

Ergebnisse der Repräsentativbefragung

## → Die ARD-Themenwoche „Essen ist Leben“ im Urteil der Zuschauer

Von Claudia Gscheidle\*

**Oktober 2010: ARD-Themenwoche zum Thema Ernährung durchgeführt**

Mit der Botschaft „Essen ist Leben“ stellte die ARD am 23. Oktober 2010 erneut für eine Woche ein gesellschaftlich relevantes Thema in den Fokus der Öffentlichkeit. Kaum etwas bestimmt den Alltag und die Gesundheit der Menschen mehr als die tägliche Ernährung. Mit der Themenwoche „Essen ist Leben“ wollte die ARD erreichen, dass die Deutschen eine Woche lang – und idealerweise auch darüber hinaus – über Ernährung in allen Aspekten nachdenken, sprechen und diskutieren. Die ARD-Themenwoche unter Federführung des NDR sollte zeigen, wie wir mit unserer Ernährung die Welt verändern, sie sollte Denkanstöße für einen bewussteren Konsum vermitteln und Appetit machen auf gutes und gesundes Essen.

Dabei brachte die ARD erneut ihre gemeinsame publizistische Kraft auf, um im Fernsehen, im Hörfunk und im Internet ein vielfältiges, informatives und unterhaltendes Programmangebot zusammenzustellen. Sie widmete sich in allen drei Mediengattungen ausführlich den unterschiedlichen Aspekten der Ernährung und thematisierte diese in Dokumentationen und Talkrunden ebenso wie in Fernsehfilmen oder Unterhaltungsshows.

**ARD-Themenwoche fand zum 5. Mal seit 2006 statt**

In diesem Jahr fand die ARD-Themenwoche bereits zum fünften Mal statt. 2006 ging es unter der Überschrift „Leben – was sonst?“ um das Thema Krebs, 2007 hieß das Motto „Kinder sind Zukunft“. 2008 gab es eine ARD-Themenwoche zum demografischen Wandel unter dem Titel „Mehr Zeit zu leben“ und im vergangenen Jahr informierte die ARD rund ums Ehrenamt bei „Ist doch Ehrensache!“ darüber, wie sich Menschen für die Gesellschaft engagieren.

**Repräsentative Telefonumfrage**

Auch in diesem Jahr wurde die Sonderanstrengung der ARD vom Publikum bewertet. Dazu wurden direkt im Anschluss an die Themenwoche 2 000 repräsentativ ausgewählte Personen in einem Telefoninterview um ihr pauschales und detailliertes Urteil gebeten. Wichtige Fragestellungen waren: Wie viele Bürger sind auf das medienübergreifende Engagement der ARD aufmerksam geworden? Und wie viele von ihnen haben Beiträge oder Sendungen gesehen, gehört oder im Internet etwas darüber gelesen? Wie bewerten sie die Themenwoche „Essen ist Leben“? Und wie fanden sie es, dass sich eine Woche lang in den ARD-Programmen alles rund um die Ernährung drehte? Antworten auf diese und weitere Fragen werden im Folgenden mit der durch das Institut ENIGMA GfK Medien-

### ① Wahrnehmung der ARD-Themenwoche

#### „Essen ist Leben“

„Haben Sie etwas zur ARD-Themenwoche

„Essen ist Leben“ gesehen, gehört oder gelesen?“

Erwachsene ab 14 J.

	in %
BRD gesamt	58
Ost	55
West	59
Geschlecht	
Frauen	62
Männer	55
Alter in Jahren	
14-29	37
30-49	59
50-64	70
ab 65	66
Senderbindung	
öffentlich-rechtlich	75
privat	38
Essgewohnheiten*	
gesunde Ernährungsweise	60
weniger gesunde Ernährungsweise	52

\*Personen, die auf die Frage „Wie gesund würden Sie sagen essen Sie?“ mit „sehr/etwas“ bzw. „weniger/gar nicht“ geantwortet haben.

Basis: alle Befragten, n=2 010.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche 2010 „Essen ist Leben“.

und Marketingforschung im Auftrag der ARD-Medienkommission durchgeführten Studie referiert.

### Wahrnehmung und Nutzung der Themenwoche

Unmittelbar nach dem Ende der Themenwoche erinnerten sich 58 Prozent der Bundesbürger an die Aktion der ARD (vgl. Tabelle 1). Das heißt, knapp 38 Millionen Menschen war bewusst, einen der Beiträge zum Thema Ernährung gesehen, gehört oder darüber gelesen zu haben. Damit liegt die Reichweite der Themenwoche „Essen ist Leben“ auf einem ähnlich hohen Niveau wie bei den meisten Themenwochen zuvor (vgl. Abbildung 1). Im Vergleich mit den Vorjahren fallen die Erinnerungswerte vor allem in den jüngeren Altersgruppen etwas höher aus (vgl. Tabelle 2), was mit einem höheren Interesse dem Thema Ernährung gegenüber zusammenhängt, denn jeder Dritte der 14- bis 49-Jährigen gab an, sich „stark“ oder „ziemlich stark“ für die Beiträge der ARD-Themenwoche interessiert zu haben. Ein solch hohes Interesse konnte bisher nur für die Themenwoche Kinder gemessen werden.

