

# Nährwertkennzeichnung in Skandinavien: Keyhole-Label

Sebastian Vogt

*GDA-Nährwertkennzeichnung oder Nährwertampel? In Deutschland wird derzeit die Variante mit den prozentualen Mengen des täglichen Bedarfs umgesetzt, während sich in Großbritannien das Modell mit den drei Ampelfarben durchsetzen konnte. Im Juni 2013 erfolgte dort die Weiterentwicklung zu einem Hybridmodell, das sowohl die Charakteristika der GDA-Nährwertkennzeichnung als auch der Nährwertampel besitzt (Foodwatch 2013, online). Über die letzten Jahre wurden in Deutschland immer wieder öffentliche Diskussionen darüber geführt, welches Modell am verbraucherfreundlichsten sei. Namenhafte Verbraucherorganisationen sprechen sich dabei klar für die Nährwertampel aus, hingegen halten Konzerne der Nahrungsmittelindustrie am GDA-Modell fest. Studien zeigen weiterhin widersprüchliche Ergebnisse. Ein vorzeitiges Ende erreichte die Diskussion im Jahr 2010, nachdem das Europäische Parlament gegen die Einführung der Nährwertampel gestimmt hat (Foodwatch 2010, online). In den skandinavischen Ländern scheinen derartige Probleme wenig bekannt zu sein. Die Entwicklung des vor über zwei Jahrzehnten in Schweden eingeführten Keyhole-Labels geht stetig voran. Es handelt sich dabei um eine Form der Positivkennzeichnung, bei der Lebensmittel hervorgehoben werden, die aufgrund ihrer Nährstoffgehalte im Vergleich zu ähnlichen Lebensmitteln einen höheren Gesundheitswert besitzen (Livsmedelsverket (a), online). Ziel des Artikels ist es, das Keyhole-Label als alternative Nährwertkennzeichnung im Detail vorzustellen. Der Artikel basiert dabei auf den Ergebnissen einer Bachelor-Thesis, in der die GDA-Nährwertkennzeichnung, die Nährwertampel und das Keyhole-Label miteinander verglichen werden.*

## Entwicklung

Das Keyhole-Label (Abbildung 1) wurde im Jahr 1989 in Schweden mit dem Ziel eingeführt, Verbrauchern zu helfen, eine gesundheitsbewusste Entscheidung bei der täglichen Lebensmittelauswahl zu treffen. Ein wesentlicher Punkt dieser Initiative ist es, ernährungsbedingte Risikofaktoren zu senken, die zu Übergewicht und Adipositas sowie den klassischen Folgeerkrankungen wie Diabetes mellitus Typ 2, Bluthochdruck und koronare Herzkrankheiten führen. Gekennzeichnet werden dabei Produkte, die im Vergleich mit ähnlichen Produkten ein für die Gesundheit günstigeres Nährstoffverhältnis aufweisen (Livsmedelsverket (a), online).

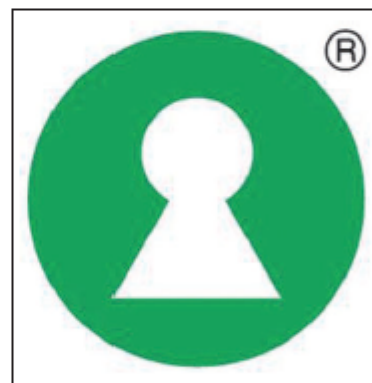


Abb. 1: Keyhole-Label. Quelle: Livsmedelsverket 2009, S. 4

Nachdem sich das Keyhole-Label in Schweden über zwei Jahrzehnte erfolgreich durchsetzen konnte, entschieden sich

