

**Evaluierung der Ernährungsbildung und
-information im Ernährungszentrum Mittlerer Neckar nach
den Leitsätzen der Ernährungsstrategie des Landes Baden-
Württemberg**

EBIN-Studie

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Science im Fach Diätetik

Hochschule Neubrandenburg



Fachbereich Agrarwirtschaft und Lebensmittelwissenschaften
Studiengang Diätetik

Durchgeführt am Ernährungszentrum Mittlerer Neckar

Eingereicht von **Nele Johanna Sontheimer**

1. Prüferin: Frau Prof. Dr. Anna Flögel
2. Prüferin: Frau Dipl. oec. troph. Ludmilla Scheel

URN: urn:nbn:de:gbv:519-thesis.2026-0200-4

Kirchberg an der Murr, den 30.04.2026

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	IX
Abstract (deutsch).....	X
Abstract (englisch).....	XI
1 Einleitung	1
2 Theoretischer Hintergrund.....	3
2.1 Ernährungsstrategien	3
2.1.1 Definition	3
2.1.2 Politische Rahmenbedingungen in der Europäischen Union (EU).....	3
2.1.3 Ernährungsstrategien einzelner EU-Länder.....	5
2.2 Ernährungsstrategie in Deutschland	7
2.2.1 Bundesweite Ernährungsstrategie	7
2.2.2 Ernährungsstrategie einzelner Bundesländer.....	7
2.2.3 Evaluation der Wirksamkeit der Maßnahmen	8
2.3 Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg	9
2.3.1 Entwicklung, Leitsätze und Ziele	9
2.3.2 Maßnahmen.....	10
2.3.3 Evaluation der Wirksamkeit der Maßnahmen	11
2.4 Ernährungszentrum Mittlerer Neckar	12
3 Methodik	13
3.1 Studiendesign	13
3.2 Fragestellung und Ziele der Studie	13
3.2.1 Primäres Ziel.....	14
3.2.2 Sekundäre Ziele.....	14
3.3 Studienpopulation	14
3.3.1 Überlegungen zur Fallzahlbestimmung.....	14
3.3.2 Rekrutierung der Teilnehmenden.....	15
3.4 Studienablauf.....	16
3.5 Untersuchungsmethoden	16
3.5.1 EBIN-Fragebogen.....	16
3.5.2 Der EBIN-Index.....	18
3.5.3 Qualitative Interviews	19
3.6 Statistische Auswertung	19
3.7 Qualitative Auswertung.....	20
3.7.1 Qualitative Auswertung der Expert*inneninterviews	20
3.7.2 Qualitative Auswertung der Fragebögen	20

4	Ergebnisse	21
4.1	Ergebnisse des EBIN-Fragebogens.....	21
4.1.1	Teilnehmendenfluss	21
4.1.2	Grundcharakteristika	21
4.1.3	Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden- Württemberg.....	23
4.1.4	Feedback der Teilnehmenden zum Workshop/Vortrag	25
4.1.5	Feedback der Teilnehmenden zum Ernährungszentrum Mittlerer Neckar....	30
4.2	Gruppenvergleich der Ergebnisse in Bezug auf den sozioökonomischen Status der Teilnehmenden.....	31
4.2.1	Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status der Teilnehmenden in Bezug auf die Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden- Württemberg.....	33
4.2.2	Grundcharakteristika der beiden sozioökonomischen Gruppen.....	34
4.2.3	Feedback der Fragebögen in Bezug auf den Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status.....	36
4.3	Ergebnisse qualitative Interviews.....	38
4.3.1	Zielgruppen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar	39
4.3.2	Veränderung des Klientels im Ernährungszentrum Mittlerer Neckar	40
4.3.3	Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar heutzutage und in Zukunft.....	41
4.3.4	Beliebte und weniger beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums...	41
4.3.5	Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar	42
4.3.6	Die Zukunft des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar.....	43
5	Diskussion.....	44
5.1	Evaluation der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg im Programm des Ernährungszentrums	44
5.2	Soziodemografische Unterschiede in der Nutzung von Ernährungsbildungsangeboten	46
5.2.1	Geschlechtergerechte und altersübergreifende Maßnahmen	47
5.3	Herausforderungen und Möglichkeiten zur Ausweitung der Ernährungsbildung	48
5.4	Stärken und Limitationen.....	49
6	Schlussfolgerung	50
7	Literaturverzeichnis	51
8	Danksagung	60
9	Anhang	61
9.1	Ergänzungen zum wissenschaftlichen Hintergrund.....	61
9.1.1	Ergänzungen zur bundesweiten Ernährungsstrategie.....	61
9.1.2	Ergänzungen zur Ernährungsstrategie einzelner Bundesländer.....	67
9.2	Ergänzungen zur Methodik	74
9.2.1	Ergänzungen zum EBIN-Fragebogen.....	74
9.2.2	Ergänzungen zu den qualitativen Interviews	81
9.2.3	Ergänzungen zur qualitativen Auswertung	83

9.3	Ergänzungen zu Ergebnisse des EBIN-Fragebogens	85
9.3.1	Ergänzungen zur Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg	85
9.3.2	Ergänzungen Feedback der Teilnehmenden zum Workshop/Vortrag	86
9.3.3	Ergänzungen Feedback der Teilnehmenden zum Ernährungszentrum Mittlerer Neckar	86
9.4	Ergänzungen Gruppenvergleich der Ergebnisse in Bezug auf den sozioökonomischen Status der Teilnehmenden	87
9.4.1	Ergänzungen zum Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status der Teilnehmenden in Bezug auf die Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg	87
9.4.2	Ergänzungen zum Feedback der Fragebögen in Bezug auf den Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status.....	89
10	Eidesstaatliche Versicherung	90

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Leitziele der Ernährungsstrategien verschiedener EU-Länder.....	6
Tabelle 2: Ausgangslage Deutschland, Bewertung nach Food EPI 2021 [27-29].....	9
Tabelle 3: Übersicht über Projekte und Initiativen der Dachmarke "BaWü zu Tisch" [60, 63].	11
Tabelle 4: Berechnungsgrundlage für den EBIN-Index.....	18
Tabelle 5: Teilnehmendencharakteristik der EBIN-Studie (n = 225).....	22
Tabelle 6: Teilnehmendencharakteristik (Fortsetzung) der EBIN-Studie (n = 225).....	23
Tabelle 7: Informationsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie, EBIN-Studie (n = 200).	24
Tabelle 8: Veranstaltungsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie, EBIN-Studie (n = 216).....	25
Tabelle 9: Anteil der Teilnehmenden nach genutztem Informationskanal, EBIN-Studie (n = 219).....	30
Tabelle 10: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland [17, 49]......	61
Tabelle 11: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 1) [17, 49]......	62
Tabelle 12: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 2) [17, 49]......	63
Tabelle 13: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 3) [17, 49]......	64
Tabelle 14: Maßnahmen bundesweit3 Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 4) [17, 49]......	65
Tabelle 15: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 5) [17, 49]......	66
Tabelle 16: Vergleich der Ernährungsstrategien der deutschen Bundesländer.	67
Tabelle 17: Transkriptionskonventionen, eigene Darstellung nach Schönefeld D. [82].	83
Tabelle 18: Beispiel für die zusammenfassende/strukturierende Inhaltsanalyse nach Mayring [83]......	84
Tabelle 19: Thematisierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie, tabellarische Übersicht, EBIN-Studie.....	85
Tabelle 20: Einfachnennung zusätzlich erwünschter Themen, EBIN-Studie.	86
Tabelle 21: Informationsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 148).	87
Tabelle 22: Veranstaltungsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 161).	88
Tabelle 23: Anteil der Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status und genutztem Informationskanal, EBIN-Studie (n = 163).	89

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Studienablauf der EBIN-Studie.....	16
Abbildung 2: Teilnehmendenfluss der EBIN-Studie.....	21
Abbildung 3: Thematisierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie, EBIN-Studie.....	24
Abbildung 4: Erstteilnahme an Angeboten des Ernährungszentrums, EBIN-Studie (n = 225).	25
Abbildung 5: Anzahl bisher besuchter Angebote des Ernährungszentrums, EBIN-Studie (n = 225).....	26
Abbildung 6: Zufriedenheit mit dem Workshop/Vortrag, EBIN-Studie (n = 225).....	26
Abbildung 7: Verständlichkeit der vermittelten Inhalte, EBIN-Studie (n = 221).	27
Abbildung 8: Relevante und interessante Themen, EBIN-Studie (n = 190).	27
Abbildung 9: Zusätzlich erwünschte Themen, EBIN-Studie (n = 21).....	27
Abbildung 10: Nützlichkeit der Workshop-/Vortragseinhalte für den Alltag, EBIN-Studie (n = 224).....	28
Abbildung 11: Gründe für die Weiterempfehlung des Workshops/Vortrages, EBIN-Studie (n = 159).....	28
Abbildung 12: Gründe für die zukünftige Nutzung der Angebote des Ernährungszentrums, EBIN-Studie (n = 66).	29
Abbildung 13: Bewertung der Fachkompetenz des*der Referent*in, EBIN-Studie (n = 225).29	
Abbildung 14: Bewertung des Medieneinsatzes und der Methodik des*der Referent*in, EBIN-Studie (n = 206).	29
Abbildung 15: Bewertung der Organisation des Workshops/Vortrages, EBIN-Studie.	30
Abbildung 16: Möglichkeiten, weitere Interessierte zu erreichen, EBIN-Studie (n = 79).....	31
Abbildung 17: Verteilung des sozioökonomischen Status, Scorewerte von 1 bis 8, EBIN-Studie (n = 168).	31
Abbildung 18: Haushaltsnettoeinkommen der Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).....	32
Abbildung 19: Angaben zum höchsten Bildungsabschluss der Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).	32
Abbildung 20: Thematisierung des Aspekts "Ernährungsarmut begegnen" nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 149).	33
Abbildung 21: Thematisierung des Aspekts "Ernährungswissen für alle weitergeben" nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 161).	33
Abbildung 22: Alter der Teilnehmenden in Jahren nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).	34
Abbildung 23: Anteil der Teilnehmenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit oder ihrer Eltern nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).....	34
Abbildung 24: Wohnort nach Landkreis in Baden-Württemberg nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).....	35
Abbildung 25: Vergleich der Personenzahl im Haushalt nach sozioökonomischen Status als Boxplot, EBIN-Studie (n = 168).....	35
Abbildung 26: Erstteilnahme an Angeboten des Ernährungszentrums nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).	36

Abbildung 27: Anzahl bisher besuchter Angebote des Ernährungszentrums nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).	36
Abbildung 28: Zufriedenheit mit dem Workshop/Vortrag nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).	37
Abbildung 29: Verständlichkeit der vermittelten Inhalte nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).	37
Abbildung 30: Nützlichkeit der Workshop-/Vortragsinhalte für den Alltag nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).	38
Abbildung 31: Zukünftige Inanspruchnahme der Angebote des Ernährungszentrums nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 166).	38
Abbildung 32: Zielgruppen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 004), EBIN-Studie.	39
Abbildung 33: Zielgruppen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 003), EBIN-Studie.	39
Abbildung 34: Schwer erreichbare Personengruppen (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	39
Abbildung 35: Schwer erreichbare Personengruppen (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	39
Abbildung 36: Schwer erreichbare Personengruppen erreichen (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	40
Abbildung 37: Schwer erreichbare Personengruppen erreichen (Auszug EBIN-Interview 003), EBIN-Studie.	40
Abbildung 38: Schwer erreichbare Personengruppen erreichen (Auszug EBIN-Interview 004), EBIN-Studie.	40
Abbildung 39: Veränderung des Klientels (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.	40
Abbildung 40: Veränderung des Klientels (Auszug EBIN-Interview 004), EBIN-Studie.	40
Abbildung 41: Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	41
Abbildung 42: Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	41
Abbildung 43: Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.	41
Abbildung 44: Beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.	41
Abbildung 45: Beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	42
Abbildung 46: Weniger beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	42
Abbildung 47: Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlere Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	42
Abbildung 48: Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.	43
Abbildung 49: Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	43

Abbildung 50: Zukunft des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.	43
Abbildung 51: Zukunft des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 003), EBIN-Studie.	43
Abbildung 52: Sonstige genutzte Informationskanäle, EBIN-Studie (n = 71).	86

Abkürzungsverzeichnis

BEKI	Bewusste Kinderernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BMLEH	Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat
DGE	Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.
EFNEP	Expanded Food and Nutrition Education Program
EU	Europäische Union
Food EPI 2021	Food Environment Policy Index 2021
GAP	Gemeinsame Agrarpolitik
LErn BW	Landeszentrum für Ernährung Baden-Württemberg
LoB	Lernort Bauernhof
MLR	Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz
MSF	Marktstrukturförderung
NNR	Nordic Nutrition Recommendations
RKI	Robert Koch-Institut
SES	socioeconomic status (sozioökonomischer Status)
SGB V	Sozialgesetzbuch Fünf
SoLaWi	Solidarische Landwirtschaft
Stg	Stuttgart
VuVregio	Verarbeitung und Vermarktung regionaler Erzeugnisse
VwV Kantine	Verwaltungsvorschrift Kantine
WBAE	Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz
ZKL	Zukunftskommission Landwirtschaft

Abstract (deutsch)

Hintergrund Baden-Württemberg hat 2017 als erstes Bundesland Deutschlands eine eigenständige Ernährungsstrategie verabschiedet. Das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar fungiert als Informationszentrale des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz sowie des Landratsamts Ludwigsburg und orientiert seine Angebote an den Leitsätzen dieser Ernährungsstrategie. Ziel dieser Studie war die Evaluierung der Adressierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg in den Angeboten des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar.

Methoden Es handelt sich um eine Querschnittsstudie im Mixed-Methods-Design. Die Daten wurden durch eine anonymisierte Feedbackbefragung von Workshop- und Vortragsteilnehmenden (n = 225) sowie durch leitfadengestützte, halbstrukturierte Expert*inneninterviews mit Mitarbeitenden des Ernährungszentrums (n = 4) erhoben. Die qualitative Auswertung der Interviews erfolgte mittels Inhaltsanalyse nach Mayring.

Resultate Die Angebote des Ernährungszentrums erhielten allgemein positives Feedback. Die Teilnehmenden nahmen insbesondere die Thematisierung der Leitsätze „regionale Lebensmittel“ (77,0%, n = 171), „Ernährungswissen“ (67,0%, n = 148), „Lebensmittelvielfalt“ (67,0%, n = 148), „nachhaltiger Konsum“ (53,4%, n = 118) sowie „Lebensmittelverschwendung reduzieren“ (50,5%, n = 106) wahr. Mehr Angebote zu diesen Themen wünschten sich die Teilnehmenden bei „regionalen Lebensmitteln“ (35,6%, n = 80), „Lebensmittelvielfalt“ (31,6%, n = 71), „Prävention und Gesundheit“ (26,7%, n = 60), „Lebensmittelverschwendung reduzieren“ (24,9%, n = 56) und „nachhaltiger Konsum“ (24,4%, n = 55).

Schlussfolgerung Die Leitsätze der Ernährungsstrategie werden in den Angeboten des Ernährungszentrums von den Teilnehmenden überwiegend als präsent wahrgenommen. Die geringe Nachfrage nach zusätzlichen Veranstaltungen zu einzelnen Leitsätzen deutet auf eine insgesamt bedarfsgerechte Ausrichtung der Angebote hin. Für die Weiterentwicklung von Ernährungsstrategien bleibt zukünftiger Forschungsbedarf hinsichtlich Wirksamkeit, Reichweite und langfristiger Effekte bestehen.

Abstract (englisch)

Background In 2017, Baden-Württemberg became the first federal state in Germany to adopt an independent nutrition strategy. The Ernährungszentrum Mittlerer Neckar acts as an information hub for the Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz and the Landratsamt Ludwigsburg, and its services are based on the guiding principles of this nutrition strategy. The aim of this study was to evaluate how the services offered by the Ernährungszentrum Mittlerer Neckar address the guiding principles of the nutrition strategy in Baden-Württemberg.

Methods This is a cross-sectional study with a mixed-methods design. Data was collected through an anonymous feedback survey of workshop and lecture participants (n = 225) and through guided, semi-structured expert interviews with employees of the nutrition center (n = 4). The qualitative evaluation of the interviews was carried out using Mayring's content analysis method.

Results The services offered by the nutrition center have received generally positive feedback. Participants particularly appreciated the focus on the guiding principles of “regional food” (77.0%, n = 171), “nutritional knowledge” (67.0%, n = 148), “food diversity” (67.0%, n = 148), “sustainable consumption” (53.4%, n = 118), and “reducing food waste” (50.5%, n = 106). Participants would like to see more offerings on the topics of “regional food” (35.6%, n = 80), “food diversity” (31.6%, n = 71), “prevention and health” (26.7%, n = 60), “reducing food waste” (24.9%, n = 56), and “sustainable consumption” (24.4%, n = 55).

Conclusion The guiding principles of the nutrition strategy are predominantly perceived as being present in the services offered by the nutrition center. The low demand for additional events on individual guiding principles indicates that the services are generally tailored to needs. Further research is needed on the effectiveness, scope, and long-term effects of nutritional strategies.

1 Einleitung

Ernährungssysteme stehen zunehmend im Zentrum gesellschaftlicher, politischer und wissenschaftlicher Diskussionen, da sie sowohl erhebliche Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit als auch auf Umwelt- und Klimaschutz haben [1-3]. Vor diesem Hintergrund wird die Transformation von Ernährungssystemen verstärkt als politische Aufgabe verstanden, wodurch strategische Steuerungsinstrumente wie Ernährungsstrategien auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene an Bedeutung gewinnen [1, 2]. Trotz der zunehmenden Relevanz von Ernährungsstrategien besteht bislang keine einheitliche wissenschaftliche Definition des Begriffs „Ernährungsstrategie“ [4-6]. In der Literatur wird der Begriff unterschiedlich verwendet, umfasst jedoch in der Regel Maßnahmenpläne, die gesundheitliche, ökologische und soziale Zielsetzungen innerhalb eines Ernährungssystems miteinander verknüpfen [7, 8]. Diese begriffliche Uneinheitlichkeit erschwert sowohl eine klare Einordnung als auch den Vergleich bestehender Ernährungsstrategien [9]. Infolgedessen ist eine direkte Gegenüberstellung von Zielsetzungen, Maßnahmen und Umsetzungsansätzen verschiedener Strategien nur eingeschränkt möglich.

Auf europäischer Ebene stellt die Farm-to-Fork-Strategie einen zentralen Bestandteil des European Green Deal dar und verfolgt das Ziel, ein nachhaltiges Ernährungssystem entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu etablieren [10-15]. Aber auch auf nationaler Ebene wurden in Deutschland sowie in weiteren Ländern der EU (Europäische Union), darunter Dänemark, Frankreich und Österreich, umfassende Ernährungsstrategien entwickelt, die insbesondere die Bereiche Gesundheitsförderung, Nachhaltigkeit und Verbraucher*innenbildung adressieren [16-19]. Auf Ebene der Bundesländer zeigt sich innerhalb Deutschlands ebenfalls eine zunehmende Entwicklung entsprechender Strategien. So verfügen unter anderem die Bundesländer Berlin, Hessen, Baden-Württemberg, Bayern und Niedersachsen jeweils über eigene Ernährungsstrategien [20-24]. Das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar in Baden-Württemberg fungiert dabei als Schnittstelle zwischen der politischen Ernährungsstrategie und deren praktischer Umsetzung [25]. Obwohl Ernährungszentren eine zentrale Rolle in der Wissensvermittlung sowie der Förderung nachhaltiger Ernährungsweisen zugeschrieben wird, liegen bislang nur wenige empirische Erkenntnisse zu ihren Funktionen innerhalb der strategischen Gesamtstruktur vor [25, 26]. Darüber hinaus besteht auch allgemein ein Mangel an wissenschaftlichen Studien zu Ernährungsstrategien. Der Food Environment Policy Index 2021 (Food EPI 2021) analysierte die allgemeine Ernährungspolitik in Deutschland und bewertete diese im internationalen Vergleich als ausbaufähig und reformbedürftig [27-29]. Eine Evaluation der Ernährungsstrategie Baden-Württembergs erfolgte bislang lediglich im Rahmen des Statusberichts 2025, wobei der Fokus auf der Umsetzung der Maßnahmen und nicht auf deren Wirksamkeit lag [7].

Vor diesem Hintergrund war das primäre Ziel der vorliegenden Arbeit, die Adressierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg durch die angebotenen Workshops und Vorträge des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar zu evaluieren. Sekundäre Ziele umfassten die Analyse der Reichweite der Angebote anhand der soziodemographischen Merkmale der Teilnehmenden, die Untersuchung der Umsetzung der vermittelten Inhalte im Alltag, die Identifikation relevanter Informationskanäle sowie die Erfassung von Möglichkeiten zur besseren Ansprache sozial benachteiligter Bevölkerungsgruppen.

Zur Umsetzung dieser Ziele wurden die Workshops und Vorträge des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar mithilfe eines selbst entwickelten Feedback-Fragebogens durch die Teilnehmenden evaluiert. Ergänzend wurden qualitative Expert*inneninterviews mit Mitarbeitenden des Ernährungszentrums durchgeführt, um vertiefende Einblicke in die praktische Umsetzung zu gewinnen.

2 Theoretischer Hintergrund

2.1 Ernährungsstrategien

2.1.1 Definition

Die „Ernährungsstrategie“ ist ein ernährungspolitischer Begriff ohne einheitliche Definition in der Literatur [4-6]. Strategien werden allgemein als langfristige, zielgerichtete Handlungspläne verstanden, die komplexe Rahmenbedingungen berücksichtigen und verschiedene Politikfelder integrieren [7, 30]. Im Kontext der Ernährungspolitik beschreiben Ernährungsstrategien einen umfassenden Maßnahmenplan, der gesundheitliche, ökologische und soziale Ziele eines Ernährungssystems verknüpft [7, 8]. Der Maßnahmenplan enthält in der Regel [31-33]:

- Leitlinien und Ziele (z.B. „Gutes Essen für alle“)
- konkrete Beschreibungen einzelner Maßnahmen (z.B. Förderprogramme)
- Monitoring- und Evaluationsinstrumente zur Evaluation der Ziele

Die Ernährungsstrategien umfassen dabei das gesamte Ernährungssystem, von der Produktion über die Verarbeitung bis hin zum Konsum und der Entsorgung [31-33].

2.1.2 Politische Rahmenbedingungen in der Europäischen Union (EU)

2.1.2.1 Der European Green Deal

Der European Green Deal (europäischer Grüner Deal) wurde 2019 als Reaktion auf die dringenden Forderungen der Bürgerinnen und Bürger nach Klimaschutzmaßnahmen von der Europäischen Kommission ins Leben gerufen [34, 35]. Das Ziel des European Green Deal ist, Europa durch die Umgestaltung von Wirtschaft, Energieversorgung, Verkehr und Industrie nachhaltiger zu machen und bis 2050 Klimaneutralität in Europa zu erreichen [34-37]. Hierfür sollen die Emissionen bis 2030 um mindestens 50% und später bis zu 55% gesenkt werden [34-37]. Die Maßnahmen umfassen insgesamt acht Bereiche: Klima, Umwelt und Ozeane, Energie, Finanzen und regionale Entwicklung, Verkehr, Landwirtschaft, Industrie sowie Forschung und Innovation [34, 38].

Im Bereich Landwirtschaft verfolgt die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) folgende Ziele [39]:

- Sicherstellung besserer Marktpreise für Landwirt*innen bei Einhaltung von EU-Standards (z.B. Tierschutz) zur stabilen Lebensmittelproduktion und Einkommenssteigerung
- Einkommenssicherung durch Fördersysteme in Bezug auf unvorhersehbare Produktionsbedingungen
- Steigerung der Berufsattraktivität zur Gewinnung junger Landwirt*innen

- Erleichterung von Investitionen für nachhaltige und moderne Landwirtschaftstechnologien
- Erhalt lebensfähiger Gemeinschaften mit vielfältiger Wirtschaftsstruktur
- Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen entlang der gesamten Lebensmittelwertschöpfungskette

Die größten Erfolge der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) liegen in der Stärkung des EU-Agrar- und Lebensmittelsektors mit Millionen von Arbeitsplätzen, der Unterstützung insbesondere kleinerer Betriebe durch insgesamt 3.400 anerkannte Erzeugerorganisationen sowie der Sicherstellung der Lebensmittelversorgung für die Bevölkerung [39]. Für den Zeitraum von 2023 bis 2027 stehen hierfür insgesamt 307 Milliarden Euro zur Verfügung [39]. Gleichzeitig wird die GAP aufgrund ihrer begrenzten Umwelt- und Klimawirksamkeit kritisch bewertet [36, 37]. Insbesondere wird bemängelt, dass trotz hoher finanzieller Mittel nur geringe Fortschritte bei Biodiversität sowie Boden- und Wasserqualität erzielt werden und strukturelle Vorteile für Großbetriebe bestehen [36, 37].

2.1.2.2 Die Farm-to-Fork-Strategie

Die Farm-to-Fork-Strategie (vom Hof auf den Tisch-Strategie) stellt das Kernstück des European Green Deals dar und wurde im Mai 2020 von der Europäischen Kommission vorgestellt [10-15]. Ziel des Zehnjahresplans ist es, das europäische Lebensmittelsystem fair, gesund und nachhaltig zu gestalten [10-15]. Dazu gehören insbesondere nachhaltige Produktion und Verarbeitung, Ernährungssicherheit, die Förderung nachhaltigen Konsums, die Reduktion von Lebensmittelverlusten sowie Bekämpfung von Lebensmittelbetrug [10, 13, 14].

Bis 2030 definiert die Europäische Kommission im Rahmen dieser Strategie mehrere konkrete Zielgrößen, darunter den Ausbau des ökologischen Landbaus auf 25% der landwirtschaftlichen Nutzfläche der EU, die Halbierung des Einsatzes und der Risiken chemischer Pflanzenschutzmittel, die Reduktion von Nährstoffverlusten bei gleichzeitiger Sicherung der Bodenfruchtbarkeit sowie eine Verringerung des Düngemittelsatzes um mindestens 20% [10, 13].

Zur Umsetzung dieser Ziele umfasst die Strategie eine Reihe zentraler politischer Maßnahmen. Dazu zählt insbesondere der Aktionsplan für ökologische Landwirtschaft (2021), der die Nachfrage nach Bio-Produkten stärken, die Umstellung landwirtschaftlicher Betriebe und Wertschöpfungsketten fördern sowie den Beitrag der ökologischen Landwirtschaft zur Nachhaltigkeit insgesamt ausbauen soll und dabei insgesamt 23 Einzelmaßnahmen bündelt [12, 40, 41]. Ergänzend wurde ein Notfallplan zur Sicherung der Ernährung in Krisenzeiten entwickelt, der auf Herausforderungen wie Extremwetterereignisse, Pflanzen- und Tiergesundheit sowie Engpässe bei Betriebsmitteln reagiert und die Resilienz des

europäischen Lebensmittelsystems erhöhen soll [12, 42]. Darüber hinaus wurden weitere politische Schlussfolgerungen verabschiedet, etwa zur stärkeren Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im internationalen Lebensmittelhandel, zur Förderung klimateffizienter Landwirtschaft mit Fokus auf CO₂-Bindung im Boden sowie zur Entwicklung eines nachhaltigeren und wettbewerbsfähigeren Aquakultursektors [12]. Ergänzt wird dies durch neue Regelungen, wie die Kennzeichnung ökologischer Heimtierfuttermittel sowie überarbeitete Vermarktungsnormen für Produkte wie Honig, Konfitüren, Fruchtsäfte und Trockenmilch, die mehr Transparenz schaffen und Verbraucher*innen bei nachhaltigen Kaufentscheidungen unterstützen sollen [12].

2.1.3 Ernährungsstrategien einzelner EU-Länder

Die Mehrheit der EU-Länder haben keine eigene Ernährungsstrategie, verfolgen jedoch Ernährungsmaßnahmen innerhalb anderer Politikfelder wie beispielsweise im Bereich Gesundheit oder Nachhaltigkeit [43]. Hierzu zählen unter anderem Belgien, die Niederlande, Finnland, Malta, Portugal, Slowenien und Spanien [43]. Eine eigene nationale Ernährungsstrategie in der EU haben lediglich Dänemark, Deutschland, Frankreich und Österreich [16-19].

Die skandinavischen Länder (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen und Island) verfügen über eine gemeinsame „Nordic Nutrition Recommendations (NNR)“, ein wissenschaftlich basiertes, gemeinsam erarbeitetes Rahmenwerk mit Ernährungsempfehlungen für alle nordischen Länder [44]. Dänemark veröffentlichte im Jahr 2023 einen eigenen Aktionsplan für pflanzliche Lebensmittel, den „Handlingsplan for plantebaserede fødevarer“ [16]. Im Jahr 2024 veröffentlichte Deutschland unter dem Titel „Gutes Essen für Deutschland“ seine eigene bundesweite Ernährungsstrategie [45]. Frankreich verabschiedete bereits 2018 das Landwirtschafts- und Lebensmittelgesetz „EGalim“, welches die Geschäftsbeziehungen im Agrar- und Ernährungssektor regelt und eine gesunde und nachhaltige Ernährung fördert [46]. Im Jahr 2025 folgte dann die Veröffentlichung der nationalen Ernährungsstrategie „Strategie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat 2025/2030“ [18]. Österreich veröffentlichte im Jahr 2013 einen Nationalen Aktionsplan Ernährung mit dem Ziel eine Fehl-, Über- und Mangelernährung zu verringern sowie das Risiko ernährungsbezogener Erkrankungen zu vermindern [47]. Die nationale Ernährungsstrategie folgte dann im Jahr 2024 und wurde als „Strategieplan gesunde und nachhaltige Ernährung 2025-2030“ veröffentlicht [19]. In **Tabelle 1** sind die einzelnen Ernährungsstrategien von Dänemark, Deutschland, Frankreich und Österreich mit den jeweiligen Leitzielen dargestellt.

Tabelle 1: Leitziele der Ernährungsstrategien verschiedener EU-Länder.

Land	Ernährungsstrategie	Leitziele
Dänemark [16]	„Handlingsplan for plantebaserede fødevarer“	<ul style="list-style-type: none"> • Pflanzliche Wertschöpfungskette stärken • Steigerung von Anbau, Konsum und Export von pflanzlichen Lebensmitteln • Gesunde pflanzliche Ernährung für alle • Forschung und Innovation
Deutschland [17]	„Gutes Essen für Deutschland“	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewogen essen und ausreichend bewegen - angemessene Nährstoff- und Energieversorgung sowie Bewegung unterstützen • Mehr Gemüse, Obst und Hülsenfrüchte - pflanzenbetonte Ernährung stärken • Gesund aufwachsen und gesund alt werden - sozial gerechten Zugang gesunder und nachhaltiger Ernährung schaffen • Vielseitig essen in Kindertagesbetreuung, Schule und Kantine - Gemeinschaftsverpflegung verbessern • Gutes Essen für uns und unsere Erde - Angebot nachhaltig und ökologisch produzierter Lebensmittel erhöhen • Essen wertschätzen - Lebensmittelverschwendung reduzieren
Frankreich [18]	„Strategie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat 2025/2030“	<ul style="list-style-type: none"> • Einheitliche Politik für Ernährung, Gesundheit und Umwelt auf allen Ebenen schaffen (von national bis lokal) • Gesunde und nachhaltige Lebensmittel für alle, insbesondere in der Gemeinschaftsverpflegung und für sozial schwache Bevölkerungsgruppen • Ernährungswandel fördern: mehr pflanzliche und nachhaltige Lebensmittel, weniger Fleisch • Forschung und Innovation, neue Lösungen für nachhaltigere Ernährungssysteme entwickeln
Österreich [19]	„Strategieplan gesunde und nachhaltige Ernährung 2025-2030“	<ul style="list-style-type: none"> • Sektorenübergreifend politische, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für ein nachhaltiges Ernährungssystem schaffen, das allen Menschen eine gesunde Ernährung ermöglicht • Ein vielfältiges, gesundheitsförderndes und nachhaltiges Angebot an Lebensmitteln und Speisen sicherstellen • Das Ernährungsumfeld gesundheitsfördernd und nachhaltig gestalten

2.2 Ernährungsstrategie in Deutschland

2.2.1 Bundesweite Ernährungsstrategie

Die Ernährungsstrategie der Bundesregierung unter dem Namen „Gutes Essen für Deutschland“ wurde am 17. Januar 2024 vom Kabinett beschlossen [6, 45]. Vorbereitet wurde diese Strategie in einem ergebnisoffenen Beteiligungsprozess von Juni 2022 bis Februar 2023 mit Vertreterinnen und Vertretern aus Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft, Verbraucherschaft, Gesundheitssektor, Umweltschutz und Zivilgesellschaft [48]. Somit erhielt das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) insgesamt 1.400 Vorschläge, Ideen und Anregungen, welche bei der Ausarbeitung der Strategie berücksichtigt wurden [48]. Ergänzend hierzu beruht die Ernährungsstrategie ebenso auf strategischen und wissenschaftlichen Arbeiten des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE) sowie der Zukunftskommission Landwirtschaft (ZKL), wodurch Empfehlungen wie beispielsweise DGE-Qualitätsstandards in den Schulen verbindlich zu machen oder Maßnahmen zur Ernährungsbildung in die Ernährungsstrategie aufgenommen wurden [48]. Mit der Ernährungsstrategie verfolgt die Bundesregierung das Hauptziel, dass es allen Verbraucherinnen und Verbrauchern so einfach wie möglich wird, sich gut zu ernähren [6, 17, 45]. Zur Umsetzung dieses Hauptziels werden strategische Ziele verfolgt, die in **Tabelle 1** dargestellt sind [6, 17]. Im Mittelpunkt der Strategie stehen insgesamt 90 kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen in elf verschiedenen Handlungsfeldern [6, 17, 49]. Die Handlungsfelder sind dabei die Außer-Haus-Verpflegung, Konsumlandschaften, soziale Aspekte der Ernährung, Querbezüge zur nachhaltigen Lebensmittelerzeugung und -versorgung, Ernährungsempfehlungen, Ernährungskommunikation und -information, Ernährungsbildung, Prävention, Ernährung und Bewegung, effiziente Strukturen und Prozesse sowie kontinuierliche Forschung [6, 17, 49]. Eine Auswahl der insgesamt 90 Maßnahmen der Handlungsfelder sind im **Anhang auf S. 61ff** als tabellarische Übersicht näher beschrieben.

