

DVZ

DEUTSCHE VERKEHRS-ZEITUNG

DEUTSCHE LOGISTIK-ZEITUNG

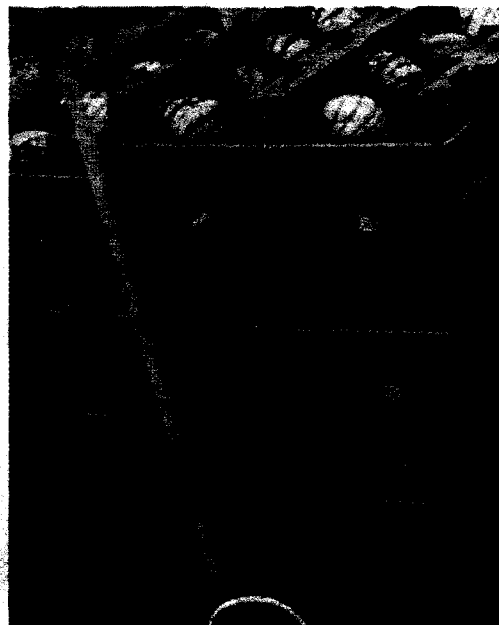
Leber und Küh

57. Jahrgang / Nr. 113

Sonnabend, 20. September 2003

Servicebedarf rund um das Essen steigt

Mit den Lebensweisen der Menschen ändern sich deren Ernährungsgewohnheiten. Darauf reagiert die Lebensmittelindustrie mit speziellen Entwürfen: bequeme Nahrung (Convenience Food), funktionelle Nahrung, Essen zu jeder Zeit, an jedem Ort für jede Einkommenschicht. Der Bedarf an Dienstleistung rund um das Essen nimmt zu.



Von Prof. Ulrich Oltersdorf

Menschen haben die Fähigkeit, ihre Umwelt zu gestalten. Dieser Wandel bewirkt, dass Menschen ihr Handeln verändern. Der Alltag und damit die Gewohnheiten sind heute anders als sie früher waren. Das betrifft auch die Grundfähigkeiten von Menschen wie das Sich-Ernähren und die Mobilität. Beide haben seit **Beginn der Entwicklung enge Verbindungen: Für das Sammeln und Jagen müssen Menschen mobil sein. Je mehr Nahrungsproviand vorhanden ist, desto länger können Menschen unterwegs sein und umso größer wird der Lebensraum.**

Diese **Zusammenhänge** ergeben sich aus der **physiologischen Ausstattung** des Menschen. Zwar verbraucht der Körper kontinuierlich Nährstoffe, doch wir müssen nicht dauernd essen. Es gibt **entsprechende Organe, in denen während der Essenszeiten Reserven eingelagert werden.** Somit wird es möglich, sich ohne **zusätzliches Essen** anderen Aufgaben zu widmen. **Hunger und Sättigung** sind die Signale, die unsere „Tankfüllung“ anzeigen.

Die Gestaltung der Bereiche „Ernährung und Bewegung“ gehört zu den kulturellen Leistungen und trägt zur gesellschaftlichen Entwicklung bei. Beide haben ihre eigene Geschichte und viele Querverbindungen. Sowohl die Entwicklungen im Bereich der Ernährung (zum Beispiel Konservierungstechniken) als auch die des Transportwesens sind Voraussetzungen dafür, dass sich die Lebensräume der Menschen global ausweiten konnten. Die Gründung und Entwicklung urbaner Siedlungen hängt damit zusammen, dass genug Nahrungsmittel vom Umland in die Städte transportiert werden können. Die Sicherstellung der Ernährung basiert nicht nur auf ausreichender Produktion, sondern auch auf deren Verteilung über Raum und Zeit. Die heutige schnelllebige, mobile Gesellschaft hat passendes „fast food“; es gibt globales Essen („McHamburger“) und Trinken („Cola“).

Noch gibt es in Deutschland regionale Speisen und Getränke. Werden sie verdrängt? Wie werden sich die Ernährungsgewohnheiten wandeln?

Das Ernährungsverhalten umfasst weite Teile des Alltags aller Menschen. Wir verstehen darunter „die Gesamtheit geplanter, spontaner oder gewohnheitsmäßiger Handlungsvollzüge, mit denen Nahrung beschafft, zubereitet und verzehrt wird“.

Das Ernährungshandeln besteht aus einer Reihe von Schritten, die im Alltag meist mit anderen Anforderungen des Lebens verbunden sind und die untereinander in Beziehung stehen. So beeinflusst der Speiseplan den Einkaufszettel. Beim Einkauf wirkt das wahrgenommene Angebot auf den Käufer ein, und der reale Warenkorb entspricht selten dem geplanten. Aus

den erworbenen Lebensmitteln wird das Essen bereitet und verzehrt.

