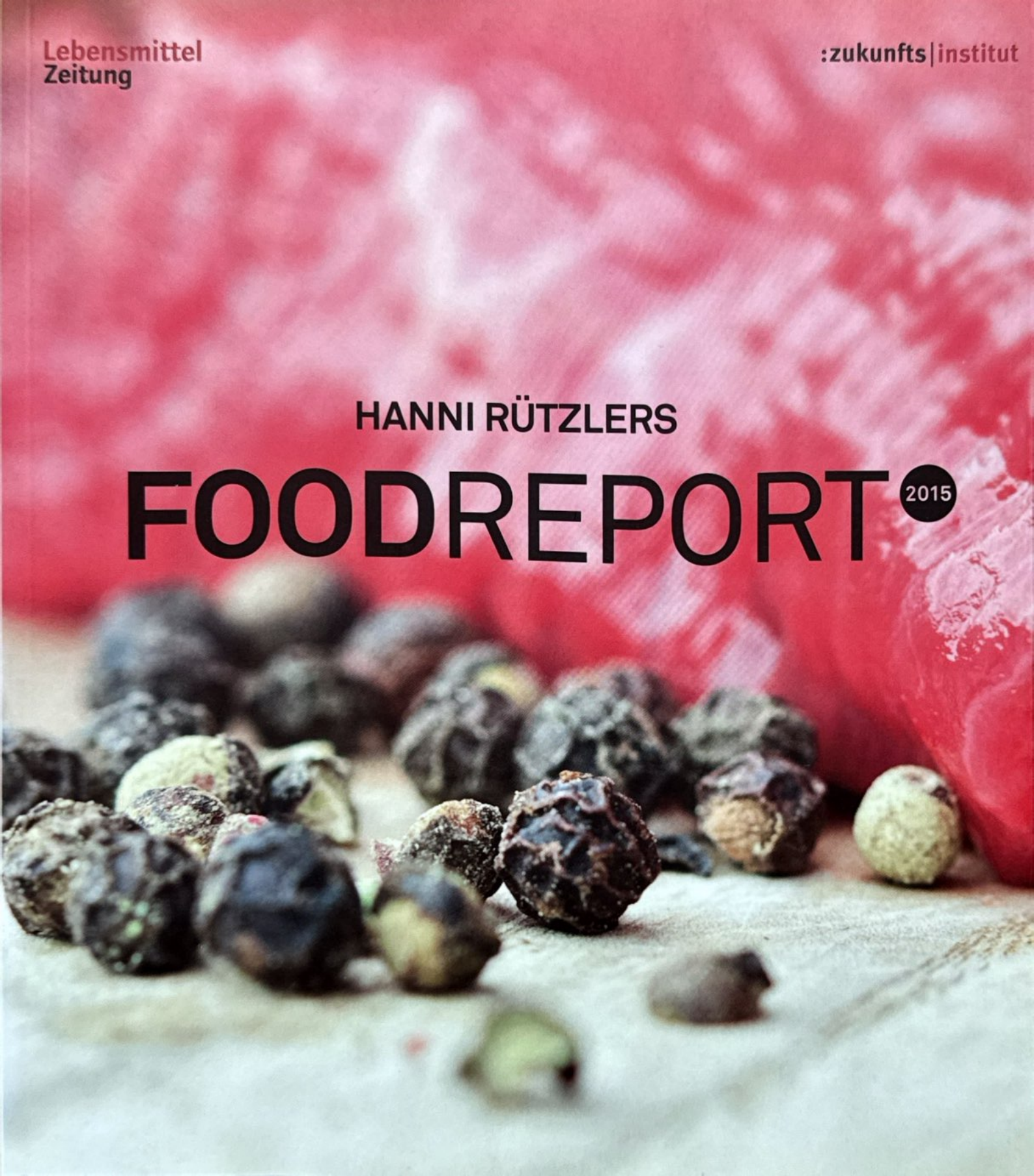
Lebensmittel Zeitung

:zukunfts|institut

HANNI RÜTZLERS

FOODREPORT 2015





Soft Health – Der genussvolle Weg zum gesunden Leben

FOOD-TREND
02

Gesund essen heißt in Zukunft nicht mehr verzichten. Ein neues Gesundheitsbewusstsein schafft ein geschmackvoll reichhaltigeres Lebensmittelangebot. Zugleich halten kulinarisch ansprechende und gesunde Konzepte Einzug in die Systemgastronomie.

