



Deutsche Gesellschaft  
für Ernährung e.V.

## Der Wissenschaft verpflichtet – Ihr Partner für Essen und Trinken

Pressemappe zur Arbeitstagung 2019:  
„Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten im digitalen Zeitalter“



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **GRÜßWORT ZUR DGE-ARBEITSTAGUNG**

**„Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten im digitalen Zeitalter“  
am 3. September 2019**

*Dr. Hanns-Christoph Eiden, Präsident der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung*

Sehr geehrte Frau Prof. Arens-Azevêdo,  
sehr geehrte Frau Dr. Virmani,  
sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer der DGE-Arbeitstagung,

ich freue mich sehr, Ihnen als Präsident der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) heute zum dritten Mal anlässlich Ihrer Arbeitstagung im Rahmen der Bonner Ernährungstage ein Grußwort zu überbringen. Es ist wohl eingetreten, was unser Staatsekretär Dr. Onko Aikens vor zwei Jahren prophezeit hat: Ab dem dritten Mal zählt eine Veranstaltung nach rheinischer Auffassung zum Brauchtum.

Eine enge Zusammenarbeit zwischen der DGE und der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung ist allerdings zum Glück schon viel länger guter Brauch. Seit vielen Jahren bringen wir Projekte gemeinsam voran. Das Vorhaben von DGE und BZfE, Bonn als wichtige Adresse für Ernährungsaufklärung und Ernährungswissenschaft zu positionieren, ist eines davon. Sozusagen unser übergreifendes gemeinsames Vorhaben ist es, Menschen nicht nur in Bonn, sondern immer und überall in ihrer jeweiligen Lebenswirklichkeit zu erreichen und sie dabei zu unterstützen, sich ausgewogen und für sie richtig zu ernähren. Das bleibt Ziel und Antrieb für die Zukunft.

Diese Zukunft ist digital. Damit bin ich beim Thema dieser DGE-Arbeitstagung: „Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten im digitalen Zeitalter.“

Ich würde dazu gerne gleich nachfragen! Mich interessiert nämlich sehr, wie Sie an dieses Thema herangehen!

- Ist das für Sie eine spannende Herausforderung, die noch zu bewältigen ist?
- Oder gehen Sie da ganz selbstbewusst ran, weil Sie in der Ernährungsberatung bereits erfolgreich mit Online-Tools und Apps arbeiten und eher neugierig sind, welche neuen Anwendungen es gibt?



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

- Sind Sie zufrieden, weil Sie auf Twitter, Facebook oder Instagram schon aktiv sind und diese Social-Media-Kanäle vielleicht nur noch besser nutzen möchten?
- Oder sehen Sie sich unter Druck? Weil Sie vielleicht doch noch nicht den „richtigen“ Zugang zu den neuen Medien und Kommunikationsformen gefunden haben?

Sie merken, ich stelle mir diese Fragen auch für die BLE und für das BZfE. Ich finde, wir stecken in einem Dilemma. Bisher bewährte Kommunikationsformen greifen nicht mehr so.

Neues gehen wir an. Aber die nötige Durchschlagkraft, die fehlt noch. Dabei ist der Bedarf an Ernährungsberatung im digitalen Zeitalter doch offensichtlich! Das zeigen die steigenden Zahlen übergewichtiger und adipöser Menschen in Deutschland. Das zeigt die Diabetes-Welle, die uns überrollt und die noch an Fahrt gewinnen wird, weil die Menschen älter werden.

Unser Dilemma wird noch verstärkt durch den Trend, sich im Internet und über andere soziale Medien Rat und Hilfe bei Influencern zu suchen, die nicht wirklich die Experten sind. Dabei gibt es doch Sie und uns, kompetente Ernährungsfachkräfte und seriöse Organisationen wie die DGE oder das BZfE.

Aber wir müssen anerkennen, erstere sprechen die gleiche Sprache wie ihre Fans und Follower. Deshalb vielleicht genießen sie deren Vertrauen. Sie werden mit ihren Botschaften und Ratschlägen im Netz auch eher „gefunden“ als DGE, BZfE, IN FORM, die Verbraucherzentralen oder Krankenkassen. Sie erzielen enorme Reichweiten, für die sie kein ernährungswissenschaftliches Studium benötigen, sondern ganz andere Fähigkeiten einsetzen können. Und um alledem die Krone aufzusetzen: Die Zahl von Abnehm-, Ernährungs- und Gesundheits-Apps, von Kalorien- und Fitness-Trackern, wächst enorm. Sie werden ein täglicher Begleiter, denn das Smartphone steckt ständig in unserer Hosen- oder Handtasche. Ein praktisches Gerät, das unser Leben mehr und mehr bestimmt und einen riesigen Markt hat entstehen lassen. Mit der passenden App für jedes Bedürfnis wissen wir immer und überall Bescheid:

- Habe ich heute schon genug getrunken?
- Wie sieht es mit meiner Kalorienbilanz aus?
- Was koche ich mit den Vorräten in meinem Kühlschrank?
- Welche Produkte im Supermarkt kann ich kaufen, wenn ich mich vegan, gluten- oder laktosefrei ernähren möchte oder muss?

Doch Sie und ich wissen, nicht jede App hält, was ihre Beschreibung verspricht. Hier gibt es große Qualitätsunterschiede und ist es nicht leicht, die „Spreu vom Weizen“ zu trennen. Das genau ist aber notwendig, wenn es um so sensible Themen wie Ernährung und Gesundheit

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

geht. Und um unsere ganz persönlichen Daten. Ich bin sehr gespannt auf die Ergebnisse dieser Tagung, die eine interessante Reise durch den Dschungel der digitalen Welt zu werden verspricht. Ich hoffe, ihre Ergebnisse werden helfen, die besseren Teile dieser neuen Welt nutzbar zu machen, für unsere fundierte Beratung und Kommunikation.

Insgesamt konzentrieren sich die beiden ersten Tage der 3. Bonner Ernährungstage auf das Ernährungsverhalten und die Ernährungsberatung, also auf die Fragen der Verhaltensprävention. Auf dem 3. BZfE-Forum werden wir uns dann schwerpunktmäßig den Fragen der Verhältnisprävention widmen. Ich möchte Sie an dieser Stelle herzlich einladen, das BZfE-Forum am Donnerstag zu besuchen, wenn es heißt:

„Mehr oder weniger?! Lebensstiländerung als gesellschaftliche Herausforderung.“ Dort präsentieren Ihnen weitere Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis neue Ansätze, die den Menschen den Weg zu einem gesünderen Lebensstil erleichtern können.

Und wir werden drei Elemente umsetzen, die auch Ihre Arbeitstagung prägen: den „Bonner Ernährungstalk“, die Sonderausstellung „Sehen, schmecken, entdecken: Forschung erleben“ und „BERTA-INTERAKTIV“.

Im „Ernährungstalk“, bringen wir Referentinnen und Referenten aus beiden Fachtagungen zusammen. Er ist damit der rote Faden der 3. Bonner Ernährungstage, der die Ergebnisse beider Tagungen und die Diskussion um die Maßnahmen der Verhaltens- und Verhältnisprävention verknüpft.

Doch damit nicht genug – wir legen noch eine Schippe drauf: In einer Sonderausstellung stellen wir verschiedene Forschungsprojekte vor, die vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert und von der BLE als Projektträger betreut werden.

Diese Vorhaben sind höchst relevant für unsere Diskussion. Nehmen wir das Beispiel, wie sich der Anteil von Jodsalz an der Jodversorgung von Kindern und Jugendlichen verändert hat und wie deren Zuckerkonsum.

Die Ausstellung eröffnet Ihnen die Gelegenheit, direkt mit Wissenschaftlern ins Gespräch zu kommen, sich deren Forschungsansätze erläutern zu lassen und mit ihnen zu diskutieren. Mit unserer gemeinsamen Web-App „BERTA-INTERAKTIV“ laden wir Sie herzlich zum Mitmachen, Mitdiskutieren und Abstimmen ein.

Ich bin sehr froh, dass sich die Themen Ihrer Arbeitstagung und die des 3. BZfE-Forums übermorgen so gut ergänzen, dass wir in der Gesamtschau ein stimmiges Programm der 3. Bonner Ernährungstage präsentieren. Mit vielen Verbindungslinien.

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

Ich freue mich deshalb auf drei spannende Tage mit vielen neuen Erkenntnissen

- beim Zuhören und Nachfragen,
- beim Informieren und Diskutieren.

Morgen Abend können wir eine erste Zwischenbilanz ziehen – beim „Get together“ um 19:00 Uhr in der Bundeskunsthalle. Dazu lade ich Sie noch einmal ausdrücklich und herzlich ein.

