

Geschmack – (k)ein Indikator für Vielfalt?

Über vorhandene und nicht vorhandene Zusammenhänge von Geschmacksvielfalt und biologischer Vielfalt bei Obst und Gemüse

von Ulrich Frohnmeyer und Andrea Lenkert-Hörmann

Was kann Geschmack erklären? Inwieweit sind Geschmacksqualität und Geschmacksvielfalt geeignete Indikatoren für Biodiversität? Können sie Kommunikationsinstrumente sein, um Verbraucherinnen und Verbraucher in ihrem Nachfrageverhalten für nachhaltig erzeugte Lebensmittel zu gewinnen? In mehreren Fachgesprächen entlang der Lebensmittelkette hat das AgrarBündnis mit Expertinnen und Experten aus dem Bereich Obst und Gemüse diese Fragen erörtert. Die Antworten sind komplex und vielschichtig. Selbsterklärend ist Geschmack jedenfalls nicht. So ergab sich, dass Sorteneigenschaften zwar eine wesentliche Bedeutung für den Geschmack haben, produktions- und umweltbedingte Faktoren aber genetisch geprägte Geschmackseigenschaften überlagern können. Lineare Rückschlüsse von der Geschmacksvielfalt auf eine dieser zugrunde liegenden biologischen Vielfalt sind daher nicht möglich. Dennoch kann es gelingen, über den Geschmack als »Sprache der Lebensmittel« Verbraucherinnen und Verbraucher für das Thema Biodiversität zu sensibilisieren.

Viele Akteure der Lebensmittelkette befassen sich in unterschiedlichen Projektkonstellationen inzwischen mit Fragen der Biodiversität und Nachhaltigkeit. Gemeinsam ist diesen Projekten, dass »Geschmack« und »Geschmacksvielfalt« – wenn überhaupt – eine untergeordnete Rolle spielen. Ihre Maßnahmen konzentrieren sich hauptsächlich auf die Rahmenbedingungen der Produktion wie z. B. der Anlage von Blühstreifen, Hecken und Bäumen, Nistkästen, Naturinseln, der Reduktion des Einsatzes von Pestiziden sowie der Förderung von Monitoring, Fortbildungen und Beeinflussung der politischen Rahmenbedingungen.

Einen anderen Weg ging das AgrarBündnis mit einer Reihe von Fachgesprächen, deren Ergebnisse unter dem Titel *Geschmack erklärt!* Ende 2022 veröffentlicht wurde.¹ Das Projekt wurde gemeinsam mit Slow Food Deutschland und dem Geschmackstage Deutschland e.V. bereits 2019 konzipiert.

»Geschmack erklärt!« – hinter dieser Behauptung stand die Idee, dass am Beispiel von Obst und Gemüse »Geschmack« und »Geschmacksvielfalt« als Kommunikationsinstrument genutzt werden kann, um – vom Ende der Lebensmittelkette her betrachtet – einen Zusammenhang zwischen dem Produktangebot und der diesem zugrunde liegenden biologischen Vielfalt herzustellen und Verbraucherinnen und Ver-

braucher dadurch für den Erhalt und Ausbau einer vielfältigen, artenreichen, regionalen, klimaresilienten Land- und Ernährungswirtschaft zu sensibilisieren.

Im Fokus standen dabei unverarbeitetes Obst und Gemüse. Diese haben für solche Betrachtungen den Vorteil, dass sie im Verlauf ihres Weges durch die Lebensmittelkette – von der Ernte bis zum Verkauf – normalerweise keine verarbeitungsbedingten Änderungen erfahren. Damit sind Obst und Gemüse auch die Produktgruppen, die sich im Kontext der *Planetary Health Diet* am ehesten eignen, Rückschlüsse auf die Art und Weise ihrer Produktion und damit auf die »Gesundheit des Planeten« hinsichtlich der Biodiversität zuzulassen.

Neben einer umfangreichen Internet- und Literaturrecherche, der Teilnahme an Veranstaltungen zum Themenfeld Biodiversität und Lebensmittelkette in den Jahren 2021 und 2022 sowie zahlreichen informell geführten Gesprächen mit Expertinnen und Experten bestand der Kern dieses Projekts in insgesamt fünf sehr offen geführten »Fachgesprächen entlang der Lebensmittelkette«. Dabei ging es um die Erfahrungen und Sichtweisen von Fachleuten aus deren beruflichen Praxis, die in öffentlichen Darstellungen nur selten thematisiert werden. Insofern hat die Studie den Charakter einer Art »Feldstudie«. Ein wissen-

schaftlicher Anspruch kann und soll also weder mit dem Prozess noch mit dem Resultat der Studie erhoben werden.