## Keyhole-label: Nutrition labelling in Scandinavia

GDA nutrition labelling or traffic light labelling? In Germany the model with the percentage quantities of daily requirements is implemented while in the UK the model with traffic light labelling became accepted. Last year in UK, a hybrid model evolved from the basic model that now features both the characteristics of the GDA nutrition labelling and the traffic light labelling. Over the last years, public discussions took place to find out which of these models is more beneficial to consumers. Renowned consumer organisations still argue for the traffic light labelling but the major players of the food industry stick up for the GDA nutrition labelling. Studies still show contradictory results. Public discussions reached a premature end in 2010 when the European Parliament voted against the introduction of the traffic light labelling. In Scandinavian countries problems like this seem to be just little known. The development of the keyhole label that was invented more than two decades ago in Sweden is proceeding constantly. It is a form of positive labelling where food products are highlighted because of greater health benefits related to their nutrient content compared with similar food products. The objective of this research paper is to introduce the keyhole label as an alternative form of nutritional labelling. It is based on the results of a bachelor thesis that compared the GDA nutritional labelling, the traffic light labelling and the keyhole label.

auch Norwegen und Dänemark, das Keyhole-Label im Jahr 2009 einzuführen. Grund dafür war zum einen der Aktionsplan der drei Staaten aus dem Jahr 2006 für eine bessere Gesundheit und Lebensqualität durch Ernährung und Bewegung („Nordic Plan of Action on better health and quality of life through diet and physical activity“), zum anderen aber auch der globale Aktionsplan der WHO/FAO für eine gesündere Ernährung, mehr Bewegung und eine bessere Gesundheit („WHO/FAO Global Strategy on diet, physical activity and health“) aus dem Jahr 2003 (Mattylinet 2010, S. 1f).

Trotzdem es sich bei dem Keyhole-Label um keine verpflichtende, sondern um eine freiwillige Möglichkeit der Nährwertkennzeichnung handelt, erhält die Kampagne auch seitens der Nahrungsmittelindustrie große Unterstützung. Schon bei der Einführung sprachen sich Hersteller für die Verwendung einer Positivkennzeichnung in Form des Keyhole-Labels aus (Mattylinet 2010, S. 2).

Für das Jahr 2014 soll es zu einer Überarbeitung der Kriterien einiger Nährstoffe wie beispielsweise Salz kommen. Darüber hinaus ist geplant, neue Produktkategorien einzuführen (derzeit werden u. a. glutenfreie Alternativen diskutiert) und die Bewertungen für bereits bestehende Produktkategorien zu überarbeiten (Livsmedelsverket 2013, S. 10). Weiterhin ist Island sehr daran interessiert, das Keyhole-Label einzuführen und hat bereits die Europäische Kommission über dieses Vorhaben informiert (EAS 2012, online).

### Kriterien zur Verwendung

Innerhalb von neun Produktkategorien, denen 25 Produktgruppen zugeordnet sind, werden Produkte, die einen geringeren Gehalt an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten und Salz bzw. einen höheren Anteil an Ballaststoffen besitzen, mit dem Keyhole-Label gekennzeichnet (Livsmedelsverket (a), online). Allerdings gibt es auch Produkte, die grundsätzlich nicht mit der Positivkennzeichnung versehen werden, da von ihnen kein ernährungsphysiologischer Gesundheitswert ausgeht. Dazu zählen beispielsweise Süßwaren und Knabberartikel wie Chips und Kekse (AID 2008, S. 2). Zu den neun Produktkategorien gehören Milchprodukte, Fette und Öle, Fleisch und verarbeitete Fleischwaren, Fisch und Schalentiere, vegetarische Alternativen zu Milchprodukten, Brot und Getreideprodukte, Fertiggerichte, Gemüse und Obst (Livsmedelsverket (a), online). Tabelle 1 enthält exemplarisch einen Auszug der Kriterien für verschiedene Produktkategorien und den zugehörigen Produktgruppen.

