



**Kampagne „5 am Tag Fruchte & Gemüse“**

## **Jahresbericht 2002**

### **Trägerschaft**

Krebsliga Schweiz  
Bundesamt für Gesundheit  
Gesundheitsförderung Schweiz  
Schweizerische Vereinigung für Ernährung

### **Kampagnenleitung**

Krebsliga Schweiz  
Effingerstr. 40, Postfach, 3001 Bern  
info@swisscancer.ch

## Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage und Ziele der Kampagne	Seite 3
2. Trägerschaft, Partner und Kampagnenleitung	4
3. Aktivitäten 2002	5
Projekte	
Promotion der Kampagnenbotschaft	
Arbeit der Strategiegruppe	
4. Auswertung der Kampagne	8
Evaluation der Menge konsumierter Früchte und Gemüse	
Medienmonitoring	
5. Rechnung 2002	9
6. Kontaktadressen	10

# 1. Ausgangslage und Ziele der Kampagne

## Ausgangslage

Gemäss der Nutri-Trend-Studie 2000 (1) über die Ernährungsgewohnheiten in der Schweiz fühlen sich 82% der Bevölkerung in Ernährungsfragen gut informiert. Trotzdem ist ein Drittel der Schweizer Bevölkerung übergewichtig, und insgesamt werden durchwegs weniger Früchte und Gemüse konsumiert, als es eine ausgewogene Ernährung erfordern würde. Es ist jedoch erwiesen, dass der Früchte- und Gemüsekonsum das Risiko für Krebs und andere Krankheiten senkt. Deshalb starteten die Krebsliga Schweiz, das Bundesamt für Gesundheit, Gesundheitsförderung Schweiz und die Schweizerische Vereinigung für Ernährung am 5. November 2001 eine nationale Kampagne zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums in der Schweiz.

## Ziele

Die Kampagne erstreckt sich über einen Zeitraum von vier Jahren. Bis zum Jahr 2005 sollen im Rahmen der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne folgende Ziele erreicht werden:

### Verhaltensziele

- Der Früchte- und Gemüseverbrauch wird um mindestens 5% gesteigert.
- 30% der Bevölkerung mit einem derzeitigen Früchte- und Gemüseverbrauch von zwei und weniger Portionen pro Tag verbessern diesen um eine Portion täglich (Kategorien: nicht täglich, einmal, zweimal, dreimal, viermal, fünfmal und häufiger)

### Wissensziele

- 50% der Bevölkerung kennen die „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne

### Verhältnisziele

- Die Verfügbarkeit von Früchten und Gemüse in den relevanten Lebensbereichen des öffentlichen Interesses wird von Staat und Wirtschaft gemeinsam aktiv gefördert.
- Der Früchte- und Gemüsekonsum wird zu einem tragenden Element der Schweizer Ernährungspolitik.

(1): Nutri-Trend-Studie 2000 der Nestlé Suisse S.A. mit Unterstützung durch das Bundesamt für Gesundheit

## 2. Trägerschaft, Partner und Kampagnenleitung

### Trägerschaft

Die folgenden Institutionen bilden die Trägerschaft der „5 am Tag Früchte & Gemüse“-Kampagne. Sie übernehmen im Rahmen der Kampagne folgende Aufgaben:

#### Krebsliga Schweiz / Kantonale Krebsligen

Die Krebsliga Schweiz (KLS) ist für die Organisation, Planung und Koordination der Kampagne verantwortlich. Sie stellt die Kampagnenleitung und übernimmt einen grossen Teil der Finanzierung.

#### Gesundheitsförderung Schweiz

Begleitung der Früchte- und Gemüse-Botschaften im Rahmen der Feel Your Power-Kampagne sowie finanzielle Unterstützung der Kampagne im Rahmen des Schwerpunktprogrammes: Bewegung / Ernährung / Entspannung.

#### Bundesamt für Gesundheit

Verankerung/Vertretung der Früchte- und Gemüse-Kampagnen-Ziele in der Schweizerischen Nutrition Policy sowie finanzielle Unterstützung der Kampagne.