Züchtungsziele

Bei der Züchtung von Obst und Gemüse stehen Eigenschaften wie Resistenz gegen Krankheiten oder gute Lagereigenschaften im Vordergrund. Geschmack und Geschmacksvielfalt als Züchtungsziel sind also im Kontext mit anderen Züchtungszielen zu sehen:

Der »typische Geschmack«

So soll ein für die Art typischer Geschmack bedient werden: Erbse muss nach Erbse schmecken bzw. so, wie sich die Mehrheit der Bevölkerung vorstellt, dass eine Erbse schmeckt. Abweichungen im Aromenspektrum, die als ungewöhnlich empfunden werden könnten, werden vermieden. So entwickelt sich eine Art »Mainstream-Geschmack«, der sich nach und nach verfestigt. Ein Beispiel hierfür ist das Wegzüchten von Bitterstoffen, z. B. bei Spargel und Chicorée. Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft betreiben einen erheblichen Aufwand, um die Geschmacksvorlieben ihrer Kundschaft zu ergründen, insbesondere wenn es um die Neueinführung einer Sorte geht.

Klimaanpassung

Neben Eigenschaften wie Resistenz gegen Krankheiten oder gute Lagereigenschaften wird die züchterische Anpassung an veränderte Klimabedingungen insbesondere im Obstanbau immer wichtiger: Wohl-schmeckende Sorten, z. B. bei Zwetschgen und Äpfeln, die über Jahrzehnte gut angebaut werden konnten, müssen aussortiert werden, weil sie mit steigenden Temperaturen und zunehmender Trockenheit nicht mehr zurechtkommen. Es braucht neue, klimangepasste Züchtungen mit mehr Widerstandsfähigkeit gegen Spätfröste, Hitzeperioden und Trockenheit.

Vielfalt der Formen und Farben

Bei Gemüse wird derzeit viel »gespielt« mit Formen und Farben. Dies kann – muss aber nicht – mit geschmacklichen Variationen verbunden sein. Bei Paprika beispielsweise dominiert zwar nach wie vor der Klassiker »Block-Paprika«. Im Vergleich zu den etwas süßeren Spitzpaprika und den kleinen »Sweet-bites« (»Snackpaprika«) gibt es hier auch deutlich wahrnehmbare Geschmacksunterschiede. Gelbe Zucchini oder Kugelzucchini sind inzwischen gut eingeführt. Für ungeschulte Verbraucherinnen und Verbraucher dürfte es allerdings kaum möglich sein, geschmackliche Unterschiede zu identifizieren. Ähnliches gilt für Möhren, die mit unterschiedlichen Farben inzwischen in viele Supermarktregale Einzug

gehalten haben, geschmacklich aber kaum zu unterscheiden sind.

Eine im wahrsten Sinn des Wortes ins Auge fallende Besonderheit bilden Tomaten: Eine Vielfalt kleinfrüchtiger Tomaten ist inzwischen auf dem Markt, wie z. B. die Honigtomaten des holländischen Züchters Looye Kwekers, die intensiv und süß schmecken – aber mit Kilopreisen weit über 20 Euro extrem hochpreisig sind.

Ein anderes Beispiel: Die vom kleinen Naturkostladen bis zum Supermarkt angebotenen oft sehr voluminösen »Ochsenherztomaten« – im Übrigen eine nicht geschützte Bezeichnung. Meistens handelt es sich dabei um wohlschmeckende samenfeste Sorten. Mittlerweile werden aber auch Hybridsorten eingesetzt, die genauso aussehen, aber größere Erträge haben und im Gegensatz zum Original fad schmecken.

Geschmack und Anbaubedingungen

Geschmacksprägende Eigenschaften, wie die Ausprägung bestimmter Aromastoffe oder das Zucker-Säure-Verhältnis, werden nicht nur von der Sorte, sondern auch von wetterbedingten Rahmenbedingungen wie Temperatur oder Sonnenscheinintensität beeinflusst. Bei Erdbeeren z. B. können sich bei der gleichen Sorte die Geschmackseigenschaften von Tag zu Tag ändern. Bei Äpfeln kann der Einsatz von Hagelnetzen durch die Reduzierung der Sonneneinstrahlung Geschmack und Farbe beeinflussen. Weitere sortenunabhängige Einflussfaktoren sind der Pflückzeitpunkt oder die Lage am Baum und die damit verbundene unterschiedliche Sonnenexposition.

