

# In der Sehnsuchts-Konsumgesellschaft

Die Nahrungsmittelindustrie hat nicht erst seit dem Dioxin-Skandal an Vertrauen eingebüsst. Konsumentinnen und Konsumenten wünschen sich mehr Natürlichkeit und Transparenz. Gleichzeitig nimmt die Technisierung der Lebensmittel zu.

Als «Sehnsuchtskonsumgesellschaft» beschreiben uns Trendforscher, wenn es ums Essen geht. Wir wollen das Gesunde, Unverfälschte, Einfache – und gleichzeitig auch das moralisch Unbedenkliche. In vielen Situationen im Alltag sind wir aber gezwungen, auf Fertigménüs oder Fast Food zurückzugreifen, unterwegs etwa oder beim Arbeitslunch.

«Das derzeitige Angebot entspricht nicht den Bedürfnissen», sagt Mirjam Hauser, Trendforscherin am Gottlieb Duttweiler Institut in Rüslikon. «Die meisten Menschen empfinden die Produkte und deren Herstellung als undurchsichtig und von Profitgier getrieben.» Dies belegt eine aktuelle Studie des Gottlieb Duttweiler Instituts.

## Technik versus Romantik

Nicht nur die als ungesund geltenden Fertiggerichte sind vom Vertrauensverlust betroffen, auch Frischprodukte wie Fleisch oder Gemüse. Angereicherte Nahrungsmittel wie beispielsweise Omega-3-Milch sowie Light-Produkte, die beide als besonders gesund beworben werden, stossen heute kaum noch auf Gegenliebe. «Die Industrie bietet Wissenschaft,

die Menschen wollen Romantik», erklärt Hauser. Sie wollen frische, unbehandelte Produkte und Transparenz (z. B. Sozialstandards oder Ursprungsdeklarationen). Entsprechend hoch im Kurs sind Bauernmärkte und Produkte aus der Region.

*«Die Nahrungsmittelindustrie bietet Wissenschaft, die Menschen aber wollen Romantik.»*

Laut Mirjam Hauser werden die Grossverteiler versuchen, das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten wiederzugewinnen, indem sie zum Beispiel noch mehr regionale Produkte anbieten und grössere Transparenz schaffen. «Es dürften auch noch mehr neue Angebote wie der Markt in den Viaduktbögen in Zürich entstehen», prognostiziert die Trendforscherin.

Allgemein lässt sich feststellen, dass viele Konsumentinnen und Konsumenten näher an der Produk-

tion sein wollen. Es entstehen neue Formen des Direktverkaufs, zum Beispiel Produzenten-Konsumenten-Kooperationen: Konsumenten verpflichten sich gegenüber dem Produzenten, während eines bestimmten Zeitraums, meist ein Jahr, einen Warenkorb abzunehmen und dafür einen fixen Betrag zu bezahlen. Dies gibt dem Produzenten eine Abnahmegarantie und den Konsumenten das gute Gefühl, transparent und lokal erzeugte, gesunde Nahrung zu essen. Beispiele solcher Projekte sind «Soliterre» im Kanton Bern oder «orto loco» in Zürich.

## Nur noch Kartoffeln vom Nachbarn?

Heisst das, wir ernähren uns demnächst nur noch von Kartoffeln vom nahen Acker? «Die Lust auf Neues ist nach wie vor da», sagt Hauser, «aber das Bewusstsein für Umweltverträglichkeit und soziale Verantwortung ist stark gewachsen.» Die Verbraucher werden erst zufrieden sein, wenn sie die Produktions- und Arbeitsbedingungen sowie die Umweltbelastung verantworten können. Die paradoxe Herausforderung für die Lebensmittelproduzenten lautet also, der Masse nicht massenproduzierte Produkte anzubieten. Iwona Eberle

Consumer Value Monitor: [www.gdi.ch](http://www.gdi.ch)

# Was essen wir morgen? 10 Food-Trends

## 1. Alles verwerten: vom Kopf bis zum Schwanz

Nur die besten Stücke werden verwendet, der Rest ist Abfall. Diese Gourmetregel wäre für unsere Vorfahren oder für Bauern, die noch selbst schlachteten, undenkbar gewesen. Doch auch diese Mentalität ändert sich. Die neue Ernährungsform heisst übersetzt «Vom-Kopf-bis-zum-Schwanz-Kochen». Mitinitiator ist der amerikanische Starkoch Chris Cosentino. Aus Respekt vor Tieren und aus dem Wunsch heraus, sorgsam mit Lebensmitteln umzugehen, verwendet er auch Herz, Nieren, Hirn, Füsse und Ohren für seine Menüs. ►