### Verbraucher und Hersteller im Fokus

Durch das Keyhole-Label sind Verbraucher in der Lage, Produkte mit einem höheren Gesundheitswert bedeutend schneller und einfacher auszuwählen (Mattylinet 2010, S. 1). Ein Vergleich über Zahlen und Prozentwerte wie bei der GDA-Nährwertkennzeichnung oder durch unterschiedliche Signalfarben wie bei der Nährwertampel entfällt. Das ist insofern in-

Tab. 1: Kriterien für Produkte mit dem Keyhole-Label. Quelle: Eigene Übersetzung nach Livsmedelsverket (b), online

Produktkategorie	Produktgruppe	Kriterien (max.)
Milchprodukte	Friskkäse	5 % Fett gesamt 0,35 g Salz/100 g
Milchprodukte	Vegetarische Alternativen zu Milchprodukten (z. B. Hafermilch)	1,5 g Fett/100 g 33 % gesättigte Fettsäuren vom Gesamtfettgehalt 5 g Zucker/100 g 0,04 g Salz/100 g
Fleischwaren	Fleisch (unverarbeitet)	10 g Fett/100 g
Fisch und Schalentiere	Fisch (unverarbeitet)	Keine Einschränkungen
Brot und Getreideprodukte	Brot (mind. 50 % Vollkorn)	7 % Fett gesamt 5 g Zucker/100 g 0,5 g Salz/100 g 6 g Ballaststoffe/100 g (mind.)
Brot und Getreideprodukte	Pasta (ungefüllt)	0,04 g Salz/100 g 6 g Ballaststoffe/100 g (mind.)

teressant, da Verbraucher sich durchschnittlich nur ca. 35 Sekunden mit dem Produkt beschäftigen, das sie kaufen wollen – wenig Zeit, um eine bewusste Kaufentscheidung zu treffen, in der noch weitere Elemente wie die Packungsgröße und das Zutatenverzeichnis beachtet werden (Grunert et al. 2010, S. 266).

Verbraucher benötigen prinzipiell kein ernährungsphysiologisches Vorwissen, um eine gesundheitsbewusste Entscheidung zu treffen, da eine Positivkennzeichnung ihnen diese bereits abnimmt. Auch die sprachliche Barriere fällt mit dem Keyhole-Label weg: Verbraucher können unabhängig von der Sprache eine Entscheidung treffen, sofern ihnen die Bedeutung bekannt ist (Mattylinet 2010, S. 1).

Es profitieren aber nicht nur die Verbraucher von einer Positivkennzeichnung – auch Hersteller können aus dem Keyhole-Label einen Nutzen ziehen. Durch einen hohen Bekanntheitsgrad und eine entsprechende Nachfrage dieser Produkte sind Hersteller angehalten, sich den Bedürfnissen ihrer Kunden anzupassen. Die Überarbeitung bestehender Produkte hinsichtlich ihrer Zusammensetzung oder die Entwicklung neuer Produkte speziell für die Kennzeichnung mit dem Keyhole-Label können dabei mögliche Folgen sein (Mattylinet 2010, S. 1).

### Studienergebnisse: Bekanntheit, Verständnis und Kaufverhalten

Da sich das Keyhole-Label seit mehr als zwei Jahrzehnten in Schweden kontinuierlich weiterentwickeln konnte, ist es nicht überraschend, dass es nahezu allen Verbrauchern bekannt ist (98 %). Auch in Norwegen (98 %) und Dänemark (88 %) ist

die Bekanntheit innerhalb von nur drei Jahren deutlich gestiegen. Sogar in Island, wo eine mögliche Einführung derzeit noch geplant wird, kennen bereits 29 % der Verbraucher das Keyhole-Label (Livsmedelsverket 2013, S. 9).

Studienergebnisse zeigen, dass die Bedeutung des Keyhole-Labels bei der Mehrheit der Verbraucher (65 %) bekannt ist, wobei Frauen den deutlich größeren Anteil (76 %) ausmachen. Darüber hinaus fällt auf, dass es vor allem Verbraucher im Alter von 25 bis 44 Jahren sind, die die Bedeutung eher als richtig interpretieren, wobei die Ergebnisse für Verbraucher im Alter von 45 bis 64 Jahren keinesfalls schlecht ausfallen (Larsen, Lissner, Wilhelmsen 1999, S. 777 f.). In Dänemark und Norwegen zeigt sich, dass schon verhältnismäßig kurz nach der Einführung ein relativ hohes Verständnis bei den Verbrauchern zu erkennen ist (Livsmedelsverket 2012, S. 29).