Der Salzgehalt des Bodens und die richtigen Nährstoffzugaben zur richtigen Reifezeit sind Faktoren, die bei Tomaten zu einer signifikanten Steigerung beim Aufbau von Geschmacksstoffen führen können. Die genetischen Sorteneigenschaften können dabei eine unterschiedliche Wirkung darauf haben, in welchem Umfang die Pflanze auf anbaubedingte Faktoren reagiert.

Bei der ökologischen Produktion von Lebensmitteln gibt es grundsätzlich keine anderen Zusammenhänge zwischen Anbau und Geschmack wie im konventionellen Anbau. Mehrere Untersuchungen, die in einer Metastudie² ausgewertet und zusammengefasst wurden, weisen darauf hin, dass die Inhaltsstoffe ökologischer und konventioneller Produkte generell nicht stark voneinander abweichen. Nachgewiesen ist jedoch eine in der Regel höhere Nährstoffdichte bei Biolebensmitteln, die von einem größeren Trocken-substanzgehalt bei Biolebensmitteln herrührt.³ Auch zeigten die Studien für Bioobst und -gemüse zwischen zehn und 50 Prozent erhöhte Werte an sekundären Pflanzeninhaltsstoffen, denen gesundheitsförderliche Wirkungen zugeschrieben werden.⁴ Biogemüse und

-obst *können* daher grundsätzlich höhere Genusswerte aufweisen als konventionelle Erzeugnisse.⁵

Während gut belegt ist, dass der Ökolandbau gegenüber der konventionellen Variante in den Bereichen Wasserschutz, Bodenfruchtbarkeit, Biodiversität, Klimaanpassung und Ressourceneffizienz deutliche Vorteile hat, kann aber eine wissenschaftlich gestützte Aussage im Sinne von »Bio ist gesünder und schmeckt besser« für das individuelle Ernährungsverhalten generell nicht getroffen werden.

Der Geschmack und sein Preis

Die Motivation der Kundinnen und Kunden bei der Auswahl von Lebensmitteln ist heterogen: Bei Befragungen hat Geschmack als Kaufkriterium den höchsten Stellenwert. Ebenfalls hoch bewertet werden eine umwelt- und ressourcenschonende Produktion sowie eine regionale Herkunft.⁶

Dies alles ist nicht zum Nulltarif zu haben. Obst und Gemüse jenseits des Standardsortiments sind in der Regel teurer, was – zumal in einer angespannten Situation steigender Lebensmittelpreise – schwer zu vermitteln ist.

Dies zeigt das Beispiel der »Reichenauer Inselperle«⁷, eine hoch aromatische mittelgroße Tomate, die jedoch eine geringe Haltbarkeit hat. Sie wurde trotz ihres höheren Preises in den Jahren der Corona-Pandemie sehr gut verkauft, wie überhaupt der regionale Obst- und Gemüsemarkt in dieser Zeit eine Belebung erfahren hat. Als Folge der steigenden Lebensmittelpreise ab dem Frühjahr 2022 zeigte sich jedoch eine deutliche Kaufzurückhaltung. Der Geschmack tritt in den Hintergrund und es werden wieder die wesentlich günstigeren, lange haltbaren Longlife-Tomaten nachgefragt – egal, woher sie kommen.

Auch wenn sich Supermärkte und Discounter größte Mühe geben, ihre Frischeregale möglichst attraktiv zu gestalten, so erfolgt dies nach strengen Parametern hinsichtlich Gewicht und Form, die der Handel den Erzeugerbetrieben vorgibt. Wie die Produkte aussehen müssen, wie groß und schwer sie sein dürfen. Alles muss genormt sein, damit die Waren ins Regal passen. Sehr selten wird dabei Wert auf die Geschmacksparameter gelegt. Entscheidend ist der Umsatz pro Quadratmeter Regalfläche.