Solche Handlungsabläufe, die immer mit dem Essen enden, sei es zu Hause oder außer Haus, muss jeder Mensch täglich ein Leben lang verrichten. Dies wird in der Kindheit gelernt und ist stark von Gewohnheiten geprägt, das heißt, es sind immer Teile dabei, die quasi automatisch ablaufen.

Statistisch werden in Deutschland täglich 3,5 Mahlzeiten eingenommen. Es sind immer noch das Frühstück, ~~Mittag- und Abendessen~~ – auch die Essenszeiten haben Tradition. Der Lebens- und Arbeitsrhythmus ist von diesen geprägt. Das bedeutet, dass jeder Mensch mehr als 1000 Mal pro Jahr ~~solche~~ Handlungsabläufe induziert. Über eine Tonne an Essen und Trinken bringt jeder Deutsche pro Jahr in Bewegung.

Jeder Deutsche bewegt eine Gewichtstonne Essen pro Jahr

Die Auswahl der Lebensmittel und deren Behandlung sowie die Zubereitung der Speisen erfordert viele Kenntnisse und verlangt Können. Bis vor wenigen Jahrzehnten war die Nahrungskette noch im Blickfeld eines jeden Menschen. Man kannte die Kornfelder, den Müller und den Bäcker. Heute gibt es immer mehr Menschen, die das „Vorleben“ ihres Essens nicht mehr kennen. Sie kaufen alles bequem im Supermarkt ein und wissen nicht, welche weiten Wege viele Produkte hinter sich haben. Moderne Verbraucher müssen eigentlich nur noch lesen und die Anweisungen befolgen können.

Welche Entwicklungen beeinflussen den Wandel der Ernährungsgewohnheiten? Die Entwicklung in Deutschland hängt von globalen Entwicklungen ab. Das betrifft alle gesellschaftlichen Bereiche – sei es Politik, Kultur oder Wissenschaft. Sie alle beeinflussen die Ernährung mehr oder weniger stark. Hervorzuheben sind die folgenden Faktoren: die Weltwirtschaftsentwicklung, der medizinische Fortschritt; die Bevölkerungsentwicklung, die Entbindung von Normen und Regeln, die Ent-Rhythmisierung, die Ent-Sinnlichung und die steigenden Unterschiede bei den Einkommen.

Nach dem gegenwärtigen Stand der Erkenntnis führen die Weltwirtschaftsentwicklungen dazu, dass sich die Konzentrationsprozesse in Produktion und Handel weiter fortsetzen; die Konkurrenz zwischen den großen Anbietern führt zunächst dazu, dass die Preise für Lebensmittel weiter fallen. Die Nachfrage nach Lebensmitteln wird eher stimuliert als gebremst.

Der medizinische Fortschritt führt dazu, dass der Anteil der älteren Menschen in der Bevölkerung steigt und dass es mehr Menschen gibt, die mit chronischen Erkrankungen und Be-

hinderungen leben. Spezielle Ernährungsbedürfnisse werden in Zukunft besser bestimmt werden können. Diese Entwicklung begünstigt die Bereiche Convenience-Lebensmittel und funktionelle Lebensmittel.

Die deutsche Bevölkerung wird bis zum Jahr 2050 um etwa 15 Prozent schrumpfen. Die Geburtenrate bleibt niedrig, es werden immer mehr Menschen in Einzelhaushalten leben. Dies begünstigt die Convenience-Lebensmittel. Die Bevölkerung wird tendenziell multikultureller. Das begünstigt die Segmente der internationalen Markenprodukte und neuartigen, exotischen Lebensmittel.

Die Entbindung von Normen und Regeln führt zu einer Zunahme an unterschiedlichen Wohn- und Lebensgemeinschaften, Ausdifferenzierungen zwischen der Ausgestaltung von Arbeits-, Frei- und Haushaltszeit und Veränderungen der Berufsbilder (höhere Bildung, mehr Kopf- und weniger Handarbeit). In der Folge verändern sich Mahlzeitsituationen. Convenience-Lebensmittel werden verstärkt nachgefragt, und es wird mehr Außer-Haus-Verpflegung geben. Dienstleistungen rund um das Essen werden wichtiger.

Zeit zu sparen wird wichtiger als Geld zu sparen

Diese Abläufe werden unterstützt durch den Trend zur Ent-Rhythmisierung. Zeit zu sparen wird wichtiger als Geld zu sparen, und die Verbraucher nutzen dafür vermehrt multimediale Angebote. Neben den geplanten Einkäufen wie der Wocheneinkauf im Verbrauchermarkt, der eher abnehmen wird, werden aus „Zeit- und Organisations-Stress-Situationen“ Lebensmittel oder Mahlzeiten öfter spontan nachgefragt werden. Dabei soll situativ das Essbedürfnis spontan, bequem, genussvoll und abwechslungsreich erfüllt werden.