„Die Gesundheit ist zwar nicht alles, aber ohne Gesundheit ist alles nichts." Schon Arthur Schopenhauer wusste, dass Gesundheit zwar eine wesentliche Voraussetzung für ein gutes Leben ist, dass wir aber auch nicht glücklich werden, wenn wir unser gesamtes Handeln nur auf unsere Gesundheit fokussieren. Besonders beim Essen ist das einleuchtend. Wir wissen, dass unser Essverhalten einen entscheidenden Einfluss auf unsere Gesundheit hat, zugleich aber auch, dass strikte Ernährungspläne und die alleinige Orientierung an physiologisch „richtiger" Ernährung mit unseren Vorstellungen von gutem Leben meist nicht kompatibel sind.

Lange Zeit bestanden die Gesundheits-Zeichen beim Essen vor allem aus Verbotsschildern. Nun aber setzt sich immer mehr die Überzeugung durch, dass der Weg zur Gesundheit nicht über Verbote, Unterlassungen und den genussfeindlichen Fokus auf abstrakte Nährwerte und Kalorientabellen führt, sondern über positive Impulse, über Geschmack, Vielfalt, Qualität und bewussten Genuss. Eine Überzeugung, die im Trend zu Soft Health soziale Gestalt annimmt.

Gesundes Essen wird sexy

Die Entwicklung des Trends ist ausgesprochen dynamisch, weil sie nicht nur einen Push-Faktor hat (die Angst vor – auch ernährungsbedingten – Krankheiten und das schlechte Gewissen), sondern auch einen Pull-Faktor: Gesundes Essen wird sexy. Nicht nur der anhaltende Boom veganer und vegetarischer Kochbücher belegt, dass der Spaß am Kochen und einer ebenso gesunden wie wohlschmeckenden Küche zunehmend an Attraktivität gewinnt. Auch konsequente neue Produktentwicklungen und lustvolle Angebote in der

innovativen Systemgastronomie und im alternativen Fast-Food-Bereich (jenseits von Pommes, Mayo, Currywurst und Burger) treten aus der Nische. Sie eröffnen den Konsumenten mehr und mehr Möglichkeiten, das „Gesundheits-Wollen" mit dem „Gesundsein-Können" ohne Abstriche beim Genießen zu verbinden.

Paradigmenwechsel beim Gesundheitsverständnis

Die Basis dieser Entwicklungen bildet ein neues Verständnis von gesunder Ernährung. Sie ist nicht mehr abstrakt und primär nährstoffbezogen im Sinne von fett- und kalorienärmer, vitamin- und ballaststoffreicher etc. Heute ist vor allem von mehr Obst, mehr Gemüse und einem abwechslungsreichen Speiseplan die Rede, der aus unserer ganzen Lebensmittelvielfalt schöpft.

> *„Das Essen wird wichtiger als die Ernährung. Dadurch wird ein gesundes Essverhalten gefördert."*

Statt der Fokussierung auf einzelne, „gesunde" Lebensmittel nehmen immer mehr Konsumenten die Ausgewogenheit und die Vielfalt an Lebensmitteln als den entscheidenden Schlüssel für gesunde Ernährung wahr. Und das bedeutet in fleischzentrierten Esskulturen wie in Deutschland und Österreich vor allem, mehr Gemüse und Getreideprodukte zu essen. Zahlreiche vegetarische und vegane Kochbücher unterstützen Konsumenten dabei, diesem Weg auch im Alltag zu folgen. Die meist einfach nachzukochenden Gerichte vereinen das „gelernte Gesunde" (esst mehr Obst und Gemüse!) und den „ersehnten Genuss" (es muss gut schmecken!) mit dem wachsenden „distinktiven Wissen" über Lebensmittelqualität, Herkunft, Handwerk und diverse Inhaltsstoffe.

Ein Blick, der uns wieder stärker die Lebensmittel selbst und ihre Eigenschaften wahrnehmen lässt, als abstrakte Stoffwechselprozesse zu überwachen; ein Blick, der das Essen wichtiger nimmt als die Ernährung und damit die Rolle der Psyche für unser Wohlbefinden ebenso ernst nimmt wie die Physis.

