeiten der Beratung	1 Termin 3 Monate 8 Monate 1 Jahr und länger
Häufigkeit der Beratung^a	1 Mal im Monat täglich im ersten Monat
Produktangebote	Bücher/ Broschüren/ Zeitschriften (Rezepte, Lektionen) Waagen und Portionierhilfen Nahrungsergänzungsmittel Mahlzeiten
Langfristige Bindung^a	kostenlose Nachberatung Online Foren, E-Mail-Kontakt freie Mitgliedschaft bei Halften des Gewichts Abende im Restaurant / Center für Ex-Teilnehmer Dauerverweil-Angebote zum Trainieren und Entspannen
Gesprächsführung^a	Vortrag mit Powerpoint-Präsentation Diskussion / Kommunikation in der Gruppe individuelle, klientenzentrierte Beratung
Kontrolle	Erfasste Körperdaten ^a Gewicht Blutwerte (z. B. Cholesterin) Indirekte Kalorimetrie
Körperliche Aktivität	Erhebung Ernährungsgewohnheiten / Verzehr ^a Fragebögen (z. B. zu Verzehrshäufigkeiten) ausführliche Erstgespräche schriftliches 3- bis 7-Tageprotokoll Eingabe Verzehr in Pocket-PC über vier Wochen
Verhalten	Bewegung^a Alltagsbewegung steigern einzelne Übungsanleitungen zu Gymnastik (CD, Video, E-Mail) Tagebuch zu Bewegung und Verzehr jeden Monat den Fettanteil bestimmen Verlaufsdiagrammen Kooperation mit dem zentraleren Fitnessbereich
Körperliche Aktivität	Entspannung / Stressmanagement^a CDs mit Entspannungsmusik Spazierengehen Übungsanleitungen für spezielle Techniken eigener Trainer für Entspannungsmethoden
Verhalten	Flexible Kontrolle Empfehlung nur auf Körpersignale zu achten Rationen in einer Lebensmittelpyramide zum Abhaken Gewichtete Punkte aus Fett und Kohlenhydraten Pocket-PC / Kalorienrechner Mealus mit Soll-Ist-Vergleich über eine Woche
Ernährung	Genuss flexible Kontrolle erlaubt alle Lebensmittel Tipps zum Genuss (z. B. Ambiente, Zeit nehmen) Kochkurse z. B. für fettarme, leckerere Gerichte Zusammenarbeit mit Restaurants
Ernährung	Motivation Bonus für mehr Verzehr bei viel Bewegung häufiges Coaching und Gespräche Gruppendynamik
Ernährung	Richtlinien für Ernährung^a Eigene Regeln auf Basis von aktuellen Trends WHO National Health Association DGE Eigenes Konzept auf der Basis der DGE
Ernährung	Änderung des Ernährungsverhaltens^a Einstieg mit einer Formel diät (1–3 Monate) Empfohlene Gerichte / Rezepte Ausgewogene Ernährung (Mischkost) und Sättigung erreichen
Ernährung	Mahlzeiten-Rhythmus Essen bei Bedarf strikt 3 Hauptmahlzeiten 3 Hauptmahlzeiten und bis zu 3 Zwischenmahlzeiten 5 kleine Mahlzeiten

^aBei diesen Merkmalen erhöht sich der Aufwand für den Anbieter von links nach rechts

DERLEICHT. Krankenkassen erfüllen beispielsweise über verschiedene Programme wie *Pfunds Fit* (AOK) oder *Mach 2* (GEK) ihren Präventionsauftrag. Schwerpunktmäßig dienen die Kampagnen der Ernährungsinformation. Sie sollen sensibilisieren und informieren [8]. Durch das häufig kostenlose Angebot werden viele Menschen erreicht. Ohne eine entsprechende und langfristig angelegte Betreuung kann hier jedoch höchstens ein Impuls für eine gesündere Lebensweise gegeben werden.

Strukturanalyse

Für einen systematischen Überblick sind die wichtigsten Merkmale und die inhaltliche Ausgestaltung von Angeboten zur Ernährungsberatung in einer Matrix zusammengefasst worden (■ **Tab. 2**). Die systematische Aufschlüsselung nach Angebotsmerkmalen erleichtert die schnelle Analyse des Angebots. Damit stellt die Matrix auch ein Analyseinstrument für selbstständige Ernährungsberater dar. Spezifische Geschäftsmodelle und weitere betriebswirtschaftliche Faktoren, wie z. B. das Marketing, wurden allerdings nicht berücksichtigt.