Diese Abendveranstaltung ist ein weiteres Band zwischen unseren beiden Tagungen. Ich freue mich darauf, Sie dort mit Frau Professorin Arens-Azevêdo begrüßen zu dürfen und mich mit Ihnen in einem schönen Ambiente auszutauschen, zu Netzwerken und, ganz einfach, gemeinsam die dargebotenen kulinarischen Köstlichkeiten zu genießen.



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **ABSTRACT**

### **Mobile Technologien und Ernährungsverhalten**

*Britta Renner, Gesundheitspsychologie, Universität Konstanz*

Die technologische Entwicklung im Bereich der mobilen Technologien verläuft rasant – während im Jahr 2011 noch 30 % der Amerikaner ein Smartphone besaßen, sind es 2019 schon 81 %. Die Entwicklung in Deutschland ist ähnlich.

Die regelmäßige Nutzung von Smartphones und anderer mobiler Technologien eröffnet auch für die Ernährungserhebung und Verhaltensänderung neue Wege. Durch die technische Ausstattung der Smartphones, wie beispielsweise GPS und Kameras, können die Nutzer ihre Essgewohnheiten dokumentieren und nachverfolgen. Dabei ist es auch möglich, komplexe Daten über das Essverhalten im Moment des Erlebens in den konkreten Alltagssituationen zu erfassen. Neue Technologien bieten somit nicht nur „mehr“ Daten, sondern auch qualitativ „andere“ Daten. Sie zeigen uns z. B. Zeitsignaturen, wann und wie lange gegessen wird und auch die Umstände, z. B. wo und mit wem gegessen wird.

Des Weiteren können mobile Technologien auch dazu verwendet werden, Interventionen zu Verhaltensänderungen gezielter auf die individuellen Bedürfnisse der Nutzer und spezifische Esssituationen anzupassen. Hinweisreize im Moment des Erlebens („in-the-moment“) können beispielsweise vorhandene Kompetenzen der Nutzer fördern („boosten“). Diese Potenziale mobiler Technologien zur Ernährungserfassung und Intervention werden anhand aktueller Ergebnisse aus dem BMBF-Projekt SMARTACT illustriert, die erste vielversprechende Ergebnisse in Hinsicht auf eine Verbesserung des Ernährungsverhaltens und verschiedener Gesundheitsparameter zeigen. Abschließend werden die Potenziale mobiler Technologien für die Änderung des Essverhaltens anhand übergeordneter Rahmenvorstellungen („Food as Health“ und „Food as Well-being“) diskutiert.

#### **Kontakt**

Prof. Dr. Britta Renner  
Universität Konstanz  
Fachbereich Psychologie / Abteilung Gesundheitspsychologie  
[www.health.uni-konstanz.de](http://www.health.uni-konstanz.de)  
[britta.renner@uni-konstanz.de](mailto:britta.renner@uni-konstanz.de)



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **ABSTRACT**

### **Digitalization of theory- and evidence-based techniques for behavior change: Principles and case examples**

*Pilvikki Absetz, University of Eastern Finland, Kuopio, Finland*

According to the European Chronic Disease Alliance (ECDA), chronic diseases account for 9 out of 10 deaths in Europe and as much as 80% of total healthcare costs, corresponding to € 700 billion in the EU. Still, only 3% of health expenses is invested in prevention. In addition to higher investment, effective prevention calls for improved methods and strategies for promoting healthier behaviors among general population as well as risk groups. Increasingly, health care professionals acknowledge that information provision alone is not sufficient for helping people change, especially as the changes need to be sustained in people's daily lives and also in the long term. At the same time, however, professionals have little time to provide other types of support and scarcely any opportunity to influence patients outside the appointment room.

Digitalization is seen as a potential solution to the dilemma, as it can provide a highly accessible, direct, mobile channel to individuals that could also operate fully or semi-independently of professionals. Consumer market offers digital applications (apps) to promote individuals' wellbeing and healthy lifestyle. Over 300,000 medical, health, fitness and lifestyle apps are competing for customers, but while they are rated by users for user experience, there is still very little evidence on their effectiveness in helping people achieve lasting behavior change. Furthermore, the underlying principles and mechanisms for change remain obscure. For individual customers, this means that finding an app that meets their needs requires patience to trial and compare many different apps, patience that many of us do not have. Among health care professionals, lack of information reduces trust and increases reluctance to recommend to their patients any apps although they could significantly complement clinical care.

As with any behavioral interventions, effectiveness of a digital intervention is dependent on its content and functions, as well as the dose received. Even reliable, salient, high-quality content does not lead to sustained behavior change, unless it is accompanied with functions that help the individual to put the change into practice and unless there is sufficient usage of the app. E.g., a healthy eating app might include as content both information on healthy diet as well as

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

self-monitoring data on eating. Its main function, self-monitoring, pinpoints changes that are needed (i.e., the WHAT to change) and, with prolonged use, changes that are accomplished.

To be effective, however, it should also include functions that specifically support behavior change (the HOW to change) such as goal setting, action planning, peer support and/or feedback. Furthermore, even the necessary functions are not sufficient unless the individual uses the app as intended, hence functions for “stickiness” should be included into the design.

In my presentation, I will use a nutrition coaching app, MealLogger, and a healthy habit app, BitHabit, as case examples to highlight how content, theory-driven functions and usage can be factored into the design and evaluation of health behavior interventions to bring benefits for patients as well as for professionals.

**Kontakt**

Dr. Pilvikki Absetz  
University of Eastern Finland (UEF)  
Institute of Public Health and Clinical Nutrition  
Kuopio, Finland  
pilvikki.absetz@gmail.com





3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **ABSTRACT**

### **Digital nutrition coaching as a stand-alone and as part of a digital service ecosystem**

*Michael Quarshie, MealLogger, USA, Finland*

Over 80% of all healthcare spending is directed at non-communicable diseases (NCDs) including chronic conditions such as obesity, type 2 diabetes, and heart disease. The risk for developing these conditions is largely impacted by lifestyle choices, including nutrition and diet<sup>1</sup>. Nutrition counseling, deployed in both individual and group settings, has been found to be effective and plays a key role in treating and preventing NCDs as well as achieving optimal performance and health<sup>2</sup>.

Nutrition counseling has been deployed at limited scale by various health care providers, mainly due to outdated delivery models which often rely on handwritten food journals (manual data entry) and face-to-face meetings (non-scalable and limited geographical access). Furthermore, eating behaviors are interlinked with other health behaviors such as physical activity, stress management, sleep, moderate alcohol consumption and non-smoking. As result, effective nutrition counseling needs to look at health behaviors of individuals and address them from a holistic perspective.

With smartphone penetration rates as high as 82.2% in the UK, 79.3% in Sweden and 78.8%<sup>3</sup> in Germany, digital nutrition coaching solutions offer a great opportunity to improve delivery models and to reach more users. This session will present results from MealLogger, an Artificial Intelligence-based nutrition coaching platform for population health management leveraging evidence-based coaching strategies and techniques. Users of the service upload images of meals which are analyzed using machine vision, engage with a fully automated chatbot, or opt for individual or group coaching delivered by a health professional. User data from numerous public health customers have shown users uploading on average 3 meals a day, enabling health care providers to get a much better picture of the customer's situation compared to traditional food journaling methods while enabling continuous and on-time feedback. Sharing meals virtually in groups also enables peer support, which has been shown to improve patient engagement by over 25%.

---

<sup>1</sup><http://www.cdc.gov/chronicdisease>

<sup>2</sup><https://www.andean.org/topic.cfm?menu=5284&cat=3808>

<sup>3</sup>[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_by\\_smartphone\\_penetration](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_smartphone_penetration)

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

To further promote lifestyle change with a more holistic approach, other apps can complement nutrition coaching. With over 300 000 health and wellness apps available, helping patients select evidence-based, secure and interoperable solutions is key in creating scalable and holistic digital services. Hence, digital service ecosystems (DSE) for lifestyle change and self-management support that enable health care providers to select the most appropriate services for each client segment and to create holistic digital care paths are key for creating scalable and effective services. Weight loss results and usage data will be presented from cases where MealLogger is used as a stand-alone service and as part of a DSE.

An example of such a DSE piloted with the City of Kotka will include a live demo, architecture overview, weight loss results, usage data and customer feedback. Examples will also be shown how digital nutrition coaching is being integrated into the Finnish Personal Health Record MyKanta with the help of the Finnish Ministry of Social Affairs and Health and a digital weight loss program offered by Helsinki University Hospital.

