



TREND – ERNÄHRUNG

Ernährungstrends – Wer hat nicht schon einmal von ihnen gehört, gesehen oder sie gar ausprobiert?

In unseren Köpfen schwirren Begriffe wie Vegetarismus, Veganismus, Low Carb, Schlank im Schlaf, ... Fast jeder kann dazu etwas sagen, überall wird man mit entsprechendem Halbwissen „gefüttert“.

Doch was steckt eigentlich hinter alledem und was genau ist nun das „Gelbe vom Ei“? Fest steht: Hinter alledem steckt eine Menge Disziplin und ein stetig wachsender Absatzmarkt der Ernährungsbranche.

Nehmen wir zwei der aktuellen Trends einmal genauer unter die Lupe:

Low Carb – der Königstrend unter den Abnehmtrends. Das Prinzip: Reduziere den Anteil an Kohlenhydraten an deiner täglichen Nahrung drastisch und verliere so Gewicht.

Klingt einfacher als es ist. Kohlenhydrate begegnen uns fast überall: Beim Müsli am Morgen, dem Apfel zwischendurch, Muttis Kartoffelplätzchen am Mittag, dem Brötchen am Abend und nicht zu vergessen, dem TV-Snack auf der Couch. Wie sieht also so ein sonst „normaler“ Tag „low-carb“ aus, und was essen, wenn kaum noch was zum Essen bleibt?

Natürlich ist die Abnehmindustrie dafür bestens gerichtet. Überall prangert Werbung von verschiedensten Eiweißshakes, teurem Quinoa statt Reis, besonderen low-carb-Nudeln statt den üblichen, viel zu Hüftspeck fördernden Spaghetti. Das Ganze gibt es, wie zu erwarten, für sehr teures Geld.

Doch wie schaut es mit den Erfolgchancen dieser Diät aus - Steckt Wahres dahinter oder ist dies lediglich ein uns von der Abnehmindustrie aufgebundener Bär?

Kohlenhydrate sind nichts anderes als Zucker und wie wir schon seit Kindertagen wissen: Zucker macht dick. Daher stellt sich mit Sicherheit eine positive Gewichtsveränderung auf der Waage ein. Doch muss man dazu sagen, dass Kohlenhydrate neben dem Fett die wichtigsten Energielieferanten sind. Verzichtet man nun komplett auf die Sorte Nahrungsmittel, so fehlt es uns an allen Ecken und Kanten an Energie. Ganz besonders zu erwähnen ist hierbei die Energie, die der Körper benötigt um Fett abzubauen.

Viel eher greift der Körper, bei einer drastischen Reduzierung der Kohlenhydrate, unsere Muskeln an.

Kurz gesagt: Keine Kohlenhydrate = keine Energie = keine Muskeln = immer noch „viel“ Fett.

Veganismus. Ein weiterer Ernährungstrend, der uns stets verfolgt. Vegan lebende Menschen meiden alle Nahrungsmittel tierischen Ursprungs: Angefangen von der Milch der Kuh zum Fleisch des Rinds.

Legitimieren lässt sich dieser Trend auf Basis von Tierschutz, Umweltschutz, Gesundheit und der Welternährungsproblematik.

Stetig findet der Veganismus neue Anhänger und damit auch Abnehmer, auf veganer Basis erzeugter Produkte. Auch hier ein riesiger Absatzmarkt, der hinter einem doch eigentlich so ethischen Ernährungstrend steht.

Doch was ist es, das Veganismus so „cool“ und „trendy“ wirken lässt? Ein Blick in die Sozialen Netze der Stars und Sternchen gibt Aufschluss. Bilder von feinst angerichteten veganen Mahlzeiten zieren die Instagram- und Facebookprofile. Darunter meist ein einprägender Satz, der uns Fleischessern in Nullkommanichts ein schlechtes Gewissen verschafft. Versehen mit „ #vegan, #healthy #fightforanimals ...“ erreichen dieser Bilder dann auch die gewünschte Reichweite und im Nu springt eine Vielzahl von Menschen auf den Zug auf. Veganismus ist ein Trend, wie er im Bilderbuche steht. Promis machen es vor, wir machen es nach. Und was Promis machen, muss natürlich in irgendeiner Weise „cool“ sein.