2.2.2 Ernährungsstrategie einzelner Bundesländer

Die Bundesländer Berlin, Hessen, Baden-Württemberg, Bayern und Niedersachsen verfügen jeweils über eigene Ernährungsstrategien. Als erstes Bundesland verabschiedete Baden-Württemberg im Jahr 2017 eine entsprechende Strategie [24, 50]. Es folgten Berlin und Hessen im Jahr 2020, Niedersachsen im Jahr 2021 sowie Bayern im Jahr 2024 [20-23]. Bremen hat die Entwicklung einer eigenen Ernährungsstrategie mit Abschluss bis Ende 2025 vorgesehen, befindet sich jedoch weiterhin im laufenden Prozess, sodass bislang keine final veröffentlichte Strategie vorliegt [51]. Ein systematischer Vergleich der bestehenden Ernährungsstrategien hinsichtlich Ziele, Handlungsfelder, Maßnahmen und Beispielprojekte ist im **Anhang auf S. 67ff** tabellarisch dargestellt.

2.2.3 Evaluation der Wirksamkeit der Maßnahmen

Bislang liegt keine wissenschaftlich veröffentlichte Literatur zur Wirksamkeit der im Rahmen der bundesweiten Ernährungsstrategie „Gutes Essen für Deutschland“ vor. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) veröffentlichte 2019 einen Evaluationsbericht zum Nationalen Aktionsplans IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und Bewegung, einer bereits zuvor implementierten Bundesmaßnahme [52]. Die Evaluation zeigte messbare Verbesserungen der Rahmenbedingungen in verschiedenen Lebenswelten (z.B. Kitas, Schule, Betriebe und Senioreneinrichtungen), etwa durch die Umsetzung der DGE-Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsverpflegung [52]. Zudem wurden bei verschiedenen Zielgruppen erhöhtes Wissen, gesteigertes Problembewusstsein und teilweise Verhaltensveränderungen festgestellt [52]. Das BMEL empfiehlt, IN FORM fortzuführen, zu intensivieren sowie verhältnispräventive Ansätze und die Unterstützung von Multiplikator*innen zu stärken [52]. Während die Evaluation der IN FORM Initiative die Wirksamkeit einzelner Maßnahmen belegt, zeigt der Food Environment Policy Index 2021 (Food EPI 2021), dass die Ernährungspolitik in Deutschland im internationalen Vergleich deutlich zurückbleibt und reformbedürftig ist [27-29].

Der Index umfasst 13 Bereiche mit 47 Indikatoren, wobei Deutschland überwiegend niedrige bis sehr niedrige Bewertungen erreicht (**vgl. Tabelle 2**) [27-29]. Der Food EPI 2021 identifizierte und formulierte aufgrund dieser Ausgangslage insgesamt 28 Handlungsempfehlungen für Deutschland, basierend auf wissenschaftlicher Evidenz und Empfehlungen von Fachorganisationen [28, 29]. Diese wurden von Expert*innen nach Beitrag zur Ernährungsverbesserung, Umsetzbarkeit und Reduktion sozialer Ungleichheit bewertet [28, 29]. Am höchsten bewertet wurden Maßnahmen zu verbindlichen Qualitätsstandards in der Kita- und Schulverpflegung, einer gesundheitsförderlichen Mehrwertsteuerreform, einer Zuckerabgabe auf Softdrinks, der Regulierung von Kinder-Lebensmittelmarketing sowie Qualitätsstandards in der Gemeinschaftsverpflegung [28, 29]. Zusätzlich wurde untersucht, wie sich die Rahmenbedingungen für eine gesundheitsförderliche Ernährungspolitik durch strukturelle Maßnahmen langfristig verbessern lassen [28]. Die höchsten Bewertungen erhielten dabei die Evaluation von Maßnahmen, die Erhebung und Analyse von Ernährungsdaten sowie der Wissens- und Erfahrungsaustausch [28].

Zusammenfassend zeigt sich, dass trotz fehlender direkter Evaluationen der bundesweiten Ernährungsstrategie die Evidenz aus dem Evaluationsbericht IN FORM und dem Food-EPI 2021 eine ambivalente Ausgangslage in Deutschland aufzeigt. Während einzelne Setting-Maßnahmen nachweislich wirksam sind, fehlen wiederum geeignete Politikmaßnahmen sowie förderliche Ernährungsumgebungen, um nachhaltige Veränderungen des Ernährungssystems in Deutschland zu erreichen [28, 29, 52].

Tabelle 2: Ausgangslage Deutschland, Bewertung nach Food EPI 2021 [27-29].

Bereich nach Food EPI 2021	Anzahl der Indikatoren	Bewertung Food EPI 2021
Politische Führungsrolle und offizielle Ernährungsempfehlungen	Fünf Indikatoren	Mittlere Bewertung (<i>grün</i>)
Datensammlung, -auswertung und -nutzung (Monitoring und Surveillance)	Sechs Indikatoren	
Nährwertzusammensetzung von Lebensmitteln	Zwei Indikatoren	Niedrige Bewertung (<i>orange</i>)
Lebensmittelkennzeichnung (Labelling)	Vier Indikatoren	
Lebensmittelangebot in öffentlichen Einrichtungen und Betrieben	Vier Indikatoren	
Internationaler Handel und Investitionen	Zwei Indikatoren	
Governance (inklusive Management von Interessenkonflikten und Evidenznutzung)	Drei Indikatoren	
Finanzierung	Drei Indikatoren	
Plattform für die Zusammenarbeit von Politik, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft	Drei Indikatoren	
Regulierung von Lebensmittelwerbung und -marketing	Fünf Indikatoren	Sehr niedrige Bewertung (<i>rot</i>)
Lebensmittelpreisgestaltung	Vier Indikatoren	
Lebensmittelangebot in Einzelhandel und Gastronomie	Vier Indikatoren	
Sektorübergreifende Ansätze	Zwei Indikatoren	

2.3 Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg

2.3.1 Entwicklung, Leitsätze und Ziele

Baden-Württemberg war 2017 das erste Bundesland mit einer umfassenden Ernährungsstrategie, die am 17. November 2017 vom Ministerrat verabschiedet wurde [24, 50]. Ziel dieser Strategie ist die Verbesserung der Ernährungssituation der Menschen in Baden-Württemberg durch eine genussvolle, ausgewogene und nachhaltige Ernährung [7]. Die Strategie baut auf früheren Initiativen wie dem Aktionsplan „Komm in Form – die Initiative für clevere Ernährung in Baden-Württemberg“ (2008 bis 2018) auf, der bereits zentrale Handlungsfelder wie Ernährungsbildung und Schulverpflegung adressierte [53].

Die zentrale Koordination liegt beim Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) [32]. Zur Unterstützung wurde 2019 das Landeszentrum für Ernährung Baden-Württemberg (LErn BW) eingerichtet, das Aufgaben in Koordination, Bildung und Evaluation übernimmt [32, 53, 54]. Eine erste Weiterentwicklung der Strategie erfolgte 2022 [32, 55]. Grundlage für die Umsetzung der Ernährungsstrategie in Baden-Württemberg bieten insgesamt neun Leitsätze, welche im **Anhang auf S. 67ff** näher beschrieben sind [32, 50, 56]:

1. Ernährungswissen für alle weitergeben
2. Konsum nachhaltiger gestalten
3. Regional erzeugte Lebensmittel unterstützen
4. Lebensmittelverschwendung reduzieren
5. Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern
6. Regional und Bio in Landeskantinen anbieten
7. Gutes Essen Außer Haus voranbringen
8. Ernährungsarmut begegnen
9. Vielfältiges Angebot an Lebensmitteln nutzen

2.3.2 Maßnahmen

2.3.2.1 Generelle Maßnahmen

Im Rahmen der Entwicklung der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg wurden zudem umfangreiche Maßnahmen für die Umsetzung festgelegt [53]. Mit der Gründung der Dachmarke „BaWü zu Tisch“ im Jahr 2024, sind sämtlich Projekte und Initiativen, die der Ernährungsstrategie zugeordnet sind, unter einem gemeinsamen Dach gebündelt und damit für die Bevölkerung Baden-Württembergs besser sichtbar [57, 58]. **Tabelle 16 im Anhang auf S. 67ff** bietet eine umfangreiche Übersicht über generelle Maßnahmen zu den jeweiligen Leitsätzen der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg.

2.3.2.2 Dachmarke „BaWü zu Tisch“

Die Dachmarke „BaWü zu Tisch“ wurde im November 2024 vom Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) als zentrale Dachmarke der Ernährungsstrategie eingeführt, um die neun Leitsätze der Ernährungsstrategie landesweit sichtbarer zu machen [57, 58]. Sie verfolgt drei Kernziele: die Förderung regionaler Produkte und kurzer Lieferketten, die Reduktion von Lebensmittelverschwendung sowie die Stärkung einer bewussten und gemeinschaftlichen Ernährungskultur [58-60]. Die Umsetzung wird von neun Ernährungsbotschafter*innen unterstützt, die jeweils einen Leitsatz der Ernährungsstrategie vertreten und sich dafür in der Öffentlichkeit engagieren [7, 61]. Zudem wird die Dachmarke von einem breiten Partnernetzwerk getragen, zu dem unter anderem

Ministerien, Regierungspräsidien, Landratsämter und das Landeszentrum für Ernährung Baden-Württemberg (LErn BW) gehören [62]. **Tabelle 3** gibt einen Überblick über die Projekte und Angebote der Dachmarke „BaWü zu Tisch“ sowie deren Zielgruppen und Schwerpunkte.

Tabelle 3: Übersicht über Projekte und Initiativen der Dachmarke "BaWü zu Tisch" [60, 63].

Projekt/Initiative	Zielgruppen	Schwerpunkte
Landesinitiative BEKI - Bewusste Kinderernährung [64]	Kitas, Schulen und Kindertagespflege	Kinderernährung und Ernährungsbildung
EU-Schulprogramm [65]	Kinder in Grundschulen, Kitas und Kindergärten	Regelmäßige Extraportionen regionales Obst, Gemüse und Milch(-produkte)
Lernort Bauernhof (LoB) [66]	Schulklassen, Kinder-/Jugendgruppen	Landwirtschaftliche Betriebe als außerschulische Lernorte
Qualitätszeichen Baden-Württemberg [67]	Verbraucherinnen und Verbraucher	Siegel für qualitativ hochwertige Produkte aus Baden-Württemberg
Bio-Zeichen des Landes Baden-Württemberg [67]	Verbraucherinnen und Verbraucher	Siegel für qualitativ hochwertige Bio-Produkte
Gläserne Produktion [68]	Verbraucherinnen und Verbraucher	Einblicke in die Erzeugung und Verarbeitung von Lebensmitteln
Regionalmarke „Natürlich. VON DAHEIM“ [69]	Verbraucherinnen und Verbraucher	Verbraucher*innenschutz und -bildung
„Schmeck den Süden“ Baden-Württemberg [63, 70]	Gastronom*innen, Verbraucher*innen, regionale Produzent*innen	Vereint Gastronom*innen und regionale Produzent*innen
Kampagne „Lebensmittelretter - neue Helden braucht das Land“ [71]	Verbraucherinnen und Verbraucher	Lebensmittelwertschätzung und bewusster Umgang mit Lebensmitteln

2.3.3 Evaluation der Wirksamkeit der Maßnahmen

Wie bei der bundesweiten Ernährungsstrategie liegt auch für die Ernährungsstrategie Baden-Württembergs bislang keine wissenschaftlich publizierte Evaluation vor. Eine frühere Evaluation durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) erfolgte 1997 im Rahmen der Pilotphase der Ernährungszentren in Baden-Württemberg [26]. Diese diente der Bewertung von Akzeptanz, Reichweite und Wirksamkeit der vier Ernährungszentren (Ludwigsburg, Offenburg, Bad Waldsee und Karlsruhe) [26]. Erhoben

wurden unter anderem Besucherzahlen, Motivation und Zufriedenheit sowie die Funktion der Zentren als Informations- und Bildungsangebote für Verbraucher*innen und Multiplikator*innen [26].

Das Kompetenzzentrum Gesundheitsförderung der Pädagogischen Hochschule Schwäbisch Gmünd evaluierte 2021 das IN FORM Projekt „Optimierung der Verpflegung in Kita und Schule“ [72]. Die Ergebnisse zeigten, dass sich das Verpflegungsangebot in Kitas und Schulen bereits nach zwei Coaching-Einheiten deutlich verbessern ließ und eine DGE-Zertifizierung durch Anpassung von Speiseplänen, Abläufen und Kommunikation innerhalb von etwa sechs Monaten erreichbar ist [72]. Auf Basis eines dreistufigen Delphi-Verfahrens wurden Handlungsempfehlungen entwickelt, darunter eine verbindliche gesundheitsförderliche Verpflegung für Kinder in Kitas und Schulen sowie eine stärkere Unterstützung von Caterern, Einrichtungen und Schulen [72]. Zudem bestätigen die Ergebnisse die wichtige Rolle des Landesentrums für Ernährung Baden-Württemberg (LErn BW), insbesondere in den Bereichen Schulung, Prozessbegleitung sowie Informations- und Wissensvermittlung [72].

Im Jahr 2025 wurde eine umfassende Evaluation der im Rahmen der Ernährungsstrategie umgesetzten Maßnahmen und Projekte durchgeführt [7]. Der veröffentlichte Statusbericht bietet einen Überblick über alle 30 festgelegten Maßnahmen aus der Weiterentwicklung 2022 [7]. Insgesamt wurden 83% der Maßnahmen umgesetzt, während einzelne Maßnahmen noch nicht abgeschlossen sind, weiteren Entwicklungsbedarf aufweisen oder eingestellt wurden [7]. Handlungsbedarf besteht insbesondere bei der nachhaltigen Ausgestaltung von Werbeumgebungen, der Weiterentwicklung des Präventionsgesetzes, der Gesamtkonzeption für Business und Care sowie der Qualitätsoffensive Schulverpflegung [7]. Die Maßnahme „CO₂-Rechner Klima Buddy (App)“ wurde hingegen eingestellt [7]. Gleichzeitig bleibt unklar, nach welchen Kriterien und Indikatoren die Bewertung der Maßnahmen erfolgte, da hierzu weder im Statusbericht noch in weiteren Quellen methodische Angaben vorliegen [7].

2.4 Ernährungszentrum Mittlerer Neckar

Das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar ist eine Informationszentrale des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) sowie des Landratsamts Ludwigsburg zu Themen rund um Ernährung und Lebensmittel aus der Region [25]. Es richtet sich an Verbraucher*innen, Schüler*innen, Fachkräfte sowie Multiplikator*innen und bietet hierfür Vorträge, Workshops, Seminare, Verkostungen und Betriebsbesichtigungen an [25, 73, 74]. Zudem setzt das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar landesweite Initiativen wie beispielsweise „Bewusste Kinderernährung“ (BEKI) und „BaWü zu Tisch“ um und unterstützt damit die praktische Umsetzung der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg [62, 73, 74].

3 Methodik

Die Studie wurde vom 23. Juni 2025 bis 10. Oktober 2025 am Ernährungszentrum Mittlerer Neckar unter der Leitung von Prof. Dr. Anna Flögel und Projektbetreuung von Frau Ludmilla Scheel (Leiterin Geschäftsteil Ernährung, Ausbildung, Hauswirtschaft und Ernährungszentrum Mittlerer Neckar) durchgeführt. Da keine personenbezogenen Daten erhoben wurden und die Befragung anonym erfolgten, war kein Ethikvotum erforderlich. Für die Durchführung der Expert*innen-Interviews wurde entsprechend eine Einwilligungserklärung der Expert*innen eingeholt und die anschließende Auswertung der Interviews erfolgte in anonymisierter Form.

3.1 Studiendesign

Bei der EBIN-Studie handelte es sich um eine Querschnittsstudie im Mixed-Methods-Design. Es fand dabei eine einmalige anonymisierte Feedbackbefragung der Workshop- und Vortragsteilnehmenden mittels eines selbsterstellten Fragebogens statt sowie ergänzend dazu die Durchführung von qualitativen Expert*inneninterviews. Der Fragebogen zielte darauf ab, systematisch Rückmeldungen der Teilnehmenden in Bezug auf den jeweiligen Workshop beziehungsweise Vortrag zu erhalten. Er umfasste unter anderem auch die Thematisierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie während des Workshops und Vortrages.

Die qualitativen Expert*inneninterviews wurden durchgeführt, um weitere vertiefende Erkenntnisse zu gewinnen, die über das standardisierte Teilnehmendenfeedback hinausgingen. Durch die Kombination der standardisierten Fragebogenerhebung mit leitfadengestützten Expert*inneninterviews ermöglichte das Mixed-Methods-Design sowohl eine quantitative Beschreibung der Teilnehmendentrückmeldungen als auch eine qualitative Vertiefung der Erfahrungen und Meinungen der Expert*innen.

3.2 Fragestellung und Ziele der Studie

Die Fragestellungen dieser Studie waren inwieweit das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar zur Bewusstseinsbildung auf der Verbraucher*innenseite für nachhaltige und gesundheitsförderliche Ernährung beiträgt, inwieweit das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar die Ziele der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg erfüllt sowie welche spezifische Zielgruppen dabei adressiert werden und mit welchen Herausforderungen das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar in der Umsetzung seiner Aufgaben konfrontiert wird.

Das Ziel dieser Studie war somit zu ermitteln, ob und wie das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar die Ziele der Ernährungsstrategie erfüllt, welche Zielgruppen das Angebot des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar bisher nutzten sowie vor welchen Herausforderungen das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar derzeit steht. Dabei wurden die Ziele wie folgt spezifiziert:

3.2.1 Primäres Ziel

Evaluation der Adressierung der acht Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg durch die angebotenen Workshops/Vorträge des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar.

3.2.2 Sekundäre Ziele

Die sekundären Ziele umfassten die Evaluation der Workshops/Vorträge des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar in Bezug auf:

- Reichweite des Ernährungszentrums durch Erfassen der Soziodemographie der Workshop-/Vortragsteilnehmenden (Alter, Geschlecht, Herkunft, Haushaltsgröße, sozioökonomischer Status)
- Umsetzung der Informationen aus den Workshops/Vorträgen im Alltag durch Teilnehmende
- Identifikation der Informationskanäle, durch die Teilnehmende auf das Zentrum aufmerksam wurden
- Erfassen von Möglichkeiten sozial benachteiligte Zielgruppen aus der Bevölkerung zu erreichen

3.3 Studienpopulation

In die Studie eingeschlossen wurden Erwachsene (≥ 18 Jahre), die an mindestens einem angebotenen Workshop oder Vortrag des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar im Untersuchungszeitraum teilgenommen hatten und über ausreichende Deutschkenntnisse verfügten, um den Fragebogen eigenständig auszufüllen. In **Abbildung 2** kann der Teilnehmendenfluss sowie die In- und Exklusion der Fragebögen entnommen werden. Die Expert*inneninterviews wurden mit Mitarbeitenden des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar durchgeführt. Hierfür standen zwei landwirtschafts-technische Oberlehrer*innen und Berater*innen, zwei hauswirtschaftliche Betriebsleiter*innen, ein*e Ökotropholog*in sowie ein*e Bundesfreiwilligendienstleistende*r zur Verfügung. Auch standen für die Expert*inneninterviews ebenso die externen Referent*innen der Workshops zur Verfügung.

3.3.1 Überlegungen zur Fallzahlbestimmung

Der zeitliche Rahmen der Studie umfasste insgesamt 16 Wochen im Zeitraum vom 23. Juni 2025 bis 10. Oktober 2025. In den Sommerferien in Baden-Württemberg, vom 30. Juli 2025 bis 12. September 2025, fanden keine Workshops und Vorträge statt, somit blieben noch insgesamt 10 Wochen für die Rekrutierung übrig.

Unter der Annahme, dass jeden zweiten Nachmittag ein Workshop/Vortrag stattfindet, wären es insgesamt drei Workshops/Vorträge pro Woche und somit 30 Workshops/Vorträge während

des gesamten Studienzeitraums. Bei den Workshops vor Ort war die Teilnehmendenanzahl auf 20 Teilnehmende beschränkt. Bei Online-Vorträgen könnten bis zu 100 Personen erreicht werden. Erfahrungsgemäß werden jedoch in Online-Vorträgen durchschnittlich circa 40 Teilnehmende erreicht. Wenn 30 Workshops vor Ort stattgefunden hätten, hätten insgesamt 600 Teilnehmende für die EBIN-Studie rekrutiert werden können. Bei den Online-Veranstaltungen wären es voraussichtlich 320 Teilnehmende bei acht angesetzten Online-Veranstaltungen. Somit hätten insgesamt 920 Teilnehmende für die EBIN-Studie maximal rekrutiert werden können.

Durch das anschließende Zusenden eines Links bei den Online-Veranstaltungen wäre hierbei die Teilnahme an der Befragung voraussichtlich etwas geringer als bei den Workshops vor Ort. Rechnet man mit einer Teilnahme von circa 20%, hätten insgesamt 64 Teilnehmende über Online-Veranstaltungen rekrutiert werden können. Bei den Workshops vor Ort könnte man mit einer höheren Beteiligung von circa 50% rechnen. Somit wären es insgesamt 300 Teilnehmende, addiert man diese mit den Teilnehmenden über die Online-Veranstaltungen käme man auf insgesamt 364 Teilnehmende, die an der Studie teilnehmen könnten. Ginge man davon aus, dass weitere 50% den Fragebogen nicht vollständig ausfüllen würden, stünden insgesamt circa 182 Teilnehmende am Ende für die Studie zur Verfügung. Es wäre somit geplant eine Teilnehmendenanzahl von mindestens 200 Teilnehmenden zu erreichen. Bei den Expert*inneninterviews könne man von einer hohen Compliance ausgehen und somit wäre eine Teilnehmendenanzahl von mindestens drei Expert*inneninterviews gut zu erreichen sowie ausreichend für die anschließende Auswertung.

3.3.2 Rekrutierung der Teilnehmenden

Die Rekrutierung der Teilnehmenden erfolgte während des Studienzeitraumes vom 23. Juli 2025 bis 10. Oktober 2025. Dabei wurden die Studienteilnehmenden durch Kontaktaufnahme, meist durch die Referent*innen der Workshops, während der Workshops vor Ort oder dem Zusenden eines Links bei Online-Veranstaltungen auf das Ausfüllen des EBIN-Fragebogens aufmerksam gemacht. Die Teilnehmenden füllten den EBIN-Fragebogen selbständig im Anschluss an den Workshop oder die Online-Veranstaltung aus, es erfolgte keine persönliche Befragung.

Die Expert*innen wurden unter den Mitarbeitenden und externen Referent*innen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar durch die Studiendurchführende rekrutiert. Die leitfadengestützten Interviews erfolgten mittels persönlicher Befragung, ebenfalls im selben Studienzeitraum.

3.4 Studienablauf

Der Studienablauf gliederte sich in drei Phasen und wird in **Abbildung 1** dargestellt.

In der ersten Phase von April 2025 bis Mai 2025 erfolgte die Vorbereitung der Studie, einschließlich der Finalisierung der Studienidee und des Studienplans sowie des Studienprotokolls. Auch die Entwicklung des EBIN-Fragebogens sowie die Entwicklung des Interviewleitfadens und der Einwilligungserklärung zum Datenschutz erfolgte in der ersten Phase.

In der zweiten Phase von Juni 2025 bis Oktober 2025 wurde die Studie durchgeführt. Dies umfasste die Rekrutierung der Teilnehmenden sowie deren circa 10 minütige Bearbeitung des EBIN-Fragebogens (analog vor Ort oder online via Microsoft Forms) und die Durchführung der Expert*inneninterviews.

In der dritten Phase von November 2025 bis Februar 2026 erfolgten die Datenbereinigung, Dokumentation der Daten mittels SPSS und Excel und die Auswertung und Interpretation der Ergebnisse. Die Interviews wurden nach der Durchführung durch die Studiendurchführende transkribiert (Audiomaterial) und qualitativ nach Mayring ausgewertet (**vgl. Qualitative Auswertung der Expert*inneninterviews**).

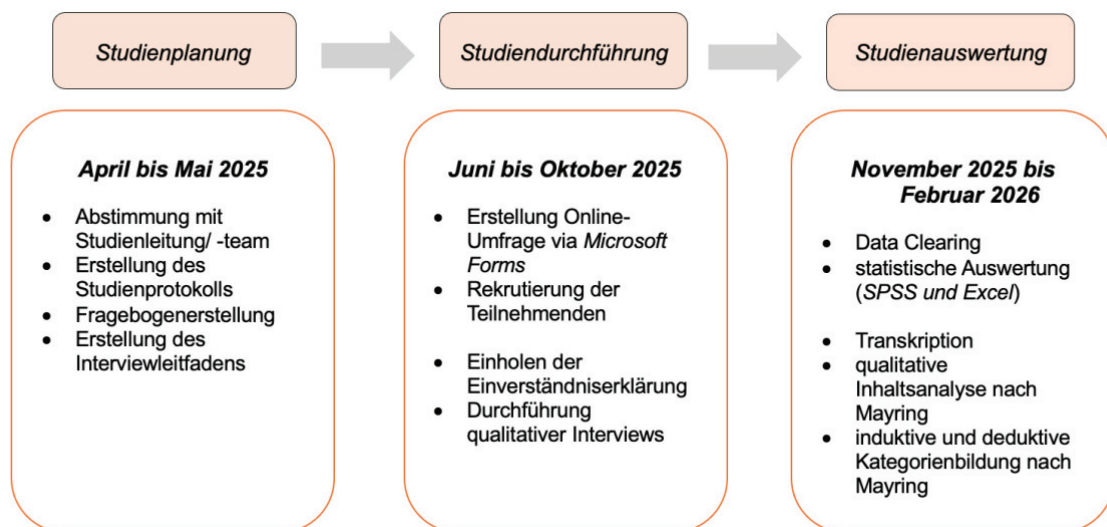


Abbildung 1: Studienablauf der EBIN-Studie.

3.5 Untersuchungsmethoden

3.5.1 EBIN-Fragebogen

Bei dem verwendeten Fragebogen handelte es sich um einen selbsterstellten, nicht validierten Fragebogen (**siehe Anhang, S. 74ff**). Er diente der Erfassung des Teilnehmendenfeedbacks zu Inhalten und Organisation des Workshops/Vortrages, zur Thematisierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg und der Organisation des Workshops/Vortrages durch das Ernährungszentrum sowie zu sozioökonomischen

Merkmale der Teilnehmenden. Insgesamt umfasst der EBIN-Fragebogen 26 Hauptfragen sowie eine Unterfrage und gliedert sich in drei Abschnitte:

- Evaluation des Workshops/Vortrages
- Evaluation des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar
- Angaben zur Person

Der Fragebogen integrierte geschlossene, halboffene und offene Fragen. Geschlossenen Fragen wurden verwendet, um schnelle Beantwortung sowie vergleichbare Daten für die spätere Datenanalyse zu gewährleisten [75]. Diese Form wurde gewählt, wann immer spezifische, kategorisierbare Informationen erhoben werden sollten. Dabei wurde gewährleistet, dass vorgegebene Antwortmöglichkeiten der geschlossenen Fragen ein umfassendes und realitätsnahes Spektrum abdeckten [75]. Halboffene Fragen ergänzten die geschlossenen Fragen, sodass Teilnehmenden, die sich in keiner Kategorie wiederfinden, dennoch eine Antwortmöglichkeit gegeben war [75]. Offenen Fragen kamen zum Einsatz, wenn individuelle Meinungen oder Ideen der Teilnehmenden abgefragt werden sollten. Insgesamt fanden verschiedene Fragetypen Anwendung: Numerische und verbale Ratingskalen, 5-Punkt Likert-Skalen, Dichotomische Fragen (Ja/Nein), Freitextantworten, Single Choice sowie Multiple Choice. Bei der Evaluation der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg wurden jeweils nur acht der neun Leitsätze abgefragt, da davon ausgegangen wurde, dass die Workshop- und Vortragsteilnehmenden den sechsten Leitsatz, „Regional und Bio in Landeskantinen anbieten“, nicht evaluieren konnten.

Zur Einbindung der Online-Veranstaltungen wurde der finale Fragebogen in das Online-Umfrage Tool Microsoft Forms (Microsoft, Redmond WA, USA) eingepflegt. Der Link zur Online-Umfrage wurde unmittelbar im Anschluss an die jeweilige Online-Veranstaltung den Teilnehmenden per E-Mail zugesendet. Durch das Durchführen von Pre-Tests durch Fachpersonal wurde die Qualität und Eignung des Fragebogens sowohl in analoger als auch in digitaler Form überprüft. Nach Studienende wurden die Antworten der Teilnehmenden zur statistischen Auswertung in die Software IBM SPSS Statistics Version 31 (IBM, Armonk, NY, USA) und Microsoft Excel Version 16.105.2 (Microsoft, Redmond WA, USA) eingegeben beziehungsweise exportiert. Im Anschluss daran erfolgte das Data Clearing und die Exklusion unvollständiger Fragebögen. Es wurden Fragebögen exkludiert, wenn Teilnehmende unter 18 Jahre alt waren, personenbezogene Angaben fehlten oder unvollständig waren sowie weniger als 75% der Fragen (75% von 28 Fragen = 21 Fragen) beantwortet wurden, was einer maximalen Anzahl von sieben unbeantworteten Fragen entsprach.

3.5.2 Der EBIN-Index

Für den Gruppenvergleich in Bezug auf den sozioökonomischen Status der Teilnehmenden des EBIN-Fragebogens wurde der EBIN-Index entwickelt. Grundlage des EBIN-Index ist der Index des sozioökonomischen Status nach T. Lampert und Kollegen [76-78].

Für den EBIN-Index wurden von den insgesamt $n = 225$ inkludierten Teilnehmenden weitere $n = 57$ Teilnehmende exkludiert, da diese keine Angabe zum Haushaltsnettoeinkommen machten. Es wurden dann je nach individuellem höchstem Bildungsabschluss und Haushaltsnettoeinkommen Punkte verteilt (vgl. **Tabelle 4**), die Punkte für den Bildungsabschluss und das Haushaltsnettoeinkommen anschließend addiert, sodass ein ganzzahliger Scorewert mit einer Spannweite von mindestens einem Punkt bis maximal acht Punkte erreicht werden konnte. Anschließend wurde der Datensatz am Median (Median = 5) in zwei Gruppen aufgeteilt. Ein geringer bis mittlerer sozioökonomischer Status liegt bei einem Scorewert von ≤ 5 vor und ein hoher sozioökonomischer Status liegt bei einem Scorewert von > 5 vor. Zu beachten ist hierbei, dass einige Teilnehmenden genau auf dem Median lagen und daher bei der Medianteilung keine gleiche Gruppengröße in den beiden Kategorien erreicht wurde, da die Personen, die genau auf dem Median lagen, dann alle per Definition der unteren Kategorie zugeordnet wurden.