**Kontakt**

Michael Quarshie  
CEO of Wellness Foundry  
USA, Finland  
michael@meallogger.com



## **ABSTRACT**

### **Ein neuer Weg zur Datenanalyse und Kommunikation: Visualisierung von Daten**

*Daniel Keim, Fachbereich Informatik und Informationswissenschaft, Universität Konstanz*

Die Exploration und Analyse von Daten ist von zentraler Bedeutung, um Daten zu verstehen und daraus Einsichten zu gewinnen. Dabei ist es wichtig, den Menschen in den Explorationsprozess einzubeziehen und seine Flexibilität, Kreativität und sein Allgemeinwissen mit dem enormen Verarbeitungspotenzial heutiger Computer zu kombinieren.

Bei der visuellen Analyse werden die Daten in interaktiver, grafischer Form präsentiert, wodurch der Mensch befähigt wird, mit Hilfe seiner visuellen Wahrnehmungsfähigkeiten neuartige Entdeckungen zu machen und den Analyseprozess zu steuern.

Der Vortrag präsentiert das Potenzial der visuellen Analyse anhand von Visualisierungen komplexer Daten aus dem Ernährungsbereich. Eine Vielzahl weiterer Anwendungsbeispiele zeigt die Möglichkeiten der visuellen Analyse aber auch ihre Grenzen.

#### **Kontakt**

Prof. Dr. Daniel A. Keim  
Datenanalyse und Visualisierung  
Fachbereich Informatik und Informationswissenschaft  
Universität Konstanz  
keim@uni-konstanz.de



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **ABSTRACT**

### **Ernährungspolitik neu denken: Verhältnis- und Verhaltensprävention im (post?)digitalen Zeitalter**

*Achim Spiller, Lebensmittelmarketing, Georg-August-Universität Göttingen*

Ernährungspolitik ist komplexer geworden. Neben Gesundheit sind weitere Nachhaltigkeitsziele wie Umwelt- und Klimaschutz, Tierwohl und soziale Gesichtspunkte wie z. B. Kinderarbeit zu berücksichtigen. Da es bei diesen Zielen Synergien wie Konflikte geben kann, ist es bereits wissenschaftlich anspruchsvoll zu definieren, welche Lebensmittel denn nachhaltiger sind.

Verbraucherinnen und Verbraucher, aber auch Industrie, Handel und Gastronomie haben kaum noch eine Chance „durchzusteigen“: Rund 200 verschiedene Nachhaltigkeitslabel, aber außer Bio kein Zeichen, das wirklich bekannt wäre. Sich überschlagende, unabgestimmte Entwicklungen im Bereich Tierschutzlabel. Zentrale Herausforderungen wie der Carbon-Footprint, die überhaupt nicht erkennbar sind – Markt- und Politikversagen.

Werden Apps den Durchbruch für die Verbraucherinformation bringen – on demand, jederzeit verfügbar, zielgruppenspezifisch, adaptiv, automatisches Tracking, kostenlos? Rasante Fortschritte bei Bild- und Texterkennung, KI-Auswertungsmethoden und Benutzer-freundlichkeit. Die Erfahrungen mit der ersten Generation der QR-Codes waren zwar eher mäßig. Fast jeder hat das Instrument getestet, in der Regel aufgrund des mangelnden Informationsgehaltes aber nur einmal. Kommt jetzt mit der zweiten Generation der Durchbruch?

Zentrale These des Vortrags ist, dass es dafür einer staatlichen Informationsinfrastruktur bedarf. Apps und die mit ihnen verbundenen mobilen Endgeräte werden in vielen Fällen nur dann sinnvolle Verbraucherinformation ermöglichen, wenn der Staat dafür sorgt, dass bestimmte Grunddaten (Nährwerte, Klimawerte, Tierschutzinfos etc.) bereitgestellt werden müssen. Ähnlich wie bei Labeln wird der Markt alleine diese Aufgabe nicht lösen.

#### **Kontakt**

Prof. Dr. Achim Spiller  
Georg-August-Universität Göttingen  
Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung/  
Abteilung für Lebensmittelmarketing  
[www.agrarmarketing.uni-goettingen.de](http://www.agrarmarketing.uni-goettingen.de)  
[a.spiller@agr.uni-goettingen.de](mailto:a.spiller@agr.uni-goettingen.de)



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **ABSTRACT**

### **Historie der Beratung, was bedeutet Ernährungsberatung: früher – heute – morgen**

*Christine Brombach, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Wädenswil, Schweiz*

Essen ist eine notwendige Voraussetzung unseres Lebens. Als instinktarme und voraussetzungslos in die Welt geborene Wesen müssen wir in einem langen Sozialisationsprozess erst erlernen, welche Speisen wann, wie, von wem und in welcher Abfolge verzehrt werden können, was gesund ist, was abträglich, was essbar ist und was nicht.

Dabei sind wir auf die Erfahrungen und Kenntnisse anderer Menschen angewiesen, die uns vermitteln müssen, was in einer Kultur als „richtig“, „normal“ oder auch als „gesund“ erachtet wird. Diese kulturellen Praktiken und Erklärungsweisen im Umgang mit „Essen“ und „Nahrung“ stehen, wie es Norbert Elias bereits 1939 in seinem Werk „Über den Prozess der Zivilisation“ formuliert hat, in engen Wechselwirkungen zu den gesellschaftlichen Entwicklungen.

Auf unser Thema übertragen: Ernährungsberatung und gesellschaftliche Veränderungen sowie wissenschaftliche Erkenntnisse sind systemisch aufeinander bezogen. In diesem Vortrag soll daher aufgezeigt werden, welche wissenschaftlichen, sozioökonomischen, kulturellen und technologischen Entwicklungen in unseren westlichen Gesellschaften mit der Etablierung von „Ernährungsberatung“ einhergegangen sind.

Eine klassische Ernährungsberatung, so wie wir sie heute kennen, gibt es in Deutschland erst seit den 50er Jahren des vorigen Jahrhunderts. Traditionell waren es bis dahin Ärzte, Hebammen oder auch als „ExpertInnen“ eingeschätzte Menschen, die bei Fragen oder Problemen „zu Rate gezogen“ wurden. Ernährung ist mittlerweile ein Thema, das auf die politische und globale Agenda geraten ist und bei uns, die wir im Ernährungsüberfluss leben, scheint die Verunsicherung zu gesundem Essen groß. Die bislang klassische Beratung wird zunehmend auch von NichtexpertInnen durchgeführt. Ratgebende wie Social Influencer oder auch selbst ernannte „ExpertInnen“ bestimmen den mittlerweile unüberschaubaren „Beratungsmarkt“.

In diesem Vortrag wird die Historie der Ernährungsberatung und ihren verschiedenen Phasen nachgezeichnet und aufgezeigt, wie Beratungsinhalte als auch die Rolle der Beratenden immer

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**

3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg



---

auch Spiegelbild von jeweiligen gesellschaftlichen Vorstellungen und Werten sind und welche derzeitigen Beratungsangebote zu beobachten sind.

**Kontakt**

Prof. Dr. Christine Brombach  
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
Institut für Lebensmitteltechnologie  
christine.brombach@zhaw.ch



## **ABSTRACT**

### **Ernährungsberatung heute: Dietetic Care Process**

*Kathrin Kohlenberg-Müller, Hochschule Fulda*

In der diätetischen Versorgung wird der kontinuierlichen Qualitätsentwicklung ein hoher Stellenwert beigemessen. Die Strukturqualität, wie z. B. die Qualifikation für Ernährungsberatung und Ernährungstherapie, steht dabei ebenso im Fokus wie die Prozessqualität. Zur standardisierten und strukturierten Durchführung von Ernährungsberatung und Ernährungstherapie werden in der „Rahmenvereinbarung zur Qualitätssicherung in der Ernährungsberatung und Ernährungsbildung“ der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) Prozessmodelle wie z. B. der German-Nutrition Care Process (G-NCP) empfohlen (1).

In Europa kommen verschiedene Prozessmodelle für Ernährungsberatung und Ernährungstherapie zum Einsatz (2). Um die Zusammenarbeit in Forschung und Entwicklung international zu stärken, ist ein Austausch über die Prozessqualität und eine Harmonisierung von Prozessmodellen ein entscheidender Schritt. Eines der Ziele des EU-geförderten Projektes Improvement of Education and Competences in Dietetics (IMPECD) war es, ein abgestimmtes Modell für den Dietetic Care Process (DCP) zu entwickeln und in die fachspezifische Ausbildung zu integrieren. Das IMPECD-Konsortium besteht aus Expert\*innen für die Diätetik aus fünf europäischen Hochschulen für Angewandte Wissenschaften, darunter die Hochschule Fulda (3).

