

Gesundheit, Genuss und gutes Gewissen

Die alltägliche Moralität beim Konsum von Lebensmitteln

Dr. Jonas Grauel, Universität Hamburg

Einleitung

Wer in den letzten Jahren mediale Debatten rund um Essen und Ernährung verfolgt hat, dem dürfte bereits aufgefallen sein, dass das alltägliche Essen und Einkaufen eine neue Moralisierung erfahren haben: Der bewusste Konsument soll Bio-Produkte kaufen, um die Umwelt zu schonen. Natürlich fairen Kaffee trinken, um Bauern in Nicaragua zu unterstützen. Und sich gesund ernähren – um fit zu sein und Gesundheitskosten zu reduzieren. Fleisch zu essen ist in die Nähe des „Bösen“ gerückt worden. Konsumverhalten wird somit zunehmend zu einem Hoffnungsträger für die Lösung gesellschaftlicher Probleme.

Moral im Alltag

Die vorliegende Studie beschäftigt sich damit, auf welche Vorstellungen des ‚guten‘ Essens und Lebens solche Forderungen in der alltäglichen Lebenswelt von Verbraucher_innen in der deutschen Mittelschicht stoßen. Moral wird dabei als lebendige Alltagsmoral betrachtet, nicht als Sache abstrakter, verallgemeinerbarer und rationaler Urteile. Moral im Alltag ist oft uneindeutig und manchmal widersprüchlich; und oft wird dem Abrücken von Idealen zugunsten der praktischen Bewältigbarkeit des Alltags ein Wert für sich zugeschrieben. Die Studie zeigt: Der Alltag der Menschen hat seine Eigenlogik – weshalb bei der Lösung gesellschaftlicher Probleme nur begrenzt auf ethische Konsumentscheidungen gebaut werden kann.

Methode

Die Arbeit beruht auf 25 (teil-)narrativen Interviews mit Konsument_innen unterschiedlicher sozialstruktureller Profile aus Siegen in Nordrhein-Westfalen und Umgebung. Die Auswertung erfolgte mittels der „Dokumentarischen Methode“ nach Ralf Bohnsack.

Publikation

Jonas Grauel (2013): Gesundheit, Genuss und gutes Gewissen. Über Lebensmittelkonsum und Alltagsmoral. Bielefeld: transcript.

(1) „Ich finde das einfach net in Ordnung wenn mer mit n Nahrungsmittel, die die Natur hervorbringt, so verändert das einfach ne mehr viel von übrig bleibt von der Ursprünglichkeit. Das bedeutet, ich bin net so der Freund vom Supermarkt, weil das ist ja alles auf lange Haltbarkeit und schnellen Durchsatz un so weiter.“ Herr Grube, 43 J., Hausmeister



Quelle: pixabay

Vier Vorstellungen des ‚guten‘ Lebensmittelkonsums

In den Interviews kommt eine Vielzahl von Moralvorstellungen zum Ausdruck, die von den konkreten Zwängen des Alltags ebenso geprägt sind wie von sozialen Kategorien (Haushalt, Geschlecht, soziale Lage etc.) und den dazu gehörigen Erfahrungsräumen. Vier allgemeine Vorstellungen des guten Einkaufens und Essens waren besonders markant:

(1) **„Gutes“ Essen ist bekannter Herkunft, regional, traditionell handwerklich verarbeitet oder selbstgemacht, und möglichst naturbelassen.** „Schlechtes“ Essen ist „anonymer Herkunft, aus industrieller Massenproduktion, hochgradig prozessiert und „künstlich“.

(2) **Man soll sich bewusst und gesund ernähren**, in dem man dem Körper Nährstoffe in richtiger Zusammensetzung und Menge zuführt. Gesundheit muss dabei als „Performance“ verstanden werden: Ein Engagement für gesunde Ernährung ist Ausweis moralischer Disziplin, „sich-gehen-lassen“ Ausweis moralischen Versagens.

(3) **Man soll sich auf das Notwendige beschränken**, übermäßiger Luxus ist zu vermeiden. Genügsamkeit, Sparen, gut haushalten und Wirtschaften werden hier als Ausweis von Tugend verstanden, Verschwendung und Wegwerfen als Ausweis moralischen Versagens. Der Fokus liegt auf dem Gebrauchswert von Lebensmittelprodukten, symbolische Aufladung (z.B. Marken) ist Luxus.