Nichtsdestoweniger bleiben die generationstypischen Unterschiede zwischen den Altersgruppen auch in diesem Jahr bestehen: Während sich mehr als zwei Drittel der ab 50-Jährigen (68%) an den Programmschwerpunkt erinnerten, waren es bei den jüngeren Personen zwischen 14 und 29 Jahren nur 37 Prozent. Frauen (62%) erinnerten sich eher

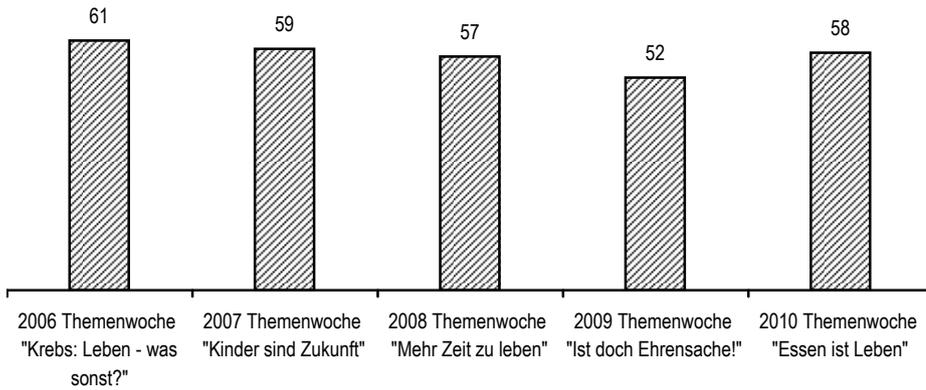
**58% der Befragten von Themenwoche erreicht**

**Generationstypische Unterschiede bei Reichweite und Wahrnehmung der Themenwochenbeiträge**

\* Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München.

**Abb. 1 Wahrnehmung der ARD-Themenwochen im Vergleich**

„Haben Sie etwas zur ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen?“  
Erwachsene ab 14 J., Angaben in %



Basis: Alle Befragten.

Quelle: Studie ARD-Themenwochen 2006-2010.

**② Wahrnehmung der ARD-Themenwochen im Vergleich**

„Haben Sie etwas zur ARD-Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen?“  
Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

	14-29 J.	30-49 J.	50-54 J.	ab 65 J.	14-49 J.	ab 50 J.
2006 Themenwoche „Krebs: Leben - was sonst?“	31	62	73	74	51	74
2007 Themenwoche „Kinder sind Zukunft“	43	56	71	65	51	68
2008 Themenwoche „Mehr Zeit zu leben“	37	52	70	72	46	71
2009 Themenwoche „Ist doch Ehrensache!“	29	48	67	62	41	65
2010 Themenwoche „Essen ist Leben“	37	59	70	66	50	68

Basis: alle Befragten, n=2 010.

Quelle: Studie ARD-Themenwochen 2006-2010.

als Männer (55%), und Personen, deren Präferenz vorwiegend bei den öffentlich-rechtlichen Programmen liegt (75%), erinnerten sich häufiger an das Engagement der ARD als Personen, die häufiger die privaten Fernsehprogramme einschalten (38%).

Um zu überprüfen, inwieweit die Erinnerung an die Sendungen und Beiträge der Schwerpunktwoche mit den persönlichen Essgewohnheiten und der Einstellung zu gesunder Ernährung zusammenhängt, wurden auch diesbezüglich Fragen gestellt. Hier zeigt sich: Wer angab, sich gesund zu ernähren (60%), hatte die Beiträge zur Themenwoche häufiger wahrgenommen als Personen, die ihre bisherigen Essgewohnheiten als weniger gesund einschätzten (52%).

**Interesse an Themenwoche war auch abhängig von eigenen Ernährungsgewohnheiten**

Ein ähnliches Bild – auch wenn das spezifische Interesse am Thema Ernährung etwas geringer ausgeprägt ist – zeigt sich in den Ergebnissen auf die Frage „Wie stark haben Sie die Beiträge der ARD-Themenwoche „Essen ist Leben“ persönlich interessiert?“ 34 Prozent des sich nach eigenen Angaben gesund ernährenden Themenwochenpublikums bekannten ein starkes oder ziemlich starkes Interesse. Bei denjenigen, die von sich sagen, sich weniger gesund zu ernähren, war es nur jeder Fünfte. Ähn-

lich markant ist nur noch der Unterschied zwischen den Geschlechtern, wobei Frauen hier eine größere Aufgeschlossenheit dem Thema Ernährung gegenüber unterstellt werden kann: 37 Prozent der Frauen, aber nur 26 Prozent der Männer bekundeten Interesse an Informationen zum Thema Ernährung.

Dass es der ARD gelungen ist, mit dem Thema Ernährung Aufmerksamkeit zu erzeugen, belegt auch ein weiterer Aspekt: 34 Prozent der Menschen, die sich an die Themenwoche erinnerten, gaben an, sich mit Freunden und Bekannten über die dort gezeigten Inhalte unterhalten und ausgetauscht zu haben.