Der gefühlte Zeit-Stress und die Entwicklungen zur Ent-Sinnlichung des Lebens einschließlich der zunehmenden Informationsmengen und zunehmenden Wahlmöglichkeiten sowie die weitere persönliche Entfernung vom Umgang mit Lebensmitteln führt zu zunehmenden Orientierungspro-

blemen, die durch Skandal-Meldungen und Medienereignisse erhöht werden. Das begünstigt die Entwicklung von entsprechenden Dienstleistungen, die den Verbrauchern helfen, sich zu orientieren, aber auch die Nachfrage nach Gesundheitsprodukten wie den funktionellen Lebensmitteln und Nahrungsergänzungspräparaten.

Die steigende Ungleichheit zwischen den Einkommensgruppen führt zur Segmentierung der Lebensmittelbereiche in preiswerte Standardware und Premiumprodukte.

Der Ernährungsmarkt ist dadurch gekennzeichnet, dass er im Prinzip übersättigt ist. Ein effizientes Marketing muss Wege suchen, dass Sättigung schnell Appetit bekommen. Es wird keine großen Trendwellen mehr geben, sondern der Trend kräuselt im großen Meer des Weltmarktes in viele Richtungen. Die Daten- und Informationsfülle über das Verbraucherverhalten kann effizienter analysiert (data mining) und genutzt werden (efficient consumer response, consumer tracking). Dabei hilft ein Mix an „Food Design“, „Distribution Design“ und „Service Design“.

Die gegenwärtig wichtigsten Entwicklungen für neue Lebensmittel der Anbieter haben folgende Dimensionen: Wellness-Food, Ethnic-, Authentic-/Retro-Food (traditionelle Qualität), Designed (high tech) Food, Biofood, Fun-/„Kult“-Food; Finger Food (Home Meal Replacement). Es werden daraus auch Kombinationen, quasi Multidimensional Food, entwickelt. Wichtige Kombinationen sind: Gesundheit und Geschmack, Spaß/Well-

ness (Wohlfühlen), Ökologie und Convenience (Fast- oder Slow Food wie der „Öko-Burger“); Snack und Funktion („gesundes Naschen“).

Nicht allein das Überangebot an Lebensmitteln, sondern auch unsere Lebensweise – besonders die verminderte körperliche Aktivität – führen zu vielen vermeidbaren ernährungsabhängigen Erkrankungen. Noch gibt es zu wenig ernährungspolitische Diskussionen und Maßnahmen. Im Gegensatz zur Verkehrserziehung hat die Ernährungserziehung keinen Stellenwert, obwohl es immer mehr Ernährungsanalphabeten gibt. Familie und Schule nehmen diese Aufgabe immer seltener wahr.

Unter den gesellschaftlichen Entwicklungen werden die Hauptströme zu Convenience-Lebensmitteln und zu weiteren Dienstleistungen um das Essen herum führen. Der Wellnessstrend bietet gute Chancen für funktionelle Lebensmittel. Im Delta des globalen Lebensmittelstroms gibt es wichtige Nebenflüsse wie ökologische Lebensmittel und Markenqualitätsprodukte. Selbst kleine Nischen sind im Lebensmittelmarkt von ökonomischer Potenz. (DVZ 20.09.2003)



Prof. Oltersdorf leitet das Institut für Ernährungsökonomie und -soziologie in der Bundesanstalt für Ernährung in Karlsruhe.

Foto: privat

IN DIESER AUSGABE

Cook & Chill

Großabnehmer, die das Kochen auslagern möchten, können sich für Cook & Chill (Kochen & Kühlen) entscheiden. Gleich nach der Zubereitung werden die Speisen innerhalb von 90 Minuten mit Hilfe eines Schockkühlers von 80 auf 3 °C heruntergekühlt. Bei dieser Temperatur können die Speisen fünf Tage aufbewahrt werden. Für diese System-Küche wird eine absolut hygienische Logistik benötigt. **Seite 2**

Haltet die Kälte

Die Kälte ist ein flüchtig Ding, besonders dann, wenn im Verteilerverkehr die Tür vom Kühlfahrzeug mehrmals hintereinander geöffnet wird. Aber noch andere Faktoren begünstigen den Qualitätsverlust von temperaturgeführten Gütern: die „mitgebrachte“ Eigenwärme der Waren und die Methode ihrer Verpackung. Schwächen zu Beginn der Kühlkette können später kaum ausgeglichen werden **Seite 8/9**