

WAS HAT ERNÄHRUNG MIT WIRTSCHAFT ZU TUN?

ERNÄHRUNGSTRENDS & BEWUSSTE ERNÄHRUNG



Bereits seit einigen Jahren scheint das Thema gesunde Ernährung in den Vordergrund der allgemeinen Aufmerksamkeit gerückt zu sein. Die Neuerscheinungen von Kochzeitschriften, Rezeptmagazinen und Lifestyle-Blättern rund um das Thema Essen, Kochen, Ernährung häufen sich. Für jede Zielgruppe gibt es inzwischen ein – oder mehrere – in regelmäßiger Form erscheinende Publikationen.¹ Allein in Deutschland gibt es über 100 Magazine aus den genannten Kategorien. Die Diversifikation dieser Blätter spiegelt nicht zuletzt eine immer stärkere Ausdifferenzierung des Lebensmittelangebots und der Geschmäcker wieder.² Neben den Grundnahrungsmitteln gibt es heute ein vielfältigeres Angebot von Ersatzprodukten für verschiedenste Diäten wie Low-Carb, fettreduzierte Ernährung, Veganismus, Vegetarismus, Intoleranzen um nur einige zu nennen.

Die Entwicklung zu einer ernährungsbewussteren Gesellschaft mag zum einen an dem allgemeinen Fitness- und Wellness-trend der letzten Jahre liegen, steht jedoch auch ohne Frage im Zusammenhang mit den immer wieder aufkommenden Lebensmittelskandalen. Zunächst aus der Not heraus, greifen Menschen zu Ersatzprodukten, um diese dann in ihren alltäglichen Speiseplan

einzuführen. Der Fleischkonsum ist hierbei ein besonders interessanter Aspekt, da er die Gesellschaft zunehmend spaltet. Auch wenn zu Zeiten des BSE-Skandals Anfang der 2000er Jahre der Rindfleischkonsum zeitweise um 70% zurück ging³, erachtet noch immer ein Großteil der Deutschen Fleisch als eines der wichtigsten Bestandteile der Ernährung.⁴ Andererseits: EHEC, Dioxin- und PCB-belastete Nahrungsmittel, der Skandal um Pferdefleisch in Fertignahrungsmitteln⁵,... die Liste wächst und im gleichen Zuge auch die Gruppe der Menschen, die sich vegetarisch oder vegan ernähren gewinnt an Zulauf.⁶ Die Anzahl der Menschen in Deutschland, die sich vegetarisch ernähren hat sich seit 2007 verdoppelt, und auch wenn vegan zu leben – also auf jegliche Nahrungsmittel tierischen Ursprungs zu verzichten – immer noch der Ausnahmefall ist, schießt der Absatz von vegetarischen und veganen Lebensmitteln in den letzten Jahren in die Höhe. Die Zeitung Die Welt berichtet, dass sich der Umsatz von 22 auf fast 60 Millionen Euro zwischen 2008 und 2012 fast verdreifacht hat.⁷

Der Verzicht auf bestimmte Nahrungsmittel ist jedoch nicht immer eine bewusste und freiwillige Entscheidung. Immer mehr Menschen leiden an Lebensmittelunverträglichkeiten wie Laktose-, Gluten-, Fruktose oder Histaminintoleranzen. Strittig ist hierbei, ob die Unverträglichkeiten tatsächlich gehäuft auftreten, und wenn ja, was der Ursprung dessen ist - oder ob die Diagnosemöglich-



keiten heute zutage besser sind.⁸ Ein Bericht der Zeitschrift Focus beschreibt den Zuwachs von laktosefreien Produkten in den Supermarktregalen jährlich um 15 bis 20 Prozent.⁹ Aus der Unsicherheit der Konsumenten mögliche Beschwerden als Symptome von Intoleranzen, Unverträglichkeiten und Allergien zu deuten, profitieren die Nahrungsmittelhersteller mit dem Absatz der „frei von“-Produkten in gesteigertem Maße: „Während vor zehn Jahren Verdauungsthemen am Esstisch noch absolutes Tabuthema waren, sind sie heute eins der beliebtesten Gesprächsthemen. Jedes Grummeln im Magen, jedes Ziehen im Bauch wird diskutiert und mit ernster Miene kategorisiert. Wer dazugehören will, ist entweder laktose-, gluten-, oder histaminintolerant. Wer alles klaglos hinunterschluckt und verdaut, gilt als unsensibel und unreflektiert – kurz: von gestern. Munter wird bei den Selbstdiagnosen Halb- und Unwissen durcheinandergewürfelt und weiterverbreitet“.¹⁰

