

Die Konsumenten sind unzufrieden mit dem Essen. Das zeigt eine neue Studie des Gottlieb-Duttweiler-Instituts, die dem TA exklusiv vorliegt. Die Schweizer stören sich nicht am Angebot oder an der Präsentation, sondern sie misstrauen der industriellen Produktion und all jenen, die solche Lebensmittel herstellen und verkaufen. Am liebsten würde die breite Masse darum im Bioladen, auf dem Markt oder direkt beim Bauern einkaufen - wenn es nur nicht so teuer oder umständlich wäre. Nun muss die Branche reagieren. (aba) - Seite 39

Wirtschaft

Tages-Anzeiger - Samstag, 17. Juli 2010

39

Das Vertrauen ins Essen ist erschüttert

Die Schweizer misstrauen den Lebensmittelhändlern und ihren Produkten. Wird die Branche dem Phänomen nicht Herr, droht Konsumverweigerung.

Von Angela Barandun

Angefangen hat es mit dem Rinderwahnsinn in den 80er-Jahren. Später kamen Vogel- und Schweinegrippe dazu. Dann waren erst Schweinefleisch, später Bioeier mit Dioxin verseucht. Dazwischen fand sich genmanipuliertes Material im Reis. Wir kennen Gammelfleisch, Schummelschinken und Analogkäse. Vanillejoghurts ohne Vanille, Rahmglyce ohne Rahm und Büffelmozzarella aus Kuhmilch. Und im Sommer sind vier von zehn Poulets mit Bakterien wie Salmonellen oder Campylobacter verseucht.

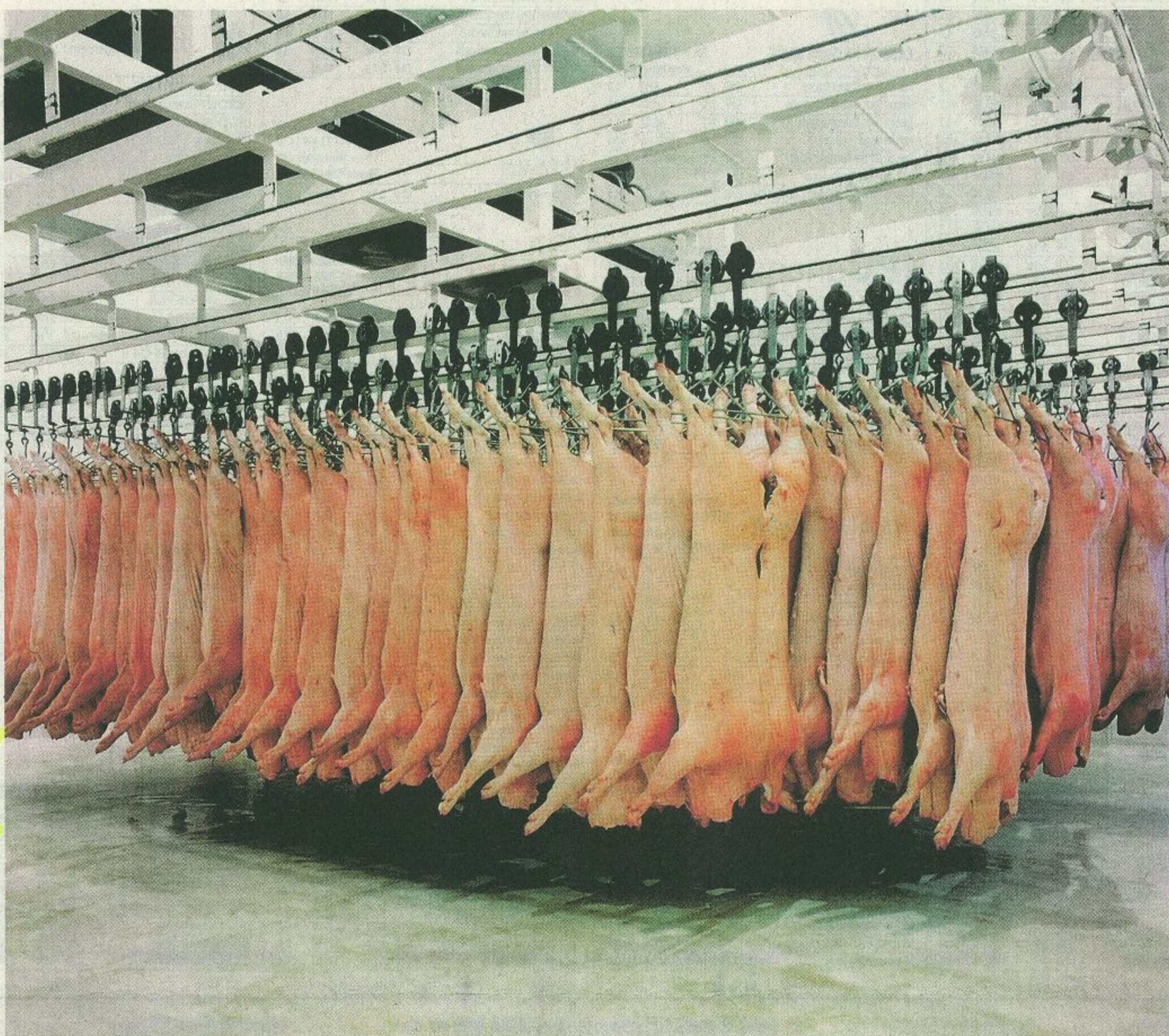
Die Skandale der letzten 30 Jahre haben den Schweizer Konsumenten Eindruck gemacht: Ihr Vertrauen ins Essen ist erschüttert, wie eine neue Studie des Gottlieb-Duttweiler-Instituts zeigt. Sie misstrauen den Läden, die Lebensmittel verkaufen; der Industrie, die sie produzieren, und den Labels, die ihnen Qualität attestieren.