Weiterhin lässt sich sagen, dass der Konsum von fettreduzierten Produkten bei Männern und der Konsum von fettreduzierten sowie ballaststoffreichen Produkten bei Frauen höher ist, wenn gleichzeitig auch ein höheres Verständnis über die Bedeutung des Keyhole-Labels vorliegt (Larsen, Lissner, Wilhelmsen 1999, S. 778). Zwischen Frauen, die ein höheres Verständnis aufweisen und Frauen, die ein geringeres Verständnis aufweisen, finden sich in der absoluten und relativen Aufnahme von Fetten zwar keine Unterschiede, allerdings ergibt sich ein günstigeres Verhältnis zwischen mehrfach ungesättigten Fettsäuren zu gesättigten Fettsäuren (Lissner, Wilhelmsen 1996, S. 324).

Aktuelle Ergebnisse zeigen, dass etwa jeder fünfte Verbraucher aus Schweden und jeder zweite Verbraucher aus Dänemark und Norwegen manchmal, häufig oder immer Produkte kauft, die mit dem Keyhole-Label gekennzeichnet sind (Livsmedelsverket 2012, S. 30).

In Dänemark hat das Keyhole-Label in verhältnismäßig kurzer Zeit einen hohen Stellenwert bei den Verbrauchern eingenommen: Mehr als die Hälfte der Verbraucher haben sich bei ihrer Kaufentscheidung bereits mindestens einmal vom Keyhole-Label auf der Verpackung beeinflussen lassen (Krøyer et al. 2010 zit. nach Bozhinov 2012, S. 19). Die gleiche Umfrage ergibt ein Jahr später, dass 29 % der Verbraucher gezielt nach Produkten mit dem Keyhole-Label suchen (Krøyer et al. 2011 zit. nach Bozhinov 2012, S. 17).

Die Ergebnisse aus Schweden und Dänemark spiegeln sich auch in Marktanalysen wieder: Nicht nur die Angebotsvielfalt ist seit der Einführung des Keyhole-Labels gestiegen, sondern auch der Anteil der verkauften Produkte, die mit dem Keyhole-Label gekennzeichnet sind (Mattylsinet 2010, S. 2). Aktuell werden in Schweden, Dänemark und Norwegen jeweils über 1.500 mit dem Keyhole-Label ausgezeichnete Produkte angeboten (Livsmedelsverket 2012, S. 32).

### Keyhole-Label in Restaurants

Nachdem das Keyhole-Label in Schweden einige Jahre auf sich aufmerksam gemacht hat, erhielten im Jahr 1992 erstmals auch Menüs im Restaurant diese Form der Positivkennzeich-

nung. Die daraus resultierenden Entwicklungen führten dazu, dass im Jahr 2007 ein Pilotprojekt in Schweden mit insgesamt 67 Restaurants ins Leben gerufen wurde (Livsmedelsverket 2010, S. 40). Ziel war es auch hierbei, den Verbrauchern die Entscheidung beim Außer-Haus-Verzehr zu erleichtern und eine gesunde Alternative im Vergleich mit ähnlichen Produkten bzw. Menüs auszuwählen. Menüs, die mit dem Keyhole-Label gekennzeichnet waren, mussten beim Energiegehalt, den Komponenten und der Nährstoffzusammensetzung entsprechende Richtlinien einhalten.

Nicht nur für die Menüs wurden Kriterien festgelegt, auch die Restaurants selbst müssen sich an entsprechende Richtlinien halten. So ist beispielsweise geregelt, dass mindestens ein Menü pro Tag auf der Speisekarte angeboten werden muss, das den Kriterien für die Kennzeichnung mit dem Keyhole-Label entspricht. Weitere Kriterien gelten für das Personal: Schulungen sind Pflicht, um den Gästen zusätzliche Informationen hinsichtlich des Keyhole-Labels geben zu können (Livsmedelsverket 2012, S. 11).