#### Schweizerische Vereinigung für Ernährung:

Ernährungs-Fachwissen, Information/Verankerung der Kampagnenbotschaften bei Ernährungs-Multiplikatoren (z.B. ErnährungsberaterInnen) beziehungsweise im Netzwerk Gesundheit und Ernährung (Nutrinet).

### Partner

Die Trägerschaft der Kampagne zur Steigerung des Früchte- und Gemüsekonsums in der Schweiz strebt eine möglichst enge Zusammenarbeit mit den verschiedensten Vertretern der Gesundheitsligen, der Industrie, des Handels sowie der Früchte- und Gemüse- und Gastronomieverbände an. Die sinnvolle Nutzung von Synergien steht im Vordergrund der Zusammenarbeit. Im Jahr 2003 gehören folgende Firmen und Institutionen zu den Kampagnenpartnern:

Eidg. Forschungsanstalt für Pflanzenbau, Changins \*  
Fédération romande des consommateurs, Lausanne  
Hero, Lenzburg  
Knorr, Thayngen  
Landwirtschaftlicher Informationsdienst, Bern  
Migros Genossenschafts-Bund, Zürich \*  
Nestlé, Vevey \*

Schweizerischer Obstverband, Zug \*  
SV Service AG, Zürich  
Verband Schweizerischer Gemüseproduzenten, Bern \*  
WWF Schweiz, Zürich

\* sind mit einem Mitglied in der Strategiegruppe vertreten

## **Kampagnenleitung**

Ziel der Kampagnenleitung im 2002 war eine mittel- und langfristige Sticherstellung der nötigen finanziellen Mittel, um die Weiterführung der Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“ zu gewährleisten.

Der Programmleiter Lukas Zemp hat Ende Mai 2002 die Krebsliga verlassen, seine Nachfolgerin Ursula Zybach nahm ihre Arbeit Mitte November 2002 auf. Aufgrund des personellen Engpasses mussten die Teilprojekte im Setting Arbeitsplatz und Familie aufgeschoben werden. In der Zeit zwischen Mai und Mitte November wurde die Kampagne im strategischen Bereich von Andreas Biedermann, Bereichsleiter der Nationalen Krebspräventionsprogramme geleitet. Im operativen Bereich wurde die Arbeit von der Projektleiterin Judith Graf weitergeführt. Sie wurde im Projekt Website „Flip the Fruit“ vom Juni bis Mitte Dezember 2002 von David Fäh entlastet. Die Projektleitung zum Lehrmittel „Pommyversum / Fruttiversum“ wurde an Bernadette Galliker, Schweizerischer Obstverband übergeben. Die administrative Unterstützung der Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“ erfolgte durch Sandra Joye.

### 3. Aktivitäten 2002

#### Projekte

##### Cartes modulables

Am 19. Juni 2002 wurden anlässlich einer Pressekonferenz in Lausanne die „cartes modulables“ präsentiert. Das attraktive Kartenset, das in Zusammenarbeit mit der Fédération Romande des Consommateurs (FRC) entwickelt wurde, zeigt anhand praktischer Tipps wie der Früchte- und Gemüsekonsum im Alltag gesteigert werden kann. Es wurden insgesamt 20'000 Kartensets in französischer Sprache gedruckt. Die Karten werden durch den FRC im Rahmen ihrer lokalen Aktivitäten an die Bevölkerung in der französischsprachigen Schweiz verteilt. Bis Ende 2002 konnte bereits die Hälfte der Karten abgeben werden.

Zusätzlich publizierte die beliebte Zeitschrift des FRC „J'achète mieux“ in jeder Ausgabe einen aktuellen Beitrag zu einem Saisongemüse unter dem Patronat der Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“.

##### Website „Flip the Fruit“

Insbesondere junge Männer im Alter zwischen 20 und 30 Jahren essen zu wenig Früchte und Gemüse. Speziell für diese Risikozielgruppe wurde ein Angebot zur Sensibilisierung / Information zum Früchte- und Gemüsekonsum geschaffen. Am 14. November 2002 wurde [www.flipthefruit.ch](http://www.flipthefruit.ch) – ein interaktives Internet-Spiel mit Informationen rund um verschiedene Früchte und Gemüse – aufgeschaltet. Nebst dem Spass am Spiel motivieren verschiedene attraktive Preise zum Mitspielen. Als Hauptsponsor konnte die MIGROS gewonnen werden.

Am 14. November 2002 wurde in allen Restaurants der SV-Service AG, die sich beim Krebsligaprojekt „genuss pur“ engagieren, jedem Gast ein Apfel und eine Karte mit Informationen und einem Hinweis auf die neue Website „Flip the Fruit“ verteilt. Die Verteilaktion an die rund 100'000 Gäste wurde durch den Schweizerischen Obstverband unterstützt.

##### Lehrmittel „Pommyversum / Fruttiversum“

In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Obstverband und dem Landwirtschaftlichen Informationsdienst entstand im Herbst 2002 „Pommyversum / Fruttiversum“, ein buntes Lehrmittel in deutscher Sprache mit kreativen Unterrichtsideen für die Unterstufe. Das Lehrmittel wurde in einer Auflage von 10'000 Stück gedruckt und besteht aus einem Lehrerheft, einer CD-Rom mit Hintergrundinformationen, Arbeitsblättern, Kopiervorlagen, Liedern und Rezeptvorschlägen. Zusätzlich liegt ein lustiges Würfelspiel bei. Das Lehrmittel Pommyversum / Fruttiversum wird den Lehrern kostenlos angeboten und soll das Interesse und der Spass an der bewährten Pausenapfel-Aktion neu beleben und zusätzlich „5 am Tag“-Botschaften attraktiv vermitteln. Es wurde von der Lehrerschaft mit grossem Interesse aufgenommen.

## **Promotion der Kampagnenbotschaft**

### Infomaterialien und Ausstellungseinheit

Die Faltprospekte und die Ausstellungseinheit der Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“ stiessen auf eine rege Nachfrage. Die Ausstellungseinheit kann leihweise bezogen werden, aufgrund der vielen Anfragen wurde im Herbst 2002 eine zweite Standeinheit produziert.

Die Ausstellungseinheit wurde im 2002 ausgeliehen an:

Kantonale Krebsligen Genf, Waadt und Aarau  
RAC Conthey  
Fédération romande des consommateurs Bassecourt, Gumefens und Martigny  
Kantonsspital Winterthur und Frauenfeld  
Regionalspital Delémont  
„Feel good“-Tag Einkaufszentrum Migros Biel  
Expo agricole Murten

In der Regel verblieb die Ausstellung mehrere Tage oder Wochen vor Ort. Der FRC machte mit unserer Ausstellung und den Informationsmitteln regelmässig an regionalen Veranstaltungen auf die Anliegen der Kampagne aufmerksam. Am Langenthaler Wochenmarkt war unsere Botschaft durch private Initiative mit den Banderolen jede Woche vertreten.

In rund 10 SV-Betrieben war der Stand über Mittag vor Ort. Mit der Gratisabgabe von Früchte und Gemüse, Informationsmaterial und persönlicher Ernährungsberatung wurden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf die Wichtigkeit des Früchte- und Gemüsekonsums aufmerksam gemacht. In einem Betrieb wurde zusätzlich eine Weiterbildungsveranstaltung für die Mitarbeiter angeboten.

### Self-Care – Unerkannter Diabetes (Fernsehwerbung)

In Zusammenarbeit mit der Kampagne „Self Care – Unerkannter Diabetes“ trat die Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“ in kurzen TV-Spots zum Thema „genügend Früchte und Gemüse essen“ auf. In der Periode vom 8.4.2002 bis 4.5.2002 wurden auf SF DRS 1 insgesamt 30 Begleitspots à 6 Sekunden und auf TSR 15 Begleitspots à 6 Sekunden gesendet. Mit Einblendung des Logos von „5 am Tag“ erschien der Text: „Ein aktiver Lebensstil reduziert das Risiko für eine Zuckerkrankheit. Dazu gehören 5 mal am Tag Früchte und Gemüse!“

### Buddy Bear-Aktion vor dem Bundeshaus

Mit der Aktion vom Donnerstag, 21. März 2002 vor dem Bundeshaus in Bern startete die Kampagne mit Unterstützung der Schweizer Gemüseproduzenten und des Schweizerischen Obstverbandes in den Frühling. Der „Frischkost-Bär“ – eine lebensgrosse Bärenskulptur begleitet von Rüebli, Apfel und Co. begrüsst die Parlamentarierinnen und Parlamentarier, sorgte sich mit Früchte und Gemüse-Krafftutter um deren Vitalität und animierte zum knackigen „Znüni-Öpfu“. Anschliessend wurde der Bär vom Bundeshaus zum Bärenplatz transportiert, wo den

Passanten mit einem Kampagnenflyer gratis Früchte und Gemüse abgegeben wurden.

### Auftritte an der EXPO 02

Am 22. Mai 2002 konnte die Kampagne an der EXPO 02 in Yverdon auf den Entspannungsinselfen des Bundesamtes für Gesundheit auftreten. Ein Künstlerduo zauberte magische Momente mit dem Thema Früchte und Gemüse.

Vom 20. bis 22. September 2002 war die Kampagne zusammen mit dem Schweizerischen Obstverband an den Frischobsttagen der EXPO agricole in Murten. An unserem Ausstellungsstand konnten die Besucher ihre Essgewohnheiten per EDV-Test überprüfen, fachkundige Ernährungsberaterinnen standen mit persönlichen Tipps zur praktischen Umsetzung zur Seite.

### Vorträge und Auftritte

Datum	Anlass	Thema
28. Februar	Treffen Kantonale Krebsligen, Lausanne	Aktuelle Infos zu 5 am Tag
28. Februar	BAG Ernährungsplattform, Bern	Aktuelle Infos zu 5 am Tag
13. April	Sion Expo	Botschaft 5 am Tag
15. März	Jahrestagung SVDE, Bern	Stand und Infomaterial
21. März	Pressekonferenz des Buddy Bär (mit SOV und VSGP), Bern	Botschaft 5 am Tag
23. Mai	MitarbeiterInnen des Bundesamt für Flüchtlinge, Wabern	Vortrag zu Früchte und Gemüse
29. Mai	Generalversammlung der Swisscofel, Bern	Stand und Infomaterial
21. August	Eidgenössische Ernährungskommission	Aktuelle Infos zu 5 am Tag
28. August	Treffen Kantonale Krebsligen, Bern	Aktuelle Infos zu 5 am Tag / Stand und Infomaterial
17. Oktober	BAG Ernährungsplattform, Bern	Aktuelle Infos zu 5 am Tag

### **Arbeit der Strategiegruppe**

Die Strategiegruppe traf sich im Jahr 2002 zu vier halbtägigen Sitzungen in Bern. Themen waren unter anderem der Jahresbericht 2001, Durchführung und Ergebnisse der Evaluation, Ziele und Massnahmen 2002, Kompetenzenregelung der Kampagnenleitung, verschiedene Projektanträge, weitere strategische Ausrichtung der Kampagne und Planung 2003. Die Strategiegruppe wurde von Andreas Biedermann, Leiter der nationalen Krebspräventionsprogramme geleitet. Mitglieder der Strategiegruppe waren Vertreter der Trägerschaft und diverse Partner.

## **4. Auswertung der Kampagne**

### **Evaluation der Menge konsumierter Früchte und Gemüse**

Im Rahmen einer telefonischen Stichtagserhebung wurde ab Oktober 2001 der Konsum von Salat/Gemüse, Früchte/Beeren und Frucht-/Gemüsesäften in der 15- bis 74-jährigen Bevölkerung der deutsch- und französischsprachigen Schweiz vom LINK Institut während vier aufeinanderfolgenden Quartalen erfasst.

40% der Befragten konsumieren täglich fünf Portionen, wobei allerdings nur die Konsumhäufigkeit, nicht aber die Portionengrösse zuverlässig erfasst werden konnte. Pro Tag wird im Durchschnitt 4,3 mal eine der oben erwähnten Produktgruppen konsumiert. Frauen und Angehörige der oberen Bildungsschichten konsumieren mehr Früchte und Gemüse als Männer und Angehörige tieferer Bildungsschichten. Am wenigsten konsumieren junge Leute (vor allem junge Männer), die nicht mehr bei den Eltern wohnen, aber noch keine eigene Familie gegründet haben. Ihr stark unterdurchschnittlicher Fruchtekonsum wird nur teilweise durch einen Mehrkonsum bei den Fruchtsäften kompensiert.

Die Messung der Visibilität der Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“ zeigt, dass die Botschaft etwa jeder zweiten Frau und jedem vierten Mann bekannt ist, wobei die Bekanntheit der eigentlichen Kampagne nicht zuverlässig ermittelt werden kann, da ausser der Trägerschaft der Kampagne wird häufig auch die Migros („Take 5“) spontan als Absender erwähnt wird.

### **Medienmonitoring**

Im Auftrag der Krebsliga Schweiz hat die Firma ARGUS im Zeitraum von Januar 2002 bis Dezember 2002 eine Medienbeobachtung zu den Themen „5 am Tag“ „Krebs und Ernährung“ und durchgeführt.

Die Analyse zum Thema „5 am Tag Früchte & Gemüse“ zeigt 43 verschiedene Zeitungsberichte in einer Gesamtauflage von 3.8 Millionen.

## 5. Rechnung 2002

	<b>Einnahmen</b>	<b>Ausgaben</b>
Abgrenzungen 2001	34'000.00	
Beitrag BAG	90'000.00	
Beitrag Gesundheitsförderung Schweiz	100'000.00	
Beitrag Krebsliga Schweiz	100'000.00	
Mehrwertsteuer 6.4 % (190'000)		12'160.00
Cartes modulables		30'084.90
Website "Flip the Fruit"		
Beitrag Migros abz. MwSt.	46'999.90	
Content, Agentur, Hosting		88'732.15
Wettbewerbspreise	9'400.00	1'799.00
Lehrmittel "Pommyversum / Fruttiversum"		
Inhalt, Druck, Versand		52'444.35
Nachdruck Broschüren und Flyer		11'453.80
zusätzliche Ausstellungseinheit		6'752.50
Beitrag Kampagne SelfCare		26'900.00
Expo (Auftritte in Murten und Yverdon)		6'977.85
Marke 5 am Tag		2'515.00
Mentorenentschädigung (2001 / 2002)		2'370.00
Evaluation: Stichtagserhebungen		31'873.20
Jahresbericht 2001		359.60
Spesen		1'851.75
Abgrenzungen 2002		70'000.00
	380'399.90	346'274.10
Ertrag		34'125.80
Total	380'399.90	380'399.90
Personalkosten Krebsliga*		119'538.70

\* Personalkosten Krebsliga sind jeweils ohne Overhead berechnet, d.h. nur die effektiven Arbeitsstunden der Kampagnen- und Projektleitung

## 6. Kontakt

Weitere Informationen zur Kampagne „5 am Tag Früchte & Gemüse“ sind unter folgenden Adressen zu erhalten:

Kampagnenleitung  
Krebsliga Schweiz  
Ursula Zybach  
Effingerstrasse 40  
Postfach  
3001 Bern

Telefon: 031 389 91 51  
Fax: 031 389 91 60  
E-Mail: [zybach@swisscancer.ch](mailto:zybach@swisscancer.ch)  
Internet: [www.swisscancer.ch](http://www.swisscancer.ch)

Projektleitung  
Krebsliga Schweiz  
Judith Graf  
Effingerstrasse 40  
Postfach  
3001 Bern

Telefon: 031 389 93 12  
Fax: 031 389 91 60  
E-Mail: [graf@swisscancer.ch](mailto:graf@swisscancer.ch)  
Internet: [www.swisscancer.ch](http://www.swisscancer.ch)

Bundesamt für Gesundheit  
Jürg Lüthy  
Fachstelle Ernährung  
Schwarzenburgstrasse 165  
3097 Bern-Liebefeld

Telefon: 031 322 94 75  
Fax: 031 322 95 07  
E-Mail: [juerg.luethy@bag.admin.ch](mailto:juerg.luethy@bag.admin.ch)  
Internet: [www.admin.ch/bag](http://www.admin.ch/bag)

Gesundheitsförderung Schweiz  
Peter Burri  
Dufourstrasse 30  
3000 Bern 6

Telefon: 031 350 04 26  
Fax: 031 368 17 00  
E-Mail: [peter.burri@promotionsante.ch](mailto:peter.burri@promotionsante.ch)  
Internet: [www.gesundheitsfoerderung.ch](http://www.gesundheitsfoerderung.ch)