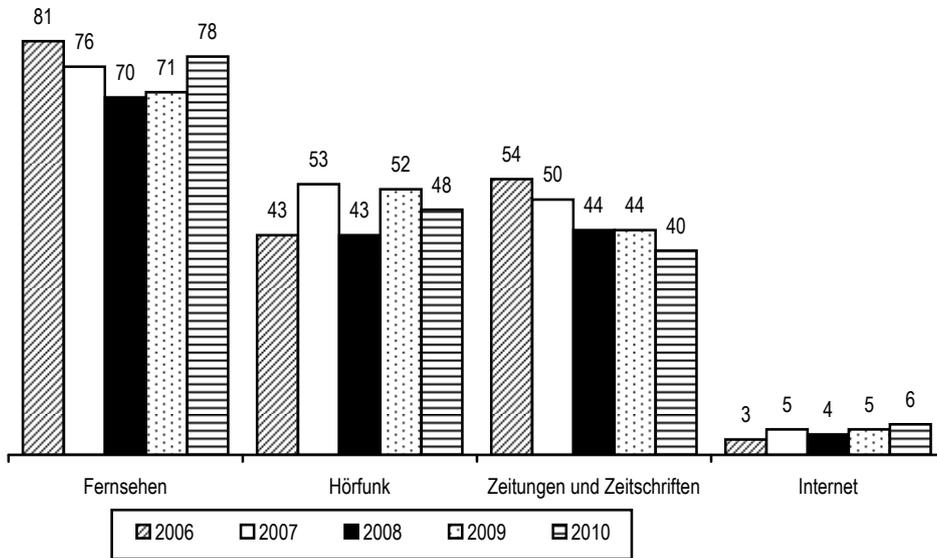
**Mediennutzung**

Die Angebote im Ersten Deutschen Fernsehen, den sieben Dritten Programmen sowie den kooperierten Sendern KIKA, Arte, Phoenix und 3sat waren dabei die wichtigste Informationsquelle des Publikums. 78 Prozent der Personen, die sich an die Themenwoche erinnerten, haben Sendungen oder Beiträge zum Thema Ernährung im Fernsehen ver-

**Fernsehen und Radio für Themenwochen-Sendungen stark genutzt**

**Abb. 2 Reichweiten der bisherigen Themenwochen in den einzelnen Mediengattungen**

*"Ich nenne Ihnen einige Medien, in denen über die ARD-Themenwoche berichtet wurde. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie dort etwas mitbekommen haben?"*  
 Erwachsene ab 14 J., Angaben in %



Basis: Nutzer der jeweiligen Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwochen 2006-2010.

**③ Genutzte Medien in der ARD-Themenwoche „Essen ist Leben“**

*„Wo haben Sie etwas über die Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen?“*  
 Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

Medium	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	50-54 J.	ab 65 J.
Fernsehen	78	60	76	83	86
Hörfunk	48	49	55	45	40
Zeitungen und Zeitschriften	40	20	33	46	54
Internet	6	11	9	5	1

Basis: Nutzer der Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche 2010 „Essen ist Leben“.

figsten genutzt, wobei die höchsten Werte bei den älteren Zuschauern erzielt wurden. Ausgeglichen ist die Nutzung von Radiobeiträgen. Hier sind keine signifikanten Unterschiede in den Kohorten erkennbar. Die Nutzung der Printmedien steigt mit dem Alter signifikant an – Artikel in Zeitungen und Zeitschriften stellen für die ab 50-Jährigen die zweitwichtigste Informationsquelle zur Themenwoche dar, während für die unter 50-Jährigen die Radiowellens als Informationsquelle wichtiger sind. Im Internet waren es erwartungsgemäß die Jüngeren, die sich am häufigsten über die Themenwoche informierten.

folgt. Knapp die Hälfte des Themenwochenpublikums hörte zudem Beiträge im Radio, und 6 Prozent der Nutzer informierten sich im Internet über die Aktion der ARD. Die thematische Begleitung der Themenwoche in den Printmedien erreichte mit 40 Prozent ebenfalls ein breites Publikum – auch wenn das der im Vergleich zu den vorangegangenen Themenwochen bisher niedrigste Wert ist (vgl. Abbildung 2). Hierbei spielt eine mögliche rückläufige Berichterstattung in den Printmedien sicherlich auch eine Rolle.

**Altersspezifische Unterschiede in Bezug auf genutzte Medien**

Innerhalb der verschiedenen Mediengattungen zeigten sich jedoch erneut die alterstypischen Unterschiede im Nutzungsverhalten (vgl. Tabelle 3). Das Fernsehen wurde in allen Altersgruppen am häufigsten genutzt, wobei die höchsten Werte bei den älteren Zuschauern erzielt wurden. Ausgeglichen ist die Nutzung von Radiobeiträgen. Hier sind keine signifikanten Unterschiede in den Kohorten erkennbar. Die Nutzung der Printmedien steigt mit dem Alter signifikant an – Artikel in Zeitungen und Zeitschriften stellen für die ab 50-Jährigen die zweitwichtigste Informationsquelle zur Themenwoche dar, während für die unter 50-Jährigen die Radiowellens als Informationsquelle wichtiger sind. Im Internet waren es erwartungsgemäß die Jüngeren, die sich am häufigsten über die Themenwoche informierten.

**Begleitaktion**

Gemeinsam mit der ARD veranstalteten die deutschen Betriebsrestaurants mit Unterstützung des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands eine Begleitaktion zur Themenwoche „Essen ist Leben“. Von Montag bis Freitag setzten die teilnehmenden Betriebsrestaurants jeweils ein besonderes, regional geprägtes Gericht – zubereitet nach Rezepten bekannter ARD-Fernsehköche – auf die Speisekarte. Die Idee, in Kantinen die Gerichte von ARD-Fernsehköchen anzubieten, stieß beim Themenwochenpublikum auf große Zustimmung (87%).