Basierend auf Literaturrecherchen und tiefgehenden Analysen verschiedener Prozessmodelle erfolgte ein iterativer Entwicklungs- und Abstimmungsprozess im Konsortium und die folgende Definition für den DCP wurde verabschiedet: Der DCP ist ein systematischer Ansatz, um eine hohe Qualität der diätetischen Versorgung sicherzustellen. Das DCP-Modell besteht aus den fünf verschiedenen, miteinander verbundenen Schritten: Strukturierte Erfassung diätetisch relevanter Daten (diätetisches Assessment), diätetische Diagnosestellung, Planung diätetischer Interventionen, Implementierung diätetischer Interventionen sowie der Bewertung diätetischer Interventionen (Outcome Evaluation).

Der Entwicklung dieser Definitionen für die einzelnen Prozessschritte liegt ein standardisiertes Schema bestehend aus Zuordnung der Prozessschritte, zentralem Statement, Ziel und Prinzipien sowie Operationalisierung zugrunde. Kennzeichen des DCP-Modells ist beispielsweise die

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

Fokussierung auf Ernährungsprobleme (4) und entsprechende Ernährungs-diagnosen in klarer Abgrenzung zu medizinischen Diagnosen, die die professionseigene Perspektive auf Gesundheit und Krankheit stärken (5). Die Lebenswelt der Klient\*innen bzw. Patient\*innen, die in den Mittelpunkt gestellt wird, bietet gute Ansätze und insgesamt die Chance, die Wirksamkeit der Ernährungsberatung erhöhen zu können. Hierfür ist die Outcome Evaluation von besonderer Bedeutung (6).

Dieses neue und konsistente Konzept für den DCP ist nach einer dreijährigen Entwicklungs- und Erprobungsphase entstanden. Dabei waren die Unterschiede der europäischen Länder, die durch das Konsortium repräsentiert waren, zum einen eine Herausforderung bei den Entscheidungsfindungen, zum anderen aber auch eine besondere Gelegenheit, multinationale Perspektiven zu integrieren und den wissenschaftlichen Diskurs zu intensivieren.

Zu dem erarbeiteten DCP-Modell wurde ein Massive Open Online-Course (MOOC) bestehend aus dem Prozessmodell DCP sowie neun klinischen Fällen gemeinsam entwickelt und von Studierenden der fünf Hochschulen erprobt. Dabei wurden die Draft-Version (7) sowie die weiter entwickelte finale Version des DCP durch Lehrende und 50 Studierende im Rahmen von zwei Intensive Study Programmes (ISP) evaluiert. Seit dem Sommersemester 2019 wird der MOOC in die reguläre Ausbildung von Studierenden der Diätetik an fünf europäischen Hochschulen integriert.

Eine weitere Herausforderung besteht nun darin, diese neuen Entwicklungen zum prozessgeleiteten Arbeiten für die Praxis nutzbar zu machen und sie langfristig zu implementieren. Über die Anwendung von Prozessmodellen in der diätetischen Versorgung ist bislang jedoch wenig bekannt. Hier setzt das BMBF-geförderte Transferprojekt „Modellprojekt für die diätetische Versorgung im Raum Fulda (MoDiVe)“ an (7). Auf der Grundlage von Ist-Analysen in stationären Einrichtungen und ambulanten Praxen werden Strukturen und Arbeitsabläufe in der Ernährungsberatung und Ernährungstherapie erfasst, ausgewertet und analysiert, um gemeinsam mit den Praxispartnern tragfähige Lösungen für die praktische Umsetzung in den Prozessschritten zu entwickeln und zu erproben.

Diese Klärungen sind ein notwendiger Schritt, nicht nur um im Rahmen der Qualitätsentwicklung neue prozessgeleitete Ansätze in die Praxis zu implementieren, sondern auch die Sichtbarkeit von Ernährungsberatung und Ernährungstherapie zu erhöhen, die diätetische Versorgung zu verbessern und Impulse für die Professionalisierung der Berufsgruppe zu setzen.

Aus der Perspektive der Forschung bieten das DCP-Modell und die Erprobungen des prozessgeleiteten Arbeitens in der Praxis eine entscheidende Grundlage für Konkretisierungen und





3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

Ausdifferenzierungen von Studiendesigns für die Versorgungsforschung (9), mit dem Ziel die Wirkung der Ernährungsberatung stärker abzubilden und die Evidenzbasierung in der Diätetik weiter voranzubringen.

Literatur:

- (1) Koordinierungskreis zur Qualitätssicherung in der Ernährungsberatung und Ernährungsbildung (2019): Rahmenvereinbarung zur Qualitätssicherung in der Ernährungsberatung und Ernährungsbildung in Deutschland. In der Fassung vom 29.04.2019, erstmals veröffentlicht am 12.04.2005 [cited 2019 Jul 30] Available from URL: [www.dge.de/fileadmin/public/doc/fb/19-04-29-KoKreis-EB-RV.pdf](http://www.dge.de/fileadmin/public/doc/fb/19-04-29-KoKreis-EB-RV.pdf)
- (2) Buchholz D, Kolm A, Vanherle K, Adam M, Kohlenberg-Müller K, Roemeling-Walters ME, We-werka-Kreimel D, Gast C, Lange K, Ohlrich-Hahn S, Rachman-Elbaum S, Baete E, Heine-Bröring R, Höld E, Werkman A (2018): Prozessmodelle in der Diätetik – ein europäischer Vergleich. *Ernährungs Umschau* 09/18, M494-M503
- (3) IMPECD – Improvement of Education and Competences in Dietetics. [cited 2019 Jul 30] Available from: <https://impecd.fhstp.ac.at/>
- (4) Kohlenberg-Müller K, Ramminger S, Kolm A, Barkmeijer A, Gast C, Adam M, Le Bruyne B, Heine-Bröring R, Rachman-Elbaum S, Werkman A, Vanherle K, Höld E, Wewerka-Kreimel D, Valentini L (2019): Nutrition assessment in process-driven, personalized dietetic intervention. The potential importance of assessing behavioural components to improve behavioural change: Results of the EU-funded IMPECD project. *Clinical Nutrition ESPEN* 32: 125-134
- (5) Hager U, Neugebauer S, Blechmann N, Kuhn J, Amerschlager K, Kohlenberg-Müller K (2018): Ernährungsdiagnose nach dem Prozessmodell G-NCP – Herausforderungen für die Implementierung. *Ernährungs Umschau* 11/18, M611-M619
- (6) Vanherle K, Werkman A, Baete E, Barkmeijer A, Kolm A, Gast C, Ramminger S, Höld E, Kohlenberg-Müller K, Ohlrich-Hahn S, Roemeling-Walters M, Wewerka-Kreimel D, Adam M, Valentini L (2018): Proposed standard model and consistent terminology for Monitoring and Outcome Evaluation in different Dietetic Care settings: Results from the EU-sponsored IMPECD project. *Clinical Nutrition* 2018 Dec; 37(6 Pt A):2206-2216. doi: 10.1016/j.clnu.2018.08.040. Epub 2018 Sep 11
- (7) Kolm A, Vanherle K, Werman A, Valentine L, Kohlenberg-Müller K, de Nooijer J, van Mer-rienboer J (2018): IMPECD – Improving International Online Collaboration competences. AMEE Conference, August 2018 Basel. [cited 2019 Jul 30] Available from URL: [www.researchgate.net/publication/327792333\\_IMPECD-Improving\\_International\\_Online\\_Collaboration\\_Competerences](http://www.researchgate.net/publication/327792333_IMPECD-Improving_International_Online_Collaboration_Competerences)
- (8) Modellprojekt für die diätetische Versorgung im Raum Fulda (MoDiVe) [cited 2019 Jul 30] Available

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

from URL: [www.hs-fulda.de/forschen/wissens-und-technologietransfer/rigl-fulda/modive/](http://www.hs-fulda.de/forschen/wissens-und-technologietransfer/rigl-fulda/modive/)

(9) Bundesministerium für Bildung und Forschung, BMBF (o.J.). Versorgungsforschung. [cited 2019 Jul 30] Available from URL: [www.gesundheitsforschung-bmbf.de/de/versorgungsforschung.php](http://www.gesundheitsforschung-bmbf.de/de/versorgungsforschung.php)

**Kontakt**

Prof. Dr. Kathrin Kohlenberg-Müller  
Hochschule Fulda  
Fachbereich Oecotrophologie  
[kathrin.kohlenberg-mueller@oe.hs-fulda.de](mailto:kathrin.kohlenberg-mueller@oe.hs-fulda.de)



## **ABSTRACT**

### **Tücken der Ernährungskommunikation**

*Johannes Erdmann, Ernährungsmedizin, Hochschule Weihenstephan-Triesdorf*

Kaum ein Thema ist gegenwärtig so omnipräsent, so emotional aufgeladen, wie das der Ernährung. Was hält mich gesund? Was macht mich gesund?