Aus der Strukturanalyse wird deutlich, dass sich viele Merkmale bei den Wettbewerbern gleichen. Lediglich die Zusammenstellung und Gewichtung der einzelnen Inhalte variieren deutlich. Damit aber ein Anbieter am Markt wahrgenommen wird und sich entscheidend von anderen abhebt, muss er einen neuen Faktor hinzufügen, eine neue Ausprägung eines bewährten Faktors definieren oder einen Faktor sehr gut erfüllen.

Vergleicht man nun die Angebote einzelner Anbieter anhand der Matrix, erkennt man, auf welche Faktoren besonders Wert gelegt wurde. Onlineangebote sind in aller Regel deshalb preiswerter, weil oft nur Minimalanforderungen erfüllt werden. Andererseits nutzen Ernährungsberater das Internet, um bei der Verlaufskontrolle mit automatisch erstellten Verlaufsgrafiken oder immer erreichbaren Diskussionsrunden Aufmerksamkeit zu erzielen und sich von anderen abzuheben. Komplexe und umfangreiche Angebote erhalten Interessierte oft nur von einem überregional auftretenden

Anbieter. Dies gilt auch für integrierte Fitnesskonzepte und eigene Produktserien. Ernährungsteams, die in „Schwerpunktpraxen Ernährungsmedizin“ (s.u.) zusammenarbeiten zeigen, dass sich komplexe Angebote nicht nur auf den Franchise-Bereich beschränken.

Schlussfolgerungen

Angebote der Ernährungsberatung sind erfolgreich, wenn sie eine starke Marke, Konzepte zur Kundenbindung und einfache bzw. für den Kunden bequeme Lösungen anbieten.

Die notwendige Positionierung der qEB ist vor diesem Hintergrund in zwei Richtungen denkbar [9]:

Prävention bzw. Therapie. Es ist davon auszugehen, dass zurzeit niemand ohne entsprechenden „Leidensdruck“ die Dienstleistung „Ernährungsberatung“ in Anspruch nimmt. Ein Angebot wird effektiv und glaubhaft durch Kooperationen mit Krankenhäusern, die Einbindung von selbstständigen Beratern in die nachstationäre Betreuung von Patienten und einen engeren Kontakt mit Ärzten. Allerdings wird dann eine viel stärkere Evaluation der Beratungsergebnisse notwendig und besonders im ernährungstherapeutischen Bereich unverzichtbar.

Für die Ernährungstherapie spielen zunehmend „Schwerpunktpraxen Ernährungsmedizin“ eine wichtige Rolle. Die Angebote der einzelnen Praxen sind in Form einer Datenbank im Internet hinterlegt [10]. Der Bundesverband deutscher Ernährungsmediziner (BDEM) hat bis zum 01.10.2007 43 Praxen in Deutschland etablieren können. Kern des Konzepts ist das ernährungstherapeutische Team, das aus Ernährungsmediziner DAEM/DGEM und einer Ernährungsfachkraft besteht. Die Förderung dieser Teams ist ein wichtiges Ziel der *Arbeitsgemeinschaft der Berufsverbände der qualifizierten ernährungsberatend und ernährungstherapeutisch tätigen Berufe Deutschlands* (AQED). Neben dem Koordinierungskreis ist die AQED wahrscheinlich die wichtigste Initiative in Fachkreisen, um insbesondere die Ernährungstherapie zu fördern. Dabei entsteht für die Beteiligten – Ernährungsmediziner, Diätassistenten und Oecotrophologen – eine Win-Win-Situation. Wichtig für den – nicht nur wirtschaftlichen – Erfolg ist, dass seriös und medizinisch nicht mit langweilig verwechselt wird.

tenten und Oecotrophologen – eine Win-Win-Situation. Wichtig für den – nicht nur wirtschaftlichen – Erfolg ist, dass seriös und medizinisch nicht mit langweilig verwechselt wird.