**Große Zustimmung zu Begleitaktion in deutschen Betriebskantinen**

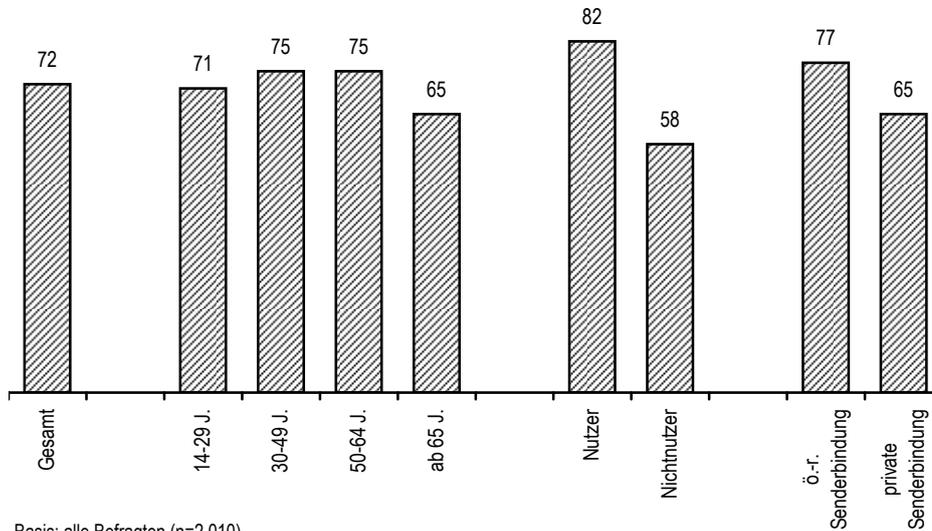
**Bewertung der Themenwoche in der Bevölkerung**

Das Publikumsurteil über das ARD-Engagement fällt ausgesprochen positiv aus: Fast drei Viertel der Bevölkerung bewerteten es als „sehr gut“ oder „gut“, dass sich die ARD in einer Schwerpunktwoche ausführlich mit dem Thema Ernährung auseinandersetzte (vgl. Abbildung 3). Dies bezieht auch

**Fast drei Viertel der Befragten bewerteten Themenwoche mit „sehr gut“ oder „gut“**

**Abb. 3 Pauschalbewertung der ARD-Themenwoche "Essen ist Leben"**

"Alles in allem, wie fanden Sie es, dass sich die ARD in einer Schwerpunktwoche ausführlich mit dem Thema Ernährung beschäftigt hat?"  
zusammengefasste Werte für "sehr gut" und "gut",  
Erwachsene ab 14 J., Angaben in %



Basis: alle Befragten (n=2 010).

Quelle: Studie ARD-Themenwoche 2010 "Essen ist Leben".

all jene Personen mit ein, denen die Themenwoche überhaupt nicht aufgefallen war und die erst im Laufe des telefonischen Interviews davon erfahren haben. Berücksichtigt man nur das tatsächliche Publikum, fällt das Urteil noch gewogener aus: Dann sind es 82 Prozent, die die Programmstrebungen der ARD mit den Bestnoten honorierten. Aber auch Personen, die gar kein Angebot nutzten, beurteilten das Engagement mehrheitlich positiv (58%). Auch zwischen den verschiedenen Generationen ist man sich im anerkennenden Urteil über die Themenwoche weitgehend einig. Auffällig ist jedoch, dass die Menschen, die 65 Jahre und älter sind, das Engagement der ARD am verhaltensten beurteilen – wengleich immer noch auf hohem Niveau. Das legt die Annahme nahe, dass das Thema für diese Altersgruppe weniger interessant oder relevant zu sein scheint. Die Studienergebnisse bestätigen diese These jedoch nicht, denn zum einen ist das Interesse an den Beiträgen genauso stark ausgeprägt wie in den übrigen Kohorten. Und zum anderen sind in der Zustimmung der Aussage "Ich finde, dem Thema 'Gesunde Ernährung' wird zuviel Bedeutung beigemessen", keine systematischen Unterschiede zwischen den Altersgruppen auszumachen (vgl. Tabelle 4).

Welche Faktoren sind nun im Detail für die positive Gesamtbewertung der Bevölkerung verantwortlich? Wie auch schon bei den vergangenen Themenwochen wurde den Befragten zur Klärung dieser Frage eine Reihe von Aussagen mit der Bitte um ein abgestuftes Urteil vorgelegt. Dies waren einerseits allgemeine, themenunabhängige Aussagen, die das Konzept der Themenwoche an sich einer Bewertung unterzogen und daher auch den Nichtnutzern unterbreitet werden konnten. Andererseits

waren es Aussagen mit konkretem Bezug zur aktuellen Themenwoche, die nur den Personen vorgelegt wurden, die tatsächlich zum Publikum gehörten.

Die Globalaussagen bestätigten erneut die hohe Akzeptanz der Bevölkerung für die ARD-Themenwochen: 88 Prozent aller Befragten finden es „wichtig, dass die ARD aktuelle Themen aufgreift und so intensiv behandelt“ (vgl. Abbildung 4 und Tabelle 4). Beim Themenwochenpublikum liegen die Zustimmungswerte sogar bei 94 Prozent, aber auch bei den Nichtrezipienten liegt die Anerkennung mit 80 Prozent außergewöhnlich hoch. Dass die ARD mit der Themenwoche „einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft leistete“, wie es in der Aussage heißt, bestätigen 82 Prozent der Befragten. Interessant ist, dass auch diejenigen, die vorwiegend private Fernsehprogramme nutzen, dieser Aussage in hohem Maße zustimmten (75%); zeigt es doch, für wie unverzichtbar öffentlich-rechtliche Medienangebote gehalten werden. Dieses Ergebnis wird noch durch eine weitere, zugespitzte Aussage untermauert: „So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten“ – dieser Meinung schloss sich mit 58 Prozent die Mehrheit der Bevölkerung an.

