

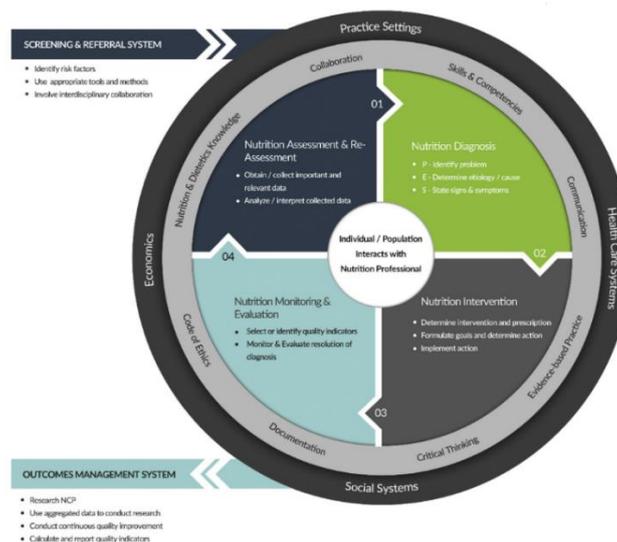
Yannic Zimmermann
 Prof. Dr., Hagen Worch

Die Rolle der Digitalisierung im Bereich der Ernährungsberatung: Eine empirische Untersuchung der Akzeptanz von digitalen Medien im Ernährungsberatungsprozess

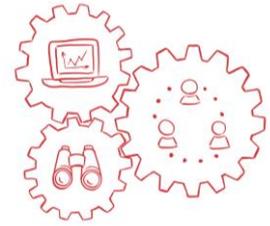
Übergewicht ist in den vergangenen Jahrzehnten zu einem globalen Problem geworden. Die World Obesity Federation (2022) geht davon aus, dass bis zum Jahr 2030 rund 20 % der Frauen und 15 % der Männer von Fettleibigkeit betroffen sein werden. Eine mögliche Herangehensweise, um dieses Problem in den Griff zu bekommen, bietet die Ernährungsberatung als Teilbereich des Gesundheitswesens. Diese Dienstleistung wird von der Gesellschaft jedoch vergleichsweise selten in Anspruch genommen. Um das Angebot zeitgemäss und auch attraktiver gestalten zu können, muss die Frage gestellt werden, welche Prozesse einer Ernährungsberatung digitalisiert werden können, damit sie den heutigen Bedürfnissen entsprechen.

Chen et al. (2018) untersuchten in ihrer Studie bereits Möglichkeiten für den Einsatz von Smartphone-Apps im Ernährungsberatungsprozess. Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es nun herauszufinden, ob und in welchen Schritten des Nutrition-Care-Process der Einsatz von digitalen Hilfsmitteln erwünscht und akzeptiert ist.

Abbildung 1: Modell des Ernährungsberatungsprozesses (Swan et al., 2017)



Um die Bedürfnisse des Marktes zu erkennen und die Akzeptanz für digitale Medien untersuchen zu können, wurde im Rahmen dieser Arbeit quantitative Forschung in Form einer Online-Umfrage durchgeführt und die Ergebnisse mit dem Statistikprogramm SPSS ausgewertet. Daraus geht hervor, dass jüngere Personen eine Ernährungsberatung aufsuchen würden, um ein sportliches Ziel erreichen zu können, wohingegen bei älteren Personen die Aufklärung über Ernährungsthemen im Vordergrund steht.



Bachelor of Science Betriebsökonomie

In der vorliegenden Arbeit wird ausserdem aufgezeigt, dass digitale Medien im Ernährungsberatungsprozess durchaus akzeptiert werden. Sie erleichtern und beschleunigen dank Automatisierungen die Prozesse aufseiten der Kunden wie auch der Fachpersonen. Insbesondere Apps zur Erfassung von Lebensmitteln und zum Führen von Ernährungstagebüchern sollten in den Prozess integriert werden. Auch für den regelmässigen Austausch, für das Teilen von Ernährungstipps oder zur Selbstkontrolle eignet sich die digitale Technologie.

Dennoch ist es von Bedeutung, dass das Geschäftsmodell nicht nur digital ausgerichtet ist. Es gibt Personen, die für den regelmässigen Austausch die persönliche Konsultation vor Ort bevorzugen. Insbesondere ältere Personen können sich nicht mit dem digitalen Angebot anfreunden. Die Generation Babyboomer wurde erst im fortgeschrittenen Alter mit der Digitalisierung konfrontiert, während die Generationen Y und Z in die neue Technologie hineingeboren wurden. Zudem ist besonders bei Themen wie der Ernährungsdiagnose das Gespräch unter vier Augen noch immer massgeblicher als eine unpersönliche Benachrichtigung in einer Smartphone-App.