Lifestyle. Eine weitere Möglichkeit für die qEB ist, den Weg in Richtung Wellness, Lifestyle und Abnehmen konsequent zu gehen. Dadurch werden neben den therapie- und ratsuchenden Kunden weitere Gruppen erschlossen. Hierfür muss qEB wesentlich „lauter“ und attraktiver auftreten. Langfristig bedeutet das ein Verzicht auf die Kostenerstattung durch die Krankenkassen, um glaubhaft von dem Krankheitsimage wegzukommen. Zusätzlich bedingt der Wellnessgedanke eine verstärkte Kooperation mit anderen Disziplinen; strategische Partnerschaften werden wichtig. Die Ernährungsberatung ist dann Teil eines Gesamtkonzepts aus Bewegung, Entspannung und „Alltagsphilosophie“. So bietet die UGB-Akademie beispielsweise Kurse für Berater an, die weit über das Thema Ernährung hinausgehen.

Eine Dachgesellschaft für qEB?

Der professionelle Auftritt des einzelnen qualifizierten Beraters könnte durch eine Dachgesellschaft gestützt werden, die für einen einheitlichen Auftritt sorgt und damit qEB gezielt positioniert. Mitglied dieser Dachgesellschaft könnte sein, wer

- eine Ausbildung nach RV und/oder Leitfaden der Krankenkasse besitzt,
- professionelle Räumlichkeiten und ein entsprechendes Auftreten nachweisen kann,
- angemessene Preise für die Dienstleistung (z. B. Empfehlungen des VDO_E) fordert.

Eine solche Dachgesellschaft wäre für Logo, Flyer, Fortbildungen und Koordinierung der verschiedenen Angebote oder die zentrale Erfassung und Auswertung der Beratungsergebnisse zum Nachweis der Erfolge zuständig. Die Konzepte der bereits zusammengeschlossenen Beraternetze sollten konsequent weitergedacht werden, damit möglichst viele davon profitieren können. Gerade der Einstieg in die Selbstständigkeit ist für viele Ernäh-

rungsberater mit Risiken verbunden. Eine Dachgesellschaft könnte sie hierbei unterstützen. Langfristig sind auch zentral gemanagte Gesundheitszentren denkbar, in denen die Berater als Angestellte oder Honorarkräfte arbeiten. Hier wäre ein Angebot von Präventions-, Therapie- und Lifestylemaßnahmen denkbar.

Die Idee einer Dachgesellschaft ist nicht neu. Schon in den Empfehlungen einer Strukturanalyse von 1988 wurde der DGE eine Führungsrolle im Sinne eines Marketinginstituts zugedacht [11]. Eine solide arbeitende Dachgesellschaft macht den Schutz der „Ernährungsberatung“ überflüssig, weil nun eine Differenzierung über den professionellen Auftritt erfolgt. Ein Kernproblem bei deren Etablierung ist allerdings die Finanzierung. Auch wenn diese langfristig durch zurückfließende Gewinne der Berater denkbar wäre, muss zunächst Startkapital bereitgestellt werden. Dieses könnte zum Beispiel aus Fördergeldern oder dem Budget der beteiligten Organisationen stammen.

Ausblick

Seitdem die staatliche Förderung reduziert wurde, ist ein freier Markt für Ernährungsberatung in Deutschland entstanden. Zur besseren Übersicht wurde dieser nach Organisationsformen und Inhalten strukturiert.

Langfristig ist eine Kommerzialisierung nach dem Vorbild in den USA absehbar, wenn nicht entsprechende Maßnahmen getroffen werden. Ernährungsberatungen werden heute schon als Nebenberuf von Apothekern, Fitnesscoaches und weiteren Quereinsteigern durchgeführt. Es wird auf absehbare Zeit keinen Schutz der Berufsbezeichnung Ernährungsberatung geben. Und selbst wenn der Begriff „Ernährungsberater“ geschützt wäre, ist anzunehmen, dass ein Fitnesstrainer oder Apotheker als „Ernährungstrainer“ und „Nutrition Coach“ genauso erfolgreich wäre wie bisher. Es besteht also noch immer Handlungsbedarf bei der Entwicklung der qEB [12].

Allerdings folgt der Markt seinen eigenen Gesetzen. Der Kunde sucht ein attraktives Angebot, das Spaß macht und bezahlbar ist. Protektionismus ist nicht nötig, wenn Vernetzung und Professionalisierung mit klarem Fokus vorangetrieben werden. Qualitätsdiskussionen sind wichtig, werden aber meist noch viel zu selbstbezogen geführt. Um sich am Markt zu behaupten, bedarf es eines einheitlichen Auftretens in der Öffentlichkeit. Dabei muss es auch erlaubt sein, die Gewinnerzielung als klares Ziel zu formulieren. Aussagen wie „Marktinteressen dürfen beim Handeln dieser Gruppen keine Rolle spielen. Beratungsangebote sollen allein der Gesundheit der Zielgruppe dienen“ sind eher kontraproduktiv [13].