Schließlich wurde noch einmal direkt erhoben, wie das Publikum grundsätzlich die mediale Umsetzung eines gesellschaftlich relevanten Themas in

**Hohe Akzeptanz der ARD-Themenwochen bestätigt**

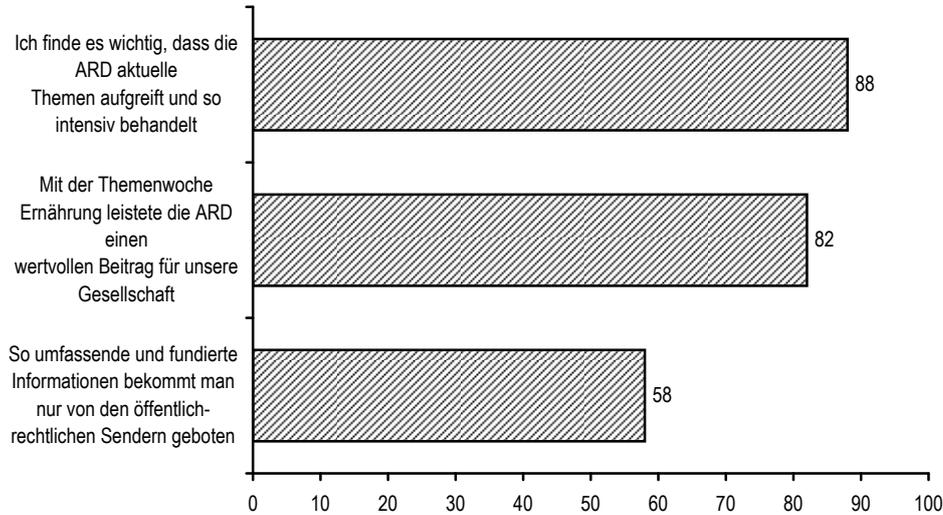
**76% gefiel die mediale Umsetzung des Themas**

④ **Detailbewertung der ARD-Themenwoche „Essen ist Leben“**

„Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen“  
zusammengefasste Werte für „voll und ganz“ und „weitgehend“, in %

								Senderbindung		Nutzung der Themenwoche	
	Gesamt	Männer	Frauen	14-29 J.	30-49 J.	50-54 J.	ab 65 J.	öffentlich-rechtlich	privat	ja	nein
<b>Basis: alle Befragten</b>											
Ich finde es wichtig, dass die ARD aktuelle Themen aufgreift und so intensiv behandelt	88	85	91	83	89	92	88	92	84	94	80
Mit der Themenwoche leistete die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft	82	77	85	75	80	86	86	88	75	89	71
So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten	58	58	57	43	55	63	70	71	42	65	47
<b>Basis: Nutzer der Themenwoche</b>											
Es war gut, dass das Thema Ernährung aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet wurde	94	93	96	92	95	95	94	95	95	94	-
Es war wichtig, dass auch der Hunger in der Welt und der weltweite Handel mit Lebensmitteln thematisiert wurde	93	90	94	93	92	91	95	93	93	93	-
Die Sendungen haben kompetent und seriös informiert	89	86	91	80	90	91	89	89	88	89	-
Es war interessant zu erfahren, was so alles in unserem Essen steckt	86	82	90	78	86	90	88	89	81	86	-
Ich fand es gut, dass das Thema nicht nur in Informationssendungen, sondern auch in Spielfilmen und Unterhaltungssendungen aufgegriffen wurde	81	75	87	82	80	83	81	81	82	81	-
Insgesamt hat die Themenwoche viele Denkanstöße geliefert	80	72	86	70	80	83	81	84	70	80	-
Die Themenwoche bot eine gelungene Mischung aus kulinarischen und politischen Aspekten der Ernährung	74	69	78	69	75	75	74	75	72	74	-
Mir ist nach dieser Woche noch deutlicher geworden, welche wirtschaftlichen und ökologischen Veränderungen unsere Essgewohnheiten auslösen	72	63	79	55	69	77	78	75	64	72	-
Durch die Themenwoche wurde mir bewusst, wie viele Kinder falsch ernährt werden	69	63	75	55	65	72	77	70	66	69	-
Ich bin sicher, dass die Themenwoche bei vielen Menschen die Lust am Kochen geweckt hat	64	59	68	63	62	63	70	64	65	64	-
Diese Woche hat mir (noch mehr) Appetit auf gesunde Ernährung gemacht	58	48	65	49	56	61	59	62	48	58	-
Nach dieser Woche werde ich noch etwas aufmerksamer meine Lebensmittel einkaufen	56	47	64	41	54	58	63	60	48	56	-
Über die höheren Preise bei gesunder Ernährung wurde zu wenig berichtet	43	40	45	44	35	43	53	44	43	43	-
Hier kamen nicht alle Meinungen zu Wort	34	34	35	34	30	31	44	36	32	34	-
<b>Warum eine Extra-Woche zum Thema Ernährung?</b>											
Es gibt doch sowieso schon so viele Kochsendungen	27	31	24	29	21	25	35	26	30	27	-
Mir war das insgesamt zu viel von ein und demselben Thema	21	23	20	22	19	18	28	21	23	21	-
Ich finde, dem Thema „Gesunde Ernährung“ wird zuviel Bedeutung beigemessen	17	22	13	22	12	17	21	15	23	17	-
Mir war das Ganze zu belehrend	18	21	15	19	15	17	23	18	17	18	-

**Abb. 4 Detailbewertung der ARD-Themenwoche "Essen ist Leben"**  
*"Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen"*  
 zusammengefasste Werte für "voll und ganz" und "weitgehend",  
 Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