Die schiere Masse der Botschaften, mit der Verbraucher und Patienten konfrontiert werden, macht ihre Aussagen zum „Supermarkt“. Für jeden ist etwas dabei. Am Ende wissen viele nicht, worauf es für sie selbst ankommt. Wir müssen professionell und wissenschaftlich fundiert über Ernährung sprechen. Unterschiedliche Zielkollektive haben unterschiedliche Erfordernisse. Gesunde Verbraucher sind nicht Patienten oder Menschen mit definierten Risikokonstellationen. Was will ich erreichen? Welche Botschaften sind notwendig und relevant? Welche Botschaften sind überflüssig und welche ohnehin nicht umsetzbar?

Was auf wackligen wissenschaftlichen Füßen steht, muss erkennbar sein und diskutiert werden und darf nicht als Marketingelement missbraucht werden. „Vested interests“ oder Interessenskonflikte, kennen wir aus den Studien der Pharmazeutischen Industrie. Diese gibt es in Bezug auf die Ernährung genauso. Die Masse der Daten, die schwer zu messende Exposition – das, was wir essen – macht die Ernährungsepidemiologie anfällig für vorgefasste Meinungen und davon abhängigen Interpretationen, die „strong beliefs“.

Beispiele hierfür sind die stereotypen Diskussionen über das optimale Makronährstoffverhältnis unserer Ernährung. Angegeben werden die Relationen in Energieprozent. Die DGE definiert dabei eine ausgeglichene Energiebilanz als Grundvoraussetzung. Ohne eine solche Bezugsgröße ist das Nährstoffverhältnis jedoch ein sinnloser Parameter, denn die Verhältnisse gelten gleichermaßen für eine Energiezufuhr von 500 kcal und 5 000 kcal.

Die Mittelmeerdiet, oft romantisch verklärt, ist als Ernährungsform nur vage bzw. unterschiedlich beschrieben. Gleichzeitig aber werden damit sagenhafte Heilsversprechen verbunden, obwohl die Reduktion der absoluten Risiken durch den Verzehr von Olivenöl und Nüssen allenfalls als marginal bezeichnet werden kann. Man bekommt Heilsversprechen, einmal eingepflanzt, nicht mehr aus den Köpfen. Praktische Ernährungsberatung, -therapie und -kommunikation brauchen aber eine Einordnung, Fokussierung auf das Wesentliche und realistisch Umsetzbare.

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

Dazu gehören praktische Anleitungen, die für den Einzelnen umsetzbar sind.

Unsere Empfehlungen sind häufig zu kompliziert und verfehlen die Lebenswirklichkeit der Klienten. Das, was man über Ernährung kommunizieren will, muss fachlich richtig sein. Aber nicht alles, was ich weiß, muss ich zum Thema machen. Führung tut not.

**Kontakt**

Prof. Dr. Johannes Erdmann  
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf  
Ernährungsmedizin  
<https://www.hswt.de>  
Johannes.Erdmann@hswt.de



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **ABSTRACT**

### **Klicks, Likes und Foodporn: Was geht in den sozialen Medien?**

*Johanna Bayer, Wissenschaftsjournalistin, München*

Alle Menschen müssen essen – und scheinbar müssen sie auch darüber kommunizieren: Schnappschüsse vom eigenen Teller, edle Kreationen aus Gourmettempeln, Verunglücktes aus der Küche und Berichte vom Essen in exotischen Urlaubsländern überschwemmen das Internet. Nach einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Yougov hat schon jeder Dritte im Urlaub sein Essen fotografiert, jeder Vierte stellt die Bilder in soziale Netzwerke ein.

Mit den sozialen Medien kann man beim Thema Essen und Ernährung also Menschen erreichen, das haben Ernährungsprofis längst begriffen. Doch bei Stil und Themen scheinen Blogger, Instagrammer und Youtuber den Geschmack des Publikums besser zu treffen als Institutionen und Fachleute mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit.

Was aber machen Influencer und erfolgreiche Blogger anders?

Wer kommuniziert auf welche Weise über Ernährung?

Welche Fallen gibt es und von wem könnte man lernen?

In diesem Praxisvortrag werden wir uns Beispiele aus einigen sozialen Netzwerken ansehen und versuchen, Stil und Strategie zu erkennen. Während erfolgreiche Kommunikatoren es dabei schaffen, riesige Followerzahlen und ein Expertenimage aufzubauen, rufen gut gemeinte aber ungeschickte Postings bestenfalls Nichtbeachtung hervor – schlimmstenfalls aber einen Shits-torm.

Dabei können die Intentionen von Ernährungsprofis recht unterschiedlich sein: Forscher möchten gerne Debatten bestimmen, Institutionen möchten Haltungen verändern und Menschen beraten, Therapeutinnen suchen Aufträge, möchten Kunden binden und sichtbar werden – aber alle wollen eine gute Reputation.

Tatsächlich lassen sich Erfolg oder riesige Reichweiten in den sozialen Medien aber weder planen noch erzwingen. Einige Leitfragen können jedoch dabei helfen, zielgerichteter vorzugehen: Was ist mein Thema? Wen will ich ansprechen? Mit welchen Merkmalen meiner Persönlichkeit oder meiner Arbeit will ich sichtbar werden? Was will ich überhaupt in welchem

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**

3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg



---

Kanal – und wie sieht das aus, was ich dazu poste?

Der kleine Streifzug durch das Netz soll helfen, das eigene Profil zu schärfen.

**Kontakt**

Johanna Bayer

Wissenschaftsjournalistin, Foodbloggerin und Autorin

Blog „Quark und so“

[www.quarkundso.de](http://www.quarkundso.de)



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

## **ABSTRACT**

### **Nudging: Möglichkeiten für die Praxis**

*Christine Röger, Bereichsleiterin Wissenschaft, Kompetenzzentrum für Ernährung, Freising*

Nudging basiert auf der Vorstellung, dass Menschen ohne Zwang dazu bewegt werden können, bessere Entscheidungen zu treffen bzw. ihr Verhalten zu ändern. Dieses von Thaler und Sunstein entwickelte Konzept ist hilfreich, einen gesundheitsfördernden Lebensstil zu unterstützen und Anreize in unterschiedliche Settings zu tragen.

Als Pionier in Sachen Nudging hat das Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) mit Unterstützung der Techniker Krankenkasse erste Nudging-Praxiserprobungen in Deutschland durchgeführt, evaluiert sowie den ersten Kongress zum Thema „Nudging – per Stups gesünder?“ in Bayreuth organisiert.

So hat KErn unter wissenschaftlicher Leitung von Frau Prof. Dr. Gertrud Winkler, Hochschule Albstadt Sigmaringen, zwei Praxistests im Setting Uni- und Schulmensa begleitet, bei denen Nudging-Maßnahmen erfolgreich in der Gemeinschaftsverpflegung zum Einsatz kamen.

Bereits einfache und kostengünstige Veränderungen in der Speisenausgabe führten zu gesünderer Essensauswahl bei den Tischgästen.

Im Folgeprojekt „Smart Moving“ mit wissenschaftlicher Begleitung der Uni Bayreuth und Uni Regensburg ging es um Nudging-Maßnahmen, um die Alltagsbewegung Studierender im Setting Universität zu fördern. Abschließende Ergebnisse liegen noch nicht vor. Allerdings zeigt sich Nudging auch hier als sehr hilfreich, gesundheitsfördernde Maßnahmen in Sachen Bewegung zu initiieren.

Die Praxiserprobungen sind bislang noch Neuland im deutschsprachigen Raum. Es hat sich gezeigt, dass Maßnahmen an kulturelle Gegebenheiten und an das jeweilige Setting angepasst werden müssen. Der kreative und kooperative Umgang im Setting ist maßgeblich für den Erfolg.

Nudging kann damit ein gewinnbringender Faktor für einen gesundheitsfördernden Lebensstil sein, sollte jedoch als ein mögliches Instrument in einem Gesamtmix verstanden werden.

**Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten  
im digitalen Zeitalter  
Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.**



3. und 4. September 2019  
Stadthalle Bad Godesberg

---

Der Vortrag gibt einen Überblick über durchgeführte Maßnahmen und Umsetzung der Praxisprojekte.

