Zehn Jahre «5 am Tag»: Aktivitäten und Meilensteine

Die Kampagne 5 am Tag kommuniziert regelmässig via Medien und direkt mit ihren Zielgruppen. Für die Medien werden saisonale und themenspezifische Informationen aufbereitet. Alle Interessierten können sich mit der bunten und informativen Website www.5amtag.ch und dem Newsletter über spannende Aktualitäten und neue Rezeptideen informieren. Auch via neue Medien wie Facebook und Twitter werden die Botschaften bei der Schweizer Bevölkerung verbreitet.
Kampagnenflyer, Informationsmaterialien und Unterlagen rund um das Thema gesunde Ernährung mit viel Gemüse und Früchten werden erstellt und online und teilweise auch in gedruckter Form angeboten.

Hier einige Highlights aus 10 Jahren Kampagnenarbeit:

2011

- Wettbewerb in grossen Schweizer Kinos und auf der «5 am Tag»-Website: Mit der Beantwortung einer Wettbewerbsfrage zu «5 am Tag» nehmen die Teilnehmenden an einer Verlosung von Kino-Tickets teil.

- «5 am Tag»-Rezeptwettbewerb im Jubiläumsjahr: 220 Rezepte werden aus der Bevölkerung eingesendet. Gemeinsam mit dem Fernseh-Koch Andreas C. «Studi» Studer werden die fünfzig besten Rezepte ausgewählt, die den «5 am Tag»-Richtlinien entsprechen. Diese Rezepte werden im neuen «5 am Tag»-Kochbuch, das 2012 erscheinen wird, abgedruckt.

- Zweites «5 am Tag»-Forum auf dem Neuenburgersee: Zusammen mit Firmen und Partnern werden die Aktivitäten und Projekte von «5 am Tag» vorgestellt. Die Veranstaltung ermöglicht den Informationsaustausch zwischen Trägerschaft, Partnern und Lizenznehmern.

2010

- «Der gesunde Snack während der WM 2010»: für die Fussball-Weltmeisterschaft 2010 wird zusammen mit Schweizer Gesundheitsorganisationen eine Broschüre mit 32 Snack-Rezepten erarbeitet. Die gemüse- und früchtereiche Alternativen zu Bier und Chips können im Internet heruntergeladen werden.

- Die Website «5 am Tag» www.5amtag.ch wird überarbeitet: Ansprechend gestaltet, übersichtlich und benutzerfreundlich zeigt sie auf, wie «5 am Tag» umgesetzt werden kann, und lädt zum Durchklicken ein. Der «5 am Tag»-Newsletter wird attraktiver gestaltet und bringt sechs Mal pro Jahr saisonale News frisch zu den «5 am Tag»-Fans

2009

- «Ess-Trends im Fokus»: Bei der repräsentativen Befragung «Ess-Trends im Fokus», welche die Lizenznehmerin Coop und die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung durchführen, kennen bereits 76 Prozent der Befragten die Ernährungsempfehlung, fünf Portionen Gemüse und Früchte am Tag zu essen.

- «Gesund und Fit an Sitzungen und Konferenzen»: Die Broschüre von «5 am Tag» zeigt auf, wie Veranstalter von Sitzungen und Konferenzen den Teilnehmenden eine gesunde Verpflegung anbieten können. Von Tipps zur ausgewogenen Ernährung bis hin zu Bewegungs- und Entspannungsübungen für Arbeitspausen liefert die Broschüre alle wichtigen Informationen.

- TV-Spots «Bisch Parat» und «Gut organisiert»: Die TV-Spots für Kinder und für Erwachsene mit Kleinkindern werden in der deutschen und der französischen Schweiz ausgestrahlt und zeigen auf, wie Familien am besten täglich fünf Portionen Gemüse und Früchte in den Alltag integrieren können.

2008

- «Der gesunde Snack während der Euro 2008»: Zur Fussball-Europameisterschaft wird zusammen mit Partnern aus dem Ernährungsbereich eine Rezeptbroschüre erstellt.
Pro Land, das an der Euro 08 spielt, wird je ein landestypisches Rezept für einen Snack und ein Getränk vorgestellt.

- TV-Spots «Gut vorbereitet?»: Die TV-Spots für die Zielgruppe Frauen und Männer werden in der deutschen und der französischen Schweiz ausgestrahlt und zeigen lustvoll auf, wie jede und jeder täglich die fünf Portionen Gemüse und Früchte in den Alltag einplanen kann.

2007

- «Junges Gemüse – frische Früchte»: Erste Ausgabe des «5 am Tag»-Kochbuches. Gemeinsam mit angehenden Ernährungsberaterinnen und -berater der Schule für Ernährungsberatung in Bern werden Rezepte für das Kochbuch erarbeitet, das saisongerechte Kreationen mit vielen frischen Gemüse und Früchten enthält.