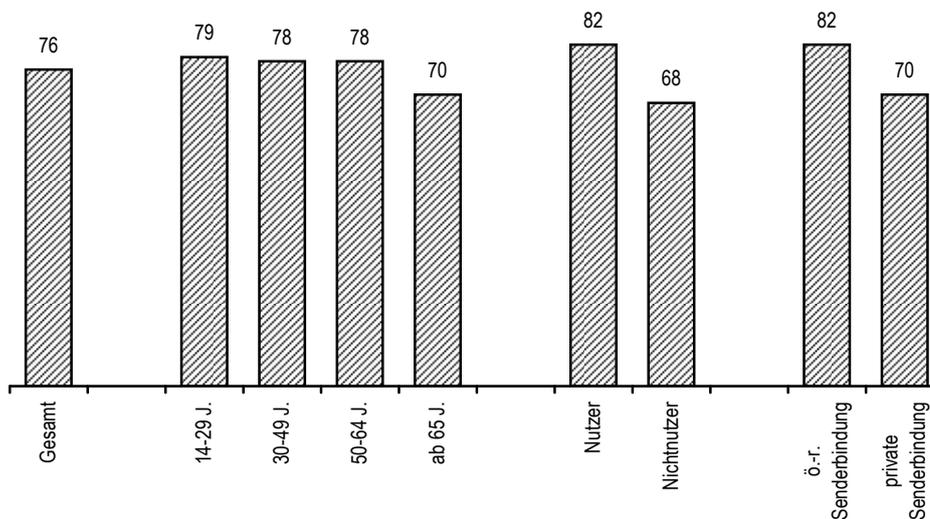


Basis: alle Befragten (n=2 010).

Quelle: Studie ARD-Themenwoche 2010 "Essen ist Leben".

**Abb. 5 Bewertung des publizistischen Konzepts "Themenwoche"**

*"Mal unabhängig vom Thema Ernährung. Ganz generell. Wie finden Sie es, dass sich die ARD eine Woche lang intensiv mit einem wichtigen gesellschaftlichen Thema beschäftigt?"*  
 zusammengefasste Werte für "sehr gut" und "gut",  
 Erwachsene ab 14 J., Angaben in %



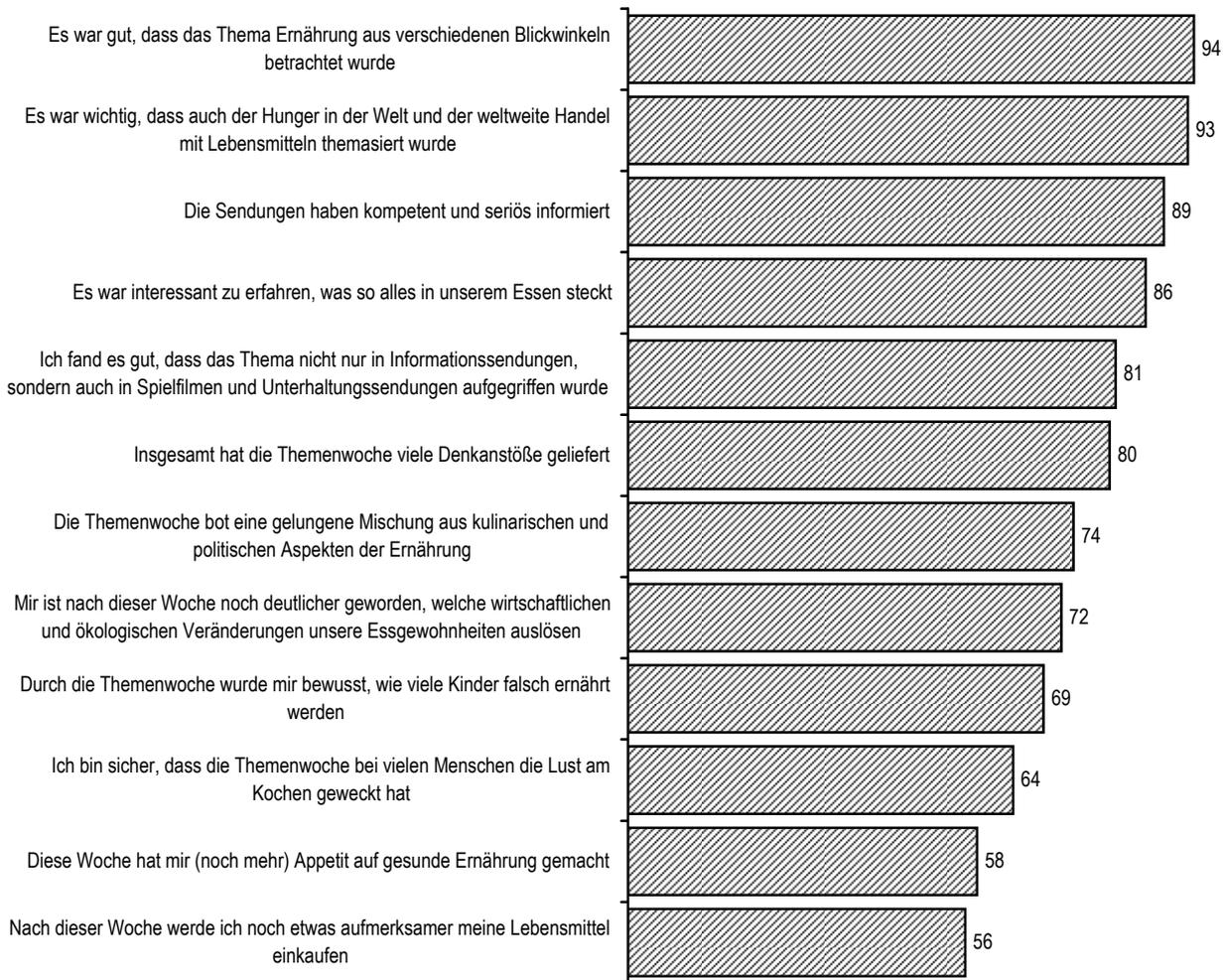
Basis: alle Befragten (n=2 010).

