

Lebensmittel- und Ernährungsqualität : für alle, die näher hinschauen wollen

Autor(en): **Patzel, Nikola**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge**

Band (Jahr): **64 (2009)**

Heft 3

PDF erstellt am: **26.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-891495>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Lebensmittel- und Ernährungsqualität: Für alle, die näher hinschauen wollen

Wir nehmen sie gerne in den Mund, die «Qualität». Natürlich nur die gute. Also haben der Bund und die Bio Suisse eine Strategie daraus gemacht, die «Qualitätsstrategie». Worum es sich bei «Qualität» alles handeln kann, hat Nikola Patzel im Dschungel von «Kunstvoll-künstlich-Kotzbrocken» ein wenig erforscht.

Unser Fremdwort **Qualität** kommt von den Römern, die meinten mit *qualitas* einfach «Beschaffenheit» oder «Eigenschaft». Bei uns ist noch die Wertung dazugekommen, dass Qualität «gute Eigenschaften» bedeutet, dass sie also gut für etwas oder jemanden sei. Auf welche Eigenschaften man dabei schaut, woran gemessen oder für wen diese für gut befunden werden, sind bei der Beurteilung von Ernährungsqualität die entscheidenden Fragen. Entscheidungsfragen eben.

Herkunft ist so eine Eigenschaft. Aus welchen Samen kommen die Früchte, wie stark oder schwach war ihr Mutterboden? Mit welchen Nähr- und Fremdstoffen war das lebendige Lebensmittel konfrontiert? Mit welchen hilfreichen oder gemeinen Pilzen zum Beispiel hatte ein Weizen Umgang? Wurden die Lebewesen bzw. ihre Eltern im Innersten manipu-

liert oder nur durch Auswahl gezüchtet? Darf ein Rind haustiergerecht leben oder hat es ausserordentlich gelitten? Welche Wege hat es auf dem Weg zum Metzger zurückgelegt? Wie wurde es dann verarbeitet? Diese Entstehungsprozesse der Lebensmittel bilden ihre **Herkunftsqualität**.

Grösse, Gestalt und Bestandteile sind direkt am Objekt messbare, **physische Eigenschaften**: sehr beliebt in Wissenschaft und Industrie und dennoch alleine manchmal seltsam nichtsagend. Was normvergleichen, gewogen und mit chemischen Analysen gemessen werden kann, gilt vielen als die eigentliche, die «objektive» Qualität unseres Essens, denn sie sagt uns, was eindeutig dran und drin ist. Daher wird «Qualität» in der zurzeit gültigen internationalen Norm EN ISO 9000:2005 als «Grad, in dem ein Satz inhärenter (messbar innewohnender

oder anhaftender) Merkmale Anforderungen erfüllt», bestimmt. **Wessen Anforderungen? Qualitätsbestimmung ist Macht!** Wie gut wissen das alle, die zum Beispiel mit ihrer Kartoffelernte wieder heimgeschickt wurden. Einfach zurückgeschickt, weil die Kartoffelhaut nicht so glatt ist, wie der Händler oder die Leitung der Verarbeitungsfabrik sie haben möchte. Aber wenn die Bäuerin dem Kunden noch direkt erklären kann, was die Vorteile ihrer schorfigen Kartoffeln sind, dann kann etwas Schorf sogar zum positiven Qualitätsmerkmal werden!

Zu den physischen Eigenschaften gehört auch die **Lagerfähigkeit** der Lebensmittel. Bei lebendigen Produkten kann hier auch von «**Vitalität**» gesprochen werden, mit der z.B. eine Paprika den Schimmelpilzen widerstehen kann. Bei «Vitalität» sehen manche auch eine

Wie beurteilen die KonsumentInnen Lebensmittelqualität?

NP. Bei der Beurteilung von Lebensmittelqualität im Laden wird zunächst nach dem Aussehen von Produkt und/oder Verpackung geurteilt, erst in zweiter Linie, wenn überhaupt, nach schriftlichen Informationen. Bilder wirken grundsätzlich unbewusster und damit unreflektierter als Texte; zugleich aber auch emotionaler und damit oft entscheidungsrelevanter als schriftliche Informationen.

Bei Konsumentenbefragungen, was für sie die wichtigsten Qualitätsmerkmale seien, stehen «Gesundheitswert», «Geschmack» und «Frische» meist vorne, vor «Aussehen/Verpackung/Marke» und «Preis». Wenn nach ökologischen und Umweltgesichtspunkten gefragt wurde, landeten diese allenfalls im unteren Mittelfeld der entscheidenden Qualitätsmerkmale; das mag sich in jüngerer Zeit etwas geändert haben. Soziale Qualitätsmerkmale kommen in den gesichteten Studien gar nicht vor.