Innerhalb der qualifizierten Ernährungsberatung muss es weiter um Kooperation und gegenseitige Unterstützung der einzelnen, am Prozess beteiligten Akteure gehen, um gezielt ein einheitliches, unverwechselbares und attraktives Image aufzubauen.

Hier steht eine Anzeige.

Korrespondenzadresse

Dr. Gesa Schönberger



Dr. Rainer Wild-Stiftung
Mittelgewannweg 10
69123 Heidelberg
gesa.schoenberger@gesunde-
ernaehrung.org

Interessenkonflikt. Der korrespondierende Autor gibt an, dass kein Interessenkonflikt besteht.

Literatur und Anmerkungen

- Mangiameli F (2002) Entwicklung einer Werbestrategie für die Ernährungsberatung als Dienstleistung am Beispiel eines Ernährungsberatungunternehmens. Diplomarbeit Justus-Liebig-Universität Gießen, S. 82 ff.
- W. Kappus hat bereits 1988 eine Strukturanalyse der Ernährungsberatung in Deutschland veröffentlicht. Durch die Neuorganisation der Ernährungsberatung durch die Krankenkassen (u. a. § 20 SGB V) ist dieses Konzept veraltet. Der neue Vorschlag baut teilweise auf den Grundlagen der Strukturdimensionen auf (Kappus W et al. (1988) Strukturanalyse der Ernährungsberatung in der Bundesrepublik Deutschland. Göttingen, Aggarsoziale Gesellschaft, S. 122–137)
- Stand 4. Oktober 2007: DGE: 300, VDO_E 350, QUET-HEB: 320, VFED: k. A.
- Koordinierungskreis (2005) Rahmenvereinbarung zur Qualitätssicherung in der Ernährungsberatung in Deutschland. URL: http://www.dge.de/pdf/fb/06-02-07_KoKreis-EB_RVd.pdf. Zugriff: 11.10.2007
- Stiftung Warentest (2005) Leipziger Allerlei. Stiftung Warentest Spezial Weiterbildung. Stiftung Warentest, Berlin 2005, S. 16–21
- Westenhöfer J, Stellfeldt A, Strassner C et al. (2000) Die Lean Habits Study. Studiendesign und erste 1-Jahres-Follow-up-Ergebnisse. Ernährungs-Umschau 47: 333–339
- Deutsche Adipositasgesellschaft, Deutsche Diabetes Gesellschaft, Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Deutsche Gesellschaft für Ernährungsmedizin (2007) Evidenzbasierte Leitlinie Prävention und Therapie der Adipositas
- Schlicht W (2006) AOK Pfundsfit: Evaluationsbericht an die AOK-Hauptverwaltung. URL: http://www.aok.de/bawue/presse/Pfundsfit_Studie_2006.pdf. Zugriff: 11.10.2007
- Die Basis dafür ist insbesondere das Positionspapier des 10. Heidelberger Ernährungsforums des Dr. Rainer Wild-Stiftung, www.gesunde-ernaehrung.org
- Bundesverband Deutscher Ernährungsmediziner (2007) Übersichtskarte Schwerpunktpraxen Ernährungsmedizin. URL: <http://www.bdem.de/schwerpunktpraxis/uebersichtskarte.php>. Zugriff: 11.10.2007
- Kappus W et al. (1988) Strukturanalyse der Ernährungsberatung in der Bundesrepublik Deutschland. Göttingen, Aggarsoziale Gesellschaft, S. 172 ff.
- Dr. Rainer Wild Stiftung (2007) Workshops des 10. Heidelberger Ernährungsforums. Positionspapier: http://www.gesunde-ernaehrung.org/mediadb/Aktivitäten_PDF/HEF/HEF_10/Positionspapier%20Logo.pdf. Zugriff: 11.10.2007
- Zitat in DGE-special 03/2005 vom 19.04.2005 URL: <http://www.dge.de/modules.php?name=News&file=article&sid=490>. Zugriff: 11.10.2007