Anzeigen

**ETAMINE DU LYS** Frühjahrsputz Leistungsfähig und ökologisch

**Lessive liquide**  
BLANC ET DÉSODRANT  
Wasserwasserstoff  
3L  
La performance Éco-Naturelle  
PRODUISÉ EN FRANCE

**Tout Net**  
MULTI-USAGE ULTRA DÉGRASSANT  
Plus puissant  
3L  
La performance Écologique  
PRODUISÉ EN FRANCE

Als Spezialist für ökologische Reinigungsmittel garantiert Etamine du Lys seit 1995 die Wirksamkeit seiner 80 Produkte. Als französischer Produzent entwickeln wir ökologische Produkte mit bester biologischer Abbaubarkeit.\*

Etamine du Lys - 49360 Somlrière, France. [www.etamedulys.com](http://www.etamedulys.com)

**ECOVER**  
FÜR GLÄNZENDE BÖDEN

**ECOVER**  
MULTI-USAGE MULTI-USAGES  
ÉCOLOGIQUE  
ÉCOLOGIQUE  
3L  
POWERED BY NATURE  
[WWW.ECOVER.COM](http://WWW.ECOVER.COM)

## ◀ 2. Hand-Held-Food: aus der Hand

Die Speerspitze des Fast Food werden in Zukunft Speiseangebote bilden, die schnell in den Arbeitspausen oder sogar simultan während der Arbeit genossen werden: sogenanntes «Hand-Held-Food» oder «One-Bite-Food». Der bei diesem Trend stark zu beobachtende Einfluss der arabischen, asiatischen und spanischen Küche wird das traditionell fleischlastige Fast Food herausfordern. Vom indianischen Fladenbrot (Fry Bread) über asiatischen Fisch im Bananenblatt (otak otak) bis zu Dukkah, einer afrikanischen Nuss-Gewürzmischung auf Fladenbrot.

## Weil die Simultan-Esser etwas weniger aufmerksam essen, müssen die Produkte auf sich selbst aufmerksam machen.

Weil die Simultan-Esser weniger aufmerksam konsumieren, müssen dafür geeignete Produkte auf sich selbst aufmerksam machen: mit akustischen Reizen, extremen Farben und Konsistenzen.

## 3. Funktionelle Lebensmittel

Was vor über 15 Jahren mit vitaminisierten Fruchtsäften und probiotischen Joghurts für den geregelten Stuhlgang begann, findet seine Fortsetzung in Schokoladeriegeln, die die Potenz steigern, und in Müeslis, die Herzinfarkten vorbeugen sollen. In Japan und in den USA werden auch Produkte angeboten, die entweder die Denkleistung («Brain Food») erhöhen oder schöner machen sollen («Beauty Food»). Ob Functional-Food-Produkte bei einer ausgewogenen und vielseitigen Ernährung zusätzlichen Nutzen bringen, ist umstritten. Die nächste Functional-Food-Generation

Anzeigen

**jakober**   
HOLZOFEN·BIOBÄCKEREI

- Ihr Partner für Backwaren aus dem Holzbackofen in Knospe-Qualität!
- Tägliche Auslieferungen in die ganze Schweiz!
- Frische, glutenfreie biologische Backwaren.



Holzofenbäckerei Jakob AG · Haslenstrasse 13 · 9050 Appenzell  
Telefon 071 788 20 20 · Fax 071 788 20 21  
www.jakoberbiobeck.ch · info@jakoberbiobeck.ch

DAS VOLLWERTCENTER WERZ IN IHREM NATURKOST-FACHGESCHÄFT

## Praktisch süßen!

Unser Reissirup in der neuen praktischen Spenderflasche eignet sich hervorragend zum Verfeinern und Süßen von Speisen, zum Backen ...  
Einfach probieren!  
Als 300 g und 600 g Flasche erhältlich.



GLUTEN- UND  
FRUCTOSEFREI  
GESCHMACKSNEUTRAL  
REICH AN MINERAL-  
STOFFEN

NATURKORN MÜHLE WERZ

STÄFFLESWIESEN 28 | 89522 HEIDENHEIM  
TEL 07321-51018 | FAX 07321-54147 | WWW.VOLLWERTCENTER.DE



soll gezielter auf bestimmte Gruppen (Sportler, ältere Menschen und Kinder) oder Lebenslagen zugeschnitten sein, um Mangelsituationen vorzubeugen oder die Leistungsfähigkeit zu erhalten.

