

# Der Planet ist, was wir essen

Autor(en): **Hochstrasser, Judith**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Horizonte : Schweizer Forschungsmagazin**

Band (Jahr): **33 [i.e. 32] (2020)**

Heft 127: **Das Essen der Zukunft ist da**

PDF erstellt am: **14.05.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Der Planet ist, was wir essen



Judith Hochstrasser  
Co-Redaktionsleiterin

Kuhmilch, Gluten oder schlicht Kohlenhydrate – viele Menschen verzichten ganz oder in Intervallen auf diese Nahrungsbestandteile, obwohl sie weder an Laktoseintoleranz noch an Zöliakie leiden und auch nicht übergewichtig sind. Die Vorstellungen davon, welches Essen – und vor allem welche Komponenten daraus – uns allen besonders gut oder besonders schlecht bekommt, folgen oft aktuellen Trends. Das über Jahrzehnte dämonisierte Ei wurde inzwischen rehabilitiert. Dafür gilt lange Zeit unbescholtene Nahrung wie Weizen plötzlich für viele als ungeniessbar. Auf der anderen Seite wird uns im Detailhandel angeblich aussergewöhnlich gesundes Essen mit extra vielen guten Nährstoffen als sogenanntes Super Food angeboten, illustre Zutaten sind etwa Chiasamen, Ingwer oder Blaubeeren. Das erfolgreiche Marketing vermittelt den Leuten das Gefühl, dass sie sich selbst etwas Gutes tun, wenn sie Super Food zu sich nehmen. Dahinter versteckt sich der uralte Wunsch der Menschen, besser und länger zu leben. Gesundes Essen wird zum Jungbrunnen in kleinen Portionen.

Dabei ist der Einfluss einzelner Lebensmittel auf die Gesundheit derart klein, dass er kaum ins Gewicht fällt, wie die Ernährungsphysiologin Hannelore Daniel in unserem Fokus zu besserem Essen sagt. Wir widmen uns in dieser Ausgabe deswegen nicht einfach gesunder Nahrung, sondern dem Smart Food. Auch dieser Begriff ist kluges Marketing. Doch geht es bei ihm um mehr als das individuelle Befinden, es geht sozusagen um das Wohlergehen der ganzen Menschheit und das Überleben des Planeten. Die Produktion von Smart Food muss nachhaltig und sozial verträglich sein. Mit ihm sind die Anliegen der Weltläden aus den Neunzigerjahren in den Laboratorien der Hochschulen und den innovativen Köpfen der Start-ups angekommen. Die einzelnen Smart-Food-Portionen mögen noch zu klein sein, um als Jungbrunnen für unseren Planeten zu wirken. Aber immerhin können wir es öfter auf unseren Menüplan setzen und so ein bisschen die Welt retten.