

Framing von Gesundheitsbotschaften im Bereich Küchenhygiene

Akronym:

Projektlaufzeit: 03/2019–laufend (Status: Publikation)

Förderprogramm/ Mittelgeber: Bundesinstitut für Risikobewertung

Projektpartner:

Internetseite des Drittmittelprojektes:

Projektbeschreibung

In dieser Studie wird analysiert, wie gesundheitliche Risiken im Zusammenhang mit Küchenhygiene kommuniziert werden sollten, um das Bewusstsein für dieses Thema unter Verbraucherinnen und Verbrauchern zu stärken.

Das zentrale Element der Studie ist das Framing der Botschaft, d. h. das Deutungsmuster, das durch die Formulierungsweise hervorgehoben wird. Das Framing von Botschaften lässt sich auf verschiedene Lebensbereiche anwenden. In Bezug auf das Thema Küchenhygiene wird im Rahmen einer experimentellen Laborstudie untersucht, inwiefern verlustorientiertes bzw. gewinnorientiertes Framing des Themas Küchenhygiene dazu beitragen kann, objektive (z. B. Aufmerksamkeit) sowie subjektive Maße (z. B. Risikowahrnehmung, Intention zur Einhaltung von Küchenhygiene) der Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung für dieses Thema zu stärken. Ergebnisse der Studie lassen Rückschlüsse darüber zu, welches Framing zum Thema Küchenhygiene in der Risikokommunikation vorzuziehen ist.