#### 4. Anti-Fat-Food

Übergewicht ist eine Volkskrankheit – die gezielte Hungermodulation wird in Zukunft zu einem grossen Geschäft. Der Nahrungsmittelkonzern Unilever bastelt bereits an winzigen Fettmolekülen, mit deren

*Übergewicht ist eine Volkskrankheit, die gezielte Hungermodulation wird zum grossen Geschäft.*

Hilfe zugleich Kalorien reduziert und der Geschmack erhalten bleiben könnte. Die Unternehmen Linguagen und Senomyx arbeiten an sogenannten «Sweet Potentiators». Diese machen es möglich, dass Lebensmittel mit nur einem Fünftel oder vielleicht sogar mit nur einem Zehntel der bisher eingesetzten Zuckermenge auskommen – ohne geschmackliche Veränderung.

#### 5. Essen für Kranke

Nahrungsmittel, die Krebspatienten nach einer Chemotherapie bei der Genesung helfen; Essen speziell für Aids-Kranke. Hier ist die Grenze zum sogenannten Pharming – eine Mischung aus Farm und Pharma – fließend. Mittels Gentechnik werden die Lebensmittel so verändert, dass sie medizinische Wirkstoffe enthalten.

#### 6. Bio und fair

Natürlich, biologisch und gesund: Das ist der Zukunftstrend der Foodbranche. In den USA wächst der Bio-Teilmarkt derzeit fünfmal so schnell wie der gesamte Lebensmittelmarkt. Ähnliches wird aus China berichtet. Auch der Markt für «Ethic Food» wächst stetig. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten informieren sich über die Risiken des industrialisierten Thunfischfangs oder über die Abzockerei im Kaffeehandel. Sie bevorzugen den zwar teuren, aber fair gehandelten Kaffee.

#### 7. Nano-Lebensmittel

Schon heute werden in der Nahrungsmittelindustrie künstliche Nanoteilchen eingesetzt, etwa um Carotinoide oder Vitamine je nach Bedarf wasserlöslich oder länger haltbar zu machen. Oder um das Verklumpen von Streuwürze zu verhindern. Künftig sollen Lycopene (natürliche Farbstoffe in Obst und Gemüse) als synthetische Additive vielen Fertignahrungsmitteln beigemischt werden. Ihnen wird eine positive Wirkung gegen Krebs und Herzkrankheiten zugeschrieben. Bald werden Nanopartikel aus Titandioxid auf die Oberfläche von Schokolade aufgetragen, um sie länger haltbar zu machen.

#### 8. Nutrigenomik

Das Paradebeispiel der Nutrigenomik ist Laktose. Nach jahrtausendelanger Milchviehzucht hat sich in Europa eine genetische Variante durchgesetzt, dank der wir auch als Erwachsene noch Milchzucker verdauen können. Dagegen löst Milch bei vielen Afrikanern und Asiaten Übelkeit und Durchfall aus. Nutrigenomiker erforschen die Wechselwirkung zwischen Lebensmitteln und dem Erbgut eines Menschen. In

den USA kann man schon heute für 100 bis 200 Dollar Speichelproben abgeben und bekommt daraufhin massgerechte Ernährungspläne serviert – deren tatsächlicher Nutzen ist allerdings sehr umstritten.

#### 9. Clean Food: frei von Allergenen

Die Zahl der Lebensmittelallergiker nimmt markant zu. In der Schweizer Bevölkerung sind klinisch gesehen etwa fünf Prozent davon betroffen. Deshalb haben Nahrungsmittel, die frei von bestimmten Allergenen sind, natürlich ein grosses Zukunftspotenzial. Clean Food spricht auch Gesundheitsbewusste an, die reine Lebensmittel und eine klare Philosophie schätzen.

#### 10. Billige Basics: Essen für Sparer

Die Magie des Schnäppchens spielt eine immer wichtigere Rolle. Die Schnäppchenjagd hat nichts mit den Einkommensverhältnissen zu tun, wie man eigentlich meinen könnte. Auch gut bis sehr gut Verdienende entdecken die Cheap Basics vom Discounter als Sparpotenzial. Tagsüber erwerben sie billige Joghurts, abends kaufen sie teure Produkte in Märkten an Bahnhöfen und Flughäfen und am Wochenende gönnen sie sich dann Delikatessen beim Feinkosthändler. *Nicolas Gattlen*

#### Umfrage der Januar-Ausgabe

#### Würden Sie In-vitro-Fleisch kaufen?

**A:** Auf keinen Fall. Das ist eklig und seelenlos.

**B:** Ja. So müssten weniger Tiere sterben und die Umwelt profitiert.

