

Gruber K

Bericht & Report: Das rätselhafte Verhalten des Homo sapiens bei der Nahrungsbeschaffung

Journal für Ernährungsmedizin 2013; 15 (2), 14-15

Homepage:

www.aerzteverlagshaus.at

**Online-Datenbank mit
Autoren- und Stichwortsuche**

MIT NACHRICHTEN DER



**Erschaffen Sie sich Ihre
ertragreiche grüne Oase in
Ihrem Zuhause oder in Ihrer
Praxis**

Mehr als nur eine Dekoration:

- Sie wollen das Besondere?
- Sie möchten Ihre eigenen Salate,
Kräuter und auch Ihr Gemüse
ernten?
- Frisch, reif, ungespritzt und voller
Geschmack?
- Ohne Vorkenntnisse und ganz
ohne grünen Daumen?

Dann sind Sie hier richtig



DAS RÄTSELHAFTE VERHALTEN DES HOMO SAPIENS bei der Nahrungsbeschaffung

Mit diesem Thema haben sich im Frühjahr zwei Symposien in Wien beschäftigt. Das forum.ernährung heute (fe.h) wählte am 5. Juni das Motto „Markt. Wert. Wahrnehmung. Was ist Essen wert?“, das Österreichische Akademische Institut für Ernährungsmedizin (ÖAIE) am 14. Juni „Was essen wir wirklich?“. In der Folge einige Aspekte – einzelne Fragestellungen werden in den nächsten Ausgaben detaillierter behandelt.

Eine gewisse Ratlosigkeit und Verunsicherung macht sich breit, und das nicht nur beim Gros der Konsumenten, sondern auch unter ausgewiesenen Ernährungsexperten, die seit Jahrzehnten versuchen, den Anstieg von ernährungs(mit)bedingten Erkrankungen zu stoppen. Nicht nur das zeigt, wie empfindlich das Verhältnis zum Essen gestört ist, sondern auch weitere Phänomene wie die unglaublichen Mengen von Lebensmitteln am Müll oder die Diskrepanz zwischen Erwartungen der Verbraucher und (monetärer) Wertschätzung. Martin Haiderer, Gründer der Wiener Tafel, beim fe.h-Symposium zum Wertewandel von Nahrungsmitteln in Industriestaaten: „Wurden Lebensmittel lange als kostbares Geschenk der Natur erlebt, entwickelte sich Nahrung durch die grüne Revolution und die Industrialisierung der Landwirtschaft zu einem Konsum- und Industrieprodukt ohne ideellen Wert.“ Es ist zwar erfreulich, dass der Anteil der Haushaltsausgaben für Lebensmittel von rund 50% in den 1950er Jahren auf rund 10% gesunken ist, hat aber seinen Preis.

HAUPTSACHE, ES SCHMECKT

Die starke Präsenz von Fragen der Ernährung in Medien und Teilöffentlichkeiten dürfte insofern etwas täuschen, als für den Großteil der Konsumenten vor allem eines zählt: Es muss schmecken. Was im

Essen drin ist und wie es da hinein gekommen ist, ist den meisten egal, erklärte die Wiener Motivforscherin Dr. Helene Karmasin im Rahmen des ÖAIE-Symposiums. Inhaltsangaben werden nicht gelesen. Und man will auch nicht wirklich wissen, wie die Nahrungsmittel produziert worden sind.

Aber so ganz egal ist es dann doch nicht, zumindest nicht immer und nicht allen. Die beteiligten Mechanismen umreißt Prof. Dr. Ulrich Nöhle, Lebensmittelchemiker, „Interimsmanager“ und an der TU Braunschweig tätig. Nicht-Wissen führt

„Eine neue Wertschätzung von Lebensmitteln ist u.a. in Initiativen, Organisationen und Handelsmodellen zu sehen, die vorwiegend der Zivilgesellschaft entspringen.“

zu Unsicherheit. Unsicherheit, die nicht aus den Dingen selbst erwächst, sondern aus Meinungen über die Dinge, erzeugt Angst. Das Unbehagen wird von Medien

aufgegriffen, die zu Grunde liegenden Umstände so dramatisiert, dass sie möglichst „griffige“ Schlagzeilen ergeben. Kein Wunder, dass man da zurück ins Paradies möchte.

HEILE WELT INBEGRIFFEN

Wird mit einem Lebensmittel die Illusion einer heilen Welt mitgeliefert, ist das den Konsumenten einiges wert. Dr. Christian Kreuzer vom Controller-Institut in Wien sieht den Mehrwert bei Lebensmitteln, also der Differenz zwischen Herstellungskosten und erzieltm Preis, überhaupt im emotionalen Bereich. Man zahlt also nicht nur für das Produkt allein, sondern ganz wesentlich für das Gefühl, das es vermittelt: „Zur Steigerung des Preises ist es notwendig, das Produkt emotional aufzuladen“. Will der Konsument also belogen werden? „Teilweise ja“, sagt Prof. Nöhle.