Schon fünf Jahre nach Beginn des Pilotprojektes waren in Schweden bereits mehr als 300 Restaurants zertifiziert und konnten mit dem Keyhole-Label gekennzeichnete Menüs anbieten (Nordström, Thunström 2013, S. 4). Neben Schweden ist auch Dänemark daran interessiert, das Keyhole-Label in Restaurants und Gemeinschaftsverpflegungsbetrieben einzusetzen. Nur etwa ein Jahr nach der Einführung wurde mit der Erarbeitung eines solchen Konzeptes begonnen, basierend auf dem schwedischen Vorbild und den gleichen Richtlinien. Umgerechnet etwa 330.000 Euro investiert Dänemark in dieses dreijährige Projekt (Livsmedelsverket 2010, S. 25).

In einem kürzlich veröffentlichten Arbeitspapier der Universität Lund konnte nachgewiesen werden, dass Verbraucherinnen und Verbraucher in Schweden vermehrt Produkte beim Außer-Haus-Verzehr mit dem Keyhole-Label kaufen würden, sofern der Preis den Produkten entspricht, die nicht mit dem Keyhole-Label gekennzeichnet sind (Nordström, Thunström 2013, S. 7).

### Kritik an der Positivkennzeichnung

Wie auch die GDA-Nährwertkennzeichnung, die Nährwertampel oder andere Methoden zur Kennzeichnung von Nährwertangaben erntet das Keyhole-Label seit der Einführung immer wieder Kritik. Hauptsächlich steht dabei das Label selbst im Vordergrund, da es in seiner Form keine direkten Aussagen über die Mengenangaben der jeweiligen Nährstoffe trifft. Damit Verbraucher eine gesundheitsbewusste Kaufentscheidung treffen können, bedürfte es wesentlich mehr Informationen.

Dieser Kritikpunkt lässt sich allerdings sehr leicht relativieren, denn gemäß der Verordnung (EG) 1924/2006 handelt es sich beim Keyhole-Label um eine nährwertbezogene Angabe. Aus diesem Grund sind der Brennwert und die Nährstoffgehalte gemäß der Richtlinie 90/496/EWG auf der Verpackung deutlich sichtbar anzubringen (Garnweidner 2010,

S. 130). Die Verordnung (EG) 1924/2006 erfährt durch Inkrafttreten der neuen Lebensmittelinformationsverordnung einige Änderungen, während die Richtlinie 90/496/EWG vollständig abgelöst wird. Ein wesentlicher Bestandteil ist die verpflichtende Nährwertkennzeichnung, mit einer Übergangsphase bis Januar 2016. Danach müssen Produkte eine Nährwerttabelle enthalten, die über den Energiegehalt sowie die Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz informiert (BLL 2011, online).

Darüber hinaus wird kritisiert, dass auf der Verpackung keine Erklärung zu finden ist, die erläutert, welche Kriterien für die Kennzeichnung mit dem Keyhole-Label erfüllt werden müssen. Hierzu lässt sich sagen, dass die Informationen für Verbraucher durch Informationsbroschüren und im Internet kostenlos und leicht zugänglich zur Verfügung gestellt werden.

## Diskussion

Die Ergebnisse der Studien zeigen, dass das Keyhole-Label in Schweden, Dänemark und Norwegen einen sehr hohen Wiedererkennungswert besitzt – nahezu allen Verbrauchern ist es bereits aufgefallen.

In Bezug auf das Verständnis erweist sich das Keyhole-Label ebenfalls als sehr positiv. Aus Schweden gibt es derzeit keine aktuellen Daten, allerdings konnten bereits zehn Jahre nach der Einführung schon zwei Drittel der Verbraucher die Bedeutung richtig interpretieren. Es fällt zudem auf, dass in Dänemark und Norwegen schon jetzt etwa die Hälfte aller Verbraucher mindestens eine der vier Key-Messages richtig nennen kann. Anders als die GDA-Nährwertkennzeichnung, die durch eine Vielzahl von Angaben lediglich einen rein informativen Charakter besitzt, hilft das Keyhole-Label den Verbrauchern eine Kaufentscheidung zu treffen.