Michael Kneissler beschreibt im Leitartikel zum Thema Genuss des Magazins brandeins den Mechanismus der Ernährungstrends und schreibt dabei den Big Playern der Nahrungs-

mittelindustrie die bedeutendste Stelle bei der Verbreitung von Trends zu: „Die Big Player im Markt mit der Macht, sind die internationalen Konzerne wie Nestlé, Unilever oder CocaCola. (...) Marktgewalt haben aber auch internationale Organisationen wie Greenpeace oder Peta. Die Tierschützer von Peta sind so mächtig, dass sie den neuen Vegan-Trend maßgeblich vorangetrieben haben.“¹¹

Es bleibt abzuwarten, welche Trends sich in den nächsten Jahren heraus kristallisieren werden und wie sich das Bewusstsein über Ernährung mit anderen Lebenseinstellungen vermischt. Die Wirtschaft wird dies in jedem Fall für sich nutzen können und dem Konsumenten auf seinen Verbrauch zugeschnittene Waren anbieten. Umso überzeugter der Käufer dann von seiner Lebens- und Ernährungseinstellung ist, desto einfacher hat es der Verkäufer Geld daran zu verdienen. Das schwindende Wissen und die geringeren Möglichkeiten des Einzelverbrauchers Lebensmittel selbst herzustellen wird den Konzernen damit weiter zuspieren. ■

Laura Breuer, Studentin der Interkulturellen Personalentwicklung und Kommunikationsmanagement der an der Friedrich-Schiller-Universität Jena

Quellenverweise

- 1 Vgl. <http://gourmetkritik.de/buch-rezensionen/deutsche-kochzeitschriften/> (Stand 07.12.2014)
- 2 Vgl. www.ernaerungswende.de/pdf/ernwend_matband_2.pdf (Stand 07.12.2014)
- 3 Vgl. ebd.
- 4 Vgl. ebd.
- 5 Vgl. <https://www.foodwatch.org/de/informieren/lebensmittelskandale/> (Stand 07.12.2014)
- 6 Vgl. <http://www.welt.de/wirtschaft/article127895363/Deutschland-nimmt-Abschied-vom-Fleisch.html> (Stand 07.12.2014)
- 7 Vgl. ebd.
- 8 Vgl. http://www.rbb-online.de/rbbpraxis/rbb_praxis_service/ernaehrung/lebensmittelunvertraeglichkeiten.htm?pagenumber=0.html (Stand 07.12.2014)
- 9 Vgl. http://www.focus.de/gesundheit/ernaehrung/nahrungsunvertraeglichkeit/tid-17205/nahrungsmittelunvertraeglichkeit-das-viel-belaechelte-volksleiden_aid_479124.html (Stand 07.12.2014)
- 10 <http://www.gesundheitsjournal.de/304/lebensmittelunvertraeglichkeiten-sind-neuer-lifestyle-trend> (Stand 07.12.2014)
- 11 Kneissler, Michael (2014): Prost, Mahlzeit. Brandeins Heft 12, Jg. 16, S. 90-93. Hier: S.91.

Bilder

<https://www.flickr.com/photos/dinnerseries/5974332411/> - Dirdriks
<https://www.flickr.com/photos/wonderlane/6089391116/> - Wonderlane

UNSERE VISION:

WISSENSCHAFTSWIRTSCHAFT



WWW.JENVISION.DE

WWW.WISSENSCHAFTSWIRTSCHAFT.DE

JenVision e.V. - studentische Unternehmensberatung | Carl-Zeiss-Straße 3 | 07743 Jena