Neue Chancen für die Fast-Food- und Systemgastronomie

Mit dem neuen Gesundheitsverständnis steigen auch die Erwartungen des Konsumenten an Lebensmittelindustrie, Handel und Gastronomie. Sich gesund zu ernähren ist nicht nur auf individueller Ebene zu erreichen. Dafür braucht es umfassenden Rückhalt: von der Lebensmittelwirtschaft und der privaten Gastronomie sowie von der Großgastronomie in Unternehmen, Schulen, Krankenhäusern und Ämtern.



Das Start-up „iss mich" verwandelt Misfits in gesunde und leckere Speisen

Foto: Iss mich / Stefan Csáky, 2014

Dass hier ein großer Bedarf besteht, belegt auch eine aktuelle, im British Medical Journal erschienene Studie der Universität Cambridge, die einen eindeutigen Zusammenhang zwischen Imbissangebot im Alltag der Menschen und ihrem Körpergewicht feststellen konnte. Menschen mit vielen klassischen Imbissgelegenheiten (Pommes, Pizza und Co.) in ihrer Wohn- und Arbeitsumgebung waren fast doppelt so häufig übergewichtig wie Menschen, die in ihrem Alltag mit weniger Fast-Food-Angeboten konfrontiert sind. Und das heißt umgekehrt: Bessere, alternative Angebote erleichtern es, sich gesünder zu ernähren.

Vor allem im urbanen Raum setzen immer mehr Schnellimbiss- und Catering-Anbieter auf den Trend Soft Health. Sie stellen kleinen Unternehmen, Bürogemeinschaften und Familienhaushalten, in denen nicht täglich selber gekocht wird, überzeugende Produkte und Dienstleistungen

für eine schnelle und gesunde Ernährung zur Verfügung. Zum Beispiel „iss mich!": Das Wiener Start-up (*www.iss-mich.at*) verkocht frisches Gemüse zu delikaten Speisen, die in wiederbefüllbaren Gläsern vakuumiert sind und per Fahrradbote ins Büro geliefert werden. Verwendet werden dazu ausschließlich Bio-Zutaten, die über Partnernetzwerke bezogen werden; und zwar solche, die den üblichen Vermarktungskriterien im Handel nicht entsprechen (sog. Misfits). Die „iss mich!"-Köche erwerben die Ausgangsprodukte somit nicht nur günstiger, sondern leisten auch einen Beitrag zu weniger Lebensmittelverschwendung.

Genussangebote für sensible Esser

Nicht nur die (System-)Gastronomie, auch Lebensmittelproduzenten haben den Trend zu Soft Health für sich entdeckt und machen ihn für immer mehr Menschen „lebbar". Da Allergien und Lebensmittelunverträglichkeiten oft eine Hürde für den unproblematischen Genuss im Alltag darstellen, erweisen sich „Free-from"-Produkte als starke Treiber für den Trend. Denn auch Menschen mit diffusen Beschwerden verzichten immer häufiger zeitweise auf bestimmte Zutaten, um zu sehen, ob sich an ihrem Befinden etwas ändert. Das Weglassen von „kritischen" Inhaltsstoffen bringt aber auch für alle anderen Verbraucher Vorteile. Denn diese Entwicklung führt zu einer neuen Produktvielfalt und zu spannenden neuen Geschmackswelten: So hat zum Beispiel die Sensibilisierung für Weizenunverträglichkeiten zur Folge, dass mehr Brote und Backwaren aus anderen Getreidesorten wie Dinkel, Einkorn, Kamut oder Hülsenfrüchten produziert werden (z.B. *www.meierhof.at*). Das erfreuliche Ergebnis: Das Angebot wird geschmacklich reichhaltiger und essentielle Lebensmittel wie Brot und Gebäck haben nun kulinarisch mehr für eine gesunde Ernährung zu bieten.

TRENDPROGNOSE

Das mit Soft Health einhergehende neue Gesundheitsverständnis stellt nicht Probleme in den Vordergrund, sondern deren Lösung. Statt der Fokussierung auf einzelne „ungesunde" Lebensmittel nehmen immer mehr Menschen Ausgewogenheit, Vielfalt und die Orientierung an Speisen mit hohem Anteil an Gemüse und Getreideprodukten als entscheidenden Schlüssel für gesunde Ernährung wahr. Das eröffnet insbesondere Anbietern im Food-Service-Bereich neue Chancen. Genutzt werden können sie aber nur, wenn die Gesundheitskriterien nicht auf Kosten der Geschmackskriterien überbetont werden.