Wer hat die Geschmackshoheit? – Geschmack und Globalisierung

75 % des deutschen Apfelmärktes werden von zehn Sorten bestritten.⁸ Ein Bezug zur eigentlich vorhandenen Sortenvielfalt – noch Mitte des 19. Jahrhunderts waren in Deutschland etwa 2.000 Apfelsorten bekannt – ist mehrheitlich verloren gegangen. Bei den

bekanntesten zehn bis 20 kommerziell gängigen Apfelsorten gibt es zwar Geschmacksunterschiede, die sich aber alle in einem relativ ähnlichen Geschmacksspektrum bewegen. Alte Sorten werden zwar oft verbal wertgeschätzt. Dennoch werden bei Blindverkostungen meist Standardsorten, wie z. B. Elstar bevorzugt. Die Mehrheit verlangt nach knackigen Äpfeln, die eine mehr oder weniger rote Schale haben.

Aufgrund der Globalisierung des Handels und des geringen Selbstversorgungsgrades sind inländische Obstbaubetriebe gezwungen, Sorten anzubauen, die europa- oder weltweit gehandelt werden. Auch sie müssen Sorten wie Braeburn, Gala und Fuji anbauen, um im Markt zu bestehen.

Auch im Gemüsebau, wo der Selbstversorgungsgrad bei rund 38 Prozent liegt,⁹ werden Sorten aus anderen Anbauregionen auf den Markt gebracht. Wenn die ausländische Saison vorbei ist, kann nahtlos zur innerdeutschen Saison umgeschwenkt werden. Die Kundschaft bemerkt die Unterschiede in der Regel nicht. Zuerst wird die spanische und die italienische Ware angeboten, dann folgt die deutsche oder holländische.

Das wirtschaftliche Problem für die inländischen Erzeugerbetriebe ist, dass die Erträge mit diesen Sorten hierzulande geringer sind als in den Herkunftsregionen. Trotzdem werden sie hier angebaut, weil der Lebensmitteleinzelhandel ganzjährig dem Kundenwunsch nach ständiger Verfügbarkeit eines gleichbleibenden Angebotes nachkommen will.

Stellschrauben für mehr Geschmacksvielfalt

Trotz der strukturellen Hindernisse, die dazu führen, dass am Ende der Lebensmittelkette insbesondere im großen Lebensmitteleinzelhandel nur wenig Vielfalt ankommt bzw. umsetzbar ist, gibt es Möglichkeiten, Geschmacksvielfalt zu fördern und zu vermitteln. Im Kern handelt es sich dabei fast immer um die Kombination eines geeigneten Absatzkanals und einer guten Kommunikation, die auf den jeweiligen Absatzweg zugeschnitten ist.

Stellschraube Direktvermarktung

Je mehr Handelsstufen im Spiel sind, desto enger werden die Spielräume für die Vermittlung von Geschmacksqualität und Geschmacksvielfalt. Absatzkanäle wie z. B. Wochenmärkte und Hofläden haben zwar nicht die Reichweite der großen Supermarktketten und der Discounter, sind aber Orte, an denen eine direkte Kommunikation mit der Kundschaft stattfinden kann. Sie sind wesentlich geeigneter, die Vielfalt von Lebensmitteln den Verbraucherinnen und Verbrauchern nahe zu bringen. Ein Modell, das gelegentlich schon praktiziert wird, sind Abo-Kisten, die je nach Verfügbarkeit »ProSpecieRara«-Artikel enthalten.¹⁰

Stellschraube Gastronomie

Grundsätzlich ist die Gastronomie ein prädestinierter Absatzkanal und eine Kommunikationsplattform für Lebensmittel mit hoher Geschmacksqualität. Köchinnen und Köche einer regional ausgerichteten Gastronomie oder der Spitzengastronomie beziehen spezielle Gemüsearten und -sorten direkt von kleineren Betrieben aus der näheren Umgebung. Dies an ihre Gäste zu kommunizieren, ist Teil ihres gastronomischen Konzeptes.