Natürlich sollte dabei der eigentliche, der ethische Aspekt des Veganismus nicht unter den Tisch gekehrt werden. Veganismus tut der Umwelt gut, und der Trend zur Umweltfreundlichkeit, siehe CO₂-arme Autos oder Bio-Produkte, ist längst keine Neuheit mehr.

Doch wie wirken sich diese Ernährungstrends auf die Unternehmen aus, die genau gegen sie verstoßen?

Wie sich die neuen Ernährungstrends auf die Umsatzzahlen der großen Fast-Food-Ketten auswirken, kann man gut am Beispiel von McDonald erkennen.

Die größte Schnellrestaurantkette hat in den letzten 1,5 Jahren ein Gewinneinbuße von 30 % zu verbuchen (Quelle: Mittelrheinische Zeitung). Viele Filialen in den USA wurden in den vergangenen Monaten schon geschlossen. Das gleiche Bild findet man beim weltgrößten Getränkehersteller Coca-Cola. Auch hier sinkt die Nachfrage nach dem Schwarzen Limonade kontinuierlich.

Doch woher kommt dieser stetige Rückgang? Das größte Problem für McDonalds ist die stetig wachsende Konkurrenz. Nicht nur Burger King, Subway oder Kentucky Fried Chicken streiten sich mit McDonald um die Fast-Food-Krone, sondern vor allem machen die immer zahlreicher auftretenden Fast-Casual-Unternehmen dem Fast-Food-Riesen zu schaffen. Schnell aber gesundheitsbewusst soll es sein.

Die Zeit, in der man nur auf den Preis achtete und so schnell wie möglich seine Burger oder Pommes auf dem Teller haben wollte, ist vorbei.

Bei den Kunden in der heutigen Zeit hat sich viel mehr ein Gewissen für gute Qualität, gesunde Zutaten, natürlicher Geschmack und faire Preise entwickelt. Viele Menschen sind bereit gerne mehr zu zahlen, wenn man dafür auch etwas geboten bekommt und die Gesundheit gleichzeitig nicht zu kurz kommt. Betrachten wir einmal die derzeitige Situation der Fast-Food-Ketten an einem Beispiel unserer Nähe. Direkt neben McDonalds wird im Herbst 2015 ein neues Franchise-Burgerrestaurant „Hans im Glück“ eröffnen. Die kleine Burger-Kette hat 30 Filialen in ganz Deutschland und kommt im Gegensatz zur Fertigware von den Fast-Food Riesen mit frischen Ideen, gesunden Zutaten, Individualität und einem frischen und modernen Image daher. Auch Smoothie-Stände oder typische Fast-Casual-Ketten wie Vapiano, sind in der Mainzer Innenstadt längst keine Seltenheit mehr.

Und genau dieser Image-Aspekt ist ein weiterer Grund für die sinkenden Zahlen der Fast-Food-Ketten. Denkt man an Burger-King oder auch Coca-Cola, hat man direkt im Hinterkopf, dass die Produkte dieser Lebensmittelhersteller ungesund, fettig und voller Zucker sind. Dieses Image haben sich die Großkonzerne über Jahre hinweg selbst erarbeitet und leiden nun darunter. Oft versuchen die Schnellrestaurants mit neuen, scheinbar gesunden Angeboten aus dieser Schublade zu entfliehen. Doch dies funktioniert bei Weitem nicht. Auch Coca-Cola hat in den letzten Jahren viel unternommen, um gegen diesen Trend vorzugehen. Cola Light, Cola Zero ohne Kalorien und nun die Cola Life mit Stevia-Extrakt. An sich sehr gut Ideen vom Amerikanischen Konzern. Doch die Verkaufszahlen blieben laut eigenen Angaben des Unternehmens weit unter den Erwartungen. Zu gering ist die Glaubwürdigkeit in eine gesunde Limonade, die dabei noch schmeckt. Viel erfolgreicher sind dagegen moderne Getränkehersteller, die nur auf Basis von natürlichen Rohstoffen wie z.B. Tee verschiedenste Erfrischungsgetränke herstellen.

Ernährungstrends nehmen stets Überhand. Gesund und umweltbewusst ernähren und damit voll im Trend liegen? Was wollen wir eigentlich mehr?