Das Kaufverhalten ist in allen drei Ländern sehr individuell. Trotz einer Entwicklung, die nun seit über zwei Jahrzehnten anhält, erwirbt in Schweden nur etwa jeder fünfte Verbraucher mehr oder weniger regelmäßig Produkte mit dem Keyhole-Label. Erklärungen dazu gibt es noch keine, da sich die Ergebnisse lediglich auf die Häufigkeiten beschränken. Überraschend sind die Zahlen aus Dänemark und Norwegen, wo etwa jeder zweite Verbraucher in mehr oder weniger regelmäßigen Abständen Produkte mit der Positivkennzeichnung kauft. Auch hier fehlt noch eine abschließende Erklärung für die kausalen Zusammenhänge.

Weiterhin fällt auf, dass sogar die Hersteller in den nordischen Staaten hinter dem Keyhole-Label stehen und sich bereits bei der Einführung für die Positivkennzeichnung ausgesprochen haben. Ein möglicher Grund hierfür könnte sein, dass bereits bestehende Produkte durch die Kennzeichnung nicht abgewertet werden. Insofern ist es möglich, diese Produkte ohne negativen Einfluss weiterhin zu vertreiben, alternativ aber auch Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die sich davon positiv absetzen. Dies würde nicht nur zur Entwicklung neuer Produkte führen, sondern möglicherweise auch zu einem Imagegewinn des Herstellers.

## Fazit

Vieles spricht für das Keyhole-Label – und gerade deshalb stellt sich die Frage, warum bisher nur in den skandinavischen Ländern diese Form der Nährwertkennzeichnung umgesetzt wird.

Obwohl die hier aufgeführten Ergebnisse durchweg positiv ausfallen, darf deren Qualität dennoch hinterfragt werden. Nicht selten werden von den verantwortlichen Institutionen oftmals Studienergebnisse präsentiert, die lückenhaft sind und entsprechende Quellen schuldig bleiben. Aktuelle und wissenschaftliche Studien, die sich explizit mit den verschiedenen Dimensionen des Keyhole-Labels beschäftigen, sind ebenfalls schwer zu finden.

Ziel sollte es daher in Zukunft sein, Studien durchzuführen, bei denen die hier genannten Dimensionen im Mittelpunkt stehen. Darüber hinaus ist es erforderlich, das Ernährungsverhalten von Verbrauchern zu untersuchen, die regelmäßig Produkte mit dem Keyhole-Label konsumieren. Nur auf diese Weise lässt sich erkennen, ob von der Positivkennzeichnung ein gesundheitlicher Nutzen ausgeht.

## Quellen

- AID, aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft e. V. (Hg) (2008): Positivkennzeichnung in Schweden: das Keyhole-Modell. [http://www.aid.de/downloads/keyhole\\_modell.pdf](http://www.aid.de/downloads/keyhole_modell.pdf) (27.05.2014)
- BLL, Bundesverband für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (Hg) (2011): Lebensmittelinformations-Verordnung. <http://www.bll.de/themen/kennzeichnung/uebersicht-lmiv.html> (27.05.2014)
- Bozhinov, P. (2012): The Effect of the 'Keyhole' label on the structure of the Danish food market. [http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/44576721/Master\\_Thesis.pdf](http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/44576721/Master_Thesis.pdf) (27.05.2014)
- EAS, European Advisory Services (Hg) (2012): Iceland to introduce regulation on use of Keyhole labels on foods. [http://www.eas.eu/News\\_Item/960](http://www.eas.eu/News_Item/960) (27.05.2014)
- Foodwatch e. V. (Hg) (2010): EU-Minister: Mini-Schrift und Rot für die Ampel. <http://www.foodwatch.org/de/informieren/ampelkennzeichnung/aktuelle-nachrichten/eu-minister-mini-schrift-und-rot-fuer-die-ampel/> (27.05.2014)
- Foodwatch e. V. (Hg) (2013): Die neue britische Ampel – eine Mogelpackung. <http://www.foodwatch.org/de/informieren/aktuelle-nachrichten/die-neue-britische-ampel-eine-mogelpackung/> (27.05.2014)
- Gamweidner, L. (2010): Healthy Choices Labelling in Skandinavien. *Ernährungs Umschau*. 58(3):128-133
- Grunert, K. G. et al. (2010): Use and understanding of nutrition information on food labels in six European countries. *Journal of Public Health*. 18(3):261-277
- Larssen, I., Lissner, L. (1996): The 'Green Keyhole' nutritional campaign in Sweden: do women with more knowledge have better dietary practice? *European Journal of Clinical Nutrition*. 50(5):323-328
- Larssen, I., Lissner, L., Wilhelmsen, L. (1999): The 'Green Keyhole' revisited: Nutritional knowledge may influence food selection. *European Journal of Clinical Nutrition*. 53(10):776-780

