

Christine Brombach

## **Convenienceprodukte und Essen: Zeitgewinn oder Kosten für den Bereich der Beköstigung im Privathaushalt?**

Convenienceprodukte im Bereich der Beköstigung im Privathaushalt bringen nicht nur „Zeitersparnis“ und „Bequemlichkeit“ sondern verursachen auch „Kosten“. Anhand von sechs Thesen werden Aspekte aufgegriffen, die die möglichen Konsequenzen der Convenience-nutzung aufzeigen. Das Thema Convenienceprodukte bietet viele praktische und alltagsnahe Anknüpfungspunkte für den Hauswirtschaftsunterricht.

**Schlüsselwörter:** Convenience, Essen, Daseinsvorsorge, Zeit, Hauswirtschaftsunterricht

---

### **1 Einleitung**

Wir sind als Mensch „in die Welt geworfen“ (Heidegger, 2006) und müssen uns zwingend mit Nahrung versorgen, wenn wir am Leben bleiben wollen. Jeder Mensch muss essen und trinken, die dazu erforderlichen Ressourcen und Kenntnisse werden während eines Sozialisationsprozesses erworben. Diese uns auferlegte Daseinsvorsorge (v. Schweitzer, 1968) ist eine anthropologische Voraussetzung, die wir bewältigen müssen. Das Haushälterische Handeln im Privathaushalt ermöglicht uns, die notwendigen Seinsvoraussetzungen zu schaffen und diese nach verfügbaren Ressourcen, Werten und Einstellungen eines Privathaushaltes auszuführen (v. Schweitzer, 1991). Im Zusammenhang dieser Daseinsvorsorge, die der Privathaushalt (v. Schweitzer, 1991) erbringen muss, stellt die Beