

Redemanuskript

Dr. Falk Welzel

Referatsleiter Pflanzen/Pflanzliche Produkte CMA, Bonn

Es gilt das gesprochene Wort.

Ziele der 5 am Tag-Kampagne für die deutschen Erzeuger

Ziele der 5 am Tag-Kampagne

Über die generelle gesundheitsfördernde Wirkung von Obst und Gemüse sind sich Ernährungswissenschaftler und -mediziner weitgehend einig. Schon seit Jahrzehnten wurde den Verbrauchern allgemein empfohlen, möglichst viel davon zu verzehren, da der Konsum von Obst und Gemüse wegen seiner biologischen Wertigkeit als Lieferant von Vitaminen, Mineralstoffen, Ballaststoffen, Eiweiß und Spurenelementen gesundheitsfördernd ist. Aber erst durch die Entdeckung der Sekundären Pflanzenstoffe und ihrer vorbeugenden Wirkungen gegen einige Krankheiten, insbesondere die Zivilisationskrankheiten Krebs und Herz-Kreislauf-Krankheiten erlangten Obst und Gemüse vor einigen Jahren eine besondere Stellung in der ernährungswissenschaftlichen Bewertung der verschiedenen Nahrungsmittel.

Die aus den USA kommende Idee, dass die Verbraucher 5 mal am Tag Obst und Gemüse essen sollten, wurde auch in Deutschland von Ernährungswissenschaftlern und Medizinern aufgegriffen und in Zusammenarbeit mit Gesundheitsorganisationen wie die Deutsche Krebsgesellschaft und die Deutsche Gesellschaft für Ernährung, mit Ministerien, wirtschaftsnahen Kreisen und Einzelunternehmen publikumswirksam umgesetzt. So wurde vor einigen Jahren ein eingetragener Verein gegründet, dem sich inzwischen über 100 Mitglieder angeschlossen haben. Zu den Trägern dieser Gesundheitskampagne 5 am Tag zählt auch die CMA, die sich finanziell und aktiv an der Verbreitung des Gedankens, wenigstens fünfmal am Tag Obst und Gemüse zu verzehren, beteiligt.

Gemeinsames Ziel ist es, die Bevölkerung zu einem regelmäßigen, höheren Verzehr an Obst und Gemüse anzuregen und so den Gesundheitszustand zu verbessern. Um diese Ideen breiten Bevölkerungskreisen bekannt zu machen, benötigt man neben den Wissenschaftlern auch das Wissen um Medienbearbeitung und Verbreitung der wissenschaftlichen Informationen in Form von erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit und Werbung. Und dazu wiederum braucht man erhebliche Finanzmittel, die durch eine Vielzahl von Vereinsmitgliedern aufgebracht werden sollen. Außerdem sollen diese als Multiplikatoren wirken, um selbst in eigenen Aktivitäten die Botschaft „5 am Tag – Obst und Gemüse“ zu transportieren.

Die von den Trägern und Sponsoren des 5 am Tag-Vereins aufgebrachten Mittel werden im Rahmen von gemeinsam verabschiedeten Maßnahmenplänen in eine Aufklärungskampagne investiert. Denn es ist allen Beteiligten bewusst, dass in einer Mediengesellschaft nur die breit publizierte Nachricht die jeweilige Zielgruppe erreicht.

„Tue Gutes und rede darüber“ gilt in abgewandelter Form auch für 5 am Tag. Hier existiert etwas Gutes, lasst uns darüber reden!

Teilnahme der CMA an der 5 am Tag-Kampagne

Die Gesundheitskampagne 5 am Tag hat nicht nur einen allgemeinen volkswirtschaftlichen und sozialökonomischen Nutzen, sondern auch einen Nutzen für die beteiligten Gruppen innerhalb der Produktions- und Vertriebskette. Hierzu zählen auch die deutschen Erzeuger und Vermarkter von Obst und Gemüse. Jede zusätzlich verkaufte Tonne an heimischen Produkten erhöht bei gleichbleibenden Preisen das Einkommen der Landwirte und verbessert die Situation der Vermarktungsorganisationen. Obwohl der deutsche Marktanteil bei Obst insgesamt nur rund ein Fünftel des Gesamtverbrauchs ausmacht (also inklusive der Zitrusfrüchte) und bei Gemüse im Durchschnitt der Jahre die deutsche Erzeugung auch nur rund die Hälfte des inländischen Gemüseverbrauchs deckt, unterstützt der steigende Konsum von Obst und Gemüse auch anteilig die deutsche Obst- und Gemüseerzeugung. Da zumindest bei vielen Saisonprodukten die deutschen Marktanteile über den genannten Prozentwerten liegen, würden mengenmäßige Verbrauchssteigerungen hier den heimischen Landwirten verstärkt zugute kommen.

Daher besteht seitens der Erzeuger und Vermarkter ein großes Interesse an der Absatzförderung dieser Produkte. Die Centrale Marketing Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH hat sich das Thema 5 am Tag also zum Nutzen der gesamten Wirtschaftsgruppe angenommen. Unabhängig von diesem konkreten Nutzen für die deutschen Erzeuger unterstützt die CMA ganz generell die oben aufgeführte Zielsetzung des 5 am Tag-Vereins.

Ein weiterer Nutzen für die deutschen Erzeuger besteht darin, dass über die fachliche Beratung der CMA innerhalb der 5 am Tag-Gremien eine Ausgewogenheit zwischen den herausgestellten Produkten der Gesundheitskampagne erreicht wird, zumal die Profilierung von Obst und Gemüse über den 5 am Tag-Verein nicht zu Lasten anderer Produkte erfolgt.

Die Beteiligung der CMA an der generischen Gesundheitskampagne 5 am Tag erstreckt sich nicht nur auf eine Unterstützung der gemeinsam getragenen Maßnahmen und die fachliche Beratung innerhalb des Vorstands des 5 am Tag e.V. Das Logo der Gesundheitskampagne wird teilweise auch für CMA-eigene Broschüren und öffentlichkeitswirksame Aktivitäten eingesetzt. Außerdem werden die gemeinsam produzierten Faltposter, Broschüren oder Unterrichtsmaterialien auch für die Öffentlichkeitsarbeit der CMA genutzt.

Im Rahmen des CMA-Gemeinschaftsmarketing findet die Nutzung des 5 am Tag-Logos allerdings ihre Grenzen in der Herausstellung einzelner Produkte. Bananen oder Apfelsinen sowie andere exotische Früchte und Gemüse, die von der deutschen Landwirtschaft aus klimatischen oder ökonomischen Gründen nicht produziert werden können, sind mit Finanzmitteln der deutschen Bauern nicht zu fördern. Als Substitutionsprodukte für heimisches Obst und Gemüse stehen sie teilweise in scharfem Wettbewerb zur inländischen Ware und die absatzfondspflichtigen deutschen Betriebe hätten kein Verständnis für eine verstärkte Herausstellung dieser Produkte mit ihren Finanzbeiträgen. Daher findet die finanzielle und fachliche Beteiligung an der Kampagne 5 am Tag durch die CMA und die deutschen Erzeuger ihre verständliche Grenze, die letztlich auch durch das Absatzfondsgesetz selbst vorgegeben ist.

Bonn, den 26.1.2004