- Livsmedelsverket (Hg) (a): The Keyhole symbol. <http://www.slv.se/en-gb/Group1/Food-labelling/Keyhole-symbol/> (27.05.2014)
- Livsmedelsverket (Hg) (b): National Food Administration's Regulations on the Use of a Particular Symbol. [http://www.slv.se/upload/nfa/documents/food\\_regulations/Nyckelh%C3%A5l\\_dec\\_2009\\_6%20eng.pdf](http://www.slv.se/upload/nfa/documents/food_regulations/Nyckelh%C3%A5l_dec_2009_6%20eng.pdf) (27.05.2014)
- Livsmedelsverket (Hg) (2009): Design manual for the Keyhole label. [http://www.slv.se/upload/dokument/mat/nyckelhalet/s%C3%BDmbolen/design\\_manual\\_for\\_the\\_Keyhole\\_label.pdf](http://www.slv.se/upload/dokument/mat/nyckelhalet/s%C3%BDmbolen/design_manual_for_the_Keyhole_label.pdf) (27.05.2014)
- Livsmedelsverket (Hg) (2010): The Keyhole: Healthy choices made easy. [www.norden.org/en/publications/publikationer/2010-779/at\\_download/publicationfile](http://www.norden.org/en/publications/publikationer/2010-779/at_download/publicationfile) (27.05.2014)
- Livsmedelsverket (Hg) (2012): The Nordic Keyhole – Healthy Choices made Easy. <http://mnc2012.is/DownloadHandler.ashx?pg=24a78e3f-f247-4b5b-8ca2-54203882dae8&section=c9bb0668-30a0-4c4c-bd53-106b74329be&file=NordicKeyhole.pdf> (27.05.2014)
- Livsmedelsverket (Hg) (2013): Nordic keyhole. Experience and challenges. [http://www.who.int/nutrition/events/2013\\_FAO\\_WHO\\_workshop\\_frontofpack\\_nutritionlabelling\\_presentation\\_Sjolin.pdf](http://www.who.int/nutrition/events/2013_FAO_WHO_workshop_frontofpack_nutritionlabelling_presentation_Sjolin.pdf) (27.05.2014)
- Mattylsinet (Hg) (2010): The Keyhole. [http://www.nokkelhullsmerket.no/frontpage\\_en/article427.ece/BINARY/Fact%20sheet%20about%20the%20Keyhole](http://www.nokkelhullsmerket.no/frontpage_en/article427.ece/BINARY/Fact%20sheet%20about%20the%20Keyhole) (27.05.2014)
- Nordström, J., Thunström, L. (2013): The Impact of Price Reductions on Individuals' Choice of Healthy Meals Away from Home. [http://curis.ku.dk/ws/files/51506657/The\\_Impact\\_of\\_price\\_reductions\\_WP\\_Dep\\_of\\_Economics\\_Lund\\_2013\\_nr\\_21.pdf](http://curis.ku.dk/ws/files/51506657/The_Impact_of_price_reductions_WP_Dep_of_Economics_Lund_2013_nr_21.pdf) (27.05.2014)

