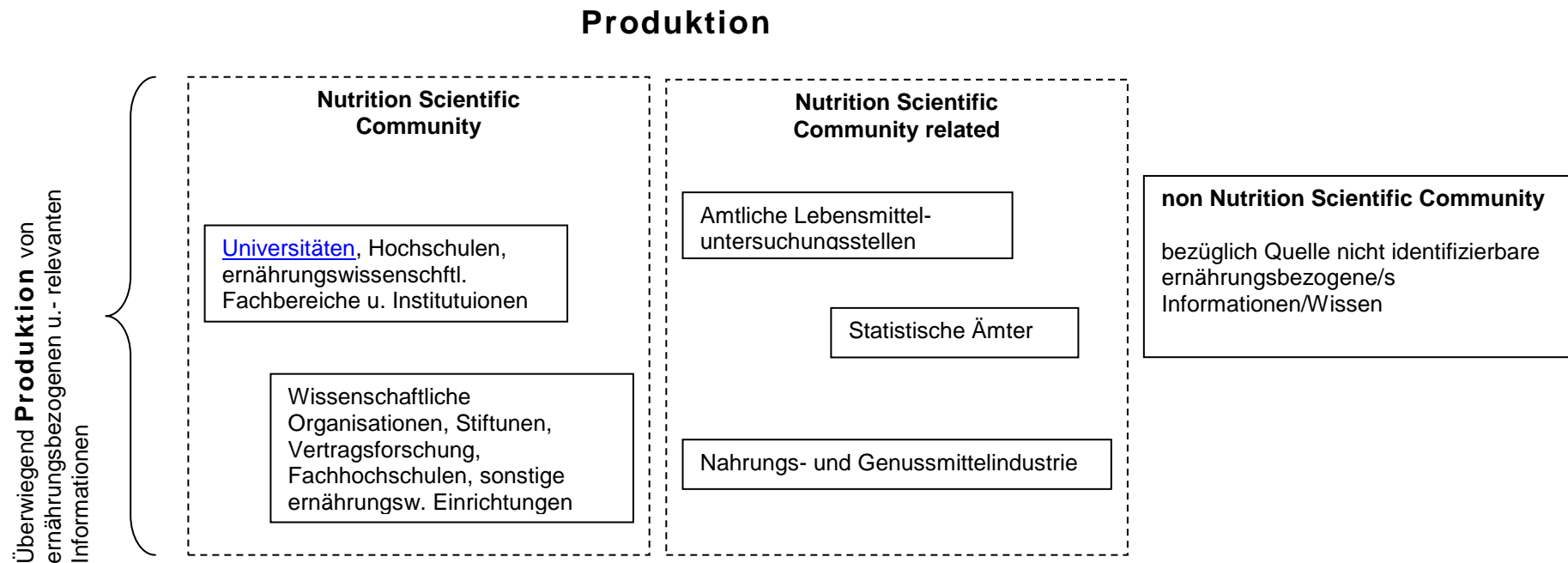


**Abb. A 1: Schematische Übersicht zur Produktion, Transformation und Nutzung von Ernährungsinformationen**



# Transformation

überwiegend Transformation ernährungsbezogener u. relevanter Informationen in einem vermittlungsfähigen u. benutzerfreundlichem Zustand

**PRESSESTELLEN** d. Universitäten, Fachhochschulen, ernährungswissenschaftl. Fachbereiche, Institutionen, Stiftungen etc.

**ORGANISATIONEN u. VERBÄNDE** (incl. Pressestellen)

## WIRTSCHAFT, INDUSTRIE u. HANDEL

Pressestellen der Nahrungs- u. Genussmittelindustrie

Ausstellungs- und Messewesen

Hotelaerwerbe

Lieferanten für die Küche u. den gedeckten Tisch

**ZENTRALVERBAND d. DEUTSCHEN WERBEWIRTSCHAFT**

## PUPLIKATION u. DOKUMENTATION

Fachpublikation

Fachbibliotheken, Archive, Dokumentationsstellen

Online-nutzbare Datenbanken

INTERNET

Presse-, Bilder- u. Informationsdienste

Tages- u. Wochenzeitungen Redaktionsgemeinschaften

Wirtschaftsmagazine, Illustrierte u. Publikumszeitschriften

## FUNK u. FERNSEHEN

ARD-Arbeitsgemeinschaft der öffentl. rechtl. Rundfunkanstalten der BRDeutschland

Private Fernseh-Programmanbieter

Private Hörfunkstationen

Öffentl. rechtl. Funk- u. Fernsehanstalten

Öffentliche u. private Medienanstalten

## BEHÖRDEN von BUND u. LÄNDERN

Pressestellen von obersten Behörden des Bundes der Ministerien, Bundestag, Bundesrat

Obersten Behörden zugeordnete Institutionen

Pressestellen der Länderregierungen u. Ministerien für Wirtschaft, Gesundheit, Landwirtschaft u. Ernährung

## JOURNALISTEN; FACHPUBLIZISTEN u. FOTOGRAFEN

Wirtschaftspublizistische Vereiniquna

Medizin- u. gesundheitspublizistische Vereiniquna

Verband Deutscher Agrariournalisten

Arbeitskreis Kulinarischer Fachjournalisten/Food Editor Club

Fachjournalisten, Fachfotografen

# Nutzung

## SOZIO ÖKONOMISCHE, SOZIO KULTURELLE SYSTEME

Kollektive Determinanten  
(z. B. Klima, Mode, Tradition,  
Verfügbarkeit von Lebensmitteln)

## MOTIVATION / INTERESSE

### ausbildungs- u. berufsbezogene

- Ernährungsberatungsfachkräfte in z. B. Kliniken
- Verbraucherverbände
- Beschäftigte in Presse, Rundfunk und Fernsehen
- Wissenschaftler/Innen
- Ärzte/Innen, Apotheker/Innen
- Leiter/Innen der GV
- Studierende, Lernende
- etc.

### persönlich

- psychologische Bedingungen, z. B. Krankheit, Alter
- psychologische Bedingungen, z. B. Essstörungen
- Informations-Aufklärungs- u. Beratungsbedürfnis zum Verbraucherschutz
- „gesunde Ernährung“, Fitness
- etc.

überwiegend **Nutzung** ernährungsbezogener u. relevanter Informationen,  
potenziell alle im Produktions- u. Transformationsbereich gedachten  
Zielgruppen

Quelle: Benterbusch, R., Projekt „Trägeranalyse“, Bundesforschungsanstalt für Ernährung, Institut für Ernährungsökonomie und – soziologie 1993, aktualisiert 1997.