Quelle: Studie ARD-Themenwoche 2010 "Essen ist Leben".

der Form von Themenwochen beurteilt. Das Urteil fällt auch hier sehr eindeutig aus: 76 Prozent der Bürger bewerteten diese Art der intensiven journalistischen Behandlung eines Themas als „sehr gut“ oder „gut“ (vgl. Abbildung 5). Die höchste Zustim-

mung erhielt die Idee der Themenwoche dabei von den Jüngsten: 79 Prozent der 14- bis 29-Jährigen honorierten die Anstrengungen der ARD in hohem Maße.

**Abb. 6 Detailbewertung der ARD-Themenwoche "Essen ist Leben"**  
 "Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen"  
 zusammengefasste Werte für "voll und ganz" und "weitgehend",  
 Erwachsene ab 14 J., Angaben in %



Basis: Nutzer der Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche 2010 "Essen ist Leben".

**Vielfalt der Themenwoche besonders gelobt**

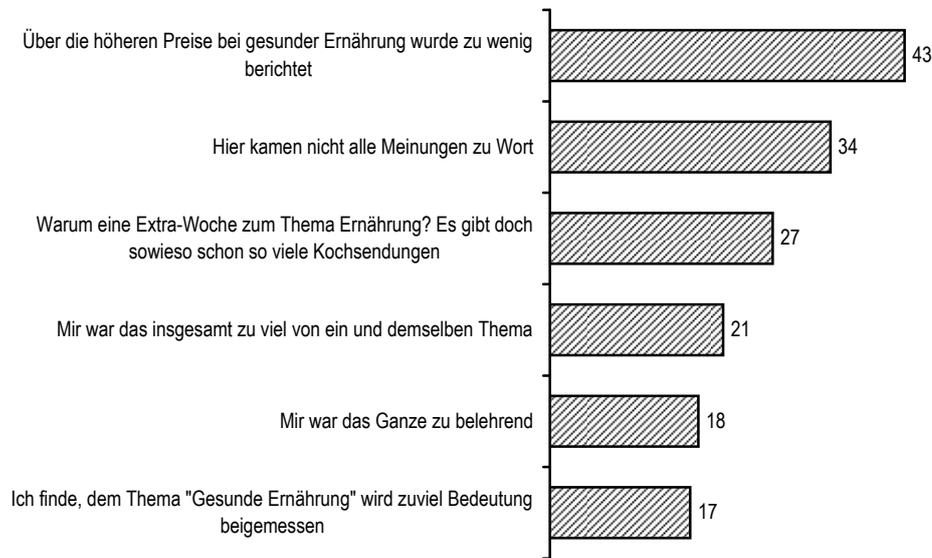
Zu den wichtigsten Gründen für das positive Urteil zur Themenwoche „Essen ist Leben“ zählen die verschiedenen Schwerpunkte sowie die Machart der Berichterstattung: 89 Prozent des Publikumskreises attestierten den Sendungen, „kompetent und seriös informiert“ zu haben. Für 86 Prozent war es „interessant zu erfahren, was so alles in unserem Essen steckt“, wie es in der Originalaussage heißt. Noch deutlicher wurde von den Befragten die Vielfalt der Themenwoche gutgeheißen: So honorierten 94 Prozent, dass das Thema Ernährung aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet wurde, und 93 Prozent lobten, dass auch der Hunger in der Welt und der weltweite Handel mit Lebensmitteln nicht außen vor blieben (vgl. Abbildung 6).

Das selbstgesteckte Ziel der Themenwoche, mehr Bewusstsein für das Thema Ernährung zu schaffen, wurde nach Maßgabe der Studie erreicht. Jedenfalls bekundeten 72 Prozent, dass ihnen „nach dieser Woche noch deutlicher geworden ist, welche wirtschaftlichen und ökologischen Veränderungen unsere Essgewohnheiten auslösen“. Ähnlich viele (69%) gaben an, durch die Themenwoche erfahren zu haben, wie viele Kinder falsch ernährt werden. Dass die ARD-Themenwoche mit ihren Inhalten auch zum Nachdenken anregte, zeigt sich in der Aussage „Insgesamt hat die Themenwoche viele Denkanstöße geliefert“ (80%). Die Befragten schätzten die vielen Anregungen, die sie in den zahlreichen Beiträgen und Sendungen erhalten haben und honorierten dabei, dass „das Thema nicht nur in Informationssendungen, sondern auch in Spielfilmen und Unterhaltungssendungen aufgegriffen wurde“ (81%).

**Ziel, mehr Bewusstsein für Thema Ernährung zu schaffen, wurde erreicht**

**Abb. 7 Detailbewertung der ARD-Themenwoche "Essen ist Leben": Kritikpunkte**

"Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen"  
zusammengefasste Werte für "voll und ganz" und "weitgehend",  
Erwachsene ab 14 J., Angaben in %



Basis: Nutzer der Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche 2010 "Essen ist Leben".

