



plattform
ernährung und
bewegung e.v.

Parlamentarischer Abend - Berlin 14.11.07

Plattform Ernährung und Bewegung e.V.

Erik Harms

peb-Aktivitäten – Rückblick & Ausblick

Fakten

Die am 25.9.2006 veröffentlichten Zahlen der **KIGGS-Studie** des RKI zeigen das **Ausmaß** des **Übergewichtsproblems** bei Kindern und Jugendlichen:

- **15 Prozent** Kinder und Jugendliche in Deutschland **übergewichtig** oder adipös
- **6,3 Prozent** adipös
- **Anstieg** der Häufigkeit von **Übergewicht** um **50 Prozent** und **Anstieg** von **Adipositas** um **100 Prozent**
- **stärkster Anstieg** im **Grundschulalter**, insbesondere bei Jungen
- **Risikofaktoren**
 - niedriger Sozialstatus
 - Migrationshintergrund
 - Übergewicht der Eltern



Prävention statt Therapie

- **Therapien** sind weitgehend **erfolglos** – und für nur sehr wenige der Betroffenen stehen Therapieplätze zur Verfügung, nur **Prävention** kann langfristig wirksam sein.
- **Verbote** und Verzichtsappelle sind bei Kindern, Eltern und Erziehenden erwiesenermaßen **nicht erfolgreich**.
- Nur **positive Botschaften** helfen, Lebensstile nachhaltig zu **verändern**.



Lösungsansatz

peb als **einzig** **gemeinsame Initiative** aller gesellschaftlichen Bereiche, die Verantwortung für Kinder und Jugendliche tragen, bietet die **Chance** zur **Entwicklung gemeinsam getragener, nachhaltiger Lösungen**.



Ziele

Die Plattform Ernährung und Bewegung hat sich mit ihrer Arbeit dazu verpflichtet, einen wesentlichen Beitrag zur **Erreichung** der folgenden **Ziele** zu leisten:

- **Trendwende:** Ab dem Jahr **2010** verringert sich der Anteil übergewichtiger und adipöser Kinder zum Zeitpunkt des Schulbeginns.
- **Rückgang:** Bis zum Jahr **2020** sinkt die Häufigkeit von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen auf den **Stand** des Jahres **1990** (Basiswert).

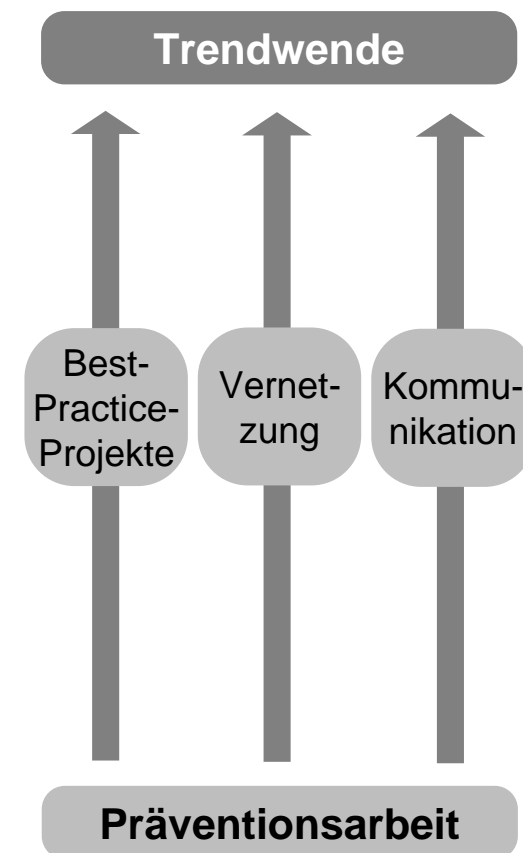


Arbeitsweise

Zur **Erreichung** dieser **Ziele** arbeitet peb auf drei Ebenen. Die Plattform

- unterstützt den (interdisziplinären) Austausch und die **Vernetzung** innerhalb der Fach-Community,
- entwickelt **Kommunikationsinstrumente** zur direkten Zielgruppenansprache,
- und setzt eigene **Best-Practice-Projekte** um.

Mit der **Kombination** dieser Stränge der Präventionsarbeit will peb einen entscheidenden Beitrag zur Erreichung der Trendwende bis zum Jahr 2010 leisten.