Tabelle 4: Berechnungsgrundlage für den EBIN-Index.

Punkte	Individueller höchster Bildungsabschluss
0	Kein Schulabschluss
1	Haupt-/Realschule
2	Fachabitur/Abitur
3	Bachelor
4	Master/Staatsexamen/Diplom/Magister oder Promotion
Punkte	Haushaltsnettoeinkommen
1	< 1000€
2	1000€ bis < 3000€
3	3000€ bis 5000€
4	> 5000€

3.5.3 Qualitative Interviews

Der qualitative Studienteil verfolgte das Ziel, einen umfangreichen Einblick in die Beliebtheit der Angebote, die Zielgruppe des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar, die Entwicklung des Klientels über die letzten Jahre sowie die aktuellen Herausforderungen und zukünftigen Perspektiven des Ernährungszentrums zu gewinnen. Hierfür wurden halbstrukturierte, leitfadengestützte Expert*inneninterviews mit vier Mitarbeitenden des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar durchgeführt (**siehe Anhang, S. 81f**). Diese stellten zwar einen strukturierten Rahmen dar, bewahrten jedoch den narrativen Charakter der Interviews und hielt das Prinzip der Offenheit ein [79]. Der Leitfaden wurde nach der von Mayring entwickelten SPSS-Methode der Leitfadenerstellung erstellt, die die vier Schritten „Sammeln, Prüfen, Sortieren und Subsumieren“ umfasst [79]. Es wurden zunächst alle potenziell relevanten Fragen für die Forschungsfrage gesammelt und anschließend auf Offenheit und Relevanz überprüft, sortiert und thematisch subsumiert sowie mit Nachfragen ergänzt [79].

Die Durchführung der Expert*inneninterviews fand ebenfalls unter standardisierten Bedingungen statt. Alle vier Interviews fanden in ruhiger Atmosphäre im Ernährungszentrum Mittlerer Neckar durch die Studiendurchführende statt [79]. Zur Audioaufzeichnung der Interviews wurde das Smartphone (App: Sprachmemos & Diktiergerät, iOS) der Studiendurchführenden verwendet. Die Interviewdauer betrug durchschnittlich $15:56 \pm 8:58$ (7:52 – 27:44) Minuten. Abgesehen vom Kriterium der kommunikativen Validierung konnten die weiteren fünf Gütekriterien qualitativer Forschung nach Mayring erfüllt werden [80].

3.6 Statistische Auswertung

Die statistische Auswertung erfolgte über die Software IBM SPSS Statistics Version 31 (IBM, Armonk, NY, USA) und Microsoft Excel Version 16.105.2 (Microsoft, Redmond WA, USA). Für die deskriptive Statistik wurden absolute und relative Häufigkeiten, Mittelwerte, Maximum, Minimum und Standardabweichungen ermittelt. Zur Visualisierung der Ergebnisse wurden auch mithilfe von Microsoft Excel Kreis-, Säulen-, und Balkendiagramme sowie Histogramme erstellt. Für die statistische Auswertung des Gruppenvergleichs nach sozioökonomischen Status erfolgte zuerst die Überprüfung auf Normalverteilung mit dem Kolmogorow-Smirnow- beziehungsweise dem Shapiro-Wilk-Test. Lag eine Normalverteilung vor, wurden die beiden Gruppen mit dem unabhängigen t-Test verglichen. Lag keine Normalverteilung vor, wurde der Mann-Whitney-U-Test angewendet. Für den Gruppenvergleich bei nicht metrischen Variablen wurde bei entsprechenden Voraussetzungen der Chi²-Test verwendet. War weniger als 80% der erwarteten Werte unter 5, wurde der exakte Test nach Fisher anstelle des Chi²-Tests genutzt.

3.7 Qualitative Auswertung

3.7.1 Qualitative Auswertung der Expert*inneninterviews

Insgesamt lagen aus vier Expert*inneninterviews 63 Minuten Interviewmaterial vor. Durch die Studiendurchführende wurden daraus wissenschaftliche und pseudonymisierte Transkripte erstellt. Transkribiert wurde wortwörtlich (inklusive Dialekte) und unter Berücksichtigung bestimmter, vordefinierter Transkriptionskonventionen, welche sich am vereinfachten Transkriptionssystem nach Dresing und Pehl orientierten (**siehe Anhang, S. 83**) [81, 82]. Erwähnte Namen wurden während des Transkriptionsvorgangs anonymisiert. Im Anschluss wurden die Daten mit der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring unter Berücksichtigung der Z-Regeln (Zusammenfassungenregeln) ausgewertet (**siehe Anhang, S. 84**) [83]. Die Kategorienbildung erfolgte sowohl induktiv als auch deduktiv. Mithilfe des Interviewleitfadens wurden vorab Kategorien (deduktiv) gebildet, welche dabei die inhaltlichen Aspekte zur Beantwortung der Forschungsfrage berücksichtigten. Bei der Inhaltsanalyse ergaben sich weitere Kategorien (induktiv), die der Aufschlüsselung der deduktiv festgelegten Kategorien dienten. Zudem wurden zu jeder Kategorie eine Definition im Kodierleitfaden festgelegt und entsprechend Ankerbeispiele aus der Transkription der Expert*inneninterviews hinterlegt.

3.7.2 Qualitative Auswertung der Fragebögen

Die im Fragebogen vorhandenen offenen Antwortkategorien wurden ebenfalls mit der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring unter Berücksichtigung der Z-Regeln (Zusammenfassungenregeln) ausgewertet (**siehe Anhang, S. 84**) [83]. Im Gegensatz zur qualitativen Auswertung der Expert*inneninterviews wurden bei den Fragebögen nur induktiv die Kategorien gebildet. Die Ergebnisse wurden zusammengefasst und ähnliche Antworten gemeinsam unter eine Kategorie gefasst, welche im Kodierleitfaden definiert und mit Ankerbeispielen hinterlegt wurden. Anschließend wurden mit den absoluten und relativen Häufigkeiten der Nennungen der Kategorien über Microsoft Excel Version 16.105.2 (Microsoft, Redmond WA, USA) Balkendiagramme zur Darstellung der Ergebnisse erstellt.

4 Ergebnisse

4.1 Ergebnisse des EBIN-Fragebogens

4.1.1 Teilnehmendenfluss

Abbildung 2 zeigt den Teilnehmendenfluss. Nach der Exklusion von 56 Fragebögen verblieb eine Teilnehmendenzahl von insgesamt **n = 225** für die statistische Auswertung. Für den Gruppenvergleich in Bezug auf den sozioökonomischen Status wurden weitere 57 Fragebögen, welche keine Angaben zum Haushaltsnettoeinkommen und/oder dem höchsten individuellen Bildungsabschluss angaben, exkludiert. Die Analyse des Gruppenvergleichs wurde mit einer Teilnehmendenzahl von **n = 168** durchgeführt.

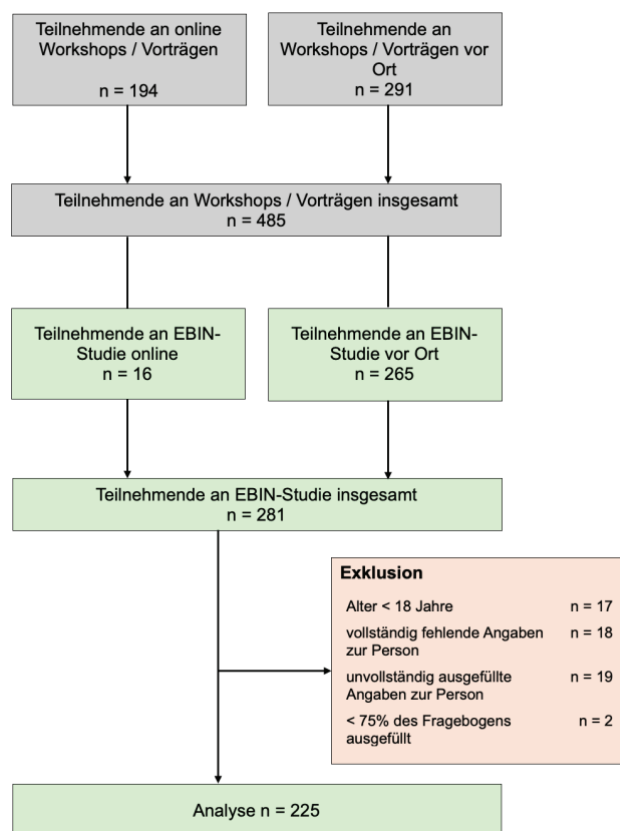


Abbildung 2: Teilnehmendenfluss der EBIN-Studie.

4.1.2 Grundcharakteristika

Die Mehrheit der Teilnehmenden war weiblich (**88,0%**, **n = 199**) (vgl. **Tabelle 5**). Das durchschnittliche Alter lag bei **46,2±15,5 Jahren (18-75)** und die Mehrheit der Teilnehmenden kamen aus dem Landkreis Ludwigsburg (**71,6%**, **n = 161**) (vgl. **Tabelle 5**). Nur eine Minderheit von **14,7%** (**n = 33**) gaben an, dass sie oder deren Eltern eine ausländische Staatsangehörigkeit haben (vgl. **Tabelle 5**). Etwa ein Drittel der Teilnehmenden hatten jeweils einen Haupt-/Realschulabschluss, Abitur/Fachabitur oder ein abgeschlossenes Studium (vgl. **Tabelle 5**).

Tabelle 5: Teilnehmendencharakteristik der EBIN-Studie (n = 225).

Kriterium	Kategorien	Gesamt		weiblich		männlich		divers	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Geschlecht		225	100	199	88,0	24	11,0	2	1,0
Alter in Jahren MW±SD (Min-Max)		46,2±15,5 (18-75)		47,2±15,1 (18-75)		39,1±17,7 (18-66)		32,5±13,4 (23-42)	
Alter in 10- Jahres- Intervallen	18-29 Jahre	42	18,7	31	15,6	10	41,7	1	50,0
	30-39 Jahre	31	13,8	29	14,6	2	8,3	-	-
	40-49 Jahre	45	20,0	42	21,1	2	8,3	1	50,0
	50-59 Jahre	55	24,4	47	23,6	8	33,3	-	-
	60-69 Jahre	46	20,4	44	22,1	2	8,3	-	-
	70+ Jahre	6	2,7	6	3,0	-	-	-	-
Herkunft Landkreis	Ludwigsburg	161	71,6	140	70,4	19	79,2	2	100
	Rems-Murr-Kreis	25	11,1	23	11,6	2	8,3	-	-
	Böblingen	12	5,3	12	6,0	-	-	-	-
	Stuttgart	9	4,0	8	4,0	1	4,2	-	-
	Heilbronn	8	3,6	8	4,0	-	-	-	-
	Esslingen	3	1,3	2	1,0	1	4,2	-	-
	Hohenlohekreis	2	0,9	1	0,5	1	4,2	-	-
	Tübingen	1	0,4	1	0,5	-	-	-	-
	Biberach	1	0,4	1	0,5	-	-	-	-
	Baden-Württemberg anderes Bundesland	1	0,4	1	0,5	-	-	-	-
	2	0,9	2	1,0	-	-	-	-	
	Gesamt	225	100	199	100	24	100	2	100
Ausländische Staats- angehörigkeit (Teilnehmende /Eltern)	nein	189	84,0	169	84,9	19	79,2	1	50,0
	ja	33	14,7	27	13,6	5	20,8	1	50,0
	Keine Angabe	3	1,3	3	1,5	-	-	-	-
	Gesamt	225	100	199	100	24	100	2	100
Höchster Bildungs- abschluss	Kein Schulabschluss	-	-	-	-	-	-	-	-
	Haupt-/Realschule	69	30,7	61	30,7	7	29,2	1	50,0
	Fachabitur/Abitur	76	33,8	66	33,2	10	41,7	-	-
	Bachelor	20	8,9	20	10,1	-	-	-	-
	Master/Staatsexamen /Diplom/Magister	58	25,8	50	25,1	7	29,2	1	50,0
	Promotion	1	0,4	1	0,5	-	-	-	-
	Keine Angabe	1	0,4	1	0,5	-	-	-	-
	Gesamt	225	100	199	100	24	100	2	100

Abkürzungen: MW, arithmetischer Mittelwert; SD, Standardabweichung

Die durchschnittliche Haushaltsgröße lag bei **2,8±1,3 Personen (1-6)** und circa die Hälfte der Teilnehmenden lebten in einem 2 Personenhaushalt (**47,6%, n = 107**) und hatte keine Kinder (**64,0%, n = 144**) (vgl. Tabelle 6). Die Mehrheit der Teilnehmenden verdiente zwischen 1.000€ und 5.000€ (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Teilnehmendencharakteristik (Fortsetzung) der EBIN-Studie (n = 225).

Kriterium	Kategorien	Gesamt		weiblich		männlich		divers		
		n	%	n	%	n	%	n	%	
Geschlecht		225	100	199	88,0	24	11,0	2	1,0	
Haushaltsgröße	Anzahl im Haushalt lebender Erwachsener:									
	1	63	28,0	58	29,1	4	16,7	1	50,0	
	2	107	47,6	97	48,7	9	37,5	1	50,0	
	3	24	10,7	19	9,5	5	20,8	-	-	
	4	23	10,2	18	9,0	5	20,8	-	-	
	5	7	3,1	6	3,0	1	4,2	-	-	
	6	1	0,4	1	0,5	-	-	-	-	
	Gesamt	225	100	199	100	24	100	2	100	
	Anzahl im Haushalt lebender Kinder:									
	0	144	64,0	125	62,8	18	75,0	1	50,0	
	1	35	15,6	34	17,1	1	4,2	-	-	
	2	37	16,4	34	17,1	2	8,3	1	50,0	
	3	8	3,6	6	3,0	2	8,3	-	-	
	≥ 4	1	0,4	-	-	1	4,2	-	-	
	Gesamt	225	100	199	100	24	100	2	100	
	MW±SD (Min-Max)	Gesamtgröße des Haushalts	2,8±1,3 (1-6)		2,7±1,3 (1-6)		3,2±1,5 (1-6)		2,5±2,1 (1-4)	
	Haushaltsnettoeinkommen insgesamt	< 1000€	12	5,3	11	5,5	-	-	1	50,0
1000€ - < 3000€		64	28,4	59	29,6	5	20,8	-	-	
3000€ - 5000€		56	24,9	50	25,1	6	25,0	-	-	
> 5000€		36	16,0	32	16,1	4	16,7	-	-	
Keine Angabe		57	25,3	47	23,6	9	37,5	1	50,0	
Gesamt		225	100	199	100	24	100	2	100	

Abkürzungen: MW, arithmetischer Mittelwert; SD, Standardabweichung

4.1.3 Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg

Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden stimmten vollkommen der Thematisierung von „regional erzeugte Lebensmittel unterstützen“ (**77,0%, n = 171**), „Ernährungswissen für alle weitergeben“ (**67,0%, n = 148**), „vielfältiges Angebot an Lebensmitteln nutzen“ (**67,0%, n = 148**), „Konsum nachhaltiger gestalten“ (**53,4%, n = 118**) sowie „Lebensmittelverschwendung reduzieren“ (**n = 106, 50,5%**) während des Workshops beziehungsweise des Vortrages zu (vgl. **Abbildung 3**). Weniger Zustimmung fand die Thematisierung von „Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern“ (**39,5%, n = 83**), „Gutes Essen Außer Haus voranbringen“ (**32,4%, n = 66**) und „Ernährungsarmut begegnen“ (**27,0%, n = 54**) (vgl. **Abbildung 3**). Eine Übersicht zu allen absoluten und relativen Häufigkeiten findet sich in tabellarischer Form im Anhang (**siehe Anhang, S. 85**).

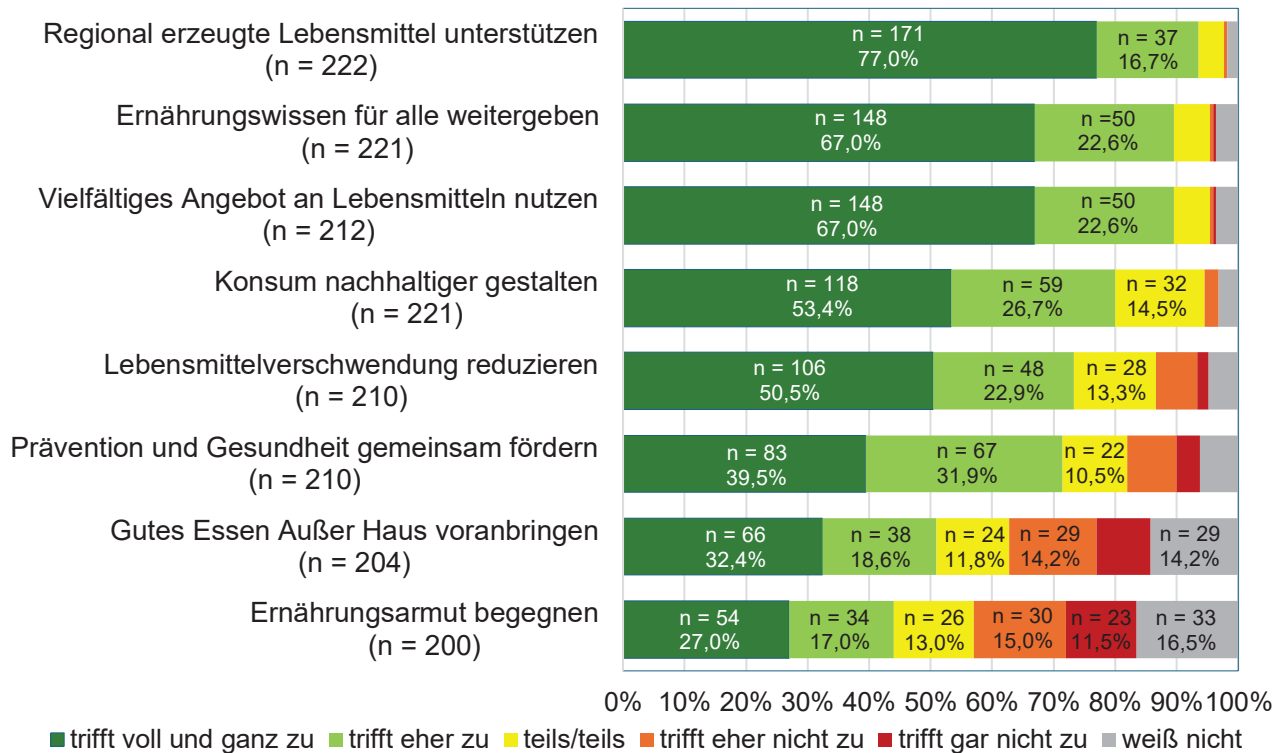


Abbildung 3: Thematisierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie, EBIN-Studie.

Anmerkung: Dargestellt ist der Anteil der Teilnehmenden, die der Thematisierung der unterschiedlichen Aspekte der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg während des Workshops/Vortrages zustimmten.

Die Mehrheit der Teilnehmenden wünschten sich auch keine weiteren Informationen in Bezug auf die Leitsätze der Ernährungsstrategie (n = 89, 39,6%) (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Informationsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie, EBIN-Studie (n = 200).

Mehr Informationen zu ... erwünscht ?:	ja		nein	
	n	%	n	%
...keines der genannten Themen: Das spezifische Workshop-/Vortrag-Thema wurde vollumfänglich abgedeckt.	89	39,6	111	49,3
...Reduktion der Lebensmittelverschwendung...	31	13,8	169	75,1
...weiß nicht...	31	13,8	169	75,1
...Ernährungswissen...	26	11,6	174	77,3
...Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern...	23	10,2	177	78,7
...Nachhaltiger Konsum...	21	9,3	179	79,6
...Regional erzeugte Lebensmittel...	20	8,9	180	80,0
...Nutzung des vielfältigen Angebots an Lebensmitteln...	20	8,9	180	80,0
...Ernährungsarmut bekämpfen...	17	7,6	183	81,3
...Gutes Essen außer Haus voranbringen...	15	6,7	185	82,2

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Insgesamt **35,6%** (**n = 80**) der Teilnehmenden haben sich in Bezug auf den Aspekt „Regional erzeugte Lebensmittel“ und **31,6%** (**n = 71**) zum Thema „Nutzung des vielfältigen Angebots an Lebensmitteln“ mehr Veranstaltungen des Ernährungszentrums gewünscht (**vgl. Tabelle 8**).

Tabelle 8: Veranstaltungsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie, EBIN-Studie (n = 216).

Mehr Veranstaltungen zu ... erwünscht ?:	ja		nein	
	n	%	n	%
...Regional erzeugte Lebensmittel...	80	35,6	136	60,4
...Nutzung des vielfältigen Angebots an Lebensmitteln...	71	31,6	145	64,4
...Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern...	60	26,7	156	69,3
...Reduktion der Lebensmittelverschwendung...	56	24,9	160	71,1
...Nachhaltiger Konsum...	55	24,4	161	71,6
...Ernährungswissen...	51	22,7	165	73,3
...Gutes Essen außer Haus voranbringen...	42	18,7	174	77,3
...weiß nicht...	31	14,2	184	81,8
...Ernährungsarmut bekämpfen...	18	8,0	188	88,0
...keines der oben genannten Themen...	14	6,2	202	89,8

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

4.1.4 Feedback der Teilnehmenden zum Workshop/Vortrag

Bei knapp der Mehrheit der Teilnehmenden mit insgesamt **59,1%** (**n = 133**) war es bereits die wiederholte Teilnahme an einem Workshop/Vortrag des Ernährungszentrums (**vgl. Abbildung 4**).

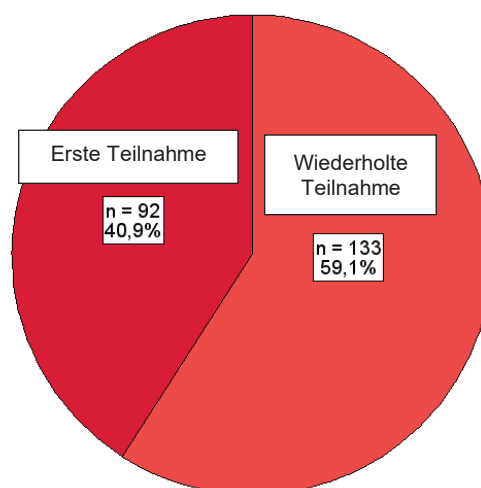


Abbildung 4: Erstteilnahme an Angeboten des Ernährungszentrums, EBIN-Studie (n = 225).

Die durchschnittliche Anzahl der besuchten Workshops/Vorträge betrug **3,2±6,5 (0-50)** (**vgl. Abbildung 5**). Dabei ist zu beachten, dass Angaben der Teilnehmenden wie beispielsweise „viele“ metrisch als zehn Workshops/Vorträge festgelegt wurden.

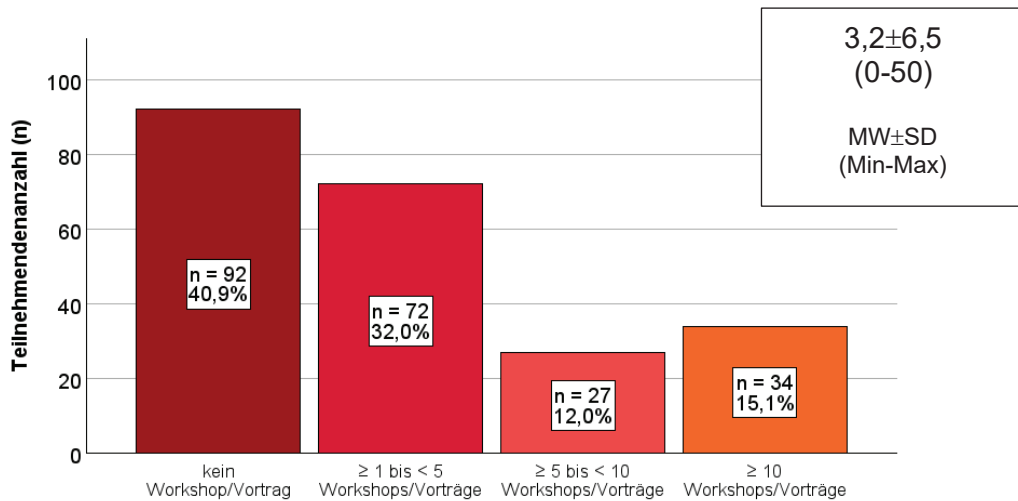


Abbildung 5: Anzahl bisher besuchter Angebote des Ernährungszentrums, EBIN-Studie (n = 225).

Abkürzungen: MW, arithmetischer Mittelwert; SD, Standardabweichung

Insgesamt **96,0%** (n = **216**) der Teilnehmenden gaben an, dass die Erwartungen an den Workshop/Vortrag erfüllt wurden und keiner der Teilnehmenden gab an, dass die Erwartungen nicht erfüllt worden sind.

Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (**60,9%**, n = **137**) hat der Workshops/Vortrag auf einer Skala von null (überhaupt gut) bis zehn (sehr gut) sehr gut gefallen (vgl. **Abbildung 6**).

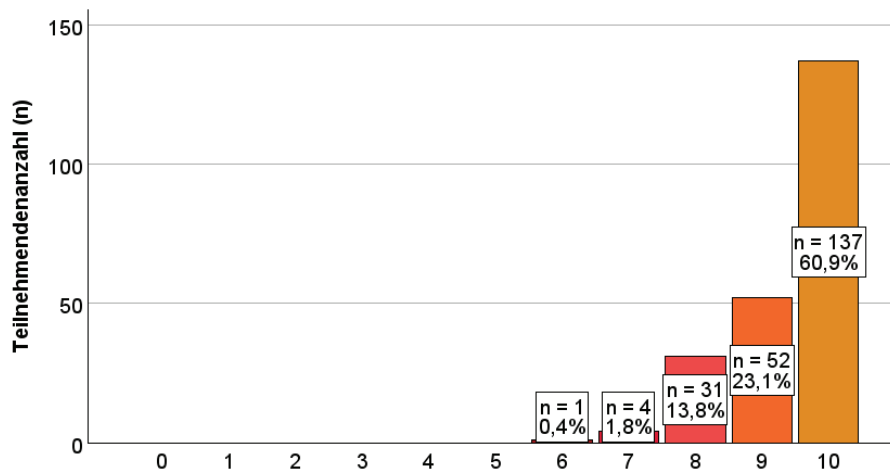


Abbildung 6: Zufriedenheit mit dem Workshop/Vortrag, EBIN-Studie (n = 225).

Anmerkung: Dargestellt ist die Einschätzung der Zufriedenheit der Teilnehmenden mit dem Workshop/Vortrag auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht gut) bis 10 (sehr gut).

Die Verständlichkeit der vermittelten Inhalte während des Workshops/Vortrages wurden im fünf Sterne System (ein Stern: überhaupt nicht verständlich bis fünf Sterne: voll verständlich) abgefragt. Die Mehrheit der Teilnehmenden (**89,1%**, n = **197**) gaben fünf Sterne als Rückmeldung zur Verständlichkeit der vermittelten Inhalte (vgl. **Abbildung 7**).

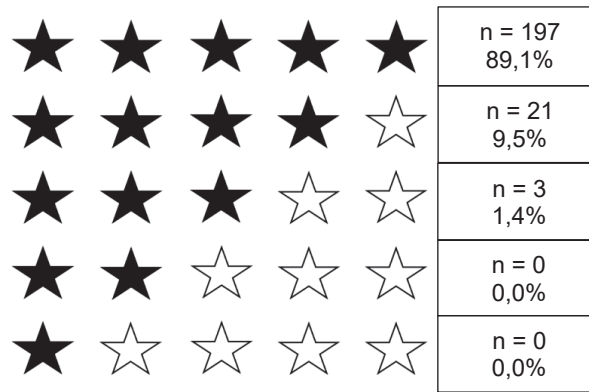


Abbildung 7: Verständlichkeit der vermittelten Inhalte, EBIN-Studie (n = 221).

Anmerkung: Einschätzung der Verständlichkeit der im Workshop/Vortrag vermittelten Inhalte durch die Teilnehmenden. Erfasst anhand eines 5-Sterne-Systems von 1 (überhaupt nicht verständlich) bis 5 (voll verständlich).

Besonders relevante und interessante Themen während des Workshops/Vortrages waren die Lebensmittelvielfalt und Rezepte (**34,2%, n = 65**) sowie die Wissenserweiterung (**24,2%, n = 46**) und Küchenpraxis (**20,0%, n = 38**) (vgl. **Abbildung 8**).

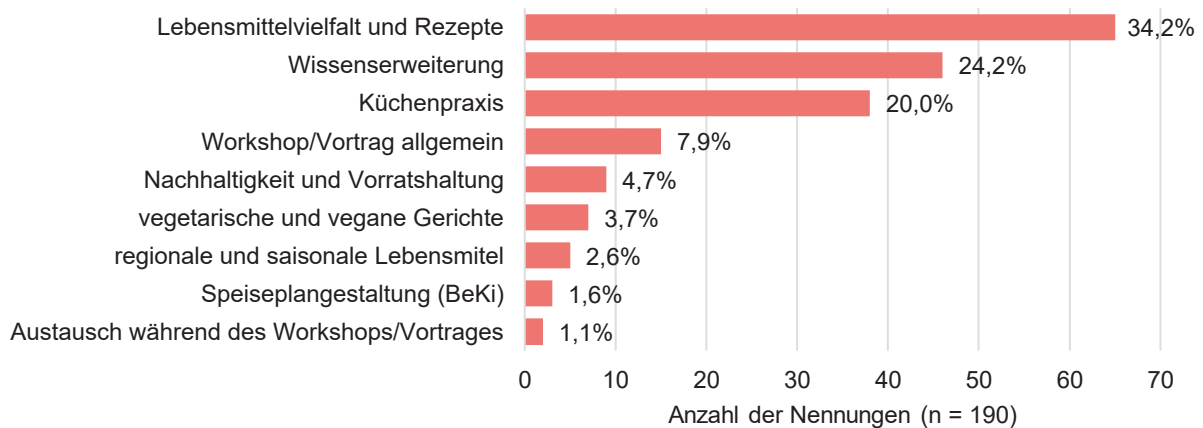


Abbildung 8: Relevante und interessante Themen, EBIN-Studie (n = 190).

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Zusätzliche erwünschte Themen waren „Backen“ (**28,6%, n = 6**) und klassische Rezepte in vegetarisch (**19,0%, n = 4**) (vgl. **Abbildung 9**). Weitere Themen, die sich jeweils von nur einem*einer Teilnehmenden gewünscht wurden, befinden sich im **Anhang auf S. 86**.

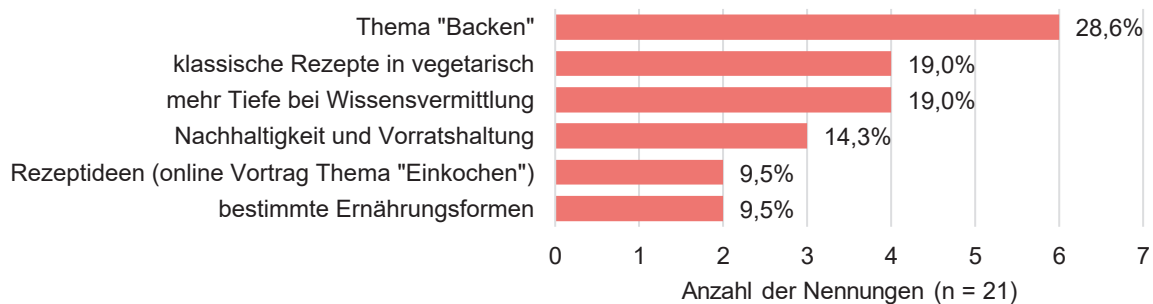


Abbildung 9: Zusätzlich erwünschte Themen, EBIN-Studie (n = 21).

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Die Mehrheit der Teilnehmenden fanden dass die Inhalte des Workshops/Vortrages hilfreich (**44,6%, n = 100**) bis sehr hilfreich (**47,3%, n = 106**) für den Alltag waren (vgl. **Abbildung 10**).