**Kontakt**

Christine Röger  
Kompetenzzentrum für Ernährung (Kern)  
[www.KErn.bayern.de](http://www.KErn.bayern.de)  
[Christine.Roeger@KErn.bayern.de](mailto:Christine.Roeger@KErn.bayern.de)





## **ABSTRACT**

### **Visualisierung als unterstützende Methode in der Ernährungsberatung**

*Franziska W. Schwarz, SciVisTo, Potsdam*

Haben wir die Wahl der Informationsaufnahme, ziehen wir die bildliche Darstellung dem Text vor. Das Lesen und Verstehen von Texten erfordert mehr Anstrengung als der bloße Anblick von Bildern. Es handelt sich hier um den Picture Superiority Effect, den „Bildüberlegenheitseffekt“ – die Überlegenheit des Bildes während der Informationsaufnahme.

Bilder als Kommunikationsmittel sind älter als Schriftzeichen, Buchstaben entwickelten sich erst später – Hinweise darauf, dass Bilder vom menschlichen Gehirn bevorzugt werden und einfacher zu verstehen sind. Gesprochene Worte und Sprachbilder werden im Gehirn sofort umgewandelt und das entsprechende Bild „hat man vor Augen“. Tatsächlich erfolgt ein kognitiver Abgleich mit der erlernten Bilddatenbank und eine Assoziation. Wir denken somit visuell, denken in bildhafter Form. Insbesondere bei Lernprozessen kann dieser Effekt genutzt werden, wenn er auch bei jedem unterschiedlich stark ausgeprägt ist.

Im Zeitalter der Digitalisierung liegt es an uns, die „richtigen“ Bilder zu nutzen und falls wir diese aufgrund der Masse nicht finden, sie selbst zu generieren – analog und in Echtzeit. Der Vorteil daran: Entschleunigung und Fokus auf das Wesentliche. Visuelles Denken als analoges Methodentool ermöglicht es, über das Bild hinaus, auch Text mit einzubinden. Ebenso können digitale Werkzeuge, dank sinnvollen visuellen Designs, den Beratungsprozess unterstützen.

Durch Formatwechsel und den gezielten Einsatz guter visueller Mittel kann der Beratungsprozess interessanter sowie langfristig nachhaltiger gestaltet werden. Gute und ansprechende visuelle Werkzeuge ebnen Verständigungshürden, sind weitgehend unabhängig von Bildungsniveaus und unterstützen den Aufbau einer gemeinsamen Verständnis- und Handlungsebene.

#### **Kontakt**

Dr. Franziska W. Schwarz  
SciVisTo  
[www.scivisto.com](http://www.scivisto.com)  
[mail@scivisto.com](mailto:mail@scivisto.com)



## **Ins Netz gesetzt – Was ist beim Umgang mit digitalen Daten zu beachten?**

*Dennis Töle, Töle Wagenknecht Wulff Rechtsanwälte Partnerschaft mbB, Bonn  
Claudia Thienel, Praxis für Ernährungsberatung Bonn*

## **Übersicht**



- |                         |                     |
|-------------------------|---------------------|
| 1. Umgang mit Klienten  | – Daten             |
| 2. Beratungstätigkeit   | – Beratungsangebote |
| 3. Marketing            | – Werbung           |
| 4. Aufbewahrungsfristen | – Dokumentation     |

## 1. Umgang mit Klienten-Daten



Darf ich alle Klienten-Daten digital erfassen?  
Wie gehe ich allgemein mit Patientendaten um?  
Welche Daten darf ich wo speichern, weitergeben, etc.?

- Datenschutz gilt bei digitaler & analoger Erfassung  
(z.B. Aktenordner oder Cloud)
- Grundsatz der Datensparsamkeit / -minimierung  
(Art. 5 Abs. 1 lit. c) DSGVO)
- Verarbeitungen nur mit Rechtsgrund  
(z.B. Einwilligung oder Gesetz)
- Verschiedene Speicherarten erfordern unterschiedliche Anforderungen an die Datensicherheit  
(z.B.: beim Nutzen der Dienstleistungen Dritter → Cloud-Anbieter)

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

4

## 1. Umgang mit Klienten-Daten



Muss ich bereits beim Erstkontakt den Klienten aufklären,  
was ich mit seinen Daten mache?

- Datenverarbeiter unterliegen Informationspflichten  
(Art. 13, 14 DSGVO)
  - a) Daten werden beim Betroffenen erhoben:  
Information muss „im Zeitpunkt der Erhebung“ erfolgen
  - b) Daten stammen von Dritten:  
Information muss in angemessener Zeit, spätestens nach einem Monat oder zum Zeitpunkt der Verarbeitung der Daten, geschehen

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

5

## 1. Umgang mit Klienten-Daten



Muss der Klient beim Aufnahmegespräch ein Schreiben zum Datenschutz (Einverständniserklärung) unterschreiben und muss ich dies auch 10 Jahre aufbewahren?

- Falls kein anderer Rechtsgrund vorliegt, muss eine Einwilligung eingeholt werden
- Keine starre Frist für Aufbewahrung von Einverständniserklärungen (Anhaltspunkt: 3 Jahre nach Ende der Verarbeitung)

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

6

## 1. Umgang mit Klienten-Daten



Darf der Hausarzt, Allergologe, etc. die Klienten-Daten bekommen?

Muss dazu eine Schweigepflichtentbindung vorliegen?

- Daten dürfen nicht ohne Vorliegen eines Rechtsgrundes herausgegeben werden  
(z.B. Einwilligung des Betroffenen)
- Schweigepflicht des Arztes greift separat davon

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

7

## 1. Umgang mit Klienten-Daten



Darf ich als Ernährungsberaterin Auskunft geben, wer Mitglied in einer Selbsthilfegruppe ist – oder wer noch bei mir in meiner Beratung ist?

- Für die Datenweitergabe muss ein Rechtsgrund vorliegen
  - (z.B. eine vorherige Einwilligung des Betroffenen oder Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. )
  - DSGVO: Die Verarbeitung ist „*erforderlich, um lebenswichtige Interessen der betroffenen Person zu schützen*“  
→ sehr enge Auslegung!

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

8

## 2. Beratungstätigkeit – Beratungsangebote



Beantwortung von Bürger-/ Verbraucheranfragen für Auftraggeber aus öffentlichen Einrichtungen, Industrie & Handel

Welche Daten muss ich löschen, was aufbewahren und wie sind die Fristen?

- a) Fragesteller hat einer Datenweitergabe eingewilligt  
→ direkte Beantwortung ist in Ordnung
  - b) Ansonsten wäre die Datenweitergabe bereits rechtswidrig  
→ Sie dürfen nur die Frage erhalten & dürfen nur der Einrichtung direkt antworten
- Keine festen Fristen  
→ Löschen, wenn Daten nicht mehr benötigt werden

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

9

### 3. Marketing – Werbung



Darf ich Werbung für meine Angebote machen?

- Grundsätzlich Ja  
→ aber Einschränkungen je nach Art der Werbung  
Insbesondere nach dem Wettbewerbsrecht (Stichwort „Kaltakquise“)

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

10

### 3. Marketing – Werbung



Darf ich Kunden anschreiben und auf neue Angebote hinweisen?

- Richtet sich insb. nach § 7 UWG & nach Art der Werbung  
→ Brief-/Telefax-/E-Mail-Werbung möglich, wenn zuvor ähnliche Waren/Dienstleistungen vom Kunden bestellt worden waren  
→ Hinweis auf Widerspruchsmöglichkeit

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

11

### 3. Marketing – Werbung



Darf ich als Ernährungsberaterin Auskunft geben, wer noch zu einem Seminar von mir kommt (z.B. einem anderen Interessenten am Telefon)?

- Auch hier: Rechtsgrund notwendig für Datenweitergabe, sonst nicht  
z.B. Einwilligung des Betroffenen

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

12

### 3. Marketing – Werbung



Darf ich Adresslisten mit verschiedenen Daten meiner Seminarteilnehmer weitergeben & diese Daten/Listen auf meinem Computer lassen?

- Rechtsgrund notwendig für Datenweitergabe, sonst nicht
- Speicherort der Daten irrelevant, wenn Daten rechtmäßig erhoben und verarbeitet wurden

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

13

### 3. Marketing – Werbung



Darf ich Fotoprotokolle u.ä. aufgrund dieser Teilnehmerlisten nach dem Seminar verschicken oder muss ich dazu eine neue Einverständniserklärung von allen unterschreiben lassen?

- Rechtsgrundlage: Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. b) DSGVO

*„Verarbeitung ist für die Erfüllung eines Vertrags, dessen Vertragspartei die betroffene Person ist, oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen erforderlich“*

Achtung: Beim Senden sollten nicht die Adressdaten der anderen Teilnehmer offenbart werden

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

14

### 3. Marketing – Werbung



Darf ich meine Klienten-/Patientenkontakte für ein Mailing nutzen und sie gezielt dazu einladen?