Im Sinne einer größeren Breitenwirkung ist auch der Bereich Gemeinschaftsverpflegung interessant, wobei hier oftmals die Hürde besteht, dass die benötigten Mengen zu groß und die Lieferantenbetriebe zu klein sind, um die Verfügbarkeit zuverlässig planen zu können. Einzelne Projekte versuchen hier tragfähige Lösungen zu finden.¹¹

Stellschraube Bildung

Kinder und Jugendliche sind von Natur aus »Feinschmecker«. Hier muss Geschmacksbildung ansetzen und kann dabei auf die Neugier der meisten Kinder setzen. Am besten geschieht dies im Alltag der Familie, aber natürlich auch in Kita und Schule, wo Kinder idealerweise im Rahmen der alltäglichen Gemeinschaftsverpflegung, aber ebenso durch spezielle Geschmacksexperimente, mit unterschiedlichen Geschmäckern bekannt gemacht werden und durch das Probieren möglichst vieler unterschiedlicher Lebensmittel lernen, sensorische Fähigkeiten zu entwickeln, Geschmäcker zuzuordnen und diese dann auch zu benennen. Eine ideale Ergänzung findet diese Art der Geschmacksbildung, wenn sie mit praktischen Erfahrungen beim Besuch von Gartenbau- und Landwirtschaftsbetrieben und eigenem Gärtnern in einem Schulgarten verbunden werden kann.

Stellschraube Kooperationen

Es gibt immer wieder regionale Initiativen für Kooperationen zwischen Erzeugerbetrieben und dem Lebensmittelgroß- und -einzelhandel, die zum Ziel haben, spezielle regionale Erzeugnisse wie z. B. Apfelsorten und Apfelprodukte aus Streuobstwiesenanbau oder besondere Gemüsesorten auf den Markt zu bringen. Solche Kooperationen können von beiden Seiten – Erzeuger wie Handel – ausgehen. Ob sich die dadurch geförderten Produkte, die im Vergleich zu Standardware meist etwas teurer sind, auf dem Markt etablieren können, hängt davon ab, inwieweit es gelingt, über spezielle Aktionszeiträume hinaus eine dauerhafte und für alle Beteiligten tragfähige Nachfrage zu schaffen.

Stellschraube Politische Rahmenbedingungen

Die Förderung von mehr Vielfalt muss über die verstärkte Bindung von Agrar-Umweltmaßnahmen an

die Umsetzung entsprechender biodiversitätsfördernder Maßnahmen gestärkt werden. Darüber hinaus notwendig ist die Förderung sowohl der Erhaltungszüchtung als auch der biologischen Neuzüchtung, da der Aufwand für Forschung, Erprobung, Zulassung nicht allein aus der Wertschöpfungskette generiert werden kann.

Auch das Saatgutrecht muss zu einer Förderung von mehr Vielfalt beitragen. Saatgut muss als Gemeingut anerkannt werden. Neben der notwendigen Sicherung alter und traditioneller Sorten als Reservoir für die künftige Züchtung muss die Weitergabe und der uneingeschränkte Verkauf alter traditioneller und regionaler Sorten möglich sein. Informelle Saatgutssysteme zur Entwicklung, Erzeugung und Verbreitung von Kultursaatgut dürfen nicht eingeschränkt werden. Sie sind ein wichtiger Teil zur Erhaltung der Kultur- und Nutzpflanzenvielfalt, die letztlich nicht nur Garant für mehr Geschmacksvielfalt, sondern auch Grundlage für die Erhaltung der Ernährungssicherheit ist.

Bedauerlicherweise geht der im Juli 2022 vorgelegte Gesetzesentwurf der EU-Kommission in die falsche Richtung: Im Grundsatz bleiben die derzeitigen Rechtsvorschriften für die Produktion und Vermarktung von Saatgut bestehen. Anstrengungen für mehr Biodiversität sind nicht in Sicht; die Bevorzugung industrieller Hybridsorten gegenüber regionalen Züchtungen und alten Sorten wird zementiert.¹²

Perspektive Geschmacksvielfaltstrategie

Auf ganz unterschiedliche Weise engagieren sich die unterschiedlichsten Akteure der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft für Biodiversität – zum Teil eingebunden in größer angelegten Konzepten und Strategien auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene. Geschmack und Geschmacksvielfalt spielen – wenn überhaupt – aus den hier dargestellten Gründen hierbei nur eine nachgeordnete Rolle.