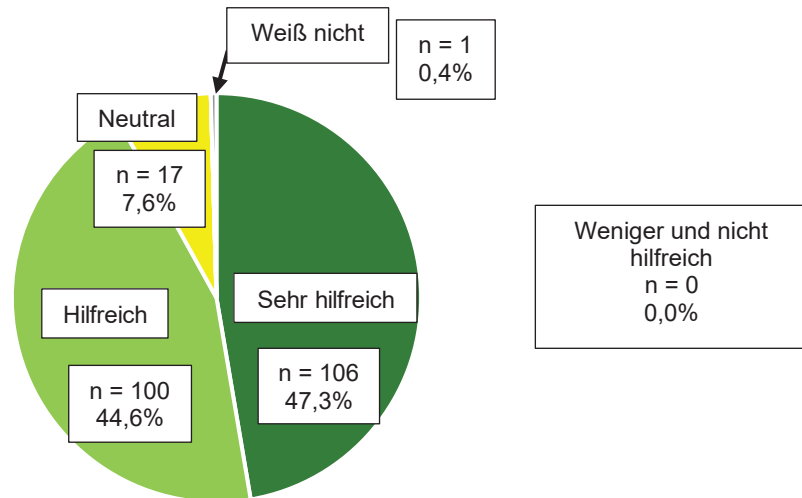


Abbildung 10: Nützlichkeit der Workshop-/Vortragsinhalte für den Alltag, EBIN-Studie (n = 224).

Auch würde die Mehrheit der Teilnehmenden (**98,7%, n = 222**) den Workshop/Vortrag weiterempfehlen. Begründungen hierfür sind unter anderem neue Rezepte und Lebensmittelvielfalt (**25,8%, n = 41**) sowie Ernährungswissen erweitern (**18,2%, n = 29**) (vgl. **Abbildung 15**).

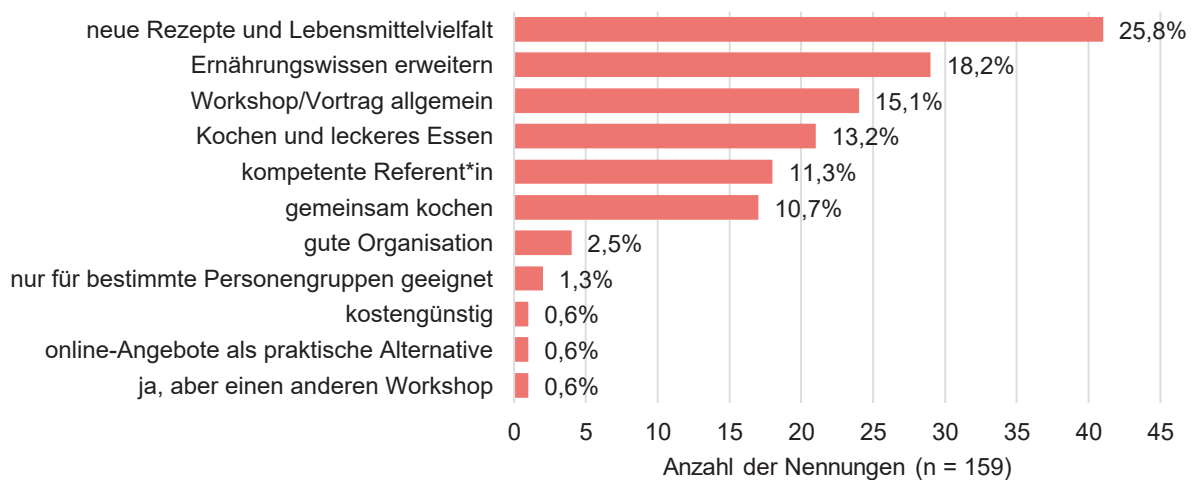


Abbildung 11: Gründe für die Weiterempfehlung des Workshops/Vortrages, EBIN-Studie (n = 159).

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Die Mehrheit der Teilnehmenden würde auch in Zukunft Angebote des Ernährungszentrums in Anspruch nehmen (**81,1%, n = 180**). Begründungen hierfür sind, dass der Workshop/Vortrag allgemein positiv von den Teilnehmenden empfunden wurde (**33,3%, n = 22**), die Weiterbildungsmöglichkeit (**27,3%, n = 18**) sowie das vielfältige Angebot, welches das Ernährungszentrum anbietet (**12,1%, n = 8**) (vgl. **Abbildung 12**).

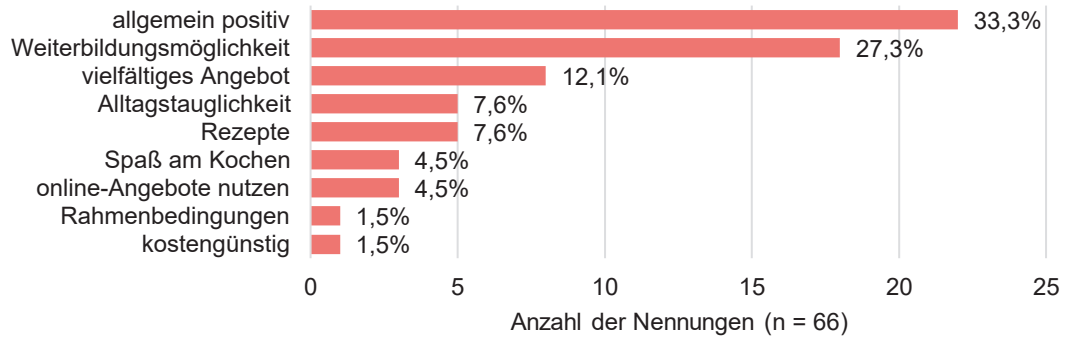


Abbildung 12: Gründe für die zukünftige Nutzung der Angebote des Ernährungszentrums, EBIN-Studie (n = 66).

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Die Fachkompetenz des*der Referent*in wurde von der Mehrheit der Teilnehmenden mit sehr kompetent (77,8%, n = 175) bewertet (vgl. Abbildung 13).

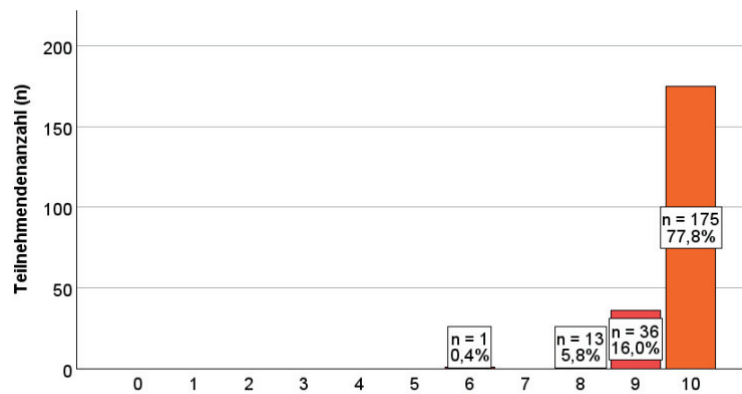


Abbildung 13: Bewertung der Fachkompetenz des*der Referent*in, EBIN-Studie (n = 225).

Anmerkung: Bewertung auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht kompetent) bis 10 (sehr kompetent).

Auch der Medieneinsatz und die Methodik des*der Referent*in zur Vermittlung der Inhalte während des Workshops/Vortrages wurde von der Mehrheit der Teilnehmenden als ansprechend (31,6%, n = 65) bis sehr ansprechend (47,1%, n = 97) empfunden (vgl. Abbildung 14).

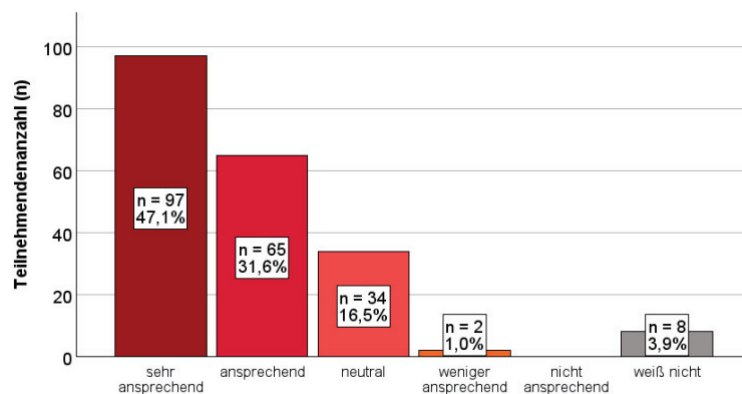


Abbildung 14: Bewertung des Medieneinsatzes und der Methodik des*der Referent*in, EBIN-Studie (n = 206).

4.1.5 Feedback der Teilnehmenden zum Ernährungszentrum Mittlerer Neckar

Der am Meisten genutzte Informationskanal, worüber die Teilnehmenden auf das Ernährungszentrum aufmerksam geworden sind, war durch Empfehlung von Familie, Freunden oder Bekannten (**28,0%, n = 63**) (vgl. **Tabelle 9**).

Weitere Informationskanäle, die zusätzlich unter Sonstiges aufgeführt wurden befinden sich im **Anhang auf S. 86**.

Tabelle 9: Anteil der Teilnehmenden nach genutztem Informationskanal, EBIN-Studie (n = 219).

Teilnehmende sind über...auf das Ernährungszentrum aufmerksam geworden:	ja		nein	
	n	%	n	%
...Empfehlung durch Familie/Freunde/Bekannte etc...	63	28,0	156	69,3
...die Website des Ernährungszentrums...	38	16,9	181	80,4
...Flyer...	31	13,8	188	83,6
...den E-Mail-Verteiler...	26	11,6	193	85,8
...den Newsticker des Ernährungszentrums...	19	8,4	200	88,9
...Aktionen in und um Ludwigsburg wie z.B. auf dem Spätlingsmarkt...	15	6,7	204	90,7
...Pressemitteilungen...	7	3,1	212	94,2
...die Instagram-Seite des Landratsamtes Ludwigsburg...	4	1,8	215	95,6

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

Die Organisation der Workshops/Vorträge durch das Ernährungszentrum wurden insgesamt positiv von den Teilnehmenden bewertet (vgl. **Abbildung 15**).

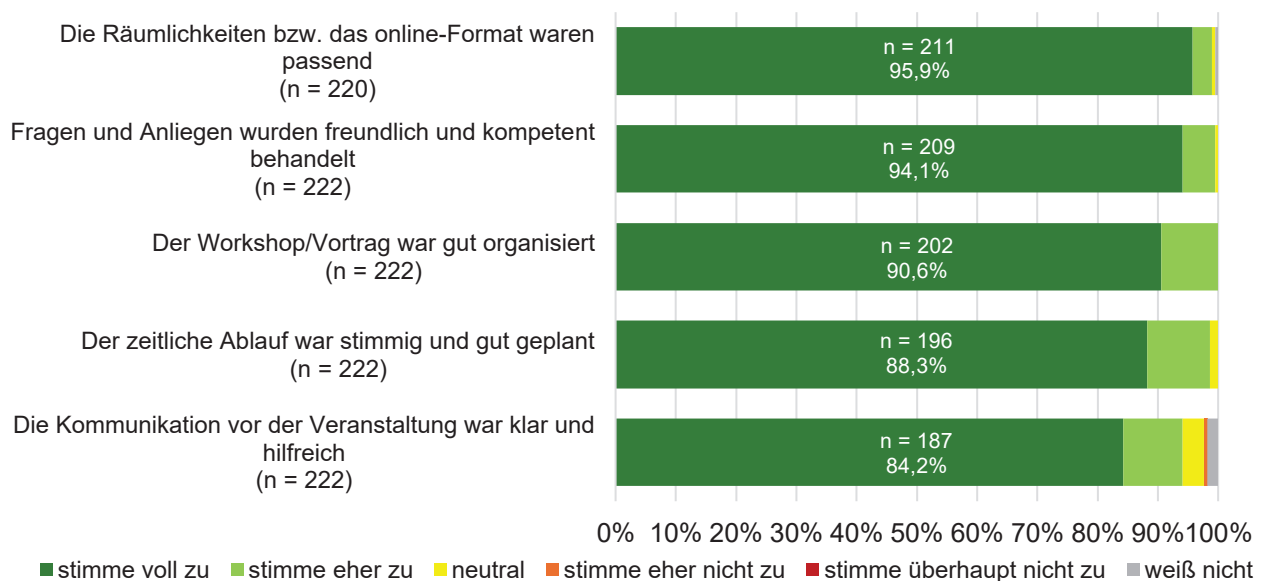


Abbildung 15: Bewertung der Organisation des Workshops/Vortrages, EBIN-Studie.

Um weitere Interessierte für Angebote des Ernährungszentrums zu erreichen, wurde von **22,8% (n = 18)** der Teilnehmenden vorgeschlagen, aktiver Soziale Medien zu nutzen (vgl. **Abbildung 16**).

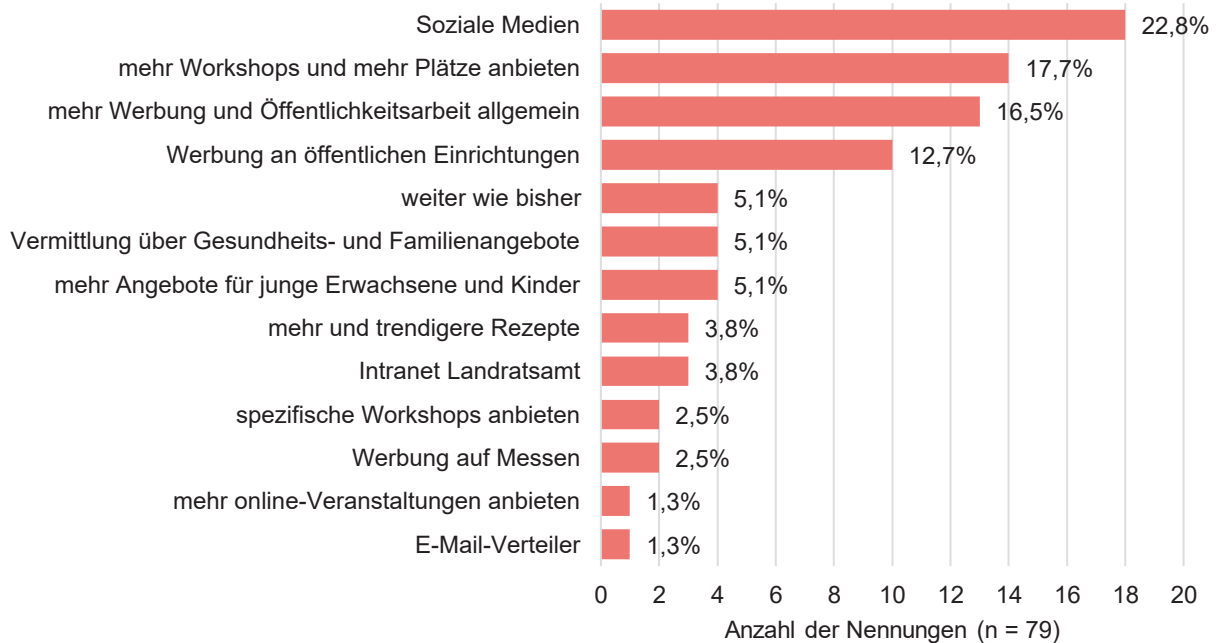


Abbildung 16: Möglichkeiten, weitere Interessierte zu erreichen, EBIN-Studie (n = 79).

4.2 Gruppenvergleich der Ergebnisse in Bezug auf den sozioökonomischen Status der Teilnehmenden

Abbildung 17 zeigt ein Histogramm mit den relativen und absoluten Häufigkeiten der Scorewerte von eins bis acht. Durch die Aufteilung der Daten am Median (Scorewert von ≤ 5) entstanden die beiden Gruppen geringer bis mittlerer sozioökonomischer Status (**62,5%, n = 105**) und hoher sozioökonomischer Status (**37,5%, n = 63**).

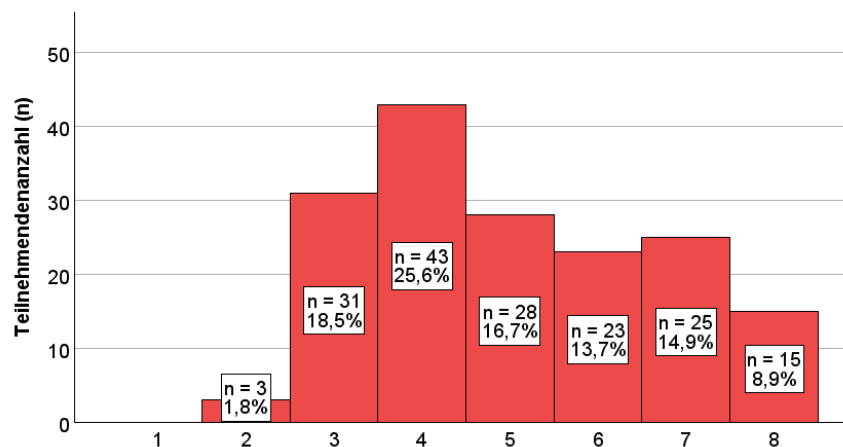


Abbildung 17: Verteilung des sozioökonomischen Status, Scorewerte von 1 bis 8, EBIN-Studie (n = 168).

Die beiden gebildeten Gruppen unterschieden sich statistisch signifikant sowohl im höchsten individuellen Bildungsabschluss ($p < 0,001$) als auch dem gesamten Haushaltsnettoeinkommen ($p < 0,001$). Die Mehrheit der Teilnehmenden mit einem geringen bis mittleren sozioökonomischen Status hatten im Vergleich zu den Teilnehmenden mit einem hohen sozioökonomischen Status ein geringeres Haushaltsnettoeinkommen und Bildungsniveau (vgl. **Abbildung 18 und Abbildung 19**).

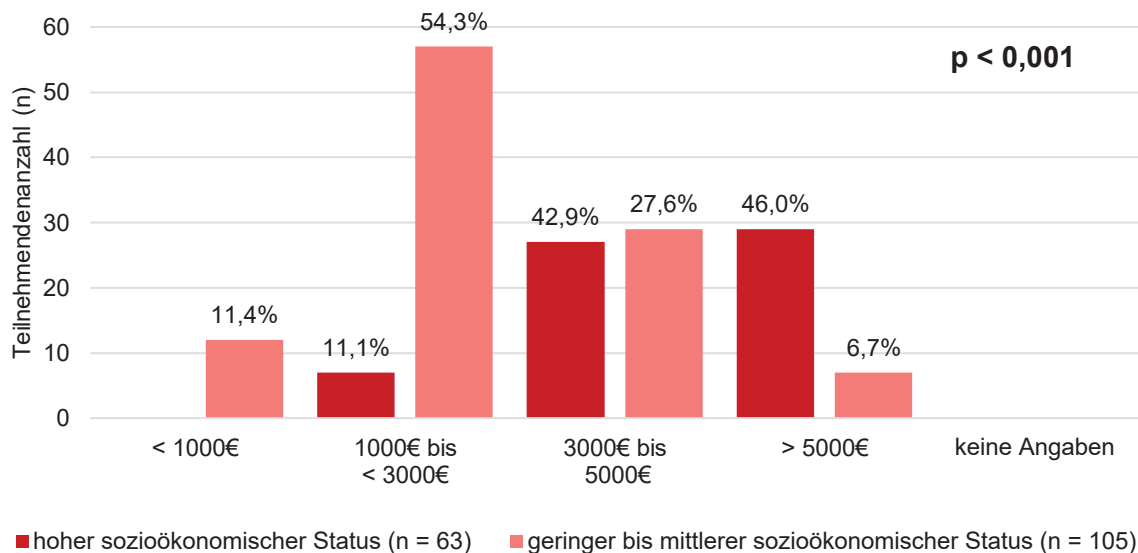


Abbildung 18: Haushaltsnettoeinkommen der Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

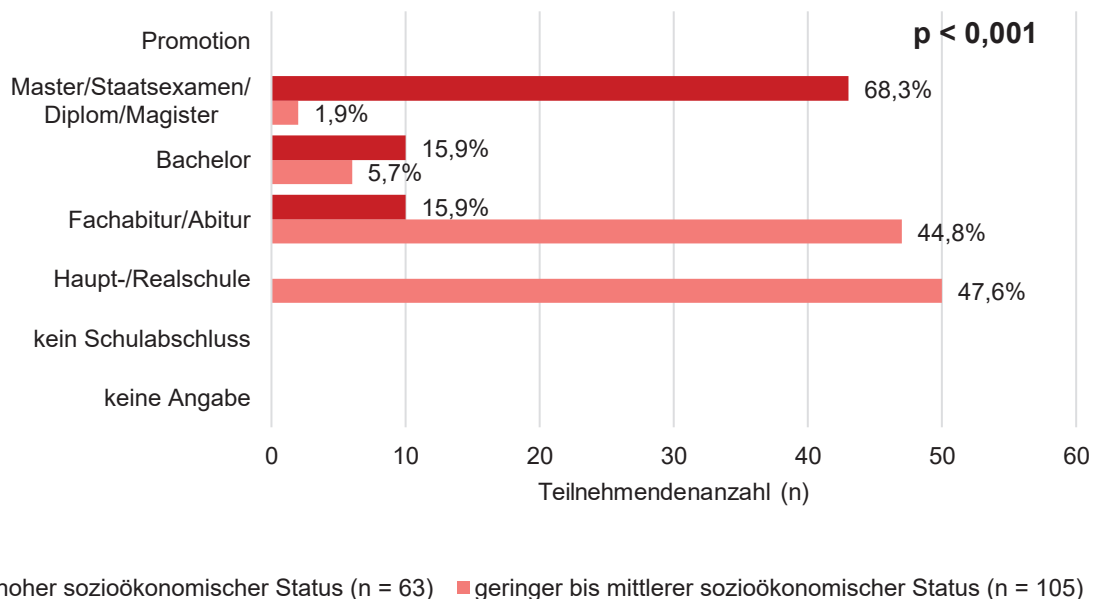


Abbildung 19: Angaben zum höchsten Bildungsabschluss der Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Chi²-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,005$.

4.2.1 Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status der Teilnehmenden in Bezug auf die Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg

Die Thematisierung von „Ernährungsarmut begegnen“ während des Workshops/Vortrages fand bei Teilnehmenden mit geringen bis mittleren sozioökonomischen Status statistisch signifikant ($p = 0,045$) mehr Zustimmung (32,2%, $n = 28$) als bei Teilnehmenden mit einem hohen sozioökonomischen Status (21,0%, $n = 13$) (vgl. **Abbildung 20**).

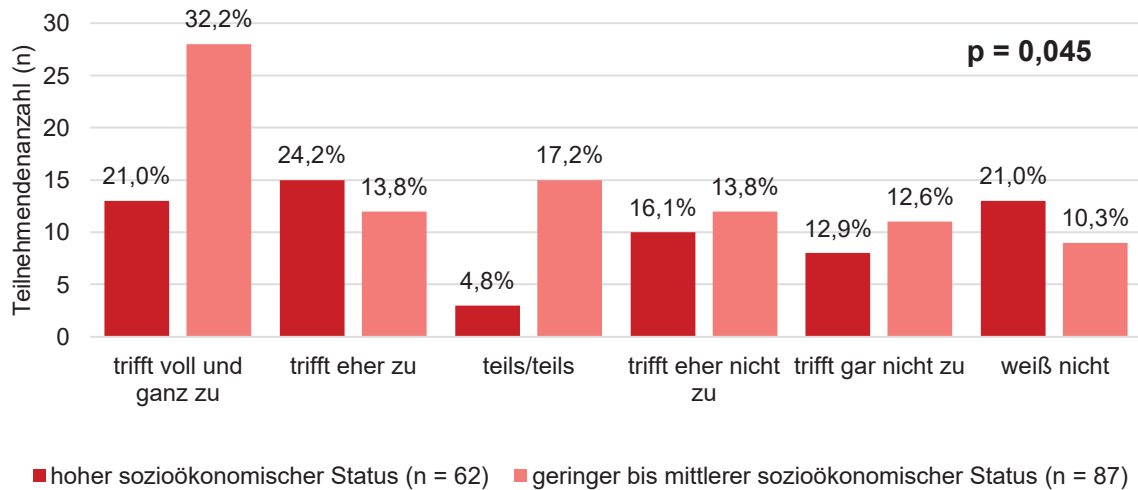


Abbildung 20: Thematisierung des Aspekts "Ernährungsarmut begegnen" nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 149).

Anmerkung: Dargestellt ist die Zustimmung der Teilnehmenden zur Thematisierung des Aspekts "Ernährungsarmut begegnen" während des Workshops/Vortrages nach sozioökonomischen Status. Chi2-Test mit Signifikanzniveau $p < 0,05$.

Dahingegen gab es keinen Unterschied bei der Zustimmung der Thematisierung des Aspektes „Ernährungswissen für alle weitergeben“ ($p = 0,488$) (vgl. **Abbildung 21**).

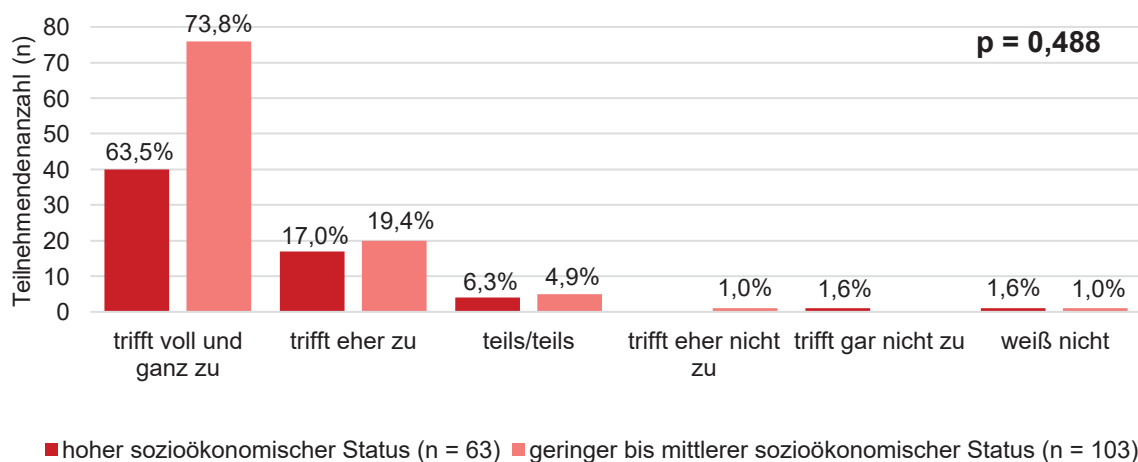


Abbildung 21: Thematisierung des Aspekts "Ernährungswissen für alle weitergeben" nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 161).

Anmerkung: Dargestellt ist die Zustimmung der Teilnehmenden zur Thematisierung des Aspektes "Ernährungswissen für alle weitergeben" während des Workshops/Vortrages nach sozioökonomischen Status. Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von $0 < 0,05$.

Es gab keinen statistisch signifikanten Unterschied bei den Wünschen der Teilnehmenden in Bezug auf mehr Informationen während des Workshops/Vortrages und Themen zukünftiger Veranstaltungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (**siehe Anhang, S. 87 und S 88**).

4.2.2 Grundcharakteristika der beiden sozioökonomischen Gruppen

Das durchschnittliche Alter der Teilnehmenden mit geringen bis mittleren sozioökonomischen Status lag bei **46,4±16,7 Jahren (18-75)** und bei Teilnehmenden mit hohem sozioökonomischen Status lag es bei **44,5±14,2 Jahren (18-69)** (vgl. **Abbildung 22**).

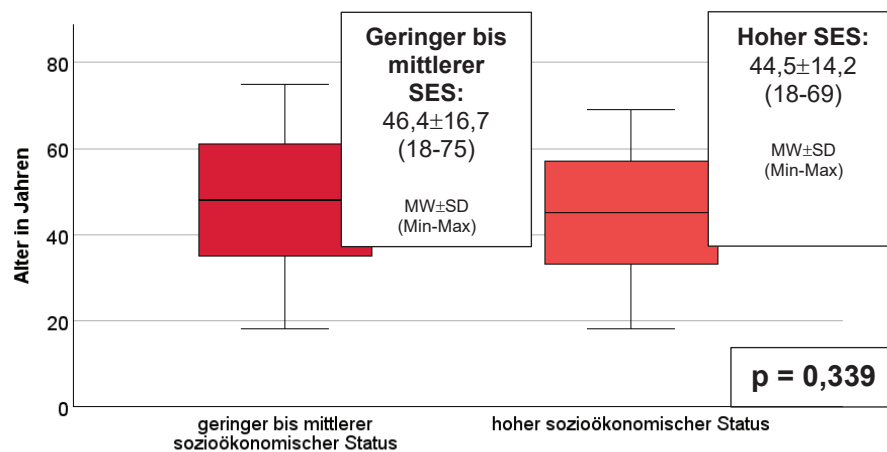


Abbildung 22: Alter der Teilnehmenden in Jahren nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie ($n = 168$).

Anmerkung: Mann-Whitney-U-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Abkürzungen: MW, arithmetischer Mittelwert; SD, Standardabweichung; SES, socioeconomic status

Die Mehrheit beider Gruppen mit **über 80%** gab an, dass keine ausländische Staatsangehörigkeit bei ihnen oder deren Eltern vorlag (vgl. **Abbildung 23**).

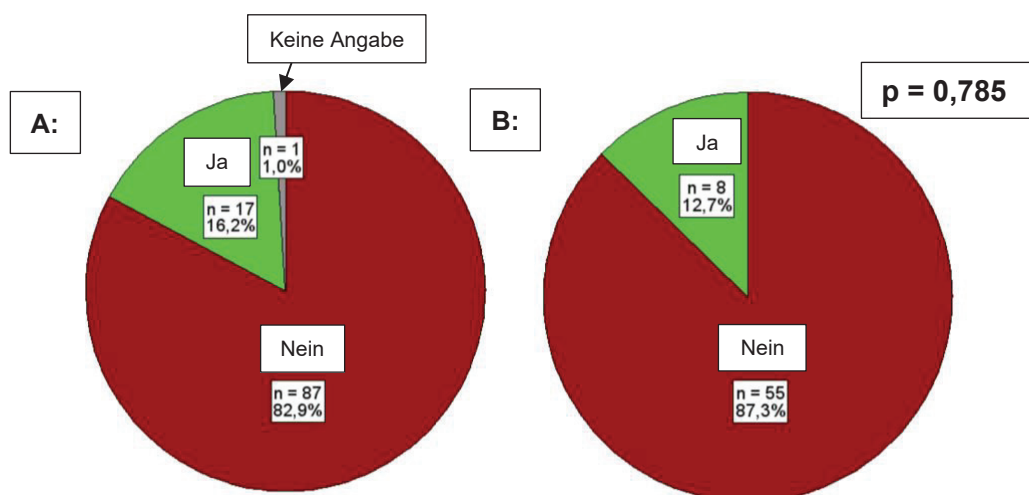


Abbildung 23: Anteil der Teilnehmenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit oder ihrer Eltern nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie ($n = 168$).

Anmerkung: Dargestellt sind Teilnehmende **A:** mit geringen bis mittleren sozioökonomischen Status ($n = 105$) und **B:** mit hohem sozioökonomischen Status ($n = 63$). Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Die Mehrheit mit **circa 70%** der Teilnehmenden beider Gruppen kam aus dem Landkreis Ludwigsburg (vgl. **Abbildung 24**).

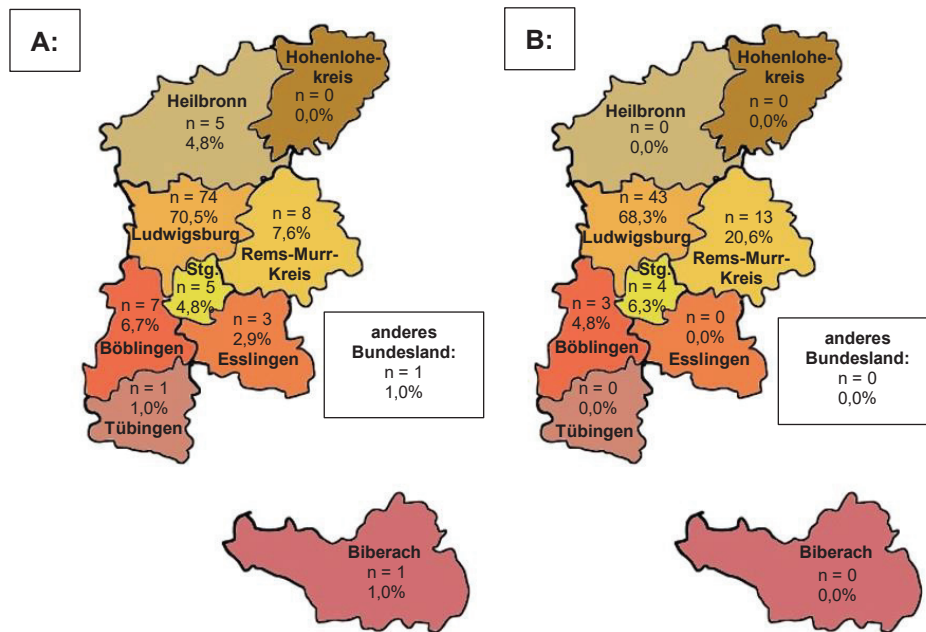


Abbildung 24: Wohnort nach Landkreis in Baden-Württemberg nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Dargestellt sind Teilnehmende **A:** mit geringen bis mittleren sozioökonomischen Status (n = 105) und **B:** mit hohen sozioökonomischen Status (n = 63).

Abkürzungen: Stg., Stuttgart

Die durchschnittliche Haushaltsgröße der Teilnehmenden mit einem geringen bis mittleren sozioökonomischen Status lag bei **2,6±1,3 Personen (1-6)** und bei den Teilnehmenden mit einem hohen sozioökonomischen Status lag diese bei **3,0±1,5 Personen (1-6)** (vgl. **Abbildung 25**).

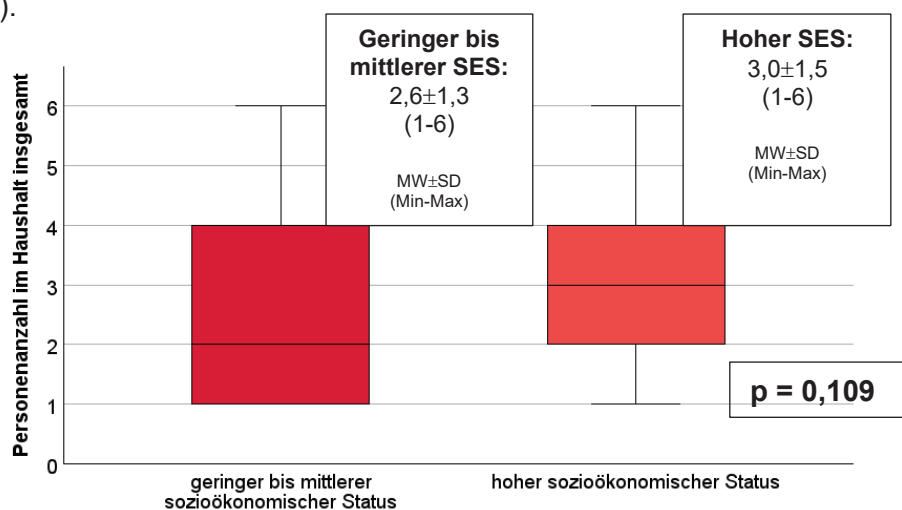


Abbildung 25: Vergleich der Personenanzahl im Haushalt nach sozioökonomischen Status als Boxplot, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: t-Test für unabhängige Stichproben mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Abkürzungen: MW, arithmetischer Mittelwert; SD, Standardabweichung; SES, socioeconomic status

4.2.3 Feedback der Fragebögen in Bezug auf den Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status

Bei der Mehrheit der Teilnehmenden beider Gruppen handelte es sich um eine wiederholte Teilnahme an einem Workshop/Vortrag des Ernährungszentrums (**vgl. Abbildung 26**).

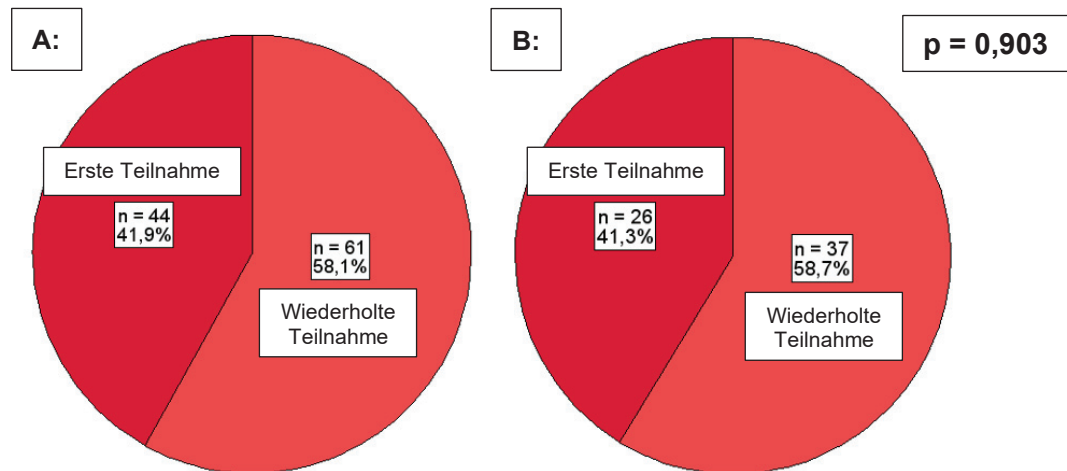


Abbildung 26: Erstteilnahme an Angeboten des Ernährungszentrums nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Dargestellt ist der Anteil der Personen **A**: mit einem geringen bis mittleren sozioökonomischen Status (n = 105) und **B**: mit einem hohen sozioökonomischen Status (n = 63), die das erste Mal an einem Angebot des Ernährungszentrums teilgenommen haben. Chi²-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Die durchschnittlich besuchte Anzahl an Angeboten in der Vergangenheit unterschied sich nicht statistisch signifikant ($p = 0,263$) (vgl. Abbildung 27). Hierbei ist zu beachten, dass Angaben wie beispielsweise „viele“ metrisch auf zehn Angebote festgelegt wurden.

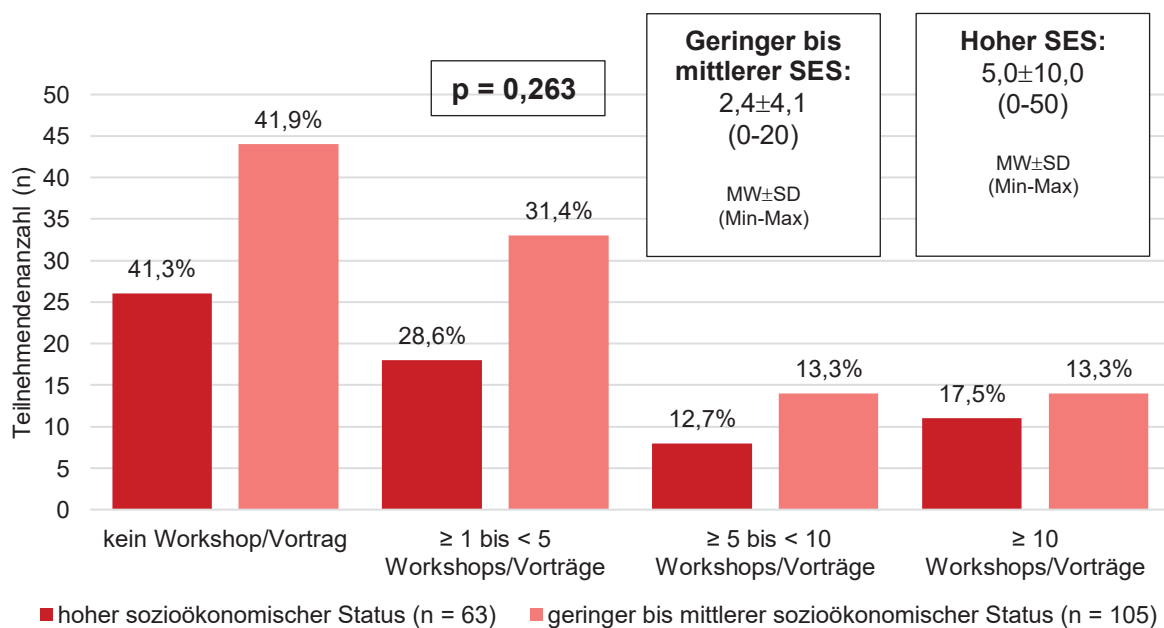


Abbildung 27: Anzahl bisher besuchter Angebote des Ernährungszentrums nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Mann-Whitney-U-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Abkürzungen: MW, arithmetischer Mittelwert; SD, Standardabweichung; SES, socioeconomic status

Mehr als 60% der Teilnehmenden beider sozioökonomischen Gruppen gaben eine Zufriedenheit, auf einer Skala von null (überhaupt nicht gut) bis zehn (sehr gut), von zehn "sehr gut" an (vgl. Abbildung 28).

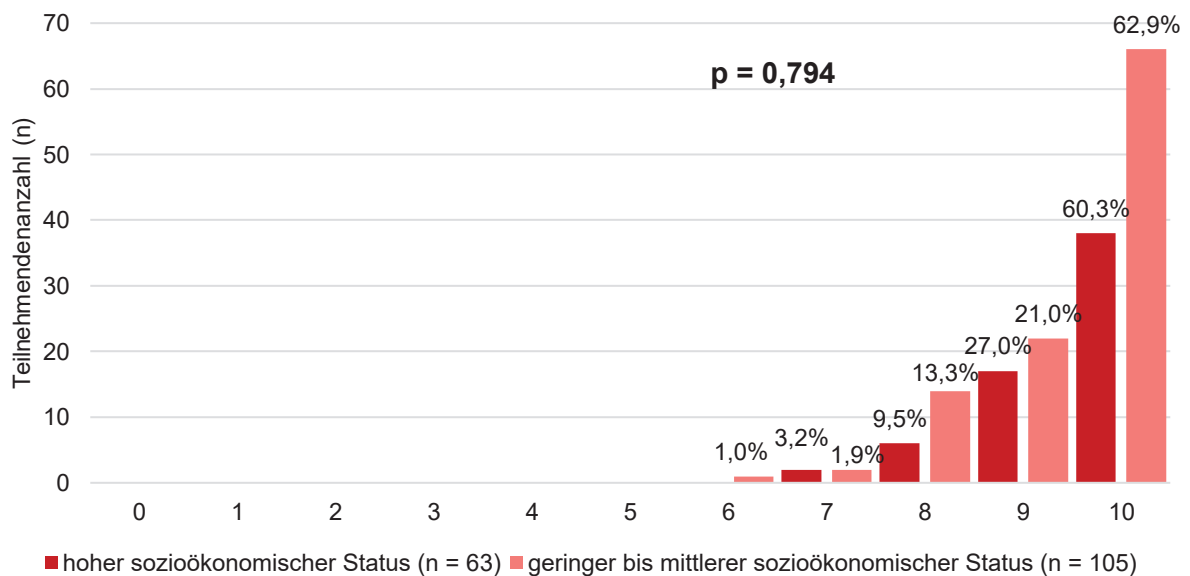


Abbildung 28: Zufriedenheit mit dem Workshop/Vortrag nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Dargestellt ist die Einschätzung der Zufriedenheit der Teilnehmenden (nach sozioökonomischen Status) mit dem Workshop/Vortrag auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht gut) bis 10 (sehr gut). Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Die Verständlichkeit der vermittelten Inhalte des Workshops/Vortrages wurden von der Mehrheit der Teilnehmenden beider Gruppen mit fünf von insgesamt fünf Sternen bewertet (vgl. Abbildung 29).

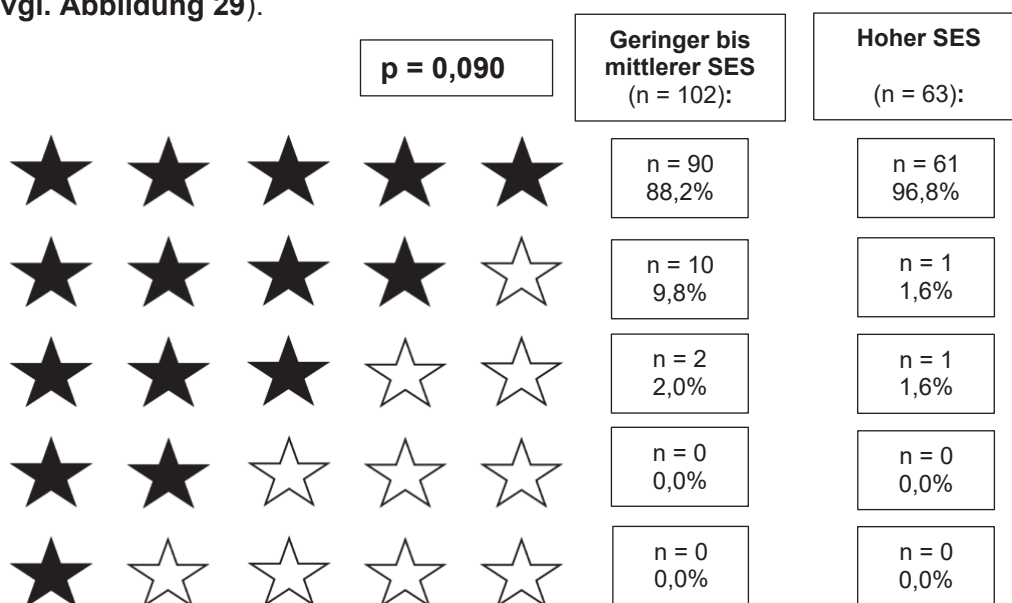


Abbildung 29: Verständlichkeit der vermittelten Inhalte nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Dargestellt ist die Einschätzung der Verständlichkeit der im Workshop/Vortrag vermittelten Inhalte durch die Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status. Erfasst anhand eines 5-Sterne-Systems von 1 (überhaupt nicht verständlich) bis 5 (voll verständlich). Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Auch fand die Mehrheit der Teilnehmenden beider Gruppen die Inhalte des Workshops/Vortrages hilfreich bis sehr hilfreich für den Alltag (vgl. **Abbildung 30**).

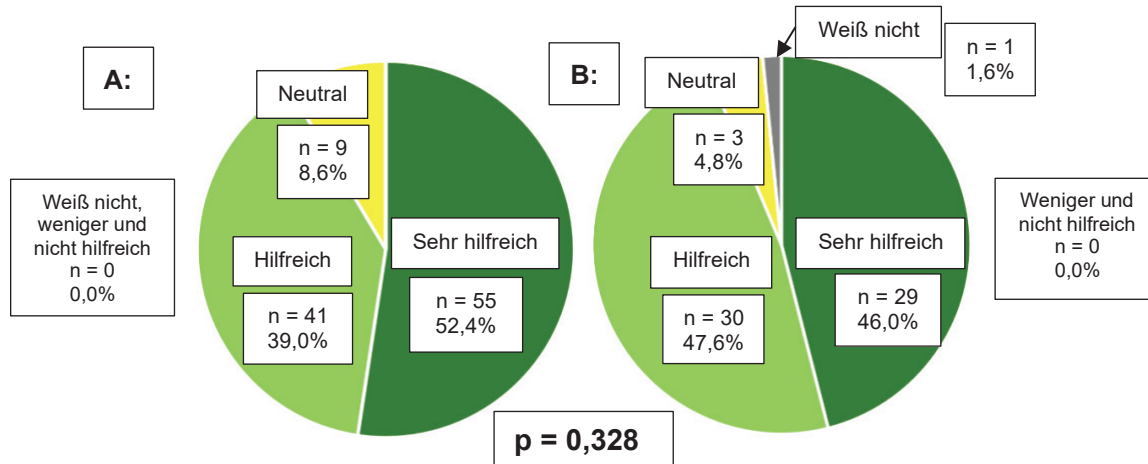


Abbildung 30: Nützlichkeit der Workshop-/Vortragseinhalte für den Alltag nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 168).

Anmerkung: Dargestellt ist die Bewertung der Teilnehmenden **A**: mit geringem bis mittlerem sozioökonomischem Status (n = 105) und **B**: mit hohem sozioökonomischem Status (n = 63), wie hilfreich die Inhalte des Workshops/Vortrages für den Alltag waren. Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

Der am häufigsten genutzte Informationskanals war bei beiden Gruppen über Empfehlung durch Familien, Freunde und Bekannte (**siehe Anhang, S. 89**). Die Mehrheit beider Gruppen gab an, auch in Zukunft weitere Angebote des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar in Anspruch zu nehmen (vgl. **Abbildung 31**).

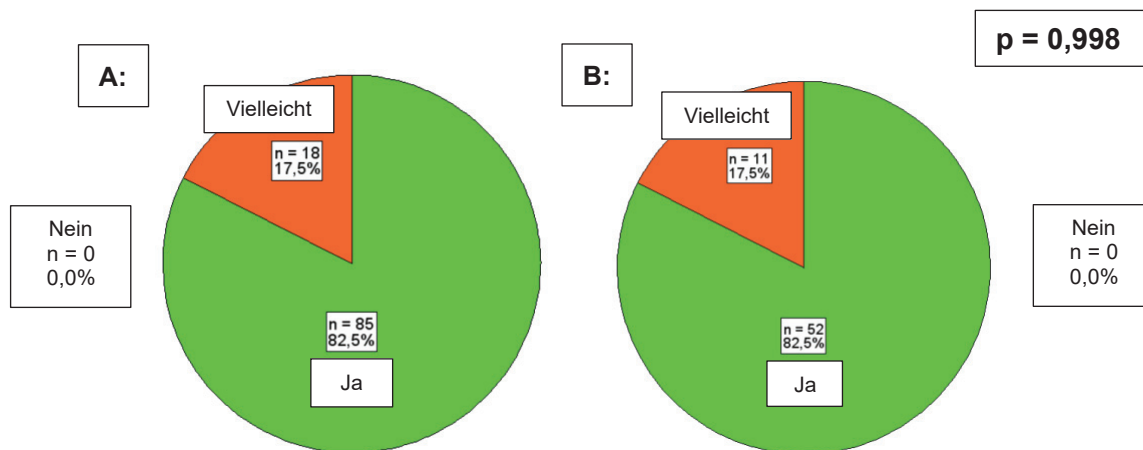


Abbildung 31: Zukünftige Inanspruchnahme der Angebote des Ernährungszentrums nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 166).

Anmerkung: Dargestellt ist die Zukünftige Inanspruchnahme der Angebote des Ernährungszentrums durch Teilnehmende **A**: mit geringem bis mittlerem sozioökonomischem Status (n = 103) und **B**: mit hohem sozioökonomischem Status (n = 63). Chi²-Test mit einem Signifikanzniveau von $p < 0,05$.

4.3 Ergebnisse qualitative Interviews

Die nachfolgende Auswertung stellt die zentralen Ergebnisse der qualitativen Interviewanalyse dar und arbeitet Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede in den Aussagen der Expert*innen heraus. Grundlage hierfür bilden die durchgeführten Interviews, die mithilfe induktiv und deduktiv gebildeter Kategorien analysiert und durch ausgewählte Zitate illustriert werden.

4.3.1 Zielgruppen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar

4.3.1.1 Personengruppen im Ernährungszentrum Mittlerer Neckar

Das Ernährungszentrum richte sich mit vielfältigen Angeboten an alle Altersgruppen, werde jedoch überwiegend von Verbraucher*innen mittleren Alters genutzt (**vgl. Abbildung 32 und Abbildung 33**).

01 B: .h des ernährungszentrum schpricht- (.) eigentlich
02 alle, perso[nengruppen an?=
03 A: [mhm,
04 B: =wir ham ja auch- .h ähm des schul, (.) ähm::,
05 schülermentorenprogramm, also [es fängt auch schon-
06 A: [mhm,
07 B: bei den schulern an, .hh ähm- (.) tatsächli:ch- (.)
08 am meischten; (.) kommen: (0,5) verbraucher und
09 verbraucherinnen ab vierzich bis zum rentneralter;
10 sin so un[sre schtammkundschaft.
11 A: [mhm,

Abbildung 32: Zielgruppen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 004), EBIN-Studie.

Anmerkung: A = Interviewer*in, B = Interviewte*r.

01 B: personengruppen ich würd sage- (0,5) vierzig fuchzig
02 plus; sin hauptsächlich. [die wo mer- (.) .hh
03 A: [die dann tatsächlich
04 kommen.
05 B: die tatsächlich kommed.

Abbildung 33: Zielgruppen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 003), EBIN-Studie.

Anmerkung: A = Interviewer*in, B = Interviewte*r.

Schwer erreichbar seien vor allem junge Erwachsene und Familien, bedingt durch fehlendes Interesse, andere Prioritäten oder die Unbekanntheit des Ernährungszentrums (**vgl. Abbildung 34**). Zudem würden auch ältere Personen ohne Internetzugang aufgrund der digitalen Kommunikation und Anmeldung schwerer erreicht werden (**vgl. Abbildung 35**).

01 B: jüngere personen mein ich jetzt mit so mittdreißger
02 oder so zwischen zwanzig und fünfunddreißig sag ich
03 jetzt a mal- die des e zett einfach ned aufm schirm
04 ham? (.) ähm- (1) die gar ned wissen dass es des gibt
05 und was wir überhaupt tun?

Abbildung 34: Schwer erreichbare Personengruppen (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: ich könnte mir vorschstellen dass des ältere personen
02 sin, die dann- (.) kaum oder nur schwierig zugang zum
03 internet ham, weil wir ja doch mittlerweile vieles-
04 (.) übers internet kommunizieren,

Abbildung 35: Schwer erreichbare Personengruppen (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

Schwer erreichbare Personengruppen könnten durch verstärkte Kommunikation besser angesprochen werden (**vgl. Abbildung 36**). Zudem könnten Kooperationen, etwa mit dem Landratsamt, sowie Werbung an Universitäten und Hochschulen zur Ansprache junger Erwachsener beitragen (**vgl. Abbildung 37 und Abbildung 38**).

01 B: ähm über kommunikation allgemein, einfach mit den
02 leudn ins geschpräch kommn und reden und auch vor
03 allem mit den die des ernährungszentrum no ned
04 kennen,

Abbildung 36: Schwer erreichbare Personengruppen erreichen (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: deswege is mir auch wichtig, dass jetzt im september
02 die azu=au=auszubildende, [vom landratsamt-
03 A: [mhm,
04 B: bei uns en wörkschop besuche? (1) .h vielleicht kann
05 man über diese schiene, was erreichen,

Abbildung 37: Schwer erreichbare Personengruppen erreichen (Auszug EBIN-Interview 003), EBIN-Studie.

Anmerkung: A = Interviewer*in, B = Interviewte*r.

01 B: zum beischpiel in unis gehn oder an hochschulen,
02 A: mhm,
03 B: ähm: und dort einfach vielleicht auch mal einen
04 kleinen- (.) wörkschopeinblick-

Abbildung 38: Schwer erreichbare Personengruppen erreichen (Auszug EBIN-Interview 004), EBIN-Studie.

Anmerkung: A = Interviewer*in, B = Interviewte*r.

4.3.2 Veränderung des Klientels im Ernährungszentrum Mittlerer Neckar

Das Klientel wurde als stabil und vielfältig beschrieben, wobei zuletzt vermehrt jüngere Verbraucher*innen, insbesondere bei vegetarischen und veganen Themen, teilgenommen hätten (**vgl. Abbildung 39 und Abbildung 40**).

01 B: =mhm: .hh also ich hab den eindruck dass es lange
02 relativ stabil ist, dass wir so- (.) so stammpublicum
03 haben die immer wieder kommn aber jetzt grade in
04 letzter zeit ist in meinen wörkschops mir doch
05 aufgefallen dass verstärkt auch °jüngere. (.) äh:
06 teilnehmende kommen und ich glaub auch grade bei den
07 vegetarisch veganen angeboten von der kollegin ist es
08 auch so-°

Abbildung 39: Veränderung des Klientels (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: in d- (.) den zwei jahn, wo ich jetzt hier tätig-
02 (.) bin. war als=im ernährungszentrum, hat sich des
03 kliente:- .hh eigentlich nich wirklich verändert,

Abbildung 40: Veränderung des Klientels (Auszug EBIN-Interview 004), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

4.3.3 Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar heutzutage und in Zukunft

Zu den Herausforderungen zählten laut Expert*innen begrenzte personelle Kapazitäten, sich wandelnde Ernährungstrends, Konkurrenz durch Online-Angebote sowie ein alterndes Klientel und die Gewinnung neuer Zielgruppen (vgl. **Abbildung 41**, **Abbildung 42**, **Abbildung 43**).

01 B: und ned zuletzschd au personelle kapazität; also man
02 muss des alles was man da an ideen hat auch umsetzn
03 können. und dafür man die mänpower oder die- (.) ja
04 die personelle kapazität,

Abbildung 41: Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: dann gibts die sache mit den ernährungstränd; weil
02 wir ja auch ned rückschrittlich sein wolln und wir
03 auch immer mit der zeit gehen wolln des heißt .hh des
04 sin auch herausforderungen die sich ja schtetig
05 wandeln und verändern?

Abbildung 42: Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: ja, also ich denk dass natürlich jetzt so die- (.)
02 unsre älteren teilnehmenden, dass die natürlich
03 irgendwann- (.) mal nicht mehr kommn, [.h
04 A: [mhm]
05 B: und dass man da dann echt schau'n muss dass quasi:
06 genug junges publikum auch von unten nachkommt.

Abbildung 43: Herausforderungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.

Anmerkung: A = Interviewer*in, B = Interviewte*r.

4.3.4 Beliebte und weniger beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums

Zu den beliebtesten Angeboten zählten laut Expert*innen insbesondere die Workshops, aber auch Online-Angebote, Lehrschaun für Schulklassen und Betriebsbesichtigungen, welche oft schnell ausgebucht seien (vgl. **Abbildung 44** und **Abbildung 45**).

01 B: also ich glaub die wörkschops, sind sehr beliebt?
02 äh:m u:nd von den theme:n he:r würd ich sagen. (.)
03 eigentlich- (.) fast alles was wir anbieten .h äh::m
04 also ich glaub ja so back äh=alles was mit backen zu
05 tun hat ist beliebt, jetzt auch des vegetarische oder
06 vegane, (.) äh:m- (1) u:nd grade bei männern durchaus
07 auch mal fleisch. (.) wörkschop.
08 (2,0)

Abbildung 44: Beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: also ich habs gefühl dass eigentlich alle themen
 02 beliebt sin? (.) also zum einen die wörkschops zu den
 03 unterschiedlichen themen; da ham wir ja- (.) also
 04 ganz unterschiedliche themen jedes jahr ja auch
 05 andere, .h dann ähm die onlain vortragä sowohl
 06 jetzt für- (.) alle und dann aber auch für die
 07 jungen ähm mütter? grad im rahmen vom bäibyprogramm,
 08 .h aber auch die betriebsbesichtigungen, ähm weil es
 09 sin eigentlich- (.) so gut wie alle- (.)
 10 veranstaltungen relativ zügig ausgebucht, ähm die
 11 lehrschau bei den schulklassen is auch- (.)
 12 beliebt=da ham mer auch regelmäßig termine des
 13 schuljahr über.

Abbildung 45: Beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

Weniger gefragt sei der Besuch der Lehrschau während der regulären Öffnungszeiten durch interessierte Verbraucher*innen (vgl. **Abbildung 46**).

01 B: also da hab ichs gefühl dass die lehrschau, die ja
 02 eigentlich ned nur von schulklassen besucht werden
 03 kann, (.) eben von verbrauchern: oder
 04 verbraucherinnen erzeugern: oder vermarktern:
 05 eigentlich- (1) gar ned besucht wird? also ich hab
 06 selten gsehn dass hier ne person zu unseren
 07 öffnungszeiten durch die lehrschau geht, (.) des war
 08 jetzt seid ich da bin vielleicht zwei oder dreimal
 09 dor fall also-

Abbildung 46: Weniger beliebte Veranstaltungen des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

4.3.5 Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar

Verbesserungspotenzial bestehe beim Anmeldeportal des Ernährungszentrums, da eine automatische Platzbegrenzung fehle und Bestätigungsmails manuell versendet werden müssten. Zudem wurden mehr gezielte Social-Media-Werbung für junge Erwachsene sowie digitale Zahlungsoptionen statt Barzahlung von den Expert*innen gewünscht (vgl. **Abbildung 47, Abbildung 48 und Abbildung 49**).

01 B: mo könnte vielleicht noch mehr öffentlichkeitsarbeit
 02 machen,
 03 (1)
 04 A: mhm,
 05 B: grad über social media wo wir ja- (.) schon jetzt
 06 aktiv begonnen ham, die letzschden ein zwei jahre,
 07 aber da erreicht man eben grad au diese jüngere
 08 generation, dreißig plus minus?

Abbildung 47: Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlere Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: A = Interviewer*in, B = Interviewte*r.

01 B: dass man zum beispiel auch diese barzahlung am
 02 kursabend, (.) denk ich des is was=was für jüngere
 03 auch ähm befremdlich ist die haben ja oft gar kein
 04 bargeld mehr, dass man sich da quasi auch überlegen
 05 muss ob man irgendwas anders macht,

Abbildung 48: Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 001), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: über dieses anmeldeportal das wir haben- (0,5) ähm-
 02 (.) da wird ja- (.) händisch von uns die imail
 03 verschickt- (2) mit der beschäftigungsmail, (.) aber
 04 des wird ja ned automatisch in dieses sysctem
 05 eingetragen. also es gibt kein sysctem des des für
 06 uns macht [.h
 07 A: [mhm-
 08 B: und dann kann des sein wenn wir en wörkschop
 09 freischalten? (.) also dass der auf der homepaitsch
 10 is, dann melden sich so viele an dass er dann
 11 vielleicht überbucht is? .h wir ned so viel plätze
 12 haben weils da keine automatische abriegelung gibt
 13 bei [x y
 14 A: [mhm-
 15 B: anzahl von plätzen. (.) ähm da seh ich
 16 verbesserungspotenzial, dass des- (.) nemme
 17 passiert.=dass man nemme leuden dann absagen muss,

Abbildung 49: Verbesserungspotenzial des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: A = Interviewer*in, B = Interviewte*r.

4.3.6 Die Zukunft des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar

Die Expert*innen wünschten sich, dass das Ernährungszentrum erfolgreich bleibe, vielfältige und aktuelle Angebote anbiete und ausreichend Mitarbeitende für die Durchführung von Workshops und Vorträgen zur Verfügung stehen (**vgl. Abbildung 50 und Abbildung 51**).

01 B: ich hoffe doch genauso erfolgreich mit der arbeit wie
 02 jetzt und voll im trend. und dabei; also mittendrin.

Abbildung 50: Zukunft des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 002), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

01 B: ich wünsche mir, dass des ernährungszentrum
 02 weiterhin- (2) positive auswirkung hat, (4) dass wir
 03 genügend mitarbeiter haben, (0,5) die das dann auch
 04 umsetze könne, (2,5) und des- (.) denn- (.) wert- (.)
 05 erhalte, (0,5) denn: sonst; (1) wird's schwierig?
 06 (2) denn wenn keine mitarbeiter mehr da sin, oder au
 07 die geringfügig beschäftichte, (1,5) dann kann mo
 08 nicht mehr so viel an[biete,

Abbildung 51: Zukunft des Ernährungszentrums (Auszug EBIN-Interview 003), EBIN-Studie.

Anmerkung: B = Interviewte*r.

5 Diskussion

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen, dass die Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg größtenteils in den Workshops und Vorträgen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar thematisiert werden. Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden stimmten der Thematisierung der Leitsätze „Regional erzeugte Lebensmittel unterstützen“ (77,0%, n = 171), „Ernährungswissen für alle weitergeben“ und „Vielfältiges Angebot an Lebensmitteln nutzen“ (67,0%, n = 148), „Konsum nachhaltiger gestalten“ (53,4%, n = 118) und „Lebensmittelverschwendung reduzieren“ (50,5%, n = 106) vollkommen zu.

Die Teilnehmenden der Veranstaltungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar waren überwiegend weiblich (88,0%, n = 199), hatten ein durchschnittliches Alter von $46,2 \pm 15,5$ Jahren (18-75), kamen aus dem Landkreis Ludwigsburg (71,6%, n = 161), hatten die deutsche Staatsangehörigkeit (84,0, n = 189) und eine durchschnittliche Haushaltsgröße von $2,8 \pm 1,3$ Personen (1-6) sowie einen geringen bis mittleren sozioökonomischen Status (62,5%, n = 105). Unterschiede in Bezug auf den sozioökonomischen Status der Teilnehmenden gab es lediglich bei der Thematisierung des Aspekts „Ernährungsarmut begegnen“ während des Workshops/Vortrages ($p = 0,045$). So stimmten Teilnehmende mit einem geringen bis mittleren sozioökonomischen Status der Thematisierung von „Ernährungsarmut begegnen“ während des Workshops/Vortrages eher zu (32,2%, n = 28) als Teilnehmende mit einem hohen sozioökonomischen Status (21,0%, n = 13).