Aktionsprogramm

Die Plattform verfolgt mit ihren Projekten und Aktivitäten das Aktionsprogramm mit folgenden **Schwerpunkten**:

	Aktionsprogramm	Projekte und Aktivitäten
1.	Ansprache von Kindern und Eltern aus Risikogruppen	Expertenforum Risikogruppen
2.	Information und Unterstützung für junge Eltern	Forschungsprojekt
3.	Auseinandersetzung mit Essgewohnheiten und dem Lebensmittelangebot	Kongress Lebensmittel und Ernährung der Zukunft
4.	Förderung von Netzwerken für Ernährung und Bewegung in Kommunen	Kinderleicht Regionen
5.	Direkte Ansprache der Kinder	TV-Clips Peb & Pebber
6.	Ansprache von Tageseinrichtungen für Kinder	Pilotprojekt gesunde kitas • starke kinder

2. Ansprache junger Eltern

2008 erarbeitet peb mit einem Projekt die **wissenschaftliche Grundlage** für die Entwicklung von Instrumenten zur Ansprache junger Eltern mit den folgenden Schwerpunkten:

- **Stellenwert** von Ernährung und Bewegung in Familien mit Neugeborenen und Kleinkindern
- **Variation** des tatsächlichen Ernährungs- und Bewegungsverhaltens in Abhängigkeit von übergreifenden Einstellungs- und Lebensmustern
- **Bedingungen**, unter denen eine nachhaltig wirksame Beeinflussung dieser Einstellungsmuster möglich und sinnvoll erscheint

In den kommenden Wochen erfolgt die **Ausschreibung** und **Beauftragung** zur Durchführung der Untersuchung.

Auf Basis der Untersuchungsergebnisse findet ein **Expertenforum** statt, um unter Berücksichtigung laufender Arbeiten den **Handlungsbedarf** festzustellen.

4. Netzwerke in Kommunen

Symposium Bewegungs(t)räume

Eine wesentliche **Ursache** für Übergewicht bei Kindern ist die **fehlende Alltagsbewegung**.

- In der kindlichen **Lebenswelt** sind Bewegungsräume ohne die Hilfe Erwachsener oft nicht zu erreichen.
- Vorhandene **Bewegungsräume** erscheinen unattraktiv und werden **nicht genutzt**.

Mit dem Symposium „Bewegungs(t)räume am 26./27. November schafft peb für **Experten** und kommunale Akteure aus **Sport, Stadtentwicklung** und von freien Trägern eine **Plattform** mit dem **Ziel**,

- mögliche **Bewegungsräume** und Wege ihrer Qualifizierung zu **identifizieren**.
- „Wegweiser“ für **kommunales Handeln** zu erstellen.
- kommunale **Netzwerke** zu aktivieren.



5. Direkte Ansprache der Kinder

Peb und Pebber

Für die Ziel- und Risikogruppen im Vorschulalter hat peb mit den TV-Clips „Peb & Pebber - Helden privat“ ein **Medienangebot** entwickelt, um

- spielerisch **Einstellungen** zu ausgewogener Ernährung und mehr Bewegung zu prägen.
- **Eltern und Kinder** gleichermaßen einzubeziehen.
- Kinder zum **Nachspielen** und neugierigem **Entdeckertum** anzuregen.

Peb und Pebber

- sind **Helden** in den Bereichen **Ernährung** und Bewegung.
- vermitteln Botschaften an Kinder und Eltern: **Ernährung** und **Bewegung** machen **Spaß** und lassen sich spielerisch in den **Alltag** integrieren.
- Clips à 2-3 Minuten Länge
- wird zwei Mal täglich **kostenfrei** auf **Super RTL** - dem reichenweiten-stärksten Kindersender - zur **Kinder-Primetime** ausgestrahlt

Peb & Pebber



Wirkung quantitativ

Im Vergleich zu den vorlaufenden und nachfolgenden Formaten sind die durchschnittlichen **Marktanteile sehr gut.**

- **Marktanteil (3-5 Jahre):** 37 – 56 Prozent*
- **Marktanteil (3-13 Jahre):** 41,1 – 58,9 Prozent*
- **Zuschauer absolut (3-13 Jahre):** 100.000 – 220.000*
- **Zuschauer absolut (3+ Jahre):** 170.000 – 330.000*

* im Monatsdurchschnitt

	MA Kinder 3-5	MA Kinder 3-13	Mio Zuschauer 3-13	Mio Zuschauer 3+
Juni/Juli 06	56	57,6	0,22	0,29
Aug 06	37	50,2	0,1	0,17
Sep 06	39	48,6	0,14	0,23
Okt 06	43	41,1	0,18	0,33
Jan 07	46	58,9	0,14	0,24
Feb 07	44	45	0,18	0,33

Peb & Pebber



Wirkung qualitativ

Die Evaluation ergab, dass die Clips grundsätzlich auf positive Resonanz treffen. Es wird erwartet, dass die Clips

- **Orientierungshilfen** für den Alltag bieten,
- **Kernkompetenzen** (z.B. ‚Wie geht ein Milchshake‘?) vermitteln,
- formelhafte **Handlungsanleitungen** („einmal am Tag raus“) aufzeigen,
- und **Unterstützung** bei der **Erziehung** („Kinder lernen etwas“) leisten.