Perspektivisch könnte daran gedacht werden, analog zu einer Biodiversitätsstrategie eine Art »Geschmacksvielfaltstrategie« zu entwerfen, die vorhandenen Ansätze auf unterschiedlichen Ebenen und in unterschiedlichen Bereichen zum Erhalt von Vielfalt unter dem Aspekt der Sensibilisierung für Geschmacksqualität und -vielfalt zusammenfasst:

- *Fördern* – durch gute Rahmenbedingungen für die Erforschung und Verbreitung alter Sorten, biologischer Vielfalt und Regionalität
- *Ermöglichen* – durch Marktzugang und ökonomische Anreize
- *Vermitteln* – durch zielgerichtete Kommunikation entlang der gesamten Lebensmittelkette

Folgerungen & Forderungen

- Geschmack erklärt – aber nicht von selbst und auch nicht alles. Es braucht Übersetzungshilfen, um die oft nicht wahrnehmbaren oder mehrdeutigen Botschaften des Geschmacks zu vermitteln.
- Die Bedeutung des »subjektiven Faktors« bei der Geschmackswahrnehmung ist kaum zu unterschätzen.
- Geradlinige, eindeutige Rückschlüsse von einer am Ende der Lebensmittelkette wahrnehmbaren Geschmacksvielfalt auf eine dieser zugrunde liegenden biologischen Vielfalt sind nicht möglich.
- Strukturelle Rahmenbedingungen und die sich daraus ergebenden Handlungsspielräume spielen eine große Rolle im Hinblick auf die Frage, wie viel Geschmacksvielfalt bei Verbraucherinnen und Verbrauchern ankommt und wahrgenommen wird.
- Direktvermarktungskanäle, Hofläden und Wochenmärkte eignen sich besonders gut, um die Geschmacksqualität und -vielfalt von unverarbeitetem Obst und Gemüse an die Kundschaft zu vermitteln.
- Entscheidend ist aber auch für solche Marktnischen, mit welcher Motivation, welchen Kompetenzen und mit welchem Aufwand Akteurinnen und Akteure die besondere Geschmacksqualität und Geschmacksvielfalt ihrer Erzeugnisse als Medium zur Wertschätzung von Lebensmitteln in der Kommunikation mit Verbraucherinnen und Verbrauchern nutzen.
- Die Förderung von mehr Vielfalt muss durch entsprechende politisch gesetzte Rahmenbedingungen und Fördermaßnahmen gestärkt werden.
- Dies könnte im Rahmen einer umfassenden »Geschmacksvielfaltsstrategie« erfolgen, die der nationalen Biodiversitätsstrategie zur Seite gestellt wird. Die Verantwortung für die geschmackliche und biologische Vielfalt unserer Lebensmittel darf nicht allein auf Verbraucherinnen und Verbraucher, regionale Initiativen und die Akteure der Wertschöpfungskette abgeschoben werden.

Neben den Konzepten und Projekten, die sich um die Förderung von Artenvielfalt, die Erhaltung alter Sorten und Züchtung neuer samenfester Sorten bemühen, müssen hier auch Forschungsfragen Eingang finden, die sich mit bisher nur unzureichend bearbeiteten Themen, wie z. B. geschmacksprägenden Inhaltsstoffen bei alten Sorten oder gesundheitsrelevanten Wirkungen bestimmter Inhaltsstoffe befassen. Dazu kommen ökonomische Fragestellungen: Welche Anreize können auf Erzeuger- und Verbraucherseite geschaffen werden, um die Nische für solche Produkte auszuweiten?

Ein Weg für den Erwerbsobst- und Gemüsebau bestimmter Regionen könnte sein, ein regionalspezifisches Sortiment mit an das Klima der Region angepassten Sorten aufzubauen. Ein solches Vorhaben muss allerdings auf lange Sicht angelegt sein. Geschmack spielt dabei eine entscheidende Rolle: Vorstellbar ist die Entwicklung einer regionalen Dachmarke, die ein ganzes Sortiment, also frühe, mittlere, späte und Lagersorten umfasst, und verschiedene Geschmacksrichtungen bedient. In Verkostungsaktionen kann die Geschmacksvielfalt kennengelernt werden. Dazu wird kommuniziert, dass diese Äpfel mit ihren Eigenschaften an die klimatischen Verhältnisse dieser Region angepasst sind. In diesem Zusammenhang sei auf das Projekt »Obstbau-Modellanlagen zur Förderung der biologischen Vielfalt« hingewiesen.¹³