Die Workshops und Vorträge des Ernährungszentrums stoßen bei den Verbrauchenden allgemein auf positive Resonanz. Bei der Mehrheit der Teilnehmenden handelte es sich nicht um die erste Teilnahme an einem Angebot des Ernährungszentrums (59,1%, n = 133). Auch würde die Mehrheit der Teilnehmenden die Angebote und Aktionen des Ernährungszentrums weiterempfehlen (98,7%, n = 222) und in Zukunft an weiteren Angeboten des Ernährungszentrums teilnehmen (81,1%, n = 180). Die Referent*innen und deren Methodik sowie Medieneinsatz wurden von den Teilnehmenden als sehr kompetent (77,8%, n = 175) und sehr ansprechend (47,1%, n = 97) wahrgenommen. Die größte Herausforderung für das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar liegt laut Meinungen der Expert*innen in der personellen Kapazität, die angesichts des umfangreichen Aufgabenspektrums für die künftige Arbeit als zwingend erforderlich erachtet wird.

5.1 Evaluation der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg im Programm des Ernährungszentrums

Während der Workshops/Vorträge des Ernährungszentrums werden insbesondere die Leitsätze „Regional erzeugte Lebensmittel unterstützen“ (77,0%, n = 171), „Ernährungswissen für alle weitergeben“ (67,0%, n = 148), „Vielfältiges Angebot an Lebensmitteln nutzen“ (67,0%, n = 148), „Konsum nachhaltiger gestalten“ (53,4%, n = 118) sowie

„Lebensmittelverschwendung reduzieren“ (50,5%, n = 106) laut der Mehrheit der Teilnehmenden thematisiert. Demgegenüber erhielten die Leitsätze „Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern“ (39,5%, n = 83), „Gutes Essen Außer Haus voranbringen“ (32,4%, n = 66) sowie „Ernährungsarmut begegnen“ (27,0%, n = 54) deutlich weniger Zustimmung.

Die Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg finden sich in ähnlicher Form in den Ernährungsstrategien der Bundesländer Bayern, Berlin, Hessen und Niedersachsen wieder, die auch zentrale Aspekte wie Ernährungsbildung, Nachhaltigkeit und Regionalität, Reduktion der Lebensmittelverschwendung, Verpflegung Außer Haus sowie Ernährungsarmut in ihren Handlungsfeldern verankern [21, 84-86]. Ebenso adressiert die bundesweite Ernährungsstrategie Deutschlands diese Themenbereiche in ihren Maßnahmenfeldern [17]. Die europäische Farm-to-Fork-Strategie setzt den Schwerpunkt zwar stärker auf die Transformation des gesamten Lebensmittelsystems von der Produktion bis zum Verzehr und weniger auf verbraucherorientierte Maßnahmen, greift jedoch die gleichen inhaltlichen Dimensionen wie beispielsweise Nachhaltigkeit, Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, gesunde Ernährung und soziale Aspekte auf [10]. Damit zeigt sich eine inhaltliche Kohärenz zwischen der europäischen und nationalen Strategie sowie den landesweiten Ernährungsstrategien.

Gleichzeitig wird ein Spannungsfeld zwischen wahrgenommener Thematisierung und tatsächlicher Umsetzung sichtbar. Obwohl zwei Drittel der Teilnehmenden (67,0%, n = 148) angaben, dass der Leitsatz „Ernährungswissen für alle weitergeben“ in den Veranstaltungen umfassend behandelt werde, schreibt der Food-EPI-Report 2021 der Transparenz und dem Zugang zu ernährungsbezogenen Informationen in Deutschland nur einen geringen Umsetzungsgrad zu [27-29]. Im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung spiegeln sich dieses Spannungsfeld wider. Während 32,4% (n = 66) der Teilnehmenden der Thematisierung des Leitsatzes „Gutes Essen Außer Haus voranbringen“ voll zustimmten, bewertet der Food EPI 2021 das Angebot gesundheitsförderlicher Lebensmittel in öffentlichen Einrichtungen und Betrieben als unzureichend [27-29]. Der Aspekt „Ernährungsarmut begegnen“, welcher in den Workshops/Vorträgen von 27,0% (n = 54) der Teilnehmenden als thematisiert wahrgenommen wurde, erreichte im Food EPI 2021 unter den Indikatoren „Zielvorgaben für den Abbau von sozialen Ungleichheiten in der Ernährung“ sowie „Förderung einer ausgewogenen Ernährung im Rahmen ernährungsbezogener Unterstützungsprogramme“ ebenfalls nur geringe beziehungsweise sehr geringe Umsetzungsgrade [27-29]. Das zeigt, dass gerade sozialpolitisch sensible Themen zwar in den Strategien verankert sind, aber laut Food EPI 2021 in der Bildungsarbeit und in der praktischen Politik noch nicht ausreichend aufgegriffen und umgesetzt werden.

Im landespolitischen Kontext zeichnet der Statusbericht für Baden-Württemberg aus dem Jahre 2025 jedoch ein differenzierteres Bild. Der Statusbericht bestätigt die erfolgreiche Umsetzung von 83,0% der Maßnahmen der landesweiten Ernährungsstrategie [7]. Besonders die unter den Leitsätzen „Regional erzeugte Lebensmittel unterstützen“, „Ernährungswissen für alle weitergeben“, „Vielfältiges Angebot an Lebensmitteln nutzen“ und „Lebensmittelverschwendung reduzieren“ festgelegten Maßnahmen werden als erfolgreich realisiert beschrieben, was mit den hohen Zustimmungsraten von mindestens der Hälfte der Teilnehmenden zur Thematisierung dieser Leitsätze übereinstimmt [7]. Dagegen zeigen sich beim Leitsatz „Konsum nachhaltiger gestalten“, der in den Workshops/Vorträgen von 53,4% (n = 118) der Teilnehmenden als stark thematisiert wahrgenommen wurde, deutliche Defizite bei der Umsetzung laut Statusbericht der Ernährungsstrategie, wie etwa in Form einer abgebrochenen Maßnahme (App „CO₂-Rechner Klima Buddy“) und weiterem Handlungsbedarf bei der Gestaltung nachhaltiger Werbeumgebungen [7]. Für die Leitsätze „Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern“, „Gutes Essen Außer Haus voranbringen“ und „Ernährungsarmut begegnen“, die auch in den Workshops/Vorträgen laut etwa einem Drittel der Teilnehmenden thematisiert wurden, identifiziert der Statusbericht ebenfalls den größten Handlungsbedarf, mit jeweils ein bis zwei noch nicht oder nur teilweise umgesetzten Maßnahmen [7].

Zusammengefasst zeigt der Vergleich der Teilnehmendenwahrnehmung, des Umsetzungsstands in Baden-Württemberg und der Ergebnisse des Food EPI 2021, dass die Leitsätze zu Ernährungsbildung, Regionalität und Ressourcenschonung schon weiter in der Umsetzung fortgeschritten sind, während bei komplexeren Themen wie Ernährungsarmut, gesundem Essen außer Haus und dem Abbau sozialer Ungleichheiten in der Ernährung noch Handlungsbedarf besteht.

5.2 Soziodemografische Unterschiede in der Nutzung von Ernährungsbildungsangeboten

Die Mehrheit der Teilnehmenden, welche die Angebote des Ernährungszentrums in Anspruch nahmen, waren weiblich (88,0%, n = 199) und im Durchschnitt 46,2±15,5 Jahre alt. Diese Demographie der Teilnehmenden entspricht einem in der Literatur zu Ernährungs- und Präventionsprogrammen häufig beobachteten Muster.

Die hohe Beteiligung von Frauen (88,0%) bestätigen Erkenntnisse des Robert Koch-Instituts (RKI), wonach etwa 80% der Teilnehmenden an Präventionskursen zu Ernährung, Bewegung, Stressmanagement und Suchtprävention weiblich sind [87]. Diese Überrepräsentation des weiblichen Geschlechtes wird auf sozio-kulturelle Rollenmuster zurückgeführt, in denen Frauen primär für die Ernährungsplanung und Gesundheitsvorsorge im Haushalt verantwortlich gemacht werden, was ihre Motivation zur Nutzung solcher Angebote erhöht

[88]. Auch bestätigt sich die geringe Repräsentation jüngerer Frauen bei der Untersuchung des Robert Koch-Instituts (RKI). Laut dieser Studie würden junge Frauen, Frauen der unteren Bildungsgruppe und alleinerziehende Frauen seltener Gesundheitskurse und ähnliche Angebote zur Verhaltensprävention in Anspruch nehmen [87].

Internationale Studien unterstreichen ebenfalls diesen Trend. Frauen dominieren in Programmen wie dem US-amerikanischen Expanded Food and Nutrition Education Program (EFNEP, > 90% Frauen) sowie in europäischen Ernährungsprogrammen aufgrund der familiären Ernährungsverantwortung von Frauen [89-91]. Ergänzend belegen Studien wie Svendsen et al. (2021), dass weibliches Geschlecht, höheres Alter und gesteigerte körperliche Aktivität signifikante Einflussfaktoren für die Ernährungskompetenz darstellen [90].

Während Koch et al. (2021) ein generell höheres Ernährungswissen bei Frauen als bei Männern feststellen, widerspricht die dort beobachtete Korrelation mit jüngerem Alter den vorliegenden Ergebnissen, in denen Frauen über 40 Jahre dominieren [91].

Die Übereinstimmung mit den Daten des Robert Koch-Instituts und internationalen Studien bestätigen die Erkenntnisse dieser vorliegenden Studie. Gleichzeitig zeigt sie jedoch auch Potenzial für eine breitere Ansprache der Ernährungsbildungsangebote, wie die des Ernährungszentrums, um beispielsweise auch jüngere Generationen oder das männliche Geschlecht als Zielgruppe besser zu erreichen.

5.2.1 Geschlechtergerechte und altersübergreifende Maßnahmen

Die Teilnehmenden des Ernährungszentrums schlugen als gezielte Maßnahmen zur Erweiterung der Zielgruppenreichweite, insbesondere für jüngere Generationen und Männer, Soziale Medien (22,8%, n = 18), mehr Workshops und verfügbare Plätze (17,7%, n = 14), verstärkte Öffentlichkeitsarbeit (16,5%, n = 13) sowie Werbung an öffentlichen Einrichtungen wie Schulen und Universitäten (12,7%, n = 10) vor. Diese Vorschläge decken sich mit den Expert*innenempfehlungen wie Mund-zu-Mund-Propaganda, Werbung an Hochschulen und Universitäten sowie Kooperationen wie beispielsweise mit dem Landratsamt.

Die Präferenz für Social-Media-Werbung (22,8%) unterstreicht die hohe Reichweite dieser Kanäle bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen, wie Studien bestätigen [92, 93]. Dabei sei es wichtig, auf Soziale Medien zurückzugreifen, die bereits von jungen Erwachsenen genutzt wird, um die Benutzerfreundlichkeit und Zugänglichkeit zu erhöhen [92]. Laut den Ergebnissen von Leismann et al. (2024) sind die am häufigsten genutzten Plattformen für Ernährungs-Content, auf welche auch das Ernährungszentrum zurückgreifen könnte, YouTube, Facebook und Instagram [93]. Schulbasierte Mehrkomponentenprogramme, wie von Sari et al. (2025) empfohlen werden, ergänzen dies optimal und korrespondieren mit den Expert*innenvorschlägen zu Hochschul-Einblicken sowie bestehenden Lehrschau für Grundschulklassen des Ernährungszentrums [94]. Das KlimaFood-Projekt von IN FORM

demonstriert den Erfolg solcher Ansätze [95]. Die Kombination aus Hip-Hop und Ernährungsbildung erreichte sozial benachteiligte Jugendliche, die vor allem durch Hip-Hop zur Teilnahme motiviert waren, aber dennoch Ernährungsbildung über die Planetary Health Diet erlangten und Kochkompetenz erwarben [95].

Die Ergebnisse mit den Präferenzen der Männer bezüglich Rekrutierungsmethoden sind nahezu vergleichbar mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie. Auch hierbei gehörten zu den häufig genannten Rekrutierungsmethoden Werbung in sozialen Medien, Aushänge (an Hochschulen und Universitäten), Plakatwände sowie in Kneipen und über Arbeitgeber junger Menschen [96]. Ashton et al. (2017) betonen die Bedeutung der wahrgenommenen Seriosität der Angebote in den Werbematerialien, wie etwa durch die Verbindung zu einer Universität [96]. Die inhaltlich gewünschten Themen nach Ashton et al. (2017) sind dabei Aufklärung und Kompetenzaufbau zu einer gesunden Ernährung sowie praktische Kochkurse und stimmen somit weitgehend mit den Angeboten des Ernährungszentrums überein [96].

Insgesamt bilden die Vorschläge der Teilnehmenden und Expert*innen einen kohärenten Ansatz, der durch wissenschaftliche Studien gestützt wird. Soziale Medien und bildungsnahe Werbung sowie schulbasierte Mehrkomponentenprogramme wie das KlimaFood-Projekt von IN FORM sorgen für eine größere Reichweite der Bildungsangebote wie sie beispielsweise durch das Ernährungszentrum angeboten werden.

5.3 Herausforderungen und Möglichkeiten zur Ausweitung der Ernährungsbildung

Die Expert*innen identifizierten vier zentrale Herausforderungen für die Ernährungsbildung am Ernährungszentrum, den Personalmangel, die kontinuierliche Entwicklung von Ernährungstrends und Konkurrenz durch Food-Influencer im Internet sowie das älter werdende Klientel. Diese Barrieren spiegeln sich in der internationalen Forschung wider und erfordern evidenzbasierte Lösungsansätze.

Die personelle Kapazität als limitierender Faktor wird durch Meshkovska et al. (2023) bestätigt, welche einen Mangel an qualifizierten Lehrkräften und Ernährungswissenschaftler*innen als zentrale Herausforderung der Ernährungsbildung beschreiben [97]. Einen Lösungsansatz hierzu bietet die Ausbildung von Multiplikator*innen, wie etwa Lehrkräften, die dadurch die Ernährungsbildung in den Schulunterricht verankern können [98]. Dieser Ansatz entlastet Fachzentren wie das Ernährungszentrum und erhöht gleichzeitig die Nachhaltigkeit durch institutionelle Integration [98]. Die Entwicklung von Ernährungstrends stellt eine erhebliche Anpassungsherausforderung für das Ernährungszentrum dar, wie Leismann et al. (2024) zeigt [93]. Die Studie zeigt, dass junge Erwachsene täglich neue Trends über Soziale Medien aufnehmen und traditionelle Bildungsformate wie die des Ernährungszentrums dadurch für diese Zielgruppe an Relevanz verlieren [93]. Die Konkurrenz durch Internet-Influencer wird ebenfalls von Silva et al. (2023) analysiert, die feststellen, dass traditionelle

Gesundheitsfachkräfte durch mangelnde Authentizität gegenüber Influencern benachteiligt sind [99]. Lösungsansätze sehen Silva et al (2023) darin, persönliche Erfahrungen und Lebensgeschichten einzubringen, um eine erhöhte Glaubwürdigkeit bei Follower*innen zu schaffen [99]. Institutionen wie das Ernährungszentrum sollten Soziale Medien daher nicht als Konkurrenzfeld, sondern als Kommunikationsplattform mit hohem Potenzial nutzen, um gezielt jüngere Zielgruppen zu erreichen [99].

Das tendenziell älter werdende Klientel des Ernährungszentrums verdeutlicht die Notwendigkeit, jüngere Zielgruppen stärker einzubeziehen, wie Kulandaivelu et al. (2023) zeigen [92]. Die Studie belegt, dass die Beteiligung von Familienmitgliedern und Freund*innen an Ernährungsbildungsprogrammen die Teilnahmebereitschaft von jüngeren Teilnehmenden signifikant erhöht [92]. Praktisch könnten hier generationenübergreifende Formate wie gemeinsame Kochkurse mit Großeltern oder spezielle Workshops an Hochschulen und Universitäten umgesetzt werden, die junge Erwachsene gemeinsam mit Gleichaltrigen und Freund*innen ansprechen und somit den Altersdurchschnitt der Teilnehmenden verringert [92]. Die vorgestellten Lösungsansätze, wie beispielsweise eine authentische Social-Media-Präsenz und generationsübergreifende Angebote, bieten ein Konzept zur Überwindung der identifizierten Herausforderungen. Deren Umsetzung könnte die Zielgruppenvielfalt des Ernährungszentrums nachhaltig erweitern und für jüngeres Klientel sorgen.

5.4 Stärken und Limitationen

Zu den Stärken dieser Studie zählt zum einen das Mixed-Methods-Studiendesign, das eine umfangreiche Erfassung von Daten sowie einen umfangreichen Einblick in die Thematik ermöglichte. Durch das Studiendesign konnte sowohl eine quantitative als auch eine qualitative Erhebung von Daten erfolgen. Eine weitere Stärke ist, dass die erwünschte Fallzahl von $n = 200$ erreicht wurde und mit einer Teilnehmendenzahl von $n = 225$ sogar leicht überschritten wurde. Dennoch bleibt anzumerken, dass es sich hierbei allgemein um eine geringe Fallzahl handelt und somit keine Repräsentativität dieser Studie gegeben ist. Besonders die deutlich verringerte Fallzahl von $n = 168$ beim Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status der Teilnehmenden stellt diesbezüglich eine Limitation dar.

Eine weitere Limitation der Studie stellt das Selbstausfüllen des nicht validierten Fragebogens durch die Teilnehmenden dar. Dadurch besteht das Risiko von Verzerrungen und eine eingeschränkte Vergleichbarkeit dieser Studie mit weiteren Studien. Auch dass es sich bei der vorliegenden Studie um eine Querschnittsuntersuchung handelt, stellt eine Limitation dar. Dadurch können lediglich Momentaufnahmen und Zusammenhänge beschrieben werden, während kausale Interpretationen nicht möglich sind.

6 Schlussfolgerung

Die vorliegende Studie hatte zum Ziel, die Adressierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg in den Angeboten des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar zu evaluieren und ergänzend hierzu die soziodemografische Struktur der Teilnehmenden sowie deren Rückmeldungen zu den Workshops und Vorträgen zu erfassen. Insgesamt zeigte sich, dass die Leitsätze in den Workshops und Vorträgen des Ernährungszentrums überwiegend thematisiert werden und von den Teilnehmenden als präsent wahrgenommen wurden. Nur vereinzelt wurden zusätzliche Informationen oder Veranstaltungen zu einzelnen Leitsätzen gewünscht, was darauf hindeutet, dass die aktuelle inhaltliche Ausgestaltung der Angebote in Bezug auf die Umsetzung der Ernährungsstrategie insgesamt als ausreichend und bedarfsgerecht bewertet werden kann.

Die Ergebnisse zur Soziodemographie der Teilnehmenden machen deutlich, dass das Stammklientel des Ernährungszentrums vor allem aus weiblichen Personen über 40 Jahren besteht und damit einem Muster entspricht, das auch in der Literatur zu Teilnehmenden von Ernährungsbildungsangeboten beschrieben wird. Gleichzeitig verdeutlicht diese Zielgruppenstruktur, dass jüngere Menschen bislang nur unzureichend erreicht werden. Um diese Gruppe stärker anzusprechen und ihre Ernährungskompetenz zu fördern, sollte das Ernährungszentrum verstärkt auf digitale Kommunikationskanäle, wie beispielsweise Soziale Medien, setzen und passgenaue Formate für jüngere Zielgruppen entwickeln.

Das insgesamt sehr positive Feedback der Teilnehmenden unterstreicht die Bedeutung und Wirksamkeit von Ernährungsbildungsangeboten wie denen des Ernährungszentrums für die Förderung der Ernährungskompetenz von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Gleichzeitig wurde deutlich, dass die personellen Kapazitäten eine zentrale Voraussetzung für Planung, Durchführung und die kontinuierliche Weiterentwicklung solcher Angebote darstellen und von den Beteiligten als wesentliche Herausforderung benannt wird.

Vor dem Hintergrund, dass bisher nur wenige Studien die Umsetzung und Wahrnehmung von Ernährungsstrategien untersuchen, leistet diese Arbeit einen ersten Beitrag und dient somit als Datengrundlage für Folgeprojekte. Aufbauend auf den hier gewonnenen Ergebnissen sind weitere, methodisch breiter angelegte Untersuchungen notwendig, um die langfristigen Effekte der Ernährungsbildungsangebote sowie die Reichweite dieser Angebote in unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen zu analysieren und daraus evidenzbasierte Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Ernährungsstrategien abzuleiten. Es besteht somit weiterer Forschungsbedarf hinsichtlich der Evaluation der Ernährungsstrategien, sowohl auf Länderebene als auch national und international.

7 Literaturverzeichnis

- [1] Fu L, Pokhilenko I, van Rens T, Smith R, Frew E. Health economics evidence for food system policy: a systematic review of reviews. *Front Nutr.* 2025;12:1629814.
- [2] Fanzo J, Bellows AL, Spiker ML, Thorne-Lyman AL, Bloem MW. The importance of food systems and the environment for nutrition. *Am J Clin Nutr.* 2021;113(1):7-16.
- [3] Lindgren E, Harris F, Dangour AD, Gasparatos A, Hiramatsu M, Javadi F, et al. Sustainable food systems-a health perspective. *Sustain Sci.* 2018;13(6):1505-17.
- [4] Ernährungsrat Freiburg und Region (Hrsg.). Die Ernährungsstrategie - Was ist das und wofür brauchen wir sie überhaupt? [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://ernaehrungsrat-freiburg.de/2023/12/06/die-ernaehrungsstrategie-was-ist-das-und-wofuer-brauchen-wir-sie-ueberhaupt/#:~:text=Nachdem%20uns%20diese%20Frage%20%C3%B6fters%20gestellt%20wurde%2C,Strukturen%20f%C3%BCr%20eine%20regionale%2C%20nachhaltige%20Lebensmittelversorgung%20st%C3%A4rkt.>
- [5] Senatsverwaltung für Justiz und Verbraucherschutz (Hrsg.). Was ist eine Ernährungsstrategie? [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.berlin.de/ernaehrungsstrategie/strategie/entstehung/artikel.1202052.php>.
- [6] Bundesministerium für Landwirtschaft Ernährung und Heimat (BMLEH) (Hrsg.). Umsetzung der Ernährungsstrategie. [Internet]. 2026 [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.bmleh.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsstrategie/ernaehrungsstrategie-massnahmen.html>.
- [7] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungsstrategie Baden-Württemberg - 2. Statusbericht 2022-2025. 2025.
- [8] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Maßnahmenplan. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/ernaehrung/ernaehrungsstrategie-bw/massnahmenplan>.
- [9] Willett W, Rockström J, Loken B, Springmann M, Lang T, Vermeulen S, et al. Food in the Anthropocene: the EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *Lancet.* 2019;393(10170):447-92.
- [10] European Commission (Hrsg.). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system. 2020.
- [11] European Union (EU) (Hrsg.). Farm to Fork Strategy - For a fair, healthy and environmentally-friendly food system. 2020.

- [12] Rat der Europäischen Union und Europäischer Rat (Hrsg.). „Vom Hof auf den Tisch“. [Internet]. 2025 [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL: <https://www.consilium.europa.eu/de/policies/from-farm-to-fork/#strategy>.
- [13] Slow Food Deutschland e.V. (Hrsg.). EU-Farm to Fork Strategie: Die wichtigsten Infos auf einen Blick. [Internet]. 2020 [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL: <https://www.slowfood.de/aktuelles/archiv/2020/eu-farm-to-fork-strategie-die-wichtigsten-infos-auf-einen-blick>.
- [14] The European Food Information Council (Eufic) (Hrsg.). Die Farm-to-Fork-Strategie der EU: Können wir das europäische Lebensmittelsystem gesünder und nachhaltiger gestalten? [Internet]. 2022 [letzter Zugriff: 12.02.2026]. URL: <https://www.eufic.org/de/lebensmittelproduktion/artikel/die-farm-to-fork-strategie-der-eu-koennen-wir-das-europaeische-lebensmittelsystem-gesuender-und-nachhaltiger-gestalten>.
- [15] European Commission (Hrsg.). Farm to Fork strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system. [Internet]. [letzter Zugriff: 12.02.2026]. URL: https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en.
- [16] Ministeriet for Fødevarer Landbrug og Fiskeri (FVM) (Hrsg.). Handlingsplan for plantebaserede fødevarer. 2023.
- [17] Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.). Gutes Essen für Deutschland - Ernährungsstrategie der Bundesregierung. 2024.
- [18] Gouvernement francais (Hrsg.). Strategie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat 2025/2030. 2025.
- [19] Bundesministerium Arbeit Soziales Gesundheit Pflege und Konsumentenschutz (BMASGPK) (Hrsg.). Strategieplan gesunde und nachhaltige Ernährung 2025-2030. Wien; 2024.
- [20] Allgemeine Ortskrankenkasse (AOK) (Hrsg.). Ernährungswende häppchenweise. [Internet]. 2024 [letzter Zugriff: 17.02.2026]. URL: <https://www.aok.de/pp/gg/praevention/gesunde-ernaehrung-gruene-woche/#:~:text=Hebel%20zu%20Ern%C3%A4hrungswende%20vergr%C3%B6%C3%9Fern,-Nebenan%2C%20in%20der&text=Schon%202020%20hat%20das%20Land,%E2%80%9C>
- [21] Hessisches Ministerium für Umwelt Klimaschutz Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUKLV) (Hrsg.). Gut essen in Hessen: gesund, regional, nachhaltig. Die Hessische Ernährungsstrategie. 2020.
- [22] Deutsche Gesellschaft für Ernährung Sektion Niedersachsen (DGE NI) (Hrsg.). Ein Jahr Niedersachsens Ernährungsstrategie. [Internet]. 2022 [letzter Zugriff:

- 17.02.2026]. URL: <https://www.dge-niedersachsen.de/ein-jahr-niedersachsens-ernaehrungsstrategie-2/>.
- [23] Münchner Ernährungsrat e.V. (Hrsg.). Bayerische Ernährungsstrategie veröffentlicht. [Internet]. 2024 [letzter Zugriff: 17.02.2026]. URL: <https://muenchner-ernaehrungsrat.de/aktuelles/170-ernaehrungsstrategie-fuer-bayern-veroeffentlicht.html>.
- [24] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungsstrategie Baden-Württemberg. 2019.
- [25] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungszentrum Mittlerer Neckar: Essen und Trinken - für Sie ein wichtiges Thema? [Internet]. [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL: <https://ludwigsburg.landwirtschaft-bw.de/,Lde/Startseite/Ernaehrungszentrum+Mittlerer+Neckar/Das+Ernaehrungszentrum+stellt+sich+vor>.
- [26] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Agrarforschung: Die Ernährungszentren in Baden-Württemberg - Evaluation der Pilotphase. [Internet]. 1999 [letzter Zugriff: 23.02.2026]. URL: <https://www.landwirtschaft-bw.de/,Lde/Startseite/Service/Die+Ernaehrungszentren+in+Baden-Wuerttemberg+-+Evaluation+der+Pilotphase>.
- [27] von Philipsborn P, Geffert K, Klinger C, Hebestreit A, Stratil J, Rehfues E. Nutrition Policies in Germany: A Systematic Assessment with the Food Environment Policy Index (Food-EPI). medRxiv. 2021:2021.10.11.21264774.
- [28] von Philipsborn P, Geffert K, Klinger C, Hebestreit A, Stratil J, Rehfues E. Politik für eine gesunde Ernährung: Ausgangslage und Reformvorschläge; der Food Environment Policy Index (Food-EPI) Ergebnisbericht für Deutschland. München: Policy Evaluation Network (PEN) (Hrsg.); 2021.
- [29] Geffert K, Klinger C, Hebestreit A, Rehfues E, von Philipsborn P. Ernährungsförderliche Politikmaßnahmen – eine Übersicht der Herausforderungen und Möglichkeiten für Deutschland im internationalen Vergleich. Adipositas - Ursachen, Folgeerkrankungen, Therapie. 2022;16(02):98-105.
- [30] Cornelsen Verlag GmbH (Hrsg.). Strategie, die. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Strategie>.
- [31] Deutscher Bundestag (Hrsg.). Ernährungsstrategie der Bundesregierung - Gutes Essen für Deutschland. 2024.
- [32] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungsstrategie BW - Neun Leitsätze. [Internet]. [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL:

- <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/ernaehrung/ernaehrungsstrategie-bw/neun-leitsaetze>.
- [33] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Lebensmittel wertschätzen für eine nachhaltige Zukunft - Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung in Baden-Württemberg 2030. 2025.
- [34] European Commission (Hrsg.). Der europäische Grüne Deal. Erster klimaneutraler Kontinent werden. [Internet]. [letzter Zugriff: 10.02.2026]. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_de.
- [35] Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) (Hrsg.). European Green Deal. [Internet]. [URL: <https://www.bmz.de/de/service/lexikon/european-green-deal-118284>].
- [36] Hess S. Was bedeutet der Green Deal für die Genossenschaften im europäischen Agrar- und Ernährungssektor? Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen. 2022;72(1):1-6.
- [37] Kühl R, Müller J, Kruse J, Monath J, Paul L. Green Deal: Wie und zu welchem Preis können die Ziele von der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft erreicht werden. Green Deal–Was kommt auf die Land- und Ernährungswirtschaft zu. 2021(37):7-53.
- [38] World Wide Fund For Nature (WWF) (Hrsg.). European Green Deal - die neue Ausrichtung der EU-Klima- und Umweltpolitik. [Internet]. [letzter Zugriff: 10.02.2026]. URL: <https://www.wwf.de/themen-projekte/klimaschutz/klimaschutz-europa/european-green-deal>.
- [39] European Commission (Hrsg.). Landwirtschaft und ländliche Entwicklung. [Internet]. [letzter Zugriff: 10.02.2026]. URL: https://commission.europa.eu/topics/agriculture-and-rural-development_de.
- [40] European Commission (Hrsg.). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on an action plan for the development of organic production. 2021.
- [41] European Commission (Hrsg.). Aktionsplan für die Entwicklung der ökologischen/biologischen Produktion in der EU. [Internet]. 2022 [letzter Zugriff: 12.02.2026]. URL: https://eu-cap-network.ec.europa.eu/news/action-plan-development-organic-production-eu_de.
- [42] Rat der Europäischen Union und Europäischer Rat (Hrsg.). Neuer Plan für Lebensmittelversorgung in Europa: Rat billigt Schlussfolgerungen. [Internet]. 2021 [letzter Zugriff: 12.02.2026]. URL: <https://www.consilium.europa.eu/de/press/press->

- [releases/2021/12/13/council-approves-conclusions-on-new-plan-to-safeguard-europe-s-food-supply/](#).
- [43] World Cancer Research Fund International (WCRF International) (Hrsg.). NOURISHING policy index. Nutrition policy status in 30 European countries. 2023.
- [44] Nordic Council of Ministers (NCM) (Hrsg.). Nordic Nutrition Recommendations 2023. Integrating environmental aspects. 2023.
- [45] Slow Food Deutschland (Hrsg.). Deutschlands Ernährungsstrategie: Gesund, nachhaltig, fair ... und gut! [Internet]. 2024 [letzter Zugriff: 16.02.2026]. URL: <https://www.slowfood.de/aktuelles/archiv/2024/gesund-nachhaltig-fair-und-gut-deutschlands-ernaehrungsstrategie>.
- [46] Ministère de l'agriculture de l'agro-alimentaire et de la souveraineté alimentaire (MASA) (Hrsg.). Loi EGalim. [Internet]. [letzter Zugriff: 20.02.2026]. URL: <https://agriculture.gouv.fr/loi-egalim>.
- [47] Bundesministerium Arbeit Soziales Gesundheit Pflege und Konsumentenschutz (BMASGPK) (Hrsg.). Ernährungsstrategien und Gremien. [Internet]. [letzter Zugriff: 20.02.2026]. URL: <https://www.sozialministerium.gv.at/Themen/Gesundheit/Ern%C3%A4hrung/Ern%C3%A4hrungsstrategien-und-Gremien.html>.
- [48] Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.). Wer hat die Ernährungsstrategie erarbeitet? Auf welchen Vorarbeiten baut sie auf? [Internet]. [letzter Zugriff: 16.02.2026]. URL: <https://www.bmleh.de/SharedDocs/FAQs/DE/faq-ernaehrungsstrategie/FAQList.html>.
- [49] Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.). Handlungsfelder der Ernährungsstrategie. [Internet]. [letzter Zugriff: 16.02.2026]. URL: https://www.bmleh.de/beispiele_mk3_temporaer/themenuebersicht-tabelle.html.
- [50] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungsstrategie Baden-Württemberg. [Internet]. [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL: <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/ernaehrung/ernaehrungsstrategie-bw>.
- [51] Die Senatorin für Umwelt Klima und Wissenschaft (SUKW) (Hrsg.). Ernährungsstrategie für das Land Bremen. Gemeinsam für eine zukunftsfähige Ernährung. [Internet]. [letzter Zugriff: 17.02.2026]. URL: <https://www.biostadt.bremen.de/biostadt/ernaehrungsstrategie-fuer-das-land-bremen-17089>.
- [52] Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.). Abschlussbericht der Evaluation des Nationalen Aktionsplans IN FORM. Bonn; 2019.