Pietrzik K, Golly I, Loew D Handbuch Vitamine

München: Urban und Fischer 2008, 1. Aufl., 624 S., ISBN 978-3-437-55361-5, geb., 84,95 EUR

„Noch ein Buch über Vitamine?“ – Diese Frage drängt sich ganz unweigerlich ins Unterbewusstsein, schlägt man das „Handbuch Vitamine“ zum ersten Mal auf. Und in der Tat: Waren Werke über ernährungsaffine Themen im Allgemeinen und über Vitamine im Speziellen vor 20 Jahren noch eine Rarität, so mangelt es mittlerweile ganz sicherlich nicht an einem entsprechenden Angebot.

Beim zweiten Blick wird dann deutlich, dass das Buch nicht gänzlich neu ist. Es ist vielmehr die Weiterentwicklung des von den Autoren gemeinsam mit dem inzwischen verstorbenen Professor Karl-Heinz Bässler herausgegebenen „Vitamin Lexikon“. Und in dessen Tradition wird der seinerzeitige Ansatz fortgeführt und weiterentwickelt. Tatsächlich kann sich das Buch rühmen, einen aktuellen und umfassenden Überblick über das Thema Vitamine zu geben. Neben den zu erwartenden Einzeldarstellungen der Vitamine finden sich unter anderem Kapitel zu allgemein Aspekten, zur Herleitung von Zufuhrempfehlungen, zur Beurteilung der Versorgung sowie zur Sicherheit. Die Darstellung ist durchweg gelungen – faktenreich und gleichzeitig prägnant.

Der Umfang der einzelnen Kapitel variiert, zweifelsohne nicht nur in Abhängigkeit vom Wissensstand, sondern wohl auch von den Interessenschwerpunkten der Autoren geprägt. Das muss allerdings nicht von Nachteil sein, führt es doch dazu, dass eben diese Abschnitte (z. B. zu Folsäure und Vitamin E) besonders detailliert ausgearbeitet sind und über das auch ansonsten hohe Niveau noch hinausreichen. Hervorzuheben ist, dass nicht nur Stoffwechsel, Funktion, Mangel und Bedarf der einzelnen Vitamine sowie ihre Bedeutung in Prävention und Therapie dargestellt, sondern auch die vom Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) anerkannten arzneilichen Anwen-

dungsgebiete beleuchtet werden. Hilfreich ist zudem die durchweg differenzierte Darstellung und Bewertung der vorliegenden Beobachtungs- und Interventionsstudien zu verschiedenen Fragestellungen. Wie stark sich das Wissen über Vitamine erweitert hat und wie aktuell das Buch ist, zeigt sich am besten im Kapitel über Vitamin D. Dies sucht bisher seinesgleichen und unterstreicht, dass Vitamine aus heutiger Sicht weitaus mehr Funktionen ausüben als lange Zeit angenommen.

Besondere Erwähnung verdient schließlich das fast 25-seitige Glossar, in dem kurz und prägnant zahlreiche Begriffe erläutert werden, vorwiegend aus den für das Verständnis von Vitaminen wichtigen Bereichen Biochemie, Pharmakologie und Klinik. Dies betont den Charakter des Nachschlagewerks und stellt eine große Hilfe für Quer- und Neueinsteiger dar.

Ein Buch ohne Mängel? Vielleicht nicht ganz. Etwas unbefriedigend bleiben die ohnehin recht kurzen Kapitel 8 bis 10, die sich der Vitaminsupplementierung, der Abgrenzung von Lebensmittel und Arzneimitteln sowie den vitaminähnlichen Stoffen widmen. Sie sind teilweise etwas oberflächlich und bisweilen auch missverständlich geraten. Eine Überarbeitung und Ergänzung wäre hier ebenso wünschenswert wie beim recht knappen Kapitel zur Megavitamintherapie. Und so kann die anfängliche Frage, nun endgültig ins Bewusstsein gelangt, auch klar beantwortet werden: Nein, nicht noch ein Buch über Vitamine – sondern ein konzeptionell, didaktisch und inhaltlich besonders empfehlenswertes. An der Arbeit der Autoren gibt es deshalb nichts zu kritisieren – wohl aber am Verlag. Denn der Preis von 85 EUR dürfte die Verbreitung des Buches bedauerlicherweise auf interessierte Fachkreise beschränken.

Andreas Hahn, Hannover