



INTERVIEW



Personalisierte Ernährung ist die Zukunft

Prof. Dr. Holger Buxel

ist Professor für Lebensmittel-Marketing an der Fachhochschule Münster. Zusammen mit der Deutschen Lebensmittelgesellschaft (DLG) hat er im Sommer 2019 in der „My Food“-Studie die Relevanz und Akzeptanz von Angeboten für eine personalisierte Ernährung aus Verbrauchersicht betrachtet.

Herr Professor Buxel, wie wird sich die konventionelle Ernährungsberatung in den nächsten zehn Jahren ändern?

Ich vermute nicht, dass Computerprogramme und Apps die Jobs der Diätassistenten übernehmen. Sie werden aber zu immer wichtigeren Begleitern. Insbesondere bei der Umsetzung von Ernährungsplänen im Alltag wird alles noch viel digitaler werden. Doch gerade für Kranke und Mangelernährte sowie Menschen mit Essstörungen ist eine fachliche Analyse und Beratung in einer Qualität erforderlich, die noch kein computerbasiertes Programm leisten kann. Ganz abgesehen davon, hängt die Akzeptanz und Umsetzung solcher Pläne oftmals auch vom „Zwischenmenschlichen“ ab: Es ist wichtig, jemanden zu haben, der einen begleitet.

Momentan können sich gerade einmal 38 Prozent der befragten Verbraucher vorstellen, DNA- oder Darmanalysen für individuelle Ernährungsprogramme zu nutzen. Woran liegt das?

Diese Analysen werden gedanklich oft mit medizinischen Untersuchungen verknüpft und sind dadurch bei vielen Menschen negativ belegt. Ich vermute, dass dadurch gerade bei gesunden Menschen die Hemmschwelle groß ist, sich einer DNA- oder Darmanalyse zu unterziehen. Viele, auch kerngesunde Menschen vermuten, dass es bei ihnen noch unentdecktes Ernährungs-Optimierungspotenzial gibt. Sie sind grundsätzlich offen für personalisierte Ernährungsempfehlungen, suchen dann aber statt einer Analyse eher Ernährungstipps und Produkte für sich und ihren Alltag, um vielleicht noch etwas gesünder zu leben.

Warum war die Zeit reif für eine großangelegte Studie zur personalisierten Ernährung aus Verbrauchersicht?

Seit Jahren können wir bei Lebensmitteln einen Individualisierungstrend beobachten. Kunden von heute wünschen sich zunehmend nicht nur eine Palette an Standardprodukten und -empfehlungen, sondern suchen nach auf sie zugeschnittenen Konzepten. Die „My Food“-Studie betrachtet, wie interessant und attraktiv eine personalisierte Ernährung aus Verbrauchersicht ist. Daraus lassen sich konkrete Chancen und Entwicklungsperspektiven für Angebote einer personalisierten Ernährung für den Lebensmittelsektor abschätzen, um auf die Bedürfnisse der Verbraucher besser eingehen zu können.