(4) **Man soll als Konsument Verantwortung übernehmen** für Umwelt, Tiere und entfernte Andere. Dies geschieht durch den Kauf der richtigen Produkte, z.B. fair gehandelt, oder durch Verzicht, z.B. auf Fleisch.

Für die verbraucherpolitische Diskussion um das Leitbild des „mündigen Verbrauchers“ und dessen Ausdifferenzierung in „verletzliche, verantwortungsvolle und vertrauende Verbraucher“ liefert dies einen interessanten Input: Politische Maßnahmen, die auf der Annahme eines „durchschnittlichen“ Verbraucherverhaltens beruhen, können lebensweltliche Unterschiede im Konsumverhalten nicht hinreichend treffen und werden ihnen daher auch nicht gerecht.

(2) „Ich hab immer versucht, gesund [...] die Kinder zu ernähren und vor allem wollt ich nich die überfüttern was ja heute wenn ich meine Schüler anschau, das ist ja teilweise furchtbar was die ja schon auf den Rippen mitschleppen“ Frau Henning-Löw, 60 J., Lehrerin



Quelle: Brian Holm / freedigitalphotos

(3) „Wenn das Gemüse gemacht is un Sie kriegen das aufm Teller serviert wissen Sie nisch wo s herkommt, ob Sie jetzt aufm Markt warn, beim Rewe warn oder beim Aldi, un ich wette mit Ihnen, schmecken Sie auch nich raus von wo das kommt.“ Herr Martens, 46 J., Metallsäger



Quelle: Andreas Hermsdorf / pixelio

(4) „Dieser ökologische Aspekt, das hat sich so'n bisschen aufgebaut mit der Zeit, also am Anfang war das gar nicht so, da hat man mehr geschaut wie komm ich selber über die Runden und später einfach dieser Blick „hoppla ich hab auch ne Verantwortung“, ich hab die Möglichkeit, warum kauf ich das wenn ich das genauso kaufen kann.“ Frau Kamps, 39 J., Lehrerin



Quelle: S. Hofschlaeger / pixelio

„Ich mach mir da schon Gedanken drüber, aber konsequent bin ich nicht.“

– Wichtige Ergebnisse und Implikationen

(1) In einer stark differenzierten Gesellschaft ist **kein einheitlicher Konsens** beobachtbar, was ‚gutes‘ Essen ist und welches Konsumverhalten moralisch ‚gut‘ ist. Lebensweltlicher Konsens scheint hingegen darin zu bestehen, dass jeder dem eigenen Geschmack folgen darf und auch soll, individuelle Essbedürfnisse finden in der Regel Anerkennung.

(2) **Die Befragten lehnen jede Form von „Gesinnungsethik“ ab:** Verantwortungsvoller Konsum und gesunde Ernährung sollen nicht rigide verfolgt werden, sondern immer unter Berücksichtigung situativer Umstände und persönlicher Bedürfnisse.

(3) Die Verbraucherforschung in Deutschland sollte **Konsum stärker als Praxis begreifen:** Wie und was konsumiert wird, hängt nicht nur von den Absichten und dem Wissen der Menschen ab, sondern von alltagspraktischen Gegebenheiten und den Zeitstrukturen der Gesellschaft. Im Alltag müssen viele Tätigkeiten koordiniert werden. Dies in angemessener Weise zu bewäl-

tigen, hat für viele der Befragten Vorrang vor einem gesellschaftlich ‚verantwortlichen‘ Konsumverhalten. Aus dieser Perspektive erscheint auch eine Typisierung in „verletzliche, verantwortungsvolle und vertrauende Verbraucher“ als einseitig, da sie nur die Eigenschaften der Akteure selbst in den Blick nimmt und die umfassenderen Dimensionen und Trägerschaften sozialer Praktiken nicht beachtet. Eigentlich „verantwortungsvolle“ Verbraucher konsumieren de facto häufig Essen, welches ihrer Orientierung zuwiderläuft.