Aber sagen die Leute bei Befragungen überhaupt ihre Wahrheit? «Das Problem der sozialen Erwünschtheit von Antworten stellt sich bei der Vorgabe von Kriterien noch mehr als bei Spontannennungen. Enthält der Merkmalskatalog den Gesundheitswert, so geben sich auch solche Konsumenten gerne als gesundheitsbewusst aus, die spontan dieses Kriterium nicht nennen würden. Für den Preis besteht ein ähnliches Problem, da beim Einkauf der Preis zwar durchaus eine gewichtige Rolle spielt, aber kaum jemand eingesteht, dass er den Preis als eines der wichtigsten Auswahlkriterien heranzieht.»

Quelle: Qualitätswahrnehmung bei Lebensmitteln: das Verbraucherbild in Rechtsprechung und Wissenschaft. Diss. Anja Engelage (2002), Freie Universität Berlin.

Qualität an sich, eine Kraft- und Charaktereigenschaft sozusagen. Die Biodynamischen versuchen sie mit ihren «bildschaffenden Methoden» zu messen, um über sie ins Bild zu kommen. – Lagerfähigkeit kann aber auch eine rein technische Qualität sein, die gerade dadurch erreicht wird, dass man mit diversen Verfahren die Produkte unvital und steril im mehrfachen Sinne macht.

Die ganzen **menschlichen Umstände** der Lebensmittelentstehung, also auch die individuelle und soziale Nachhaltigkeit ihrer Erzeugung, wurden lange ganz von ihrer Qualität getrennt gesehen. Als spiele es für einen Käse und seine Käufer keine Rolle, ob die mit seiner Herkunft befassten Menschen mit ihrer Wirtschaft glücklich oder unglücklich sind! «Bio» zeigt ein Bündel verschiedener Lebensmittelqualitäten an. Wenn nun z.B. fairer Handel neu in die Bio-Kriterien aufgenommen wird, dann gehört soziale Nachhaltigkeit damit idealerweise auch zur Qualität einer Tomate dazu.

Für **Entscheidungen** darüber, welche Lebensmittel ich kaufe und welche Ernährungsqualität ich anstrebe, zählt weniger das, was ist, als das, was ich davon halte. Das ist in der nebenstehenden grafischen Darstellung (Mindmap) mit «**mentalen Eigenschaften**» gemeint. Das Hauptziel von Werbung ist es, bei den Kunden **Glaubenseigenschaften** eines Produkts entstehen und wirken zu lassen. Dass sie sich also Glaubenssätze eintrichtern lassen, dass sie anhand von suggestiven Verpackungsbildern (z. B. «Serviovorschlag») entscheiden sollen und so weiter.

Zu den **Wissenseigenschaften** unserer Lebensmittel zählen sowohl die nachprüfbaren Einzelfakten auf der Verpackungsdeklaration als auch unser ganzes Bewusstsein über uns gesichert erscheinende Eigenschaften und Zusammenhänge unserer Ernährung. Als **Erfahrungseigenschaften**, also zur erfahrenen Qualität können schliesslich der Geschmack und Genuss eines Lebensmittels gelten sowie die Gesundheits- oder Krankheitsfolgen einer bestimmten Ernährungsweise.

Bei soviel Analyse von Qualitäten kann es einem aber auch zu viel werden. Um eine Lebensmittelqualität trotzdem hoffentlich einigermassen angemessen beurteilen zu können, werden bestimmte «**Marken**» angeboten, also Erzeugermarken wie die Knospe oder Regionalmarken wie «Berner Oberland». Diese Marken versprechen, für ein ganzes Bündel von Qualitäten zu stehen, die man dann nicht mehr einzeln nachprüfen muss. Etwas speziell

sind dabei die in den letzten Jahren massiv eingeführten Handelsmarken. Sie können Qualitätsmerkmale wie Produzentenmarken sein, sie werden aber oft als fauler Ersatz für diese lanciert – und damit landet man wieder bei den Suggestionen der ganz normalen Werbung. Und woran sollen wir nun unsere «Qualitätsentscheidungen» oder gar «Qualitätsstrategie» messen? Bitte nicht einseitig auf Einzelfakten

abfahren, so interessant sie auch sind! Vielleicht ist die Frage nützlich: Wie weit trägt die «Qualität» zur **Lebensqualität** von uns und unseren Mitgeschöpfen bei?

In den folgenden Ausgaben von K+P werden verschiedene Autoren den Qualitätsdimensionen und ihrer Bedeutung für die Lebensqualität noch näher treten.

Nikola Patzel