Fazit

- **Vermittlung** der meist stark vorbelasteten Themen Ernährung und Bewegung mittels der Handpuppen **gelingt** altersgerecht und lebendig.
- Hinsichtlich dramaturgischer Aspekte und der weiteren Zuspitzung der Sprache und Botschaften auf die Zielgruppe der 3-6-jährigen besteht noch **Optimierungsbedarf**, dem bei der Produktion der **zweiten Staffel** Rechnung getragen wird. Start: **5. November 2007**

6. Ansprache Kindertageseinrichtungen

Entwicklung

peb hat bereits während der Entwicklung des Aktionsprogramms im **März 2005** den **Stellenwert** der frühkindlichen Bildung für die Gesundheitsvorsorge **erkannt** und gemeinsam mit Partnern das Projekt „gesunde kitas • **starke kinder**“ entwickelt.

Aspekte der „**guten Praxis**“ und der **Vernetzung** waren dabei von Anfang an maßgeblich.

- Im November 2005 wurde im Rahmen eines interdisziplinären **Workshops** mit Best-Practice-Vorreitern und Fachpraktikern das **Anforderungsprofil** an „**Gute Praxis-Projekte**“ erarbeitet.
- Im Jahr 2006 wurde mittels **Interviews** und **konzeptioneller Abstimmung mit Experten** und **Fachpraktikern** die Grundlage für das Projekt gelegt.
- Seit **Sommer 2007** wird das Projekt in vier Kommunen und ca. 50 KiTas umgesetzt.

6. Ansprache Kindertageseinrichtungen

Grundlagen

Basis ist der **salutogenetische Ansatz**:

- nicht die Vermeidung von Krankheit sondern die Förderung von Gesundheit steht im Mittelpunkt

Gesundheit wird gefördert

- indem ausgewogene **Ernährung, Bewegung** und **Entspannung** in die täglichen Abläufe **integriert** werden.

Bildung wird

- durch sinnliche **Erfahrungen** gefördert, wie sie bei Bewegung und Entspannung, beim Essen und beim Trinken entstehen, indem sie als **Anlässe für Bildungsprozesse** genutzt werden.



6. Ansprache Kindertageseinrichtungen

Inhaltliche Besonderheiten

- Ernährung **mit** Bewegung **und** Entspannung in einem verknüpften Ansatz
- **Primärprävention** mit **salutogenetischem** Konzept
- **Sinnliche** Wahrnehmung mit **Lernimpulsen**
- Vermittlung fachlicher Konzepte der **ganzheitlichen Gesundheitsförderung**

Strukturelle Besonderheiten

- kontinuierliche **Qualitäts-** und **Organisationsentwicklung**
- ergebnisoffene **partnerschaftliche Zusammenarbeit** zwischen Eltern, Netzwerk, Trägerstrukturen etc.
- Schaffung langfristig tragender **Netzwerke** der Gesundheitsförderung
- Starke Gewichtung der wissenschaftlichen **Evaluation**

6. Ansprache Kindertageseinrichtungen

Regionen

Das Projekt wird in ca. **50 KiTas** in den peb- Mitgliedsländern **Bayern** und **NRW** umgesetzt. Dabei werden der jeweiligen KiTa-Struktur entsprechend **unterschiedliche Schwerpunkte** gesetzt.