Sebastian Vogt  
 Cand. MSc Ernährungsökonomie  
 Justus-Liebig-Universität Gießen  
 Sebastian.Vogt@ernaehrung.uni-giessen.de

## Unterstützung für Familien bei der Ernährung von Kindern

**I**n Deutschland sind 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen übergewichtig, hat nach Angaben der AOK das Robert-Koch-Institut festgestellt. Sechs Prozent seien sogar stark übergewichtig. Bei übergewichtigen Jugendlichen werde zunehmend der Diabetes Typ II diagnostiziert, der eigentlich als „Alters-Diabetes“ bekannt ist.

Auch andere Zahlen sind alarmierend: Ein Drittel der Kinder und Jugendlichen zwischen sechs und 18 Jahren könne nicht schwimmen. Mehr als die Hälfte der Kinder und Jugendlichen hätten Haltungsschäden. Immer mehr Kinder klagten über die Folgen psychischer Belastungen. Bereits 15 Prozent der Kinder gelten als verhaltensauffällig. Gewalt an den Schulen sei kein neues Problem, aber Ausmaß und Intensität nehmen zu. Das Einstiegsalter für das Rauchen liege heute zwischen elf und zwölf Jahren. Auch zum Alkohol griffen die Kinder immer früher.

Zum Thema „Gesundes Essen für Kinder“ hat sich Anfang Juni der Deutsche LandFrauenverband (dlv) mit einem Positionspapier zur Gemeinschaftsverpflegung in Kindertageseinrichtungen und Schulen zu Wort gemeldet. Es fordert eine bundesweite, gesetzlich verpflichtende Zertifizierung der Verpflegungsanbieter auf Grundlage der DGE-Qualitätsstandards ([www.landfrauen.info](http://www.landfrauen.info) in der Rubrik „Unsere Positionen“). Eine Studie zur Kita-Verpflegung in Deutschland der Bertelsmann-Stiftung belege, dass die Verbesserung der Qualität und damit die Bereitstellung der erforderlichen Gelder für gesundes Essen in Schule und Kita mit großer Dringlichkeit verfolgt werden müssten. In dem Positionspapier bemängelt der dlv die unklaren Zu-

ständigkeiten zwischen Bund, Ländern und Kommunen. Für den Bau von Schulmensen und Schulküchen können die Kommunen nicht alleine aufkommen. Der Bund müsse hier helfen, etwa nach dem gleichen Modell, wie der Kita-Ausbau durch Investitionsförderungen vorangebracht wurde. „Jede Ganztagschule muss eine professionelle Mensa haben, jede Kita eine ordentliche Küche. Hier vermissen wir bisher ein klares Engagement der Koalition. Unsere Forderungen müssen in den kommenden Haushaltsverhandlungen Berücksichtigung finden“, so Brigitte Scherb, Präsidentin des dlv. „Gesundes Schul- und Kitaessen hat auch für die Eltern seinen Preis und der liegt bei mindestens drei Euro pro Kind und Mahlzeit. Das ist für manche Familien eine hohe Belastung und daher brauchen wir eine sozialverträgliche Lösung“

Zusätzlich erinnert der dlv die Bundesländer an die Empfehlung der Kultusministerkonferenz, die Verbraucherbildung an Schulen zu verankern. Hier bietet sich für die Schulen die Chance die Ernährungsbildung für die Schülerinnen und Schüler mit der Gemeinschaftsverpflegung in einem stimmigen Konzept zu verbinden. Qualifiziertes und verantwortliches Personal muss hierfür eingestellt werden.

I. Raetsch

Quellen: AOK: Initiative Kindergesundheit, <http://familie.aok.de/de/initiative-gesunde-kinder/engagement-fuer-kindergesundheit/initiative-gesunde-kinder-gesunde-zukunft/> (04.06.2014)

Deutscher LandFrauenverband e.V. (dlv): Pressemitteilung vom 03.06.2014: Gesundes Essen auch für unsere Kleinsten