

Mythen – Check: Der Volksmund spricht

Marlies Gruber, f.eh, Wien

„Viel Wasser trinken ist gesund“, „Essen am Abend macht dick“, „Das Frühstück ist die wichtigste Mahlzeit am Tag“, „Kaffee entwässert“, „Eier erhöhen den Cholesterinspiegel“ und „Bio-Lebensmittel sind gesünder“... Ernährungsmythen gibt es wie Sand am Meer – althergebrachte Weisheiten, tradierte Regeln, Annahmen. Es handelt sich um kollektive – oft irrationale – Vorstellungen, die etwas versprechen oder erklären, die aber nicht durchgängig geglaubt werden und für das Verhalten nur bedingt ausschlaggebend sind.

Ziel des f.eh-Mythen-Checks war es, herauszufinden, welche Mythen, Weisheiten und Meinungen kursieren und wie es um das Informationsverhalten steht. Dazu wurden im August 2015 eine quantitative Online-Umfrage mit 508 Personen und eine qualitative Studie mit Live-Chats und Online-Forum in zwei Fokusgruppen (n=29) durchgeführt. Im Zentrum standen folgende Fragen: Aus welchen Quellen wird das Thema Essen vor allem bewusst und unbewusst wahrgenommen? Wie reagieren Konsumenten auf die Informationsflut? Welche Themen beeinflussen derzeit das Kauf- und Essverhalten? Was folgt auf das Misstrauen, die Verwirrung und Unsicherheit? Welchen Sendern wird vertraut? Drei Reaktionen auf die vielfach widersprüchlich wahrgenommenen Informationen sind sichtbar: komplette Ablehnung, Reflexion und Selbstkritik.

Konsumenten stehen beim Thema Essen in einem Spannungsfeld zwischen Grundbedürfnis, Gesundheit, Emotion, Genuss und Leidenschaft, Ökonomie, Kultur, Kulinarik und Lifestyle, soziales Leben, Umwelt, Lebensmittelproduktion und Ethik. Für die alltäglichen Entscheidungen fließen meistens mehrere dieser Aspekte gleichzeitig ein. Nicht nur die Informationsfülle, auch die Komplexität bei Ess-Entscheidungen macht ihnen demnach zunehmend zu schaffen. Im persönlichen Ess-Alltag lassen sich diesbezüglich zwei Hauptthemen ausmachen, die aktuell nahe gehen: die Herkunft und Haltung von Tieren sowie die Lebensmittelverschwendung.

Der Diskurs rund um gesundes und ungesundes Essverhalten führt von einzelnen Lebensmitteln und Inhaltsstoffen sowie deren mythenhaften Zuordnungen über eine kritische Einstellung gegenüber Diäten hin zu gezieltem Genuss und Abwechslung. Wie stark an Mythen geglaubt wird, hängt von der Grundhaltung (Skeptiker, Mitläufer, Gleichgültige...) ab und nimmt tendenziell zu, je intensiver sich Konsumenten informieren.

Die Informationsfülle und Widersprüchlichkeiten führen demnach zu Unsicherheit, Verwirrung und in weiterer Folge auch zu Ablehnung. In dem Überfluss an Botschaften stehen Informationsträger für verhaltensrelevante Kommunikation vor der Herausforderung, sich als glaubwürdig und seriös etablieren zu können.