- [53] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungsstrategie für Baden-Württemberg.
- [54] Staatsministerium Baden-Württemberg (Hrsg.). Landeszentrum für Ernährung eröffnet. [Internet]. 2019 [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/landeszentrum-fuer-ernaehrung-eroeffnet>.
- [55] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungsstrategie Baden-Württemberg Weiterentwicklung 2022. 2022.
- [56] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Hintergrund Ernährungsstrategie. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://bawue-zu-tisch.de/,Lde/Startseite/Ernaehrungsstrategie>.
- [57] Staatsministerium Baden-Württemberg (Hrsg.). „BaWü zu Tisch“ feiert Jahrestag und Erfolge. [Internet]. 2025 [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/bawue-zu-tisch-feiert-jahrestag-und-erfolge>.
- [58] Staatsministerium Baden-Württemberg (Hrsg.). Neue Dachmarke für Ernährung startet. [Internet]. 2024 [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/neue-dachmarke-fuer-ernaehrung-startet>.
- [59] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Das ganze Land zu Tisch. Gute Ernährung für Baden-Württemberg. [Internet]. [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL: <https://bawue-zu-tisch.de/,Lde/Startseite>.
- [60] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Das ganze Land zu Tisch. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/ernaehrung/das-ganze-land-zu-tisch>.
- [61] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Unserer Ernährungsbotschafter. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://bawue-zu-tisch.de/,Lde/Startseite/Unsere+Ernaehrungsbotschafter>.
- [62] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Partner. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://bawue-zu-tisch.de/,Lde/25253135>.
- [63] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Projekte und Angebote. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://bawue-zu-tisch.de/,Lde/Startseite/Projekte+und+Angebote>.
- [64] Landeszentrum für Ernährung Baden-Württemberg (LErn BW) (Hrsg.). Landesinitiative BEKI - Bewusste Kinderernährung. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL:

- <https://lern-bw.de/,Lde/Startseite/bilden/landesinitiative-bewusste-kinderernaehrung-beki>.
- [65] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Das EU-Schulprogramm. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/ernaehrung/eu-schulprogramm/allgemeine-informationen>.
- [66] Bund Badischer Landjugend e.V. (Hrsg.). Lernen mit Kopf, Herz und Hand - Willkommen bei „Lernort Bauernhof in Baden-Württemberg“. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.lob-bw.de/>.
- [67] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Marken- und Qualitätszeichen. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://vondaheim.de/,Lde/Startseite/Die+Regionalmarke/Marken+und+Qualitaetszeichen>.
- [68] MBW Marketinggesellschaft mbH (Hrsg.). Heute und Morgen für die Zukunft sorgen. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://xn--qlserne-produktion-mtb.de/>.
- [69] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Natürlich. VON DAHEIM. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://vondaheim.de/Startseite>.
- [70] MBW Marketinggesellschaft mbH (Hrsg.). Willkommen im Genießerland. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://www.schmeck-den-sueden.de/>.
- [71] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Lebensmittelretter - neue Helden braucht das Land. [Internet]. [letzter Zugriff: 05.02.2026]. URL: <https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/ernaehrung/lebensmittelretter>.
- [72] Lührmann P, Nowitzki-Grimm S, Niederberger M, Schleicher K. Evaluation des INFORM Projekts „Optimierung der Verpflegung in Kita und Schule“. Schwäbisch Gmünd: Informationsdienst Wissenschaft (idw); 2021.
- [73] Landratsamt Ludwigsburg (Hrsg.). Fachbereich 27 - Landwirtschaft. [Internet]. [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL: <https://www.landkreis-ludwigsburg.de/landratsamt-landkreis/kreisverwaltung/dezernat-ii-umwelt-technik-bauen/fb-27-landwirtschaft/>.
- [74] Ministerium für Ernährung Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) (Hrsg.). Ernährungszentrum Mittlerer Neckar: Schwerpunkte. [Internet]. [letzter Zugriff: 04.02.2026]. URL: <https://ludwigsburg.landwirtschaft-bw.de/MLR.ULBLB,Lde/Startseite/Ernaehrungszentrum+Mittlerer+Neckar/Schwerpunkte>.
- [75] Porst R. Fragebogen. Ein Arbeitsbuch. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS; 2014. 210 S. p.

- [76] Lampert T, Müters S, Stolzenberg H, Kroll LE. Messung des sozioökonomischen Status in der KiGGS-Studie. Bundesgesundheitsblatt - Gesundheitsforschung - Gesundheitsschutz. 2014;57(7):762-70.
- [77] Lampert T, Kroll LE. Die Messung des sozioökonomischen Status in sozialepidemiologischen Studien. In: Richter M, Hurrelmann K, (Hrsg.). Gesundheitliche Ungleichheit: Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften; 2009. S. 309-34.
- [78] Lampert T, Kroll LE, von der Lippe E, Müters S, Stolzenberg H. Sozioökonomischer Status und Gesundheit. Ergebnisse der Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland (DEGS1). Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz. 2013;56(5-6):814-21.
- [79] Helfferich C. Die Qualität qualitativer Daten: Manual für die Durchführung qualitativer Interviews: VS Verlag für Sozialwissenschaften; 2011.
- [80] Mayring P. Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 7. überarbeitete Auflage. Weinheim; Basel: Beltz; 2023. S. 122-5.
- [81] Dresing T, Pehl T. Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende. Marburg: Eigenverlag; 2018.
- [82] Schönefeld D. Arbeiten und Unterscheiden. Zur Praxis des Diversity-Managements. Weinheim Basel: Beltz Verlag; 2017.
- [83] Mayring P, Fenzl T. Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur N, Blasius J, (Hrsg.). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden; 2022. S. 691-706.
- [84] Bayerisches Staatsministerium für Ernährung Landwirtschaft Forsten und Tourismus (StMELF) (Hrsg.). BayERN - gesund, nachhaltig, mit Genuss und regionaler Prägung. Ernährungsstrategie für Bayern. 2026.
- [85] Senatsverwaltung für Justiz und Verbraucherschutz (Hrsg.). BERLIN ISST SO. Unserer Ernährungsstrategie. Aktionsplan.
- [86] Niedersächsisches Ministerium für Ernährung Landwirtschaft und Verbraucherschutz (ML) (Hrsg.). Unser Rezept für die Zukunft! Niedersachsens Ernährungsstrategie. 2021.
- [87] Robert Koch-Institut (RKI) (Hrsg.). Gesundheitliche Lage der Frauen in Deutschland - wichtige Fakten auf einen Blick. 2023.
- [88] Sept A. Ernährung und Gender. In: Kongressdokumentation Armut und Gesundheit 2020. [Internet]. 2020 [letzter Zugriff: 02.03.2026]. URL: https://www.armut-und-gesundheit.de/fileadmin/user_upload/Kongress/Kongress_2020/Online-Doku_2020/097_Sept.pdf.pdf.

- [89] Perkins S, Daley A, Yerxa K, Therrien M. The Effectiveness of the Expanded Food and Nutrition Education Program (EFNEP) on Diet Quality as Measured by the Healthy Eating Index. *Am J Lifestyle Med.* 2020;14(3):316-25.
- [90] Svendsen K, Torheim LE, Fjelberg V, Sorprud A, Narverud I, Retterstøl K, et al. Gender differences in nutrition literacy levels among university students and employees: a descriptive study. *Journal of Nutritional Science (JNS).* 2021;10:e56.
- [91] Koch F, Hoffmann I, Claupein E. Types of Nutrition Knowledge, Their Socio-Demographic Determinants and Their Association With Food Consumption: Results of the NEMONIT Study. *Front Nutr.* 2021;8:630014.
- [92] Kulandaivelu Y, Hamilton J, Banerjee A, Gruzd A, Patel B, Stinson J. Social Media Interventions for Nutrition Education Among Adolescents: Scoping Review. *JMIR Pediatr Parent.* 2023;6:e36132.
- [93] Leismann K, Godemann J. Food-related information-seeking behaviour in social media. Representative online survey on usage and perceived value. *Ernährungs Umschau 2025.* 2024;72(2):18-29.
- [94] Sari DN, Hilmanto D, Sunjaya DK, Sari P. Community-based interventions to improve adolescent nutrition: a scoping review. *BMC Public Health.* 2025;25(1):4394.
- [95] Denkhaus P, Ludewig E, Petzold A, Johannsen U. „Hip-Hop & Food“. A participatory approach to informal nutrition education in the youth center setting as part of the INFORM project Klima-Food. *Ernährungs Umschau 2023.* 2023;70(6):76-9.
- [96] Ashton LM, Morgan PJ, Hutchesson MJ, Rollo ME, Collins CE. Young Men's Preferences for Design and Delivery of Physical Activity and Nutrition Interventions: A Mixed-Methods Study. *American Journal of Men's Health.* 2017;11(5):1588-99.
- [97] Meshkovska B, Gebremariam MK, Atukunda P, Iversen PO, Wandel M, Lien N. Barriers and facilitators to implementation of nutrition-related actions in school settings in low- and middle-income countries (LMICs): a qualitative systematic review using the Consolidated Framework for Implementation Research (CFIR). *Implement Sci Commun.* 2023;4(1):73.
- [98] Xu YY, Sawadogo-Lewis T, King SE, Mitchell A, Robertson T. Integrating nutrition into the education sector in low- and middle-income countries: A framework for a win-win collaboration. *Maternal & Child Nutrition.* 2021;17(3):e13156.
- [99] Silva P, Araújo R, Lopes F, Ray S. Nutrition and Food Literacy: Framing the Challenges to Health Communication. *Nutrients.* 2023;15(22).

8 Danksagung

Zuallererst möchte ich mich recht herzlich beim gesamten Team des Studiengangs Diätetik bedanken. Durch die lehrreichen und vielfältigen Erfahrungen im Rahmen des Studiums konnte ich mein in der Ausbildung zur Diätassistentin erworbenes Wissen nicht nur vertiefen und erweitern, sondern auch auf ein wissenschaftliches Niveau weiterentwickeln. Somit hat das Studium einen entscheidenden Beitrag zu meiner fachlichen und persönlichen Entwicklung beigetragen. Ein besonderer und herzlicher Dank gilt der Projektleitung, Frau Prof. Dr. Anna Flögel, die mich während der Durchführung dieser Studie jederzeit kompetent begleitet und großartig unterstützt hat. Ihre fachliche Expertise sowie ihre konstruktiven Anregungen haben maßgeblich zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen. Ebenso möchte ich meiner Projektbetreuerin, der Leitung des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar, Frau Dipl. oec. troph. Ludmilla Scheel, meinen aufrichtigen Dank aussprechen. Sie hat mir nicht nur das Praktikum im Ernährungszentrum ermöglicht und damit die Durchführung dieser Studie erst realisierbar gemacht, sondern mich während des gesamten Prozesses ebenfalls wundervoll unterstützt und begleitet. Ein weiteres herzliches Dankeschön gilt den Mitarbeitenden des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar. Ich danke ihnen sowohl für die Teilnahme an den Interviews als auch für die wertvolle, lehrreiche und unvergessliche Zeit während meines Praktikums. Ebenso bedanke ich mich bei allen Studienteilnehmenden, die sich im Anschluss an die Workshops und Vorträge die Zeit genommen haben, den Fragebogen sorgfältig und ausführlich auszufüllen. Ohne ihre Mitwirkung wäre die Durchführung dieser Studie nicht möglich gewesen. Abschließend möchte ich mich von Herzen bei meiner Familie und meinen Freunden bedanken, die mich sowohl während des gesamten Studiums als auch in der intensiven Phase des Schreibens dieser Bachelorarbeit stets unterstützt, motiviert und begleitet haben.

9 Anhang

9.1 Ergänzungen zum wissenschaftlichen Hintergrund

9.1.1 Ergänzungen zur bundesweiten Ernährungsstrategie

In den folgenden Tabellen wird eine Auswahl der insgesamt 90 Maßnahmen in den elf verschiedenen Handlungsfeldern der bundesweiten Ernährungsstrategie dargestellt.

Tabelle 10: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland [17, 49].

Handlungsfeld	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen
Außer-Haus-Verpflegung	DGE-Qualitätsstandards	DGE-Qualitätsstandard für die Gemeinschaftsverpflegung, Schulen und Kitas verbindlich machen und regelmäßig aktualisieren
	Reduzierung der Lebensmittelverschwendung in der Außer-Haus-Verpflegung	Unternehmen sind zur regelmäßigen Messung der Lebensmittelabfälle und zur Entwicklung sowie Umsetzung passgenauer Maßnahmen zur Lebensmittelreduzierung verpflichtet
	Förderung der Vernetzungsstellen	Vernetzungsstellen der Länder für Kita- und Schulverpflegung sowie für Seniorenernährung unterstützen und begleiten, Projektgebunden auch finanzielle Förderung
Konsumlandschaften	Einschränkung der an Kinder gerichteten Lebensmittelwerbung	Einschränkung der an Kinder gerichteten Werbung für Lebensmittel mit hohem Zucker-, Fett- oder Salzgehalt
	Lebensmittelkennzeichnung	Weiterentwicklung und Kontrolle des Nutri-Scores, Bekanntheitsgrad von Regionalkennzeichnung erhöhen
	Pflanzliche Alternativen zu tierischen Lebensmitteln	Proteinstrategie für Deutschland für eine nachhaltige Ausgestaltung der Proteinversorgung in Deutschland

Tabelle 11: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 1) [17, 49].

Handlungsfeld	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen
Soziale Aspekte der Ernährung	Verbesserung der Wissensbasis in Bezug auf Ernährungsarmut	Entwicklung eines Forschungskonzepts, um die Zusammenhänge zwischen Einkommen, Ernährungskompetenz, -gewohnheiten und -zustand besser zu erfassen und Ansätze für ein Monitoring abzuleiten
	Förderung von Pilotprojekten	Gezielte Projektförderung, um Ansätze und Vorschläge zur Bekämpfung von Ernährungsarmut zu erproben
	Innovative Ansätze im Bereich soziodiverse Ernährungsbildung	Projekt der Tafelakademie e.V.: Tafelkund*innen für eine gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung sensibilisieren
Querbezüge zur nachhaltigen Lebensmittelerzeugung und -versorgung	Förderung nachhaltiger Wertschöpfungsketten	Ausbau von regionalen und Bio-Wertschöpfungsketten, Bio-Verarbeitung und Handel stärken, Förderung von Vorhaben zum Umwelt- und Klimaschutz in Erzeugung und Verarbeitung
	Förderung des Anbaus	Förderung von Anbau, Verarbeitung und Verwertung pflanzlicher Lebensmittel (z.B. Leguminosen), Weiterentwicklung der Eiweißpflanzenstrategie
	Reduzierung der Lebensmittelverschwendung	Messung von Lebensmittelabfällen und -verlusten unter Vorgaben der EU, Unterstützung der Einführung verbindlicher Reduktionsziele für Lebensmittelabfälle (EU) für alle Sektoren der Lebensmittelversorgungskette

Tabelle 12: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 2) [17, 49].

Handlungsfeld	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen
Ernährungsempfehlungen	Erarbeitung von Ernährungsempfehlungen	Veröffentlichung der überarbeiteten lebensmittelbezogenen Ernährungsempfehlungen der DGE (2024), Erarbeitung evidenzbasierter lebensmittelbezogener Ernährungsempfehlungen für Säuglinge, Kinder und Jugendliche
	Implementierung in Leitlinien und Handlungsempfehlungen	Erarbeitung evidenzbasierter Leitlinien für medizinische und Pflege-Fachkräfte
	Verbesserung der Jodversorgung	Sensibilisierung der Lebensmittelwirtschaft zur Verwendung von Jodsalz bei der Lebensmittelverarbeitung
Ernährungskommunikation und - information	Digitale Ernährungskommunikation	Entwicklung und Umsetzung einer Social-Media-Strategie, um bestimmten Zielgruppen den Zugang zu erleichtern
	Weiterentwicklung der Ernährungskommunikation bei IN FORM	Digitalisierung als Instrument der Wissensvermittlung, der Netzworkebildung und der Gestaltung von Projekten und Strukturen, um insbesondere jüngere Altersgruppen zu erreichen
	Weiterentwicklung von „Zu gut für die Tonne!“	Bis 2030 soll die Lebensmittelverschwendung in privaten Haushalten in Deutschland halbiert werden

Tabelle 13: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 3) [17, 49].

Handlungsfeld	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen
Ernährungsbildung	Qualitätsgeprüfte Informationen und Materialien für die Ernährungsbildung	Einsatz für qualitätsgeprüfte barrierefreie und klar erkennbare Informationen und Materialien für Lehrkräfte, Erzieher*innen, Kindertagespflegepersonen und Akteur*innen der Kinder- und Jugendhilfe
	Förderung der Ernährungskompetenz des pädagogischen Personals	Bereitstellung von Informationsangeboten für pädagogische Fachkräfte für die Weiterbildung im Bereich Ernährung
	Förderung „Lernort Bauernhof“	Unterstützung durch Bundesmittel für die Durchführung von bundeszentralen Informationsveranstaltungen zum Thema „Lernen auf dem Bauernhof“
Prävention	Verankerung von Ernährung und Prävention ernährungsassoziierter Erkrankungen in der Aus-, Fort- und Weiterbildung im Gesundheitssektor	Systematische Verbesserung der Qualifikation zur Prävention und Behandlung ernährungsassoziierter Erkrankungen und Analyse des Status quo
	Individuelle Ernährungsberatung leichter zugänglich machen	Gesetzliche Verankerung der individuellen Ernährungsberatung im SGB V im Rahmen der Vorsorgeleistungen sowie Anpassung der Kinder-Richtlinie, um die Ernährungsberatung im Rahmen der Untersuchungen zur Früherkennung von Krankheiten bei Kindern zu etablieren
	Verpflichtendes Screening auf Mangelernährung in Krankenhäusern; Erhöhung der Transparenz über Mangelernährung in Pflegeeinrichtungen	Screenings sind verpflichtend durchzuführen bei allen Bewohner*innen zu Beginn des pflegerischen Auftrags, bei akuten Veränderungen und in individuell festzulegenden Abständen

Tabelle 14: Maßnahmen bundesweit³ Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 4) [17, 49].

Handlungsfeld	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen
Ernährung und Bewegung gemeinsam denken	Weiterentwicklung von IN FORM	Ansätze, die Ernährung und Bewegung zusammen denken, sollen noch stärker in den Blick genommen werden
	Runder Tisch „Bewegung und Gesundheit“	Plattform für den Austausch von Erfahrungen und bewährten Praktiken sowie zukünftigen Aktivitäten im Bereich Bewegung und Bewegungsförderung mit Schwerpunkten auf verschiedene Lebensphasen
	Restart Programm zur Förderung des Vereinssports	Förderung mit rund 25 Millionen Euro bis Ende 2023 zur Unterstützung der Vereinsentwicklung
Effiziente Strukturen und Prozesse	Vernetzung Bund – Länder - Kommunen	Zweimal jährlich stattfindende Sitzung der Ernährungsreferent*innen von Bund und Ländern, um u.a. regelmäßig über die Umsetzung der Ernährungsstrategie zu berichten
	Vernetzung der Akteure, Einrichtung „Deutscher Ernährungstag“	Jährlich stattfindender „Deutscher Ernährungstag“ wird zur besseren Vernetzung aller Beteiligten eingeführt
	Regelmäßige Einbindung von Bürger*innen zur Umsetzung der Ernährungsstrategie	Durchführung wiederkehrende Befragungen der Bürger*innen zur Wahrnehmung und Wirkung der Maßnahmen in der Bevölkerung

Tabelle 15: Maßnahmen bundesweite Ernährungsstrategie Deutschland (Fortsetzung 5) [17, 49].

Handlungsfeld	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen
Kontinuierliche Forschung	Aufbau einer nationalen Dateninfrastruktur für die Ernährungsforschung	Für Wirkungsindikatoren zur Ernährungsstrategie sollen die bestehenden Datengrundlagen gesichtet, handlungsfeldbezogene Output-, Outcome- und Impact-Indikatoren identifiziert und abgestimmt werden
	Studien zur Wirksamkeit von Ernährungskommunikation am Beispiel der lebensmittelbezogenen Ernährungsempfehlungen	Förderung der Forschung im Bereich Entwicklung und Evaluierung von Visualisierungen der lebensmittelbezogenen Ernährungsempfehlungen
	Reduzierung der Lebensmittelverschwendung	Forschung zur Weiterentwicklung der „Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung“

9.1.2 Ergänzungen zur Ernährungsstrategie einzelner Bundesländer

Die folgende Tabelle vergleicht die Ernährungsstrategien der deutschen Bundesländer hinsichtlich ihrer Ziele, Leitsätze, Handlungsfelder und Maßnahmen und ergänzt diese durch eine kurze Beschreibung sowie exemplarische Projekte. Pro Handlungsfeld werden bis zu drei Maßnahmen dargestellt, sofern nicht weniger Maßnahmen vorhanden sind.

Tabelle 16: Vergleich der Ernährungsstrategien der deutschen Bundesländer.

Bundesland	Ziel	Leitsätze	Handlungsfelder	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen / Beispielprojekte
Baden-Württemberg [55]	Die Ernährungssituation der Menschen in Baden-Württemberg durch eine genussvolle, ausgewogene und nachhaltige Ernährung verbessern.	1. Ernährungswissen für alle weitergeben	<i>Handlungsfelder sind in der Ernährungsstrategie von Baden-Württemberg nicht definiert.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • BEKI-Zertifizierung • Lehrkräftequalifizierung • EU-Schulprogramm inklusive pädagogischer Begleitmaßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • „Schulgarten und Schulumfeld - Gärtnern macht Schule“ • Ernährungsführerschein • Jährlich über 200 Fortbildungen für pädagogische Fachkräfte
		2. Konsum nachhaltiger gestalten		<ul style="list-style-type: none"> • Verbraucher*innen sollen für eine klimabewusste Ernährung gewonnen werden • Ehrenamt stärken • Werbeumgebung nachhaltiger gestalten 	<ul style="list-style-type: none"> • Schülermentorenprogramm „Nachhaltig essen“ • Bildungsangebot „Ein bisschen nachhaltig kann jeder“ • „EAT-PROTEIN“
		3. Regional erzeugte Lebensmittel unterstützen		<ul style="list-style-type: none"> • 14 Biomusterregionen / Regionalmanagement • Weiterentwicklung der Qualitätsprogramme (z.B. Bio-Siegel) • Aktionsplan „Bio aus Baden-Württemberg“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Lernort Bauernhof (LoB) • Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ • „Regionale Speisekarte - Genuss außer Haus“
		4. Lebensmittelverschwendung reduzieren		<ul style="list-style-type: none"> • Bildungsschwerpunkt „Vermeidung von Lebensmittelverschwendung“ • Messwoche Außer-Haus-Verpflegung • Rechtliche Rahmenbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Bildungsangebote „Gutes Essen ohne Reste“, „Lebensmittel sind so wertvoll“ • Aktionswoche „Lebensmittelretter - neue Helden braucht das Land“ • Modellprojekte Gemeinschaftsverpflegung

Bundesland	Ziel	Leitsätze	Handlungsfelder	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen / Beispielprojekte
		5. Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern		<ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung des Präventionsgesetzes auf Bundesebene • Stärkere Bezüge zwischen Gesundheit, Umwelt/Klima und Ernährung herstellen • Zusammenarbeit mit den Kommunalen Gesundheitskonferenzen 	<ul style="list-style-type: none"> • „Gutes Schulessen mit kommunalem Konzept - nachhaltig und biozertifiziert“ • „Genussvoll durch den Berufsalltag - so gelingt es auch ohne Kantine“ • Urban Gardening und Stadtäcker als Beitrag zur Bewegungsförderung
		6. Regional und Bio in Landeskantinen anbieten		<ul style="list-style-type: none"> • Verwaltungsvorschrift Kantine (VwV Kantine) • Betriebliches Gesundheitsmanagement der Landesverwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • 40% bio-regional und 75% regional in Landeskantinen bis 2030 • Wasserspender und Gesundheitstage
		7. Gutes Essen außer Haus voranbringen		<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtkonzeption für Business und Care • Qualitätsoffensive Schulverpflegung • Lebensweltübergreifende Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Tag der Kitaverpflegung und Tag der Schulverpflegung • Modellprojekte zur Verpflegung in Senioreneinrichtungen und Mobile Menüdienste
		8. Ernährungsarmut begegnen		<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Werbeumgebung mit Werbeeinschränkungen • Kennzeichnung Nutri-Score • Berücksichtigung einer ausgewogenen Ernährung bei der Kindergrundsicherung 	<ul style="list-style-type: none"> • „Fit im Alltag“ • „Starke Kinder - chancenreich“ • Positionspapier der Länderarbeitsgemeinschaft Verbraucherschutz „Ernährung und gesundheitliche Chancengleichheit“
		9. Vielfältiges Angebot an Lebensmitteln nutzen		<ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung des Konzepts Naturparkkochschule • Lebensweltenübergreifende Förderung des Einsatzes von frischen Lebensmitteln in der Gemeinschaftsverpflegung • Fort- und Weiterbildungsmodul „Klimafreundliche Frischeküche in Kantinen“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Lernort Bauernhof (LoB) • Naturparkkochschule Südschwarzwald • BEKI - Bewusste Kinderernährung (Landesinitiative)

Bundesland	Ziel	Leitsätze	Handlungsfelder	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen / Beispielprojekte
Bayern [84]	Der bayerischen Bevölkerung eine gesunde und nachhaltige Ernährung mit Genuss und regionaler Prägung ermöglichen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einen gesunden Lebensstil für die bayerische Bevölkerung fördern 2. Eine klimaverträgliche Ernährung unterstützen 3. Lebensmittelverschwendung auf allen Ebenen vermeiden 4. Regionale und bioregionale Wertschöpfungsketten stärken 5. Ernährungssysteme resilient und zukunftsfähig gestalten 6. Bayern genießen - Spezialitäten, Qualität und Handwerkskunst begleiten 	Ernährungsbildung und -information	<ul style="list-style-type: none"> • Bildungsangebote für Setting „Kinderkrippe“ • Ausbildungsmodul für pädagogisches Personal in Kitas • Digitale Formate (Podcasts/Instagram) für die Ernährungsbildung 	<ul style="list-style-type: none"> • „Komm, wir gehen auf den Bauernhof“ • „Lebensmittelretter-Führerschein“ • Lern-Kiste „Ernährung in Zeiten des Klimawandels“
			Gemeinschaftsverpflegung	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung des Online-Tools „Unser Schulessen“ • Angebote für den Bereich Klinikverpflegung • E-Learning-Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Bayerische Leitlinien für Kitaverpflegung, Schulverpflegung, Betriebsgastronomie und Seniorenverpflegung • Online-Plattform „RegioVerpflegung“
			Ernährungswirtschaft und Produktion	<ul style="list-style-type: none"> • Optimierung der Förderkonditionen im Landesprogramm „Maßnahmen zur Förderung der Verarbeitung und Vermarktung“ • Kontinuierliche Integration der von der EU anerkannten Qualitätssysteme in bestehende Förderprogramme • Zielgruppenspezifische Absatzförder- und Kommunikationsmaßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • „Marktstrukturförderung“ (MSF) • „Verarbeitung und Vermarktung regionaler Erzeugnisse“ (VuVregio) • Verschiedene Siegel wie z.B. „WeltGenussErbeBayern“, „Geprüfte Qualität - Bayern“, „Bayerisches Bio-Siegel“ • Dachmarke „GenussBayern“
			Forschungs- und Wissensmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Jährlich erscheinender BayERN-Report • Strukturanalyse für die Gemeinschaftsverpflegung • Studie zum Ernährungsstatus von Kindern und Jugendlichen im Alter von 3-17 Jahren in Bayern 	<ul style="list-style-type: none"> • Bayerische Verzehrstudie III • „Update: Milch“ - Auswirkungen des Konsums von Milch und Milchprodukten auf das Entstehen von Erkrankungen • „ReBIOdiscover“ - Wiederentdeckung alter Getreidesorten
			Förderung	<ul style="list-style-type: none"> • Projektförderung der Verbraucherverbände • Projektförderung Landfrauen machen Schule • EU-Schulprogramm: Ausbau flankierender Maßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Landfrauen machen Schule • EU-Schulprogramm

Bundesland	Ziel	Leitsätze	Handlungsfelder	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen / Beispielprojekte
Berlin [85]	Berliner Ernährungspolitik soll hin zu mehr Regionalität, Nachhaltigkeit, Fairness und mit einem stärkeren Fokus auf gesundheitsfördernde Kost für alle, unabhängig vom Beutel entwickelt werden.	<i>Es sind in der Berliner Ernährungsstrategie keine Leitsätze formuliert.</i>	Gemeinschaftsverpflegung als Vorbild	<ul style="list-style-type: none"> „Kantine Zukunft Berlin“ nach dem Vorbild des Kopenhagener „House of Food“ Zertifizierung von Bio-Lebensmitteln in der Außer-Haus-Verpflegung Schul- und Kitaverpflegung attraktiver gestalten 	<ul style="list-style-type: none"> Beratungsangebote, Workshops und Seminare für die unterschiedlichen Erfordernisse von Gemeinschaftsverpflegung Einsatz, dass Bio-Zertifizierung bundesweit eingeführt wird
			Wertschöpfung in der Region fördern	<ul style="list-style-type: none"> Vernetzung und Förderung regionaler Wertschöpfungspartnerschaften Stärkung der Zusammenarbeit der Länder Berlin und Brandenburg im Bereich der Ernährungswirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> Förderung bestehender Projekte Entwicklung von Projekten gemeinsam mit Brandenburg
			Innovationen für ein zukunftsfähiges Ernährungssystem fördern	<ul style="list-style-type: none"> Gründer- und Kompetenzzentrum für nachhaltige Ernährungswirtschaft fördern Berliner Großmarkt - Kompetenzzentrum für regionale Lebensmittelwirtschaft Vielfalt der Ernährungswirtschaft auf der Internationalen Grünen Woche 	<ul style="list-style-type: none"> „Gläserne Manufakturen“ Beratungsangebote für Unternehmen im Stadium der Gründung „Zukunftsdiallog Berliner Großmarkt“ Internationale Grüne Woche in Berlin
			Lebendige und produktive Kieze	<ul style="list-style-type: none"> „LebensMittelPunkte“ unterstützen Gesamtkonzept für Gemeinschaftsgärten 	<ul style="list-style-type: none"> „LebensMittelPunkte“ „Produktives Stadtgrün“
			Ernährungsbildung	<ul style="list-style-type: none"> Ernährungsbildung in Kita und Schulen stärken 	<ul style="list-style-type: none"> Aufbau, Erhaltung und Weiterentwicklung für die Ernährungsbildung relevanten schulischen und außerschulischen Lernorte Fortbildungen für Lehrkräfte
			Lebensmittelverschwendung vermeiden - Lebensmittelabfälle reduzieren	<ul style="list-style-type: none"> Berlin wird Modellstadt für „Zero Waste“ - Abfallpolitik Abfallvermeidungskonzepte für Lebensmittel entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> Berliner Abfallstrategie Abfallwirtschaftskonzept Entwicklung eines Abfallvermeidungskonzept