- Ähnlichkeitswerbung ist nur zulässig, wenn Kunden ein ähnliches Angebot bereits bei Ihnen gemacht/gebucht haben  
→ Dies gilt nicht für potentielle Kunden!

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

15



### 3. Marketing – Werbung



Als Ernährungsberaterin biete ich auch Einkaufscoachings oder Kochkurse für Interessenten an.

Darf ich per Rundmail darauf aufmerksam machen bzw. meine Klienten-Kontakte für das Mailing nutzen?

- Nach dem UWG als Werbung zu bewerten
- Bei Ähnlichkeitswerbung/vorheriger Einwilligung möglich
  - beim E-Mail-Versand das Adressfeld „Blind Carbon Copy“ (BCC) nutzen, damit keine Adressen weitergegeben werden

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

16

### 4. Aufbewahrungsfristen – Dokumentation



Steuerrechtlich bin ich verpflichtet alle Daten & relevanten Geschäftsvorgänge 10 Jahre aufzubewahren. Digital darf ich die Daten nicht so lange aufbewahren.

Stimmt das? Welche Aufbewahrungsfristen gelten hier?

- § 14b UStG: Rechnungsdoppel sind 10 Jahre aufzubewahren
- Weitere Fristen ergeben sich z.B. aus der Abgabenordnung (AO) oder einschlägigen Berufsordnungen etc.
- Aufbewahrungsort unerheblich
  - Speicherung muss sicher erfolgen

04.09.2019

Ins Netz gesetzt

17

## 4. Aufbewahrungsfristen – Dokumentation



Alle paar Wochen müssen Daten/Geschäftsvorgänge mit Kundendaten gelöscht und dies von mir dokumentiert werden.

Wie erfolgt die Dokumentation?

- Dokumentation muss in Form eines Verzeichnisses von Verarbeitungstätigkeiten erfolgen  
(Art. 30 DSGVO)  
→ kann (teil)automatisiert geschehen

**Arbeitstagung**  
der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V.



**Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**



# P R E S S E I N F O R M A T I O N

der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V.

19/2019 | 3. September 2019

## Wie wirkt sich die Digitalisierung auf Ernährungsverhalten und -beratung aus?

### DGE-Arbeitstagung in Bonn am 3./4. September 2019

Die Entwicklung der mobilen Technologien verläuft rasant und die ständige Erreichbarkeit über das Smartphone gehört bei vielen zum Alltag. Welche neuen Chancen und Wege das auch für die Ernährungserhebung, Verhaltensänderung und die Ernährungsberatung eröffnet, thematisiert die diesjährige Arbeitstagung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) „Ernährungsberatung und Ernährungsverhalten im digitalen Zeitalter“. Der erste Tag widmet sich unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Britta Renner, Universität Konstanz und Sprecherin der DGE-Fachgruppe Ernährungsverhaltensforschung, schwerpunktmäßig dem Ernährungsverhalten. „Die neuen mobilen Technologien liefern nicht nur „mehr“ Daten, sondern auch qualitativ „andere“ Daten. Die Digitalisierung bietet uns die große Chance, Interventionen zu Verhaltensänderungen gezielter auf die individuellen Bedürfnisse der Nutzer und spezifischen Esssituationen anzupassen“, sagt Prof. Dr. Britta Renner. Den Themenschwerpunkt „Ernährungsberatung „Always on“ – Individuell, interaktiv, vernetzt“ am Folgetag leitet Prof. Dr. Christine Brombach, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften und Sprecherin der DGE-Fachgruppe Ernährungsberatung. Die rund 330 Teilnehmer, überwiegend Ernährungsexperten aus Wissenschaft, Kommunikation und Beratung, erfahren anhand von Beispielen aus der Praxis, wie sie die Digitalisierung für ihre Arbeit nutzen können.

Mit der gemeinsamen Web-App „BERTA-INTERAKTIV“ können die Teilnehmer der Bonner Ernährungstage sich aktiv an der Arbeitstagung und am BZfE-Forum, das am 5. September stattfindet, beteiligen, mitdiskutieren und abstimmen. Die App bietet u. a. Infos zu den Referenten und ihren Vorträgen. Über #dge19 und #BERTA19 kann der Arbeitstagung auf Twitter gefolgt werden. Franziska W. Schwarz erstellt als Graphic Recorder online ein visuelles Protokoll der Tagungsvorträge.

### Mit Apps zu einer gesundheitsfördernden Ernährung?

Durch chronische Krankheiten einschließlich Adipositas, Diabetes mellitus Typ 2 und Herz-Kreislauf-Krankheiten entstehen 80 % der Gesundheitsausgaben in Europa. Dass die reine Informationsweitergabe für die wirksame Prävention ernährungsmitbedingter Krankheiten nicht ausreicht, erkennen Verantwortliche in der Gesundheitsbranche mehr und mehr an. Pilvikki Absetz, Professorin für Ge-

Herausgeber:

Deutsche Gesellschaft  
für Ernährung e.V. (DGE)

Godesberger Allee 18  
53175 Bonn

Tel.: 0228 3776-600

Fax: 0228 3776-800

E-Mail: [webmaster@dge.de](mailto:webmaster@dge.de)

Internet: [www.dge.de](http://www.dge.de)

Nachdruck honorarfrei,  
Quellenangabe (DGE)  
erwünscht.

Belegexemplar erbeten.

sundheitsförderung an der Universität Ostfinland, hinterfragt, ob die digitale Verhaltensintervention mit über 300 000 Gesundheits-, Fitness- und Lifestyle-Apps eine Lösung für dieses Dilemma sein kann. Sie weist darauf hin, dass Apps nur dann zu nachhaltigen Verhaltensänderungen führen, wenn sie von Funktionen begleitet werden, die dem Einzelnen helfen, die Änderung in die Praxis umzusetzen. Anforderungen an eine App für wirksame Verhaltensänderungen sind z. B. Zielsetzung, Aktionsplanung, Peer-Unterstützung und/oder Feedback. Als positive Fallbeispiele stellt Pilvikki die Ernährungscoaching-App MealLogger und eine App für einen gesunden Lebensstil BitHabit, vor.

Auch Michael Quarshie, Firmengründer MealLogger, betont, dass die weite Verbreitung von Smartphones ein großes Potenzial für digitales Ernährungscoaching bietet. Er stellt die Ergebnisse der App MealLogger, die evidenzbasierte Coaching-Strategien und -techniken einsetzt, vor. Um die Veränderung des Lebensstils mit einem ganzheitlichen Ansatz weiter voranzutreiben, können andere Apps das Ernährungscoaching ergänzen. In Fallbeispielen zeigt Quarshie MealLogger als eigenständigen Dienst und Teil eines digitalen Systems wie beispielsweise für eine Kooperation mit dem finnischen Ministerium für Soziales und Gesundheit.

In seinem Vortrag „Ernährungspolitik neu denken: Verhältnis- und Verhaltensprävention im (post?)digitalen Zeitalter“ stellt Prof. Dr. Achim Spiller, Georg-August-Universität Göttingen, die These auf, dass wir eine staatliche Informationsinfrastruktur brauchen. Apps haben nur dann das Potenzial, für den Durchbruch in der Verbrauchertransparenz und -information, wenn der Staat dafür sorgt, dass bestimmte Grunddaten wie Nährwerte, Klimawerte, Tierschutzinfos bereitgestellt werden.

Was kann Ernährungsberatung und -kommunikation von Bloggern und Social Influencern lernen?

Prof. Dr. Christine Brombach zeichnet die Historie der Ernährungsberatung nach. Die bislang klassische Ernährungsberatung wird zunehmend von Nichtexperten wie Social Influencern und selbst ernannten Experten durchgeführt. Dass die sozialen Medien Menschen erfolgreich mit dem Thema Essen und Ernährung erreichen, stellen auch Ernährungsprofis zunehmend fest. Was Stil und Themen angeht, scheinen Blogger, Instagrammer und Youtuber den Geschmack der Nutzer besser zu treffen als Institutionen und Fachleute mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit. In ihrem Praxisvortrag „Klicks, Likes und Foodporn: Was geht in den sozialen Medien?“ stellt die Wissenschaftsjournalistin Johanna Bayer Beispiele erfolgreicher Blogger und Influencer vor, analysiert diese und erläutert Leitfragen, die das eigene Profil schärfen. Dr. Franziska W. Schwarz, SciViSto, Potsdam, ergänzt, dass die Visualisierung ein wichtiger Aspekt in der Ernährungsberatung ist. Die Unternehmerin, die als zeichnende Naturwissenschaftlerin unterwegs ist, weist darauf hin, dass der Beratungsprozess durch Formatwechsel und den gezielten Einsatz guter visueller Mittel interessanter sowie nachhaltiger und verständlicher gestaltet werden kann.