- Portionenlogo: Das Portionenlogo wird eingeführt. Es zeigt die Anzahl der Portionen Gemüse und Früchte (120g) an, die in einem Produkt oder Menü enthalten sind. Coop setzt als erste Lizenzpartnerin das «5 am Tag»-Portionenlogo auf allen Coop-Eigenmarken ein, die den Kriterien von «5 am Tag» entsprechen.

Kontaktadresse: Krebsliga Schweiz, Effingerstrasse 40, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 389 91 00, Fax 031 389 91 60, www.5amtag.ch

2006

- Interaktive «5 am Tag»-Ausstellung «Auf zur Gemüse-Jagd»: Eine Ausstellung zum Kinofilm «Wallace & Gromit – Auf der Jagd nach dem Riesenkaninchen», bei welchem «5 am Tag» bereits 2005 Partner war, wird während mehr als einem Jahr in insgesamt 22 grossen Coop-Einkaufszentren gezeigt. Sie sensibilisiert Eltern und Kinder für die Bedeutung von Früchten und Gemüse im Rahmen einer gesunden Ernährung.

- Olma Sonderschau «5 am Tag»: An der Olma 2006 wird eine Sonderschau zu «5 am Tag» angeboten. Sie zeigt die bunte Vielfalt von regionalen und saisonalen Gemüsen und Früchten auf eindrückliche Weise.

2005

- 5 am Tag ist Partner vom Kinofilm «Wallace & Gromit – Auf der Jagd nach dem Riesenkaninchen»: Im Rahmen dieser Zusammenarbeit werden zwei viel beachtete TV-Spots und ein Wettbewerb lanciert, die zu einem vermehrten Gemüse- und Früchtekonsum animieren.

- Das erste «5 am Tag»-Forum findet statt. Die Veranstaltung ermöglicht den Informationsaustausch zwischen Trägerschaft, Partnern und Lizenznehmern und gibt der Kampagne wichtige Impulse.

2004

- Neulancierung der Kampagne «5 am Tag»: Aufgrund der Erfahrungen der vorangegangenen drei Jahre wird die Kampagne modifiziert und im Mai neu lanciert. Als wichtigstes Instrument wird ein neu gestaltetes Label präsentiert. Das neue Logo kann in Broschüren und Flyern und zukünftig für die Vergabe von einem Label an Produkte verwendet werden. Damit ein Produkt das Label erhält, muss es den vorgegebenen Kriterien von «5 am Tag» entsprechen.

2003

- Setting Arbeitsplatz: Ernährung, Bewegung und Entspannung am Arbeitsplatz.
Dieses grosse Projekt wird in Zusammenarbeit mit «action d» erarbeitet. Bei der Erstellung der einzelnen Module und bei der Umsetzung wird mit verschiedenen Partnern und Projekten zusammengearbeitet: z.B. Allez Hop, SUVA, i.f. A. (Institut für Arbeitsmedizin, Baden) oder KMU-vital.
Ziel ist es, möglichst viele Menschen in der Schweiz zu einem gesunden Lebensstil und einer gesunden Ernährung zu bewegen. Die Basis für diese Verhaltensänderung ist eine hohe Verfügbarkeit von Gemüse und Früchten im Alltag, gerade auch am Arbeitsplatz. Erwerbstätige, insbesondere solche mit geringer oder fehlender Ausbildung sowie Männer, nehmen sich oft wenig Zeit für sich selber und ihre Gesundheit. Zufriedene und gut ernährte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind aber erwiesenermassen gesünder und produktiver.

2002

- Internet-Spiel «Flip the Fruit»: das interaktive Internet-Spiel mit Informationen rund um verschiedene Gemüse und Früchte wird erarbeitet. Insbesondere junge Männer im Alter zwischen 20 und 30 Jahren essen zu wenig Gemüse und Früchte und sollen mit diesem Spiel animiert werden, mehr davon in ihre Ernährung einzubauen.

- Lehrmittel «Pommyversum / Fruttiversum»: In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Obstverband und dem Landwirtschaftlichen Informationsdienst entsteht ein Lehrmittel mit kreativen Unterrichtsideen für die Unterstufe. Das Lehrmittel besteht aus einem Lehrheft, einer CD-Rom mit Hintergrundinformationen, Arbeitsblättern, Kopiervorlagen, Liedern und Rezeptvorschlägen und wird Lehrpersonen kostenlos zur Verfügung gestellt.

2001

- Lancierung der Kampagne «5 am Tag Früchte & Gemüse»: Am 5. November 2001 wird die Kampagne in Bern von der Krebsliga Schweiz, dem Bundesamt für Gesundheit, der Gesundheitsförderung Schweiz und der Schweizerischen Vereinigung für Ernährung gemeinsam mit verschiedenen Partnern aus Industrie, Handel und Verbänden gegründet.