

# CONVENIENCE: BELIEBT UND BEMÄKELT

→ Welche Verarbeitungsmethoden passen?

## AUTORIN:

Lisa Marie Borghoff, FH Münster,  
E-Mail: borghoff@fh-muenster.de

## DARUM GEHT'S:

**Konsumentinnen und Konsumenten greifen gerne zu Fertigprodukten, auch bei Bio-Lebensmitteln. Auf der anderen Seite gilt ein geringer Verarbeitungsgrad als ideal. In einem neuen Projekt sollen Verarbeitungsverfahren für Bio-Hersteller gefunden werden.**

Convenienceprodukte sind beliebt, sie ersparen den Menschen wertvolle Zeit in der Zubereitung. Insbesondere jüngere Konsumenten und Konsumentinnen greifen gerne zu fertigen Produkten. Diese sind allgegenwärtig und so stark in unserem täglichen Leben verankert, dass sie kaum noch als etwas Besonderes wahrgenommen werden.

Verarbeitete Lebensmittel sind auch in Bio-Qualität erhältlich und die Nachfrage nach diesen Produkten wird wahrscheinlich weiter steigen. Der hohen Nachfrage nach vorverarbeiteten Lebensmitteln steht allerdings die Skepsis vieler Verbraucher gegenüber diesen Produkten entgegen. Gering verarbeitete Lebensmittel gelten als gesünder und der Wunsch nach natürlichen Produkten ist ausgeprägt. Auch in der Ernährungswissenschaft ist der Verarbeitungsgrad von Lebensmitteln seit vielen Jahren Thema. Bereits bei Werner Kollath, einem frühen Verfechter der Vollwerternährung, und später in der Gießener Vollwerternährung werden Lebensmittel anhand ihres Verarbeitungsgrades beurteilt. Dazu gehört die Empfehlung, sich überwiegend von gering verarbeiteten Lebensmitteln zu ernähren. Nach der Jahrtausendwende wurde mit dem „Clean Eating“ ein ähnliches Konzept populär, das ebenfalls auf gering verarbeitete Lebensmittel mit wenigen Zusatzstoffen setzt.

Etwa zeitgleich haben Ernährungswissenschaftler an der Universität São Paulo das NOVA-Klassifikationssystem für Lebensmittel entwickelt, das Lebensmittel ausschließlich nach ihrem Verarbeitungsgrad in vier Stufen einteilt. Das System ist in Brasilien Teil der aktuellen Ernährungs-



empfehlungen und wird auch außerhalb Südamerikas in der Forschung verwendet. Auch Open Food Facts nutzt diese Klassifizierung. Hierbei handelt es sich um eine von Freiwilligen gepflegten Datenbank für Lebensmittelprodukte, die neben den Inhaltsstoffen auch den Verarbeitungsgrad anzeigt. Durch eine App ist die Datenbank auch mobil anwendbar und kann direkt beim Einkaufen im Supermarkt genutzt werden. Im Google Play Store verzeichnete die App im Dezember 2020 bereits über 500.000 Downloads.

Informationsquellen wie diese kommen dem Wunsch der Verbraucher und Verbraucherinnen nach Transparenz über das, was sie essen, entgegen. Vor allem die Herkunft und die Zutaten von Produkten sind für viele Menschen relevant. Nach wie vor ist das Wissen der Konsumenten über die Lebensmittelproduktion allerdings eher gering und häufig überschätzen sie ihr Wissen. Dies birgt die Gefahr, dass die Menschen die Qualität von Lebensmitteln nicht richtig einschätzen. Informationen über die Lebensmittelherstellung sind hier das Mittel der Wahl: Wenn Konsumentinnen und Konsumenten über die Verarbeitung von Produkten informiert werden, zeigen sie sich aufgeschlossener gegenüber verarbeiteten Lebensmitteln.

## Kunde will Transparenz

Das Produktmarketing arbeitet bisher allerdings weniger mit sachlichen Informationen als vielmehr mit dem Bild einer Produktionsidylle. Begriffe wie „traditionell“ oder „wie selbst gemacht“ werden verwendet, auch wenn sie mit den realen Produktionsbedingungen nicht viel zu tun

haben. Eine besonders relevante Informationsquelle ist in diesem Zusammenhang die Lebensmittelverpackung, da sie dem Kunden Informationen direkt an der Verkaufsstätte zur Verfügung stellt. Auch hier überwiegen emotionale Botschaften, wie in einer Untersuchung an den Produkten Milch und Fruchtsaft festgestellt wurde.

Wenn man diese Punkte beachtet, sollte eine gelungene Kommunikationsstrategie für verarbeitete Lebensmittel ausreichend sachliche Informationen über das Produkt und seine Herstellung beinhalten. So lässt sich der Wunsch der Konsumenten nach Transparenz erfüllen, zugleich können die positiven Aspekte der Verarbeitung herausgestellt werden. Hersteller von Bio-Lebensmitteln, insbesondere, wenn sie nach den Richtlinien der Bio-Anbauverbände produzieren, sind hier im Vorteil: Die Bio-Regeln begrenzen das Sortiment der erlaubten Zusatzstoffe auf einen Bruchteil dessen, was in der konventionellen Lebensmittelverarbeitung erlaubt ist. Dies kommt dem Wunsch der Kunden und Kundinnen nach Natürlichkeit entgegen. Wie die Verarbeitung von biologischen Lebensmitteln erfolgreich kommuniziert werden kann, ist eine der Aufgaben des aktuell laufenden Forschungsprojektes ProOrg. Das Projekt soll Bio-Hersteller dabei unterstützen, die passenden Verarbeitungsmethoden für Bio-Lebensmittel auszuwählen. Die Ergebnisse der aktuell laufenden Verbraucher-Studien werden im laufenden Jahr veröffentlicht. ←