Die DGE-Arbeitstagung findet im Rahmen der dritten Bonner Ernährungstage statt, die DGE und BZfE gemeinsam veranstalten. Im Anschluss an die Fachvorträge diskutieren Experten beider Veranstaltungen Prof. Dr. Christine Brombach, Eva Zovko, BZfE, und Heidi Kupke, CAI Online Coach im Bonner Ernährungstalk zu digitaler Ernährungsberatung per App, Chat und Track darüber, welche verschiedenen Herausforderungen und Perspektiven diese bietet und was dies für die Qualität der Beratung bedeutet.

Die Sonderausstellung „SEHEN, SCHMECKEN, ENTDECKEN: FORSCHUNG ERLEBEN“ präsentiert Forschungsvorhaben, die das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) fördert. Hier können Teilnehmer direkt mit Wissenschaftlern ins Gespräch kommen und verschiedene Lebensmittel verkosten.

**Kontakt:**

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE)

Referat Öffentlichkeitsarbeit

Autorin: Silke Restemeyer

[www.dge.de/presse/kontakt/](http://www.dge.de/presse/kontakt/)

# P R E S S E I N F O R M A T I O N

der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V.



20/2019 | 3. September 2019

## DGE vergibt Journalisten-Preis 2019

### Sechs Medienvertreter auf der Arbeitstagung in Bonn ausgezeichnet

Die Preisträger des DGE-Journalisten-Preises 2019 heißen Alina Reichardt (Funke Mediengruppe), Ruth van Doornik (Leben & erziehen), Dr. Daniela Remus und Ingeborg Hain (Bayern 2), Katrin Focke (XENIUS:BR) und Marc Zimmer (www.mdr.de). Zum 30. Mal prämiiert die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) die besten journalistischen Arbeiten zu aktuellen Ernährungsthemen. Dagmar von Cramm, Mitglied im Wissenschaftlichen Präsidium der DGE, überreicht die Auszeichnungen auf der DGE-Arbeitstagung am 3. September 2019 in Bonn. Den Preis vergibt die Fachgesellschaft jährlich für wissenschaftlich fundierte, originelle und zielgruppengerecht aufbereitete Arbeiten. Über 80 Medienvertreter hatten sich für den mit insgesamt 10 000 EUR dotierten Preis beworben.

Im Bereich **Tages- und Wochenzeitungen** geht der Preis an Alina Reichardt für ihren Artikel „Wie uns zu viel Salz schadet“ der Funke Mediengruppe, u. a. erschienen im Hamburger Abendblatt und in der Berliner Morgenpost vom 04.05.2018. Sie geht der Frage nach, warum ein höherer Salzkonsum bei einigen Menschen zu Bluthochdruck führt und bei anderen nicht und ob beispielsweise ein probiotischer Joghurt gegen Bluthochdruck wirken könnte. Die Autorin stellt hierzu neue Aspekte wie den Einfluss auf die Darmmikrobiota vor und liefert eine Erklärung, warum es salzsensitive Menschen gibt. Ein spannender Artikel zu aktuellen Forschungsergebnissen über das Speisesalz, die einen neuen Ansatz zur Prävention von Bluthochdruck bieten könnten.

In der Kategorie **Publikumszeitschriften** erhält Ruth van Doornik den Preis für ihren Serviceartikel „Essen prägt“ in der Mai-Ausgabe 2018 der Zeitschrift Leben & erziehen. Darin schreibt sie, wie wichtig die Ernährung in den ersten 1000 Tagen ist und vermittelt noch einmal deutlich, dass Übergewicht in der Schwangerschaft ein Risikofaktor ist. Mit dem richtigen Gefühl für ihre Leserschaft – Schwangere und Eltern von Kleinkindern – ist der Autorin ein ansprechender, fundierter Bericht mit vielen praktischen Tipps gelungen, der dem hohen Informationsbedarf dieser Zielgruppe gerecht wird.

Im Bereich **Hörfunk** hat die Jury zwei Beiträge vom Bayerischen Rundfunk ausgezeichnet. Dr. Daniela Remus erhält den Preis für ihr Feature „Nahrungsergänzungsmittel – Sinnvoll oder Geschäftemacherei?“ vom 30.11.2018. Die Redakteurin klärt am Beispiel von Vitamin C, D und E über Fakten und Behauptungen

Herausgeber:

Deutsche Gesellschaft  
für Ernährung e.V. (DGE)

Godesberger Allee 18  
53175 Bonn

Tel.: 0228 3776-600

Fax: 0228 3776-800

E-Mail: [webmaster@dge.de](mailto:webmaster@dge.de)

Internet: [www.dge.de](http://www.dge.de)

Nachdruck honorarfrei,  
Quellenangabe (DGE)  
erwünscht.

Belegexemplar erbeten.

zu Nahrungsergänzungsmitteln auf und informiert zum Risiko hoch dosierter Präparate. Ihr Fazit lautet, dass Gesundheit nicht planbar und nicht über Nahrungsergänzungsmittel käuflich ist. Das Bayern 2 RadioWissen-Feature setzt sich sachlich, fundiert und kritisch mit Nahrungsergänzungsmitteln auseinander.

Ingeborg Hain wird für ihren Beitrag „Metabolisches Syndrom – ein gefährliches Quartett bei Kindern und Jugendlichen“ in Bayern 2, Wissenschaft und Forschung vom 20.03.2018, ausgezeichnet. Sie stellt darin dar, was Übergewicht, Bluthochdruck, erhöhte Blutzucker- und Blutfettwerte für betroffene Kinder, Jugendliche und deren Eltern bedeuten. Der Autorin ist ein ausgezeichnete Mix aus Verbraucher-, Experten-, Kinder- und Elternstimmen gelungen, die als Betroffene zu Wort kamen. Ihr authentisches Feature stellt Lösungen wie Übergewichtsprogramme, die Ernährung, eine Kombination aus Sport und psychologische Aspekte vereinen, oder Online-Plattformen vor. Ihr Fazit fällt positiv, erfolgversprechend und motivierend aus. Ein abwechslungsreicher, informativer Beitrag, der von den O-Tönen lebt.

In der Kategorie **Fernsehen** erhält Katrin Focke den Preis für ihre Reportage „Xenius: Superfood Goji, Chia & Co. im Test“ vom 26.05.2019 im Bayerischen Fernsehen. Die Redakteurin prüft die Behauptungen zu gesundheitlichen Wirkungen von Superfoods. Dazu befragt sie nicht nur Experten, sondern lässt auch Messungen zu den beworbenen Inhaltsstoffen und Nährstoffen durchführen und zeigt, wie genau im Labor gearbeitet werden muss. Ein unterhaltsamer Einstieg mit Besuch eines Wochenmarktes und Befragung von Verbrauchern stellt einen guten Alltagsbezug her. Positiv ist der Jury aufgefallen, dass die Redakteurin in ihren Aussagen relativierend und nicht polarisierend ist. Damit ist ihr ein verbraucherorientierter Beitrag mit einem prägnanten Fazit gelungen.

Die von Marc Zimmer eingereichte Reportage auf [www.mdr.de](http://www.mdr.de) „Das Essen der Zukunft – Trends, Ideen und Herausforderungen“ vom 31.03.2018 bekommt die Auszeichnung im Bereich **Internet/Social Media**. In seiner multimedialen Reportage geht es rund um das Thema Nachhaltigkeit, um Esskultur, Klimawandel, Fleischproduktion und -konsum sowie gesundheitliche, ökologische und soziale Folgen. Die verschiedenen Möglichkeiten des Netzes nutzt der Redakteur bestens und kombiniert Textelemente mit Video, Foto und Audio. Mit diesem Storytelling-Tool hat er eine umfangreiche, facettenreiche und aufklärende Reportage mit einem Mix aus Informationen, Bildern und Grafiken umgesetzt. Seine Informationen sind sensibilisierend, nicht belehrend und animieren speziell das jüngere Publikum dazu, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen.

Weitere Informationen zu den Preisträgern 2019 und den ausgezeichneten Arbeiten unter <http://www.dge.de/presse/journalisten-preis/>

Kontakt:

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.

Referat Öffentlichkeitsarbeit

Autorin: Antje Gahl

[www.dge.de/presse/kontakt/](http://www.dge.de/presse/kontakt/)