#### Bis zu zwei Drittel rechnen mit nachhaltigen Wirkungen

Ein wenig zurückhaltender urteilten die Befragten, als es darum ging, einzuschätzen, ob die ARD-Themenwoche eine Verhaltensänderung bei den Bürgern auslösen könnte. Mit 64 Prozent waren sich aber immer noch fast zwei Drittel sicher, „dass die Themenwoche bei vielen Menschen die Lust am Kochen geweckt hat“. Und auch bei sich selbst kündigte die Mehrheit (56%) des Themenwochen-Publikums Konsequenzen für den eigenen Alltag an: Sie werden nach dieser Woche noch etwas aufmerksamer ihre Lebensmittel einkaufen, denn schließlich hat die Themenwoche bei 58 Prozent mehr Appetit auf gesunde Ernährung gemacht. Dies bestätigten nicht nur Personen, die ohnehin Wert auf eine ausgewogene Ernährungsweise legen (60%), sondern auch nahezu jeder Zweite (45%) derjenigen, deren Essgewohnheiten bisher nicht durch gesunde Kost geprägt waren.

#### Themenwoche konnte sozialen Impuls setzen

Die Themenwoche hat demnach einen Impuls gesetzt, der natürlich nicht unmittelbar in eine Umstellung der Essgewohnheiten münden muss, der aber dennoch vielen Bürgern ein stärkeres Bewusstsein für gesunde Ernährung und damit einhergehend qualitativ wertvolle Lebensmittel verschafft hat. Und dies kann für ein gesellschaftlich insgesamt so relevantes Thema durchaus als Erfolg gewertet werden – sowohl für das Gesamtkonzept „Themenwoche“ als auch für die ganz konkrete Aufbereitung des Themas Ernährung während der Schwerpunktwoche.

#### Verschiedene inhaltliche Schwächen kritisiert

Kritik wurde jedoch auch geübt. Die kritischen Stimmen bezogen sich vor allem auf vermeintlich inhaltliche Schwächen. So bemängelten 43 Prozent

der Befragten, dass „über die höheren Preise bei gesunder Ernährung zu wenig berichtet wurde“ (vgl. Abbildung 7). Und 34 Prozent des Publikums waren der Ansicht, dass „nicht alle Meinungen zu Wort kamen“. Dieses Meinungsbild zeigt sich in allen Altersgruppen, wobei die 65-Jährigen und Älteren den beiden Aussagen in besonderem Maße zustimmten, was auch ein Grund für ihre verhältnismäßig zurückhaltende Gesamtbeurteilung der ARD-Themenwoche sein könnte.

Ebenfalls waren es vor allem die Senioren, die sich über die Themenwahl der Schwerpunktwoche verwundert zeigten: Jeder Dritte von ihnen stellte sich die Frage, „Warum eine Extra-Woche zum Thema Ernährung? Es gibt doch sowieso schon so viele Kochsendungen.“ Dies überrascht insofern, als auf der einen Seite vor allem die älteren Jahrgänge den größten Teil der Programmangebote der Themenwoche rezipiert haben, von denen wiederum Kochsendungen nur einen sehr kleinen Teil ausmachten. Auf der anderen Seite befanden die Älteren an anderer Stelle mit einer deutlichen Mehrheit, dass die Themenwoche „eine gelungene Mischung aus kulinarischen und politischen Aspekten der Ernährung“ bot.

Ein weiterer Kritikpunkt bezog sich auf den dargebotenen Umfang der Berichte. Schließlich konnte ein intensiver Nutzer von Hörfunk- und Fernsehprogrammen der ARD nahezu dauerhaft auf Angebote zur Themenwoche stoßen. Dennoch ist es nur eine Minderheit von 21 Prozent, denen es „insge-

**Nur eine Minderheit fand Programmangebot zu umfangreich**

samt zu viel von ein und demselben Thema“ war. Noch weniger Zustimmung fand die Aussage „Mir war das Ganze zu belehrend“ (18%). Dies zeigt, dass die ARD ihre Sendungen rund um die Ernährung weniger mit dem erhobenen Zeigefinger als in einer gelungenen Mischung aus informierenden und unterhaltenden Elementen dargeboten hat.

#### Fazit

Bilanzierend kann auch die fünfte ARD-Themenwoche „Essen ist Leben“ als Erfolg bezeichnet werden. Knapp 60 Prozent der Bundesbürger nahmen das publizistische Ereignis im Fernsehen, im Hörfunk oder im Internet wahr. Die Bewertung der angebotenen Programmleistungen fiel dabei ausgesprochen positiv aus: 72 Prozent des Publikums vergaben die Noten „sehr gut“ oder „gut“. Das En-

gagement der ARD erfuhr dabei nicht nur von jenen ein sehr positives Urteil, die das Angebot nutzten. Auch die Nichtnutzer zollten der Idee, ein relevantes Thema eine Woche in den Mittelpunkt der Berichterstattung zu stellen, Anerkennung. Die Themenwoche wurde dabei erneut als wertvoller gesellschaftlicher Beitrag wahrgenommen. Besonders honorierte das Publikum die vielfältigen Blickwinkel, aus denen das Thema Ernährung betrachtet wurde, sowie die handwerkliche und inhaltliche Qualität der Beiträge und Sendungen.

Die Ergebnisse bestärken die ARD, den konzeptionellen Weg auch in Zukunft weiterzugehen und besondere Programmschwerpunkte zu gesellschaftlich relevanten Themen anzubieten. Bereits im Frühjahr 2011 wird unter der Federführung des SWR die ARD-Themenwoche „Der mobile Mensch“ ausgestrahlt.

**ARD-Themenwoche  
„Essen ist Leben“  
war ein publizis-  
tischer Erfolg**