ANSPRUCH VERSUS VERHALTEN

Wenn es um Lebensmittel geht, findet sich eine Doppelmoral wie in vielen anderen Bereichen auch. Wir haben enorme Ansprüche, aber zum Diskonttarif. Wir fordern „mehr Bio“, „ohne Gentechnik“, „ohne Kinderarbeit“, „Fair Trade“ und vieles mehr. Wir sind für den Tierschutz, wollen auf das billige Schnitzmesser aber nicht verzichten. Die Umsätze bei Diskontern sind in der jüngeren Vergangenheit überproportional gestiegen. In Deutschland zum Beispiel werden 40,7% der Lebensmittel bei Diskontern gekauft. Der Anteil von Bio-Lebensmitteln liegt bei 4%, bei Fair-Trade-Produkten sind es weniger als 0,5%.

„Wir wollen ins Paradies, aber nicht zu Fuß“, resümiert Prof. Nöhle und zitiert eine Untersuchung des Meinungsforschungsinstituts GfK, die zwar aus dem Jahr 2008 stammt, deren Ergebnisse aber wohl auch heute grundsätzlichen Anspruch auf Gültigkeit haben dürften: Der Aussage „Bei Lebensmitteln bevorzuge ich Bioprodukte“ stimmen insgesamt 21,2% der Konsumenten zu, aber nur 3,1% der Ausgaben für Lebensmittel entfallen auf Bio-Produkte. Der Aussage „Ich kaufe umweltverträgliche Wasch- und Putzmittel“ stimmen insgesamt 46,0% der Konsumenten zu, aber nur 5,4% der Ausgaben in diesem Bereich entfallen auf diese Produktgruppe.

NEUE SKANDALE

Aus der Sehnsucht nach der „heilen Welt“ und dem gleichzeitig wachsenden Misstrauen gegenüber industriell hergestellten Lebensmitteln generell hat sich quasi eine neue Art von „Lebensmittelskandal“ entwickelt: die Wirklichkeit. Die industrielle Lebensmittelherstellung – wiewohl rechts-

konform – würde per se als „skandalös“ angesehen, weil sie von der in Marketing und Werbung vermittelten idyllisierten Vorstellung der Produktion abweichen. Ein „echter“ und gigantischer Skandal liegt in dem Ausmaß, in dem Lebensmittel am Müll landen. Wie eine Analyse des World Resources Institute, des United Nations Environment Programme (UNEP) und der Food and Agriculture Organization (FAO) ergeben hat, wird jede vierte Kalorie, die der Ernährung dienen könnte, nicht dazu verwendet. DI Felicitas Schneider vom Institut für Abfallwirtschaft der BOKU Wien bringt dazu Zahlen aus aktuellen Studien. Demnach schätzt die FAO den Verlust an genießbaren Lebensmitteln weltweit auf rund 30%, was 1,3 Milliarden Tonnen entspricht. In industrialisierten Ländern liegen die Gründe vor allem in falschen Deutungen des Mindesthaltbarkeitsdatums, marktpolitischen Bedingungen (z.B. Vermarktungsnormen), Marktpreisen (sind diese zu gering, wird erst gar nicht geerntet), Anforderungen an die Frische von Produkten, Überangebot, Aktionspolitik und mangelnde Werthaltung. In

Entwicklungsländern liegt es meist an fehlender Infrastruktur (z.B. Mangel an Kühllhäusern, trockenen Lagerräumen, Transportmitteln).

NEUE IDEEN, NEUE WEGE

Martin Haiderer konstatiert eine gewisse neue Wertigkeit von Nährstoffen, die primär von der Zivilgesellschaft getragen wird. Dazu zählen Organisationen wie eben die Wiener Tafel, die an die 12.000 Armutsbetroffene in 85 Sozialeinrichtungen versorgt, indem rund 400 Freiwillige Nahrungsmittel von Handel, Industrie, Märkten und Landwirtschaftsbetrieben abholen, um sie zu verteilen. Bio-Kisterln, Ab-Hof-Verkäufe, Bio-Sortimente des Handels zeugen ebenfalls von neuer Wertschätzung wie Guerilla-Gardening oder Gemeinschaftsgärten. Bis zur letzten Konsequenz gehen Menschen, die sich dem Produktions- und Verteilungssystem gänzlich verweigern und sich als „Waste Diver“ von Lebensmitteln aus dem Müll ernähren. Der promovierte Astrophysiker Albert Washüttl tut das seit sechs Jahren. Er sieht diesen Weg

freilich nicht als „die“ Lösung der globalen Probleme, sondern als vorläufige Möglichkeit. Denn „Es gibt kein rechtes Leben im falschen“, sagt der Vertreter einer Postwachstumsideologie.

Es ist auch nicht anzunehmen, dass die industrielle Produktion von Lebensmitteln eines Tages obsolet werden könnte. Für diesen Bereich sieht Prof. Nöhle einen wichtigen Ansatz für Auswege aus dem derzeitigen Dilemma in einer neuen – durch moderne Technologien stark mitgeprägten – Art der Kommunikation: „Die Lösung dieser Ungereimtheiten wird uns nur gelingen, wenn der Verbraucher, beginnend im Vorschulalter und endend im hohen Alter, offen, sachgerecht und kontinuierlich über die hochentwickelte industrielle Herstellung der Lebensmittel, wie auch über andere Artikel wie Textilien, Bedarfsgegenstände, Kosmetika, richtig und wertefrei informiert wird. Der technische Fortschritt, von dem wir alle profitieren, muss klar und offen dargelegt werden.“

K. Gruber