Bundesland	Ziel	Leitsätze	Handlungsfelder	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen / Beispielprojekte
			Öffentliche Verwaltung mit Vorbildfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Berlin als Bio-Stadt „Nachhaltige Behörden“ Berliner Stadtgüter - Nachhaltige Landwirtschaft in der Praxis 	<ul style="list-style-type: none"> Mitgliedschaft im Netzwerk der deutschen Bio-Städte Leitbild „nachhaltige Behörde“ Weiterentwicklung der Kantine
			Mehr Transparenz für die Verbraucherinnen und Verbraucher	<ul style="list-style-type: none"> „Transparenzbarometer“ Nährwertkennzeichnung Verbindliche Reduktionsstrategie für Zucker, Salz, Fett 	<ul style="list-style-type: none"> Bundesweite Einführung einer Hygiene-Ampel beziehungsweise eines Hygiene-Barometers für Lebensmittelbetriebe „Gastronomische Ampel“
Hessen [21]	Schaffen der notwendigen Rahmenbedingungen, damit Bürger*innen aufgeklärte Entscheidungen treffen können, die einer nachhaltigen Ernährung gerecht werden.	<i>Es sind in der hessischen Ernährungsstrategie keine Leitsätze formuliert.</i>	Gesunde und nachhaltige Angebote in der Gemeinschafts- und Schulverpflegung	<ul style="list-style-type: none"> Landesprogramm „100 Klima-Kantinen!“ Förderprogramm für eine verbesserte bio-regionale Schulverpflegung Handlungsleitfaden zur Förderung biologischer, saisonaler oder regional erzeugter Lebensmittel in Kantinen öffentlicher und privater Einrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> „Klimafreundliche Großküchen“ EU-Schulprogramm Milch „Ökomodellregionen“
			Erzeugung, Angebote und Vermarktung nachhaltiger, ökologischer und regionaler Lebensmittel stärken	<ul style="list-style-type: none"> Fortschreibung des Ökoaktionsplans Richtlinien des Landes zur Förderung von Innovation und Zusammenarbeit in der Landwirtschaft und in ländlichen Gebieten Förderung des Wildfleischverzehr durch Verbraucher*inneninformation 	<ul style="list-style-type: none"> Ökologische Anbaufläche von 15% auf 25% bis 2050 erhöhen Initiieren und unterstützen von ausgewählten Projekten und Vorhaben, die zu einer Stärkung des Absatzes ökologischer und regionaler Lebensmittel führen
			Die Ernährungsbildung verbessern	<ul style="list-style-type: none"> Bauernhof als Klassenzimmer DGE-Sektion Hessen-Schulprojekt „Calciumhaltiges Schulfrühstück“ Schulprojekt „Klimabewusst essen in Schulen“ 	<ul style="list-style-type: none"> Ernährungsführerschein Werkstatt Ernährung Netzwerk Schulgärten in Hessen Schuljahr der Nachhaltigkeit „Ernährung fair und klimafreundlich“

Bundesland	Ziel	Leitsätze	Handlungsfelder	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen / Beispielprojekte
			Zivilgesellschaftliches Engagement stärken	<ul style="list-style-type: none"> Förderung und Anschubfinanzierung für Einzelprojekte oder die Gründung von Ernährungsräten Seminare und Workshops zur Gründung von Ernährungsräten Ideenwettbewerb und Förderung von Einzelprojekten 	<ul style="list-style-type: none"> „Essbare Stadt“ „Slow Mobil Frankfurt“ „GemüseAckerdemie“ „Ackerhelden machen Schule“ „Solidarische Landwirtschaft“ (SoLaWi)
			Lebensmittelverschwendung wirksam reduzieren	<ul style="list-style-type: none"> Schwerpunkt „Ernährung“ im landeseigenen Informationsportal Verbraucherfenster „Lebensmittelverschwendung“ als Thema der Nachhaltigkeitsstrategie Beteiligung an bundesweiten Projekten und Arbeitsgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> „Essen in Hessen“ Zahlreiche Veranstaltungen und andere Aktivitäten, um breite Wirksamkeit und Aufklärung zu erzielen
Niedersachsen [86]	Stärkung einer gesundheitsfördernden und nachhaltigeren Ernährung in Niedersachsen - vom Acker bis auf den Teller.	<i>Es sind in der Ernährungsstrategie Niedersachsens keine Leitsätze formuliert.</i>	Gemeinschaftsverpflegung	<ul style="list-style-type: none"> Einführung einer beitragsfreien Kita- und Schulverpflegung in Niedersachsen schrittweise vorantreiben Einhaltung der DGE-Qualitätsstandards regelmäßig überprüfen Vorbildhafte Good-Practice-Beispiele öffentlich darstellen 	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützungsleistungen bei der Umsetzung von nachhaltigeren Verpflegungsangeboten Teilnahme an Bundesinvestitionsprogramm "Top Mensa"
			Ernährungsbildung	<ul style="list-style-type: none"> Ernährungsbildungsangebote erfassen, Bekanntheitsgrad steigern Modellprojekte durchführen, die die Gesundheitsförderung an Schulen strukturell stärken Vulnerable Personengruppen zielgruppengerecht adressieren 	<ul style="list-style-type: none"> Niederschwellige Konzepte und Angebote in mehreren Sprachen und in leichter Sprache anbieten Ernährungsbildungsangebote auch in Bezug auf die nachhaltige Entwicklung der Ernährung und Lebensmittelverschwendung

Bundesland	Ziel	Leitsätze	Handlungsfelder	Maßnahmen	Beschreibung der Maßnahmen / Beispielprojekte
			Regionalität und Saisonalität	<ul style="list-style-type: none"> • Transparente Lebensmittelkennzeichnung ausweiten • Ausbau des ökologischen Landbaus in Niedersachsen • Urban Gardening und Urban Farming finden verstärkt Anwendung 	<ul style="list-style-type: none"> • Städtische Gemeinschaftsgärten als Lern- und Mitmachorte • Ökologischen Landbau auf 15% bis 2030 (10% bis 2025) ausbauen • Unterstützung der Einrichtung einer Bio-Stadt in Niedersachsen als Modellstadt
			Lebensmittelverschwendung	<ul style="list-style-type: none"> • Ausmaß und Gründe von Lebensmittelabfällen erfassen • Aktive Mitarbeit an und Umsetzung der Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung • Innovationen entlang der Wertschöpfungskette fördern 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Datengrundlage zur Lebensmittelverschwendung • Aktive Beteiligung von Akteur*innen aus Niedersachsen an den Dialogforen der Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung
			Lebensmittelwertschätzung	<ul style="list-style-type: none"> • Transformation der landwirtschaftlichen Erzeugung unter Tierwohlkriterien • Nutzung des Nutri-Scores ausweiten • Entwicklung eines umfassenden Klima-Labels 	<ul style="list-style-type: none"> • Einsatz für die Einführung eines staatlichen Tierwohl-Labels für alle Tierarten • Unterstützung von lebensmittelverarbeitenden Betrieben, ihre Produktion nachhaltiger auszurichten

9.2 Ergänzungen zur Methodik

9.2.1 Ergänzungen zum EBIN-Fragebogen

Im folgenden Abschnitt wird der selbsterstellte, nicht validierte EBIN-Fragebogen dargestellt.

EBIN-Fragebogen

Evaluierung der Ernährungsbildung und -information im Ernährungszentrum Mittlerer Neckar nach den Leitsätzen der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg.

Einleitung:

Guten Tag,

vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, diesen Feedback-Fragebogen auszufüllen. Die Beantwortung der Fragen beansprucht nicht viel Zeit und dient der Qualitätssicherung des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar. Die Ergebnisse werden im Rahmen der Bachelorarbeit von Nele Sontheimer im Studiengang Diätetik an der Hochschule Neubrandenburg ausgewertet. Die Befragung erfolgt anonym und es werden keine personen-identifizierenden Daten von Ihnen gespeichert.

1. Feedback zum Workshop/Vortrag:

1.1 An welchem Angebot des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar haben Sie heute teilgenommen?

Kursname: _____

1.2 Hat der Kurs...

- ...vor Ort stattgefunden?
- ...online stattgefunden?

1.3 Haben Sie heute das erste Mal an einer Veranstaltung des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar teilgenommen?

- ja
- nein:

Wie viele Angebote des Ernährungszentrums haben Sie in der Vergangenheit bereits besucht? _____

1.4 Auf einer Skala von 0 bis 10, wie gut hat Ihnen der Workshop / Vortrag gefallen?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
überhaupt nicht gut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sehr gut

1.5 Wie verständlich waren die vermittelten Inhalte für Sie?

Bitte kreuzen Sie die Anzahl der Sterne an:

1 Stern = überhaupt nicht verständlich

5 Sterne = voll verständlich



1.6 Wie hilfreich waren die Inhalte für Ihren Alltag?

nicht hilfreich

weniger
hilfreich

neutral

Hilfreich

sehr hilfreich

weiß nicht

1.7 Wurden Ihre Erwartungen an den Workshop / Vortrag erfüllt?

 ja teilweise nein

1.8 Welche Themen fanden Sie besonders interessant und relevant?

1.8.1 Welche Themen hätten Sie sich zusätzlich gewünscht?

keine zusätzlichen Themen

folgende zusätzliche Themen:

(zusätzlich erwünschte Themen bitte notieren)

1.9 Wie bewerten Sie die Fachkompetenz des*der Referent*in auf einer Skala von 0 bis 10?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
überhaupt nicht kompetent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sehr kompetent

1.10 Wie ansprechend war der Medieneinsatz und die Methodik des*der Referent*in zur Vermittlung der Inhalte?

nicht ansprechend
 weniger ansprechend
 neutral
 ansprechend
 sehr ansprechend
 Weiß nicht

1.11 Würden Sie den Workshop / Vortrag weiterempfehlen?

ja
 nein
 weiß nicht

Begründung:

1.12 Wie sehr stimmen Sie der Thematisierung folgender Aspekte im Workshop / Vortrag zu?

Bitte kreuzen Sie entsprechend auf der Skala von 0 bis 5 an:

5 = trifft voll und ganz zu

4 = trifft eher zu

3 = teils-teils

2 = trifft eher nicht zu

1 = trifft gar nicht zu

0 = Weiß nicht

<i>Das Ernährungszentrum thematisierte im Workshop/Vortrag:</i>	5 <i>(trifft voll und ganz zu)</i>	4 <i>(trifft eher zu)</i>	3 <i>(teils/teils)</i>	2 <i>(trifft eher nicht zu)</i>	1 <i>(trifft gar nicht zu)</i>	0 <i>(weiß nicht)</i>
Ernährungswissen für alle weitergeben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den Konsum nachhaltiger gestalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regional erzeugte Lebensmittel unterstützen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>Das Ernährungszentrum thematisierte im Workshop/Vortrag:</i>	5 <i>(trifft voll und ganz zu)</i>	4 <i>(trifft eher zu)</i>	3 <i>(teils/teils)</i>	2 <i>(trifft eher nicht zu)</i>	1 <i>(trifft gar nicht zu)</i>	0 <i>(weiß nicht)</i>
Lebensmittelverschwendung reduzieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gutes Essen Außer Haus voranbringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ernährungsarmut begegnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vielfältiges Angebot an Lebensmitteln nutzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.13 Für welchen Aspekt hätten Sie sich in Bezug auf das spezifische Thema Ihres Ernährungsworkshops/-vortrags mehr Informationen gewünscht?
(*Mehrfachantworten möglich*)

- Ernährungswissen
- Nachhaltiger Konsum
- Regional erzeugte Lebensmittel
- Reduktion der Lebensmittelverschwendung
- Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern
- Gutes Essen Außer Haus
- Ernährungsarmut bekämpfen
- Nutzung des vielfältigen Angebots an Lebensmitteln
- keines der oben genannten Themen: Das spezifische Workshop-Thema wurde vollumfänglich abgedeckt
- weiß nicht

1.14 Für welchen Bereich wünschen Sie sich in Zukunft mehr Veranstaltungen des Ernährungszentrums? (*Mehrfachantworten möglich*)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ernährungswissen | <input type="checkbox"/> Gutes Essen Außer Haus |
| <input type="checkbox"/> Nachhaltiger Konsum | <input type="checkbox"/> Ernährungsarmut bekämpfen |
| <input type="checkbox"/> Regional erzeugte Lebensmittel | <input type="checkbox"/> Nutzung des vielfältigen Angebots an Lebensmitteln |
| <input type="checkbox"/> Reduktion der Lebensmittelverschwendung | |
| <input type="checkbox"/> Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern | |
| <input type="checkbox"/> keines der oben genannten Themen | <input type="checkbox"/> weiß nicht |

2 Feedback zum Ernährungszentrum Mittlerer Neckar:

2.1 Wie empfanden Sie die Organisation des Workshops / Vortrags durch das Ernährungszentrum?

	stimme voll zu	stimme eher zu	neutral	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu	weiß nicht
Der Workshop / Vortrag war gut organisiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der zeitliche Ablauf war stimmig und gut geplant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Kommunikation vor der Veranstaltung war klar und hilfreich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Räumlichkeiten bzw. das Online-Format waren passend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fragen und Anliegen wurden freundlich und kompetent behandelt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.2 Über welchen Informationskanal sind Sie auf das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar aufmerksam geworden?

- Flyer
- Newsticker des Ernährungszentrums
- E-Mail-Verteiler
- Website des Ernährungszentrums
- Instagram-Seite des Landratsamtes Ludwigsburg
- Aktionen in und um Ludwigsburg wie z.B. auf dem Spätlingsmarkt, ...
- Empfehlung über Familie / Freunde / Bekannte etc.
- Pressemitteilung

Sonstige: _____

2.3 Werden Sie auch in Zukunft an Aktionen und Angeboten des Ernährungszentrums teilnehmen?

ja

nein

vielleicht

Grund: _____

2.4 Wie kann Ihrer Meinung nach das Ernährungszentrum noch mehr Interessierte für Workshops und andere Aktionen gewinnen?

3 Angaben zur Person:

3.1 Mit welchem Geschlecht identifizieren Sie sich?

- männlich weiblich divers

3.2 Wie alt sind Sie?

_____ Jahre

3.3 Aus welchem Landkreis kommen Sie?

Landkreis: _____

3.4 Haben Sie oder Ihre Eltern eine ausländische Staatsangehörigkeit?

- nein
 ja

 keine Angabe

3.5 Welches ist Ihr höchster Schulabschluss?

- kein Schulabschluss
 Haupt-/Realschule
 Fachabitur/Abitur
 Bachelor
 Master/Staatsexamen/Diplom/Magister
 Promotion

 keine Angabe

3.6 Wie viele Erwachsene (≥ 18 Jahre) leben in Ihrem Haushalt?

3.7 Wie viele Kinder (< 18 Jahre) leben in Ihrem Haushalt?

3.8 Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen ungefähr?

- $< 1000\text{€}$
 $1000\text{€} - < 3000\text{€}$
 $3000\text{€} - 5000\text{€}$
 $> 5000\text{€}$

 keine Angabe

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben! Sie helfen dabei unser Angebot stetig zu verbessern. Wir wünschen Ihnen gutes Gelingen beim Umsetzen der Ernährungstipps aus dem Workshop/Vortrag!

Version vom 20.05.2025

9.2.2 Ergänzungen zu den qualitativen Interviews

Im Folgenden wird der Leitfaden der qualitativen, halbstrukturierten Interviews dargestellt.

Begrüßung und Rahmenbedingungen

- Begrüßung des*der Expert*in sowie Vorstellung des*der Interviewer*in und Informationen zur Studie
- Zusicherung der Vertraulichkeit und Information über die anonymisierte Verwendung der erlangten Daten
- Klärung, dass das Interview aufgezeichnet werden darf
- Unterzeichnung der Datenschutzerklärung

*Angaben zum*zur Expert*in (Einstiegsfrage)*

- Wie lange sind Sie schon beim Ernährungszentrum angestellt und für welche Tätigkeitsfelder sind Sie im Ernährungszentrum zuständig?

Das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar (Hauptteil)

- Welche Themen und Veranstaltungen im Angebot des Ernährungszentrums sind bei den Verbraucher*innen besonders beliebt?
 - Welche Themen/Angebote erhalten weniger Zuspruch?
- Wie hat sich das Klientel des Ernährungszentrums in den letzten fünf beziehungsweise zehn Jahren entwickelt/verändert?
- Welche Personengruppen spricht das Ernährungszentrum besonders an und welche Personengruppen nehmen tatsächlich die Angebote in Anspruch?
- Welche Personengruppen sind schwieriger mit dem Angebot zu erreichen?
 - Was könnte diese Personengruppen daran hindern, auch an den Aktionen und Angeboten des Ernährungszentrums teilzunehmen?
 - Wie können Ihrer Meinung nach diese Personengruppen besser erreicht werden?
- Was sind weitere Herausforderungen, denen sich das Ernährungszentrum heutzutage stellen muss?
 - Vor welchen weiteren Herausforderungen könnte das Ernährungszentrum in Zukunft stehen?
- Wo sehen Sie Verbesserungspotential für das Ernährungszentrum?
- Wo sehen Sie das Ernährungszentrum in fünf beziehungsweise zehn Jahren?

Rückblick

- Interview zusammenfassen
- Für das Interview bedanken

Ausblick

- Aufklärung, was mit aufgezeichneten Daten passiert
- Klären, ob Expert*in über Studienergebnisse informiert sein möchte

9.2.3 Ergänzungen zur qualitativen Auswertung

9.2.3.1 Qualitative Auswertung der Expert*inneninterviews

Tabelle 17 bietet eine Übersicht über die bei der Transkription verwendeten Transkriptionskonventionen.

Tabelle 17: Transkriptionskonventionen, eigene Darstellung nach Schönefeld D. [82].

Symbol	Beschreibung
=	Schneller Anschluss
(.)	Mikropause (weniger als 0,3 Sekunden)
(1,5)	Pause von circa 1,5 Sekunden
ha ha ha	Silbisches Lachen
na (h) ja	Lachpartikel beim Sprechen
.h	Einatmen
h.	Ausatmen
.	Fallende Intonation
;	Leicht fallende Intonation
?	Steigende Intonation
,	Leicht steigende Intonation
-	Gleichbleibende Intonation
<u>betonung</u>	Unterstreichungen verweisen auf eine Betonung
deh:nung	Dehnung der ersten Silbe
LAUTstärke	Höhere Lautstärke als andere Äußerungen
°leise°	Geringere Lautstärke als andere Äußerungen
>schnell<	Höhere Geschwindigkeit als andere Äußerungen
<langsam>	Langsamere Geschwindigkeit als andere Äußerungen
()	Nicht verständlicher Teil einer Äußerung
(unsicher)	Unsichere Transkription
((Beschreibung.))	Beschreibung des Analytikers

Tabelle 18 zeigt ein Beispiel für die zusammenfassende/strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring [83]. Es besteht dabei keine Vollständigkeit zur Kategorie, da die nachfolgende Tabelle lediglich die Vorgehensweise beispielhaft an drei der vier durchgeführten Expert*inneninterviews darlegt.

Tabelle 18: Beispiel für die zusammenfassende/strukturierende Inhaltsanalyse nach Mayring [83].

Zitat	Paraphrasierung (Z1)	Generalisierung (Z2)	Reduktion (Z3, Z4)
Auszug EBIN-Interview 001			K1: Beliebte Veranstaltungen <ul style="list-style-type: none"> • Angebote des Ernährungszentrums • Themen der Angebote
also ich glaub die wörkschops, sind sehr beliebt? äh:m u:nd von den theme:n he:r würd ich sagen. (.) eigentlich- (.) fast alles was wir anbieten .h äh::m also ich glaub ja so back äh=alles was mit backen zu tun hat ist beliebt, jetzt auch des vegetarische oder vegane, (.) äh:m- (1) u:nd grade bei männern durchaus auch mal fleisch. (.) wörkschop.	Die Workshops sind beliebt, thematisch eigentlich fast alles was angeboten wird, insbesondere Backen, vegetarisch und vegan und bei den Männern auch Fleisch.	<ul style="list-style-type: none"> • Workshops sind beliebt • Fast alle Themen sind beliebt • Beliebte Themen: vegetarisch, vegan, backen und bei Männern Fleisch 	
Auszug EBIN-Interview 003			
letschendlich muss ich sagen die praktischen <u>themen</u> . die sind immer sehr beliebt.	Die praktischen Themen sind sehr beliebt.	<ul style="list-style-type: none"> • Praktische Themen sind beliebt 	
Auszug EBIN-Interview 004			
am- (.) meischten sin es so die <u>grund</u> , (.) lagen wie zum beischpiel bro::t, brötchen, ba=ähm=wörkschops.	Beliebt sind meistens die Grundlagen wie zum Beispiel Brot und Brötchen Workshops.	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen-Workshops sind beliebt 	

9.3 Ergänzungen zu Ergebnisse des EBIN-Fragebogens

9.3.1 Ergänzungen zur Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg

In **Tabelle 19** befinden sich als Ergänzung zu **Abbildung 3** eine Übersicht zu allen absoluten und relativen Häufigkeiten der Ergebnisse in Bezug auf die Thematisierung der verschiedenen Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg während des Workshops/Vortrages.

Tabelle 19: Thematisierung der Leitsätze der Ernährungsstrategie, tabellarische Übersicht, EBIN-Studie.

Thematisierung von:	Gesamt		Trifft voll und ganz zu		Trifft eher zu		Teils/teils		Trifft eher nicht zu		Trifft gar nicht zu		Weiß nicht	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Regional erzeugte Lebensmittel unterstützen	222	100	171	77,0	37	16,7	9	4,1	1	0,5	0	0,0	4	1,8
Ernährungswissen für alle weitergeben	221	100	148	67,0	50	22,6	13	5,9	1	0,5	1	0,5	8	3,6
Vielfältiges Lebensmittelangebot nutzen	212	100	148	67,0	50	22,6	13	5,9	1	0,5	1	0,5	8	3,6
Konsum nachhaltiger gestalten	221	100	118	53,4	59	26,7	32	14,5	5	2,3	0	0,0	7	3,2
Lebensmittelverschwendung reduzieren	210	100	106	50,5	48	22,9	28	13,3	14	6,7	4	1,9	10	4,8
Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern	210	100	83	39,5	67	31,9	22	10,5	17	8,1	8	3,8	13	6,2
Gutes Essen Außer Haus voranbringen	204	100	66	32,4	38	18,6	24	11,8	29	14,2	18	8,8	29	14,2
Ernährungsarmut begegnen	200	100	54	27,0	34	17,0	26	13,0	30	15,0	23	11,5	33	16,5

9.3.2 Ergänzungen Feedback der Teilnehmenden zum Workshop/Vortrag

Tabelle 20 stellt eine Übersicht über zusätzlich erwünschte Themen während des Workshops/Vortrages dar. Dabei wurden die Themen jeweils von einem*einer Teilnehmenden zusätzlich erwünscht.

Tabelle 20: Einfachnennung zusätzlich erwünschter Themen, EBIN-Studie.

Zusätzlich erwünschte Themen:	Anzahl n
Saisonalität der Lebensmittel	1
Bereitstellung der Videomaterialien bei online Workshops	1
Workshop über Innereien	1
Anschließende Feedbackrunde der Teilnehmenden mit Tipps zur praktischen Umsetzung des jeweils zubereiteten Rezeptes	1
Mehr thematisieren, dass am Schluss alle gemeinsam aufräumen	1
Noch raffiniertere Rezepte	1

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

9.3.3 Ergänzungen Feedback der Teilnehmenden zum Ernährungszentrum Mittlerer Neckar

In **Abbildung 52** werden weitere Angaben der Teilnehmenden zu sonstigen genutzten Informationskanälen dargestellt.

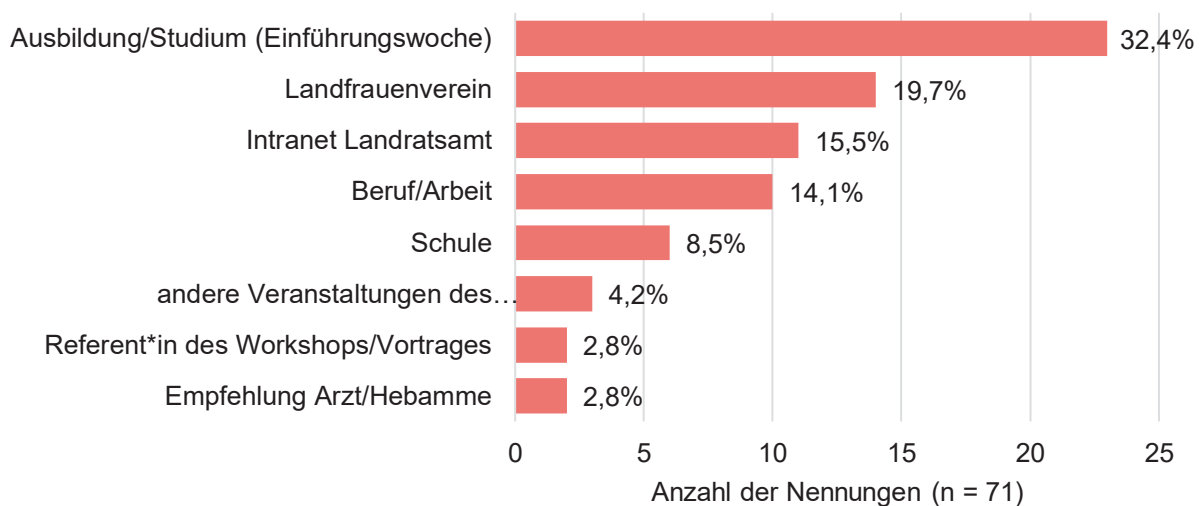


Abbildung 52: Sonstige genutzte Informationskanäle, EBIN-Studie (n = 71).

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich.

9.4 Ergänzungen Gruppenvergleich der Ergebnisse in Bezug auf den sozioökonomischen Status der Teilnehmenden

9.4.1 Ergänzungen zum Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status der Teilnehmenden in Bezug auf die Umsetzung der Leitsätze der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg

In **Tabelle 21** sind die Angaben der Teilnehmenden zum Wunsch nach mehr Informationen zu den unterschiedlichen Aspekten der Ernährungsstrategie dargestellt.

Tabelle 21: Informationsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 148).

Mehr Informationen zu ... erwünscht?:	EBIN-Index	ja		nein		p - Wert
		n	%	n	%	
...keines der genannten Themen: Das spezifische Workshop-/Vortrag-Thema wurde vollumfänglich abgedeckt...	Geringer bis mittlerer SES	37	41,6	52	58,4	p = 0,480
	Hoher SES	28	47,5	31	52,5	
...Reduktion der Lebensmittelverschwendung...	Geringer bis mittlerer SES	15	16,9	74	83,1	p = 0,779
	Hoher SES	11	18,6	48	81,4	
...weiß nicht...	Geringer bis mittlerer SES	14	15,7	75	84,3	p = 0,047
	Hoher SES	3	5,1	56	94,9	
...Ernährungswissen...	Geringer bis mittlerer SES	13	14,6	76	85,4	p = 0,264
	Hoher SES	5	8,5	54	91,5	
...Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern...	Geringer bis mittlerer SES	12	13,5	77	86,5	p = 0,773
	Hoher SES	7	11,9	52	88,1	
...Nachhaltiger Konsum...	Geringer bis mittlerer SES	15	16,9	74	83,1	p = 0,254
	Hoher SES	6	10,2	53	89,8	
...Regional erzeugte Lebensmittel...	Geringer bis mittlerer SES	12	13,5	77	86,5	p = 0,198
	Hoher SES	4	6,8	55	93,2	
...Nutzung des vielfältigen Angebots an Lebensmitteln...	Geringer bis mittlerer SES	7	7,9	82	92,1	p = 0,628
	Hoher SES	6	10,2	53	89,8	
...Ernährungsarmut bekämpfen...	Geringer bis mittlerer SES	12	13,5	77	86,5	p = 0,198
	Hoher SES	4	6,8	55	93,2	
...Gutes Essen außer Haus voranbringen...	Geringer bis mittlerer SES	5	5,6	84	94,4	p = 0,222*
	Hoher SES	7	11,9	52	88,1	

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich. Chi²-Test und bei „**“ Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von p < 0,05.

Abkürzungen: SES, socioeconomic status

Tabelle 22 stellt eine Übersicht über die Wünsche der Teilnehmenden zu den Themen zukünftiger Veranstaltungen des Ernährungszentrums Mittlerer Neckar dar. Dargestellt sind alle relativen und absoluten Häufigkeiten sowie die p-Werte des durchgeführten Chi²-Testes.

Tabelle 22: Veranstaltungsbedarf zu Aspekten der Ernährungsstrategie nach sozioökonomischen Status, EBIN-Studie (n = 161).

Mehr Veranstaltungen zu ... erwünscht ?:	EBIN-Index	ja		nein		p - Wert
		n	%	n	%	
...Regional erzeugte Lebensmittel...	Geringer bis mittlerer SES	38	38,4	61	61,6	p = 0,225
	Hoher SES	18	29,0	44	71,0	
...Nutzung des vielfältigen Angebots an Lebensmitteln...	Geringer bis mittlerer SES	34	34,3	65	65,7	p = 0,255
	Hoher SES	16	25,8	46	74,2	
...Prävention und Gesundheit gemeinsam fördern...	Geringer bis mittlerer SES	30	30,3	69	69,7	p = 0,963
	Hoher SES	19	30,6	43	69,4	
...Reduktion der Lebensmittelverschwendung...	Geringer bis mittlerer SES	28	28,3	71	71,7	p = 0,423
	Hoher SES	14	22,6	48	77,4	
...Nachhaltiger Konsum...	Geringer bis mittlerer SES	29	29,3	70	70,7	p = 0,480
	Hoher SES	15	24,2	47	75,8	
...Ernährungswissen...	Geringer bis mittlerer SES	24	24,2	75	75,8	p = 0,809
	Hoher SES	14	22,6	48	77,4	
...Gutes Essen außer Haus voranbringen...	Geringer bis mittlerer SES	21	21,2	78	78,8	p = 0,057
	Hoher SES	6	9,7	56	90,3	
...weiß nicht...	Geringer bis mittlerer SES	11	11,1	88	88,9	p = 0,087
	Hoher SES	13	21,0	49	79,0	
...Ernährungsarmut bekämpfen...	Geringer bis mittlerer SES	11	11,1	88	88,9	p = 0,972
	Hoher SES	7	11,3	55	88,7	
...keines der oben genannten Themen...	Geringer bis mittlerer SES	6	6,1	93	93,9	p = 0,236
	Hoher SES	7	11,3	55	88,7	

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich. Chi²-Test mit einem Signifikanzniveau von p < 0,05.

Abkürzungen: SES, socioeconomic status

9.4.2 Ergänzungen zum Feedback der Fragebögen in Bezug auf den Gruppenvergleich nach sozioökonomischen Status

In **Tabelle 23** sind die Angaben der Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status zu genutzten Informationskanälen, durch welche sie auf das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar aufmerksam wurden, dargestellt.

Tabelle 23: Anteil der Teilnehmenden nach sozioökonomischen Status und genutztem Informationskanal, EBIN-Studie (n = 163).

Teilnehmende sind über...auf das Ernährungszentrum aufmerksam geworden:	EBIN-Index	ja		nein		p - Wert
		n	%	n	%	
...Empfehlung durch Familie/Freunde/Bekannte etc...	Geringer bis mittlerer SES	25	24,5	77	75,5	p = 0,115
	Hoher SES	22	36,1	39	63,9	
...die Website des Ernährungszentrums...	Geringer bis mittlerer SES	17	16,7	85	83,3	p = 0,747
	Hoher SES	9	14,8	52	85,2	
...Flyer...	Geringer bis mittlerer SES	14	13,7	88	86,3	p = 0,464
	Hoher SES	6	9,8	55	90,2	
...den E-Mail-Verteiler...	Geringer bis mittlerer SES	16	15,7	86	84,3	p = 0,290
	Hoher SES	6	9,8	55	90,2	
...den Newsticker des Ernährungszentrums...	Geringer bis mittlerer SES	8	7,8	94	92,2	p = 1,000*
	Hoher SES	5	8,2	56	91,8	
...Aktionen in und um Ludwigsburg wie z.B. auf dem Spätlingsmarkt...	Geringer bis mittlerer SES	6	5,9	96	94,1	p = 1,000*
	Hoher SES	4	6,6	57	93,4	
...Pressemitteilungen...	Geringer bis mittlerer SES	3	2,9	99	97,1	p = 1,000*
	Hoher SES	2	3,3	59	96,7	
...die Instagram-Seite des Landratsamtes Ludwigsburg...	Geringer bis mittlerer SES	1	1,0	101	99,0	p = 1,000*
	Hoher SES	1	1,6	60	98,4	

Anmerkung: Mehrfachantworten möglich. Chi²-Test und bei „*“ Fisher-Freeman-Halton-Test mit einem Signifikanzniveau von p < 0,05.

Abkürzungen: SES, socioeconomic status

10 Eidesstaatliche Versicherung

„Ich, **Nele Johanna Sontheimer** versichere an Eides statt durch meine eigenhändige Unterschrift, dass ich die vorgelegte Bachelorarbeit mit dem Thema:

„Evaluierung der Ernährungsbildung und -information im Ernährungszentrum Mittlerer Neckar nach den Leitsätzen der Ernährungsstrategie des Landes Baden-Württemberg“

selbstständig und ohne nicht offengelegte Hilfe Dritter verfasst habe, Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel genutzt.

Alle Stellen, die wörtlich oder dem Sinne nach auf Publikationen oder Vorträgen anderer Autor*innen beruhen, sind als solche in korrekter Zitierung (siehe „Uniform Requirements for Manuscripts (URM)“ des ICMJE -www.icmje.org) kenntlich gemacht.

Die Bedeutung dieser eidesstattlichen Versicherung und die strafrechtlichen Folgen einer unwahren eidesstattlichen Versicherung (§156,161 des Strafgesetzbuches) sind mir bekannt und bewusst.“

Ort _____, Datum _____

Unterschrift