

ABSTRACT

So will ich sein! Individualität, Identität und Essverhalten.

Dr. Thomas Schröder

Das Thema Ernährung ist allgegenwärtig. Gegessen wurde schon immer, doch nie zuvor wurde so viel über dieses Thema gesprochen, so viel argumentiert, beraten, so viel informiert. Dieser Kontext schafft den Nährboden, auf dem Ernährungstrends ihre derzeit zu beobachtende Hochkonjunktur entfalten. Ernährungstrends liegen voll im Trend. Und es geht um weit mehr als Sattwerden!

Doch was macht Ernährungstrends so attraktiv? Welche tieferen, welche trivialen Bedürfnisse erfüllen sie?

Dieser Beitrag geht von der gegenwartsdiagnostischen Annahme aus, dass Alltagswirklichkeit in immer weniger kollektiv geteilt und stattdessen vom Einzelnen immer stärker fragmenthaft wahrgenommen wird. Ferner baut der Beitrag auf sozialpsychologische Theorien multipler sozialer Identitäten und verknüpft diese mit empirischen Befunden spätmodernen Ernährungsverhaltens.

Informationen zum Fragen der „guten“ und „richtigen“ Ernährung sind konträr und von kurzer Halbwertszeit. Der Einzelne ist in dieser Situation permanent bemüht, Akzente gegen einen gefühlten Zustand der Ungewissheit zu setzen und zugleich Kohärenz, Konsistenz und Kontinuität zu erzeugen. Dies gelingt durch Identifikation mit Werten, die dem Individuum Halt und Orientierung geben. Ernährungstrends eignen sich als Medium zum Ausdruck von Wertvorstellungen. Daher ist es für den Einzelnen geradezu naheliegend, sich einem Ernährungstrend anzuschließen: Man identifiziert sich mit einem bestimmten Set von Werten und kann diesen dann täglich durch die Wahl des Essens Ausdruck verleihen. Die Alltäglichkeit des Essens bedeutet rasche Routinisierung. Der Einzelne reproduziert auf diese Weise täglich seine Wertewahl und gibt ihr Stabilität über einen längeren Zeitraum.

Wiener Gesundheitsförderungskonferenz 2016

Gesunde Ernährung. Inspirationen für die Praxis der Gesundheitsförderung.
19. September 2016

Im Alltag bietet die Identifikation mit einem bestimmten Ernährungstrend entscheidende Vorteile. Wer sich festlegt, schließt sich sozial etablierten Handlungsmustern an. Entscheidungs-Shortcuts wie z.B. „Ich esse nur unverarbeitete Lebensmittel“, oder „nur vegane Lebensmittel“ etc. reduzieren die im Alltag vorgefundene Komplexität dramatisch. Zusammen mit der Tatsache, dass wir heute eine sehr flexible und kompetitive Marktstruktur haben, die auf Trends sehr schnell reagieren und diese schnell bedienen kann, macht dies den gegenwärtigen Erfolg der Ernährungstrends aus. Werden uns die Ernährungstrends also noch lange erhalten bleiben?

Dr. Thomas Schröder ist Konsum- und Ernährungssoziologe. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit ist die Erforschung von Ernährungstrends und -innovationen aus Sicht von VerbraucherInnen, HerstellerInnen und Märkten.