- **Bielefeld:** Kooperation mit dem Netzwerk **Opus NRW** für Bildung und Gesundheit und der regionalen **Sportjugend**
- **Mühlheim** an der Ruhr: Kooperation mit dem „**Projekt Fuchse:** Früherkennung spielerisch erfassen“ des örtlichen Gesundheitsamtes zur Identifizierung sozialer Problemlagen
- **München:**
 - Kooperation mit Institut für Frühpädagogik (**IFP**)
 - Starke Berücksichtigung von **Krippen**
 - Kooperation mit **KiTa-Coaches der Stadt München**
- **Augsburg:**
 - Kooperation mit **IFP**
 - Schwerpunkt im **ländlichen Raum**

6. Ansprache Kindertageseinrichtungen

Engagement

Als **breite gesellschaftliche Initiative** hat
peb unterschiedliche gesellschaftliche
Akteure in das Projekt einbezogen

- **Experten und Praktiker** aus den Bereichen
Pädagogik, Bewegung und Ernährung
- **Finanzielle Unterstützung durch**
 - Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
 - Bund für Lebensmittelrecht und
Lebensmittelkunde e.V.
- **Schirmherrschaft**
 - Bundesminister für Ernährung, Landwirtschaft und
Verbraucherschutz **Horst Seehofer**
 - Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend **Ursula von der Leyen**



Nationaler Aktionsplan

Nationaler Aktionsplan

peb begrüßt das Eckpunktepapier zum Nationalen Aktionsplan „Gesunde Ernährung und Bewegung“ der Bundesregierung.

- Denn der **ressortübergreifende Ansatz** ist der einzig Erfolg versprechende Weg zu Lösung des **gesamtgesellschaftlich** bedingten Problems.
- peb sieht ihre **Arbeit bestätigt**, denn die Plattform verfolgt bereits erfolgreich den formulierten gesamtgesellschaftlichen Ansatz.
- **Kindern und Jugendlichen** kommt eine **Schlüsselfunktion** zu – denn übergewichtige Kinder sind mit hoher Wahrscheinlichkeit auch im Erwachsenenalter übergewichtig, und gesundheitsgefährdende Verhaltensweisen werden zumeist auch im Erwachsenenalter beibehalten.

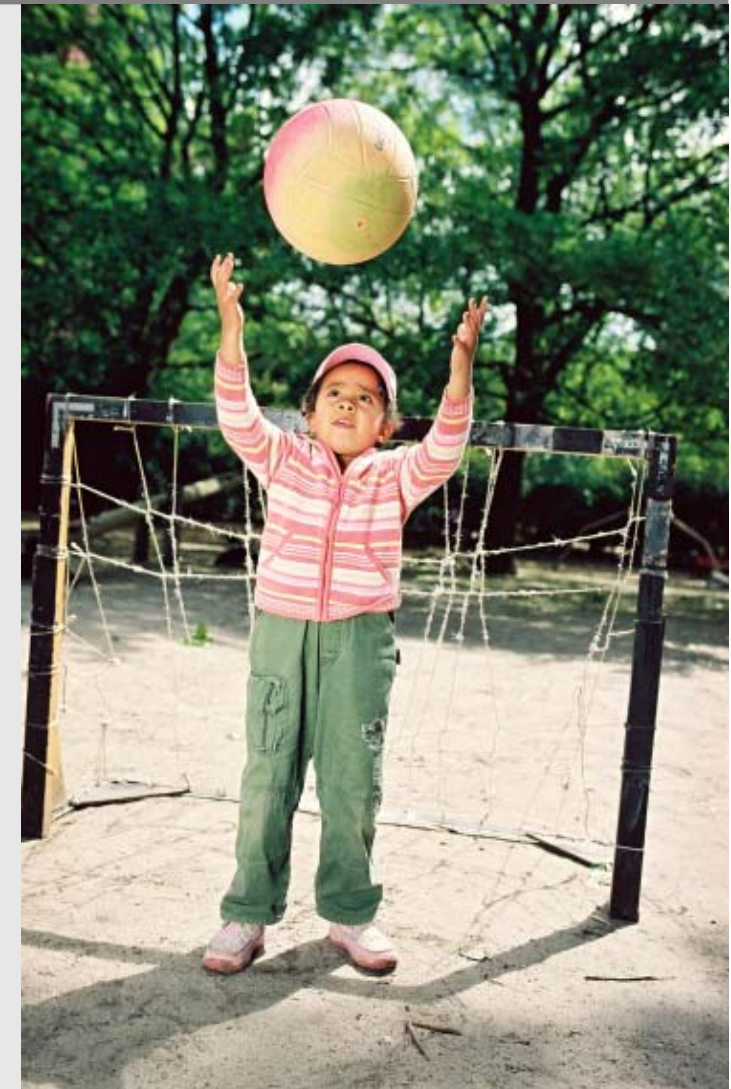
Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt

Bei Interesse und für weitere Auskünfte
wenden Sie sich bitte an:

plattform ernährung und bewegung e.V.
Geschäftsstelle
Frau Dr. Anna Oldenburg
Wallstraße 65
10179 Berlin

Tel.: +49 (0)30 27 87 97 67
Fax: +49 (0)30 27 87 97 69
plattform@ernaehrung-und-bewegung.de
www.ernaehrung-und-bewegung.de





Mitglieder

Ärztegesellschaft für Naturheilverfahren (Physiotherapie) Berlin-Brandenburg e.V.; aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V.; Ansari, M.D. Ghulam M. (Bremen); Apetito AG; Arbeitsgemeinschaft der Eltern & Kind Kliniken; Bayerische Sportjugend im BLSV e.V.; Bayerisches Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz; Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte; Berufsverband für Kinder- und Jugendpsychiatrie, Psychosomatik und Psychotherapie in Deutschland e.V.; BildungsCent e.V.; Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V.; Bundeselternrat; Bundesfachverband Deutscher Reformhäuser e.V.; Bundesfachverband Essstörungen; Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz; Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.; Bundesverband der Innungskrankenkassen; Centrale Marketing-Gesellschaft der Deutschen Agrarwirtschaft; Charité – Universitätsmedizin Berlin, Sozialpädiatrisches Zentrum; Coca Cola GmbH; Danone GmbH; Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.; Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin; Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendpsychiatrie, Psychosomatik und Psychotherapie; Deutsche Gesellschaft für Sozialpädiatrie und Jugendmedizin; Deutsche SiSi-Werke GmbH; Deutsche Triathlon Union e.V.; Deutsche Turnerjugend im Deutschen Turner-Bund e.V.; Deutsche Vereinigung für Sportwissenschaft e.V.; Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V., DEHOGA Bundesverband; Deutscher LandFrauenverband (dlv); Deutscher Süßstoffverband e.V.; Deutscher Sportbund/Deutsche Sportjugend; Deutscher Tischtennis-Bund e.V.; Deutscher Verband der Aromenindustrie e.V.; Deutscher Verband für Gesundheitssport und Sporttherapie e.V.; Deutscher Verband für Physiotherapie - Zentralverband der Physiotherapeuten / Krankengymnasten e.V.; Deutsches Netz Gesundheitsfördernder Krankenhäuser gem. e. V.; Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.; Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG; Fachverband Fußverkehr Deutschland FUSS e.V.; Ferrero Deutschland GmbH; Fisch-Informationszentrum e.V.; Forschungskreis der Ernährungsindustrie e.V.; G.C. HAHN & Co. Stabilisierungstechnik GmbH; Getreidenährmittelverband e.V., Bonn; Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft; Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten; Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V.; Heinrich Nölke GmbH & Co. KG "Gutfried"; Info-Zentrum Schokolade; Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG; J. Rettenmaier & Söhne GmbH & Co. KG; Juventus e.V. Verein zum Schutz für Kinder und Jugendliche; Kamps Brot- und Backwaren GmbH; Katjes Fassin GmbH & Co. KG; Kaugummi-Verband e.V.; Kraft Foods Deutschland GmbH; Landessportbund Berlin e. V., Sportjugend im Landessportbund Berlin e. V.; LAPPSET Spiel-, Park-, Freizeitsysteme GmbH; Margarine-Institut für gesunde Ernährung; Masterfoods GmbH; McDonald's Deutschland Inc.; Mechler, Christel, Ernährungs- und Gesundheitsberatung (Grebshain); medinet Comenius-Schule Bad Orb gGmbH; Melchior, Klaus-Dieter (Eichwalde); Milchindustrie-Verband e.V.; Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen; Nestlé Deutschland AG; Neues Wohnen im Kiez e.V.; PepsiCo Deutschland GmbH; POWERBREAK e.V.; praemed - Institut für Prävention und Gesundheitsförderung; Puppentheater Dieter Kussani; Rudolf-Ballin-Stiftung e.V.; Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA; Schweisfurth-Stiftung; Slow Food Deutschland e.V.; SUBWAY International Friedrich & Friedrich GmbH; Sweets Global Network e.V.; Unilever Bestfoods Deutschland; Verband Bildung und Erziehung e.V.; Verband der Deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V.; Verband der Diätassistenten Deutscher Bundesverband e.V.; Verband der Diplom-Oecotrophologen e.V.; Verband der Reformwaren-Hersteller e.V.; Verband für Unabhängige Gesundheitsberatung e.V. – Deutschland; WAS?! Werbeagentur Schmitz; Weight Watchers (Deutschland) GmbH; Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V.