Gut und schlecht, gleichzeitig

«Einerseits halten die Konsumenten die meisten angebotenen Produkte für vielseitig, verlässlich und ästhetisch präsentiert», sagt Studienautorin Mirjam Hauser. «Andererseits assoziieren sie sie mit profitorientierter, undurchsichtiger Herstellung und misstrauen den Zutaten.» Essen ist plötzlich gut und schlecht, beides gleichzeitig. Zwar geht die Studie nicht ein auf den Zusammenhang mit den jüngsten Lebensmittelskandalen. Aber für Hauser ist klar: «Die Zwischenfälle haben eindeutig zur Verunsicherung der Konsumenten beigetragen.»

Erstaunlich ist, dass das Phänomen nicht nur eine Minderheit trifft - Alternative, Linke oder Grüne - sondern die breite Mittelschicht. Die negativen Aspekte der industrialisierten Lebensmittelproduktion geraten aus den unterschiedlichsten Gründen in den Fokus: Tierschutz, Umweltschutz, gesunde Ernährung, soziale Verantwortung. Nur die Schlussfolgerung ist immer dieselbe: Wir sind nicht mehr einverstanden.

Für die Lebensmittelbranche ist diese Entwicklung bedenklich. Zwar haben die Kunden bislang wenig an ihrem Konsumverhalten verändert. «Allerdings nur, weil sie keine bessere Alternative sehen - oder sie nicht in ihren Alltag integrieren können», so Hauser. Am liebs-



Die industrielle Lebensmittelproduktion ist bei den Konsumenten immer weniger beliebt. Foto: Glowimages, FI Online

ten würden die Schweizer im Bioladen, auf dem Markt oder direkt beim Bauern einkaufen. Unter dem Strich ist ihnen das aber zu kompliziert, zu teuer, oder es fehlt die Zeit zum Kochen.

Bio oder Fairtrade?

Das könnte sich ändern: Das Unbehagen kann zur Konsumverweigerung führen. «Menschen könnten sich von Labels und Detailhändlern abwenden und neue Möglichkeiten suchen», skizziert Hauser. Gefährlich wird es, wenn Migros, Coop, Aldi und Lidl weiter auf die Preise der Produzenten drücken: «In einem Markt, der schon jetzt emotional kollabiert, kann mangelnde Qualität die Kunden vollends vergällen», sagt Hauser. Stattdessen muss ihnen der Handel das verlorene Kontrollgefühl zurückgeben: «Es braucht Transparenz: Woher kommen die Zutaten? Wie sind sie hergestellt, verarbeitet, transportiert worden, und was kann man damit machen?» Es reicht nicht, die Biopalette zu er-

weitern, resümiert die Studie: «Die gesamte Wertschöpfungskette ist wichtig - Herkunft, Verpackung, Konservierung.» Biofertigterichte, die viel Abfall verursachen, sind genauso unpassend wie Fairtrade-Produkte, die von unterbezahlten Mitarbeitenden verkauft werden. In ihrem Streben nach besserem Essen seien die Kunden permanent überfordert, sagt Hauser: «Biokarotten aus dem Ausland oder normale aus der Schweiz? Tiefgekühlte Beeren aus der Region oder importierte frische?»

Neu: Anbaugemeinschaften

Die Schweizer sind mit ihrem Misstrauen gegenüber der Nahrungsmittelindustrie nicht alleine. Im Ausland wird bereits mit Antworten experimentiert. In Grossbritannien expandiert Waitrose, ein genossenschaftlich organisierter Bio-Supermarkt. In den USA setzt die Kette Whole Foods erfolgreich auf lückenlose Nachverfolgbarkeit und regionale Produkte. Alternative Konzepte wie Food-

Hub oder Fresh Direct bringen Produzenten und Konsumenten ohne Mittelsmann zusammen. Amerikanische Gärtner legen im Hinterhof ihrer Kunden Gemüsebeete an, und US-Familien kaufen gemeinsam Rinderhälften.

Auch in der Schweiz gibt es erste Versuche mit Kooperativen, die Biolebensmittel an den Detailhandelspfaden vorbei zum Konsumenten bringen. In Zürich etwa Tor14: Der Laden hat zweimal die Woche geöffnet und verkauft nur an Mitglieder. Ein anderes Format sind Anbaugemeinschaften: Die Mitglieder bezahlen im Voraus und beziehen das ganze Jahr frisches Saison Gemüse.

Solche Modelle zeigen, dass die Kunden nach Alternativen zu Migros und Coop suchen: «Mehrheitsfähig sind sie allerdings nicht», sagt Hauser. «Für die breite Masse ist das zu aufwendig.» Damit liegt der Ball laut Autorin beim Handel: «Gefragt sind ehrliche, transparente Formate. Werden die Konsumenten enttäuscht, hat das ab sofort Folgen.»

Zur Studie Werte beim Essen

Ende 2009 befragte das Gottlieb-Duttweiler-Institut 100 Schweizer zu ihren Ansichten bezüglich Essen. Es ist die zweite Erhebung. Die Basisstudie mit gut 500 Befragten wurde 2008 durchgeführt. Sie kam zum Schluss, dass sich die Schweizer von industriell gefertigtem Essen abwenden. Gemäss dem Update verzögert sich diese Abkehr nun mangels Alternativen - und wandelt sich in Abneigung gegenüber dem Angebot. (aba)