Und last but not least: Geschmacksqualität und -vielfalt sind auch soziale und kulturelle Werte, die nicht nur ökologisch und ökonomisch zu fassen sind,

wie Ursula Hudson, die 2020 verstorbene, langjährige Vorsitzende von Slowfood Deutschland immer wieder deutlich gemacht hat: »Es ist unsere Ernährung, es sind die Lebensmittel, die uns in Beziehung setzen zu Menschen, zur Natur, zu Landschaften, zu uns selbst, zu Ökonomien und vielem mehr. Essen ist der große Beziehungstifter. Und wenn wir schon jeden Tag diesem Grundbedürfnis nachgehen und essen dürfen, dann sollten wir es doch auch gleich genießen und wertschätzen.«¹⁴

Anmerkungen

- 1 AgrarBündnis (Hrsg.): Geschmack erklärt! Geschmack und Geschmacksvielfalt bei Obst und Gemüse. Konstanz 2022 (https://agrarbuendnis.de/fileadmin/Daten_AB/Projekt_Geschmack_erkla%C3%A4rt/AgrarBu%CC%88ndnis_Geschmack_erkla%CC%88rt_digital.pdf). In der Broschüre finden sich auch nähere Angaben zu den Fachgesprächen und den Teilnehmenden sowie weitere Quellenangaben und Hinweise zu interessanten Projekten rund ums Thema. – Das Projekt wurde von der Landwirtschaftlichen Rentenbank gefördert.
- 2 C. Smith-Spangler et al.: Are organic foods safer or healthier than conventional alternatives? A systematic review. In: *Annals of Internal Medicine* 157/5 (2012), pp. 348-366 (www.acpjournals.org/doi/10.7326/0003-4819-157-5-201209040-00007?articleid=1355685).
- 3 FH Münster (www.fh-muenster.de/oecotrophologie-facility-management/downloads/strassner/veroeffentlichungen/2012_CS_542-43.pdf).
- 4 Deutsche Gesellschaft für Ernährung: Sekundäre Pflanzenstoffe und Gesundheit (www.dge.de/wissenschaft/weitere-publikationen/fachinformationen/sekundaere-pflanzenstoffe-und-ihre-wirkung/).

- 5 B. Tauscher et al.: Bewertung von Lebensmitteln verschiedener Produktionsverfahren. Statusbericht 2003 (Angewandte Wissenschaft, Heft 499). Karlsruhe 2003, S. 55 (www.openagrar.de/receive/import_mods_00008388).
- 6 Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): Deutschland wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2023. Berlin 2022 (https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/ernaehrungsreport-2023.pdf?__blob=publicationFile&v=4).
- 7 Reichenauer Inselperle (<https://reichenauer-gemuesekiste.de/reichenauer-inselperle/>).
- 8 Statista: Sortenanteile der wichtigsten Apfelsorten in Deutschland im Jahr 2021/22 (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/29118/umfrage/bedeutende-apfelsorten-in-deutschland-nach-sortenanteil/>).
- 9 Bundeszentrum für Ernährung: Selbstversorgungsgrad in Deutschland (www.bzfe.de/service/news/aktuelle-meldungen/news-archiv/meldungen-2023/maerz/selbstversorgungsgrad-in-deutschland/).
- 10 www.prospecierara.de.
- 11 J. Brandt: EIP-Projekt: Kooperation ist kein Selbstläufer. In: Bauernzeitung vom 6. Juli 2021 (www.bauernzeitung.de/agrarpraxis/betriebsfuehrung/eip-projekt-kooperation-ist-kein-selbstlaeufer/). – Biogemüse Brandenburg (www.biogemuese-brandenburg.de).
- 12 DNR: Reformvorschlag zum EU-Saatgutrecht stößt auf Kritik. EU-News vom 13. Juli 2023 (www.dnr.de/aktuelles-termine/aktuelles/reformvorschlag-zum-eu-saatgutrecht-stoesst-auf-kritik).
- 13 Obstbau Biodiversität: Obstbau-Modellanlagen zur Förderung der biologischen Vielfalt in Baden-Württemberg (<https://obstbau-biodiv.de>).
- 14 U. Hudson in: »Wir brauchen einen Systemwechsel in der Lebensmittelproduktion!«. In: Ländlicher Raum 03 (2017), S. 57 (www.asg-goe.de/pdf/LR0317.pdf).



Ulrich Frohnmeyer

UF Konzeption + Management, Autor und Moderator der Fachgespräche.

ufrohnmeyer@uf-konzepte.de



Andrea Lenkert-Hörrmann

Agentur für nachhaltige Entwicklung, Autorin und Moderatorin der Fachgespräche.

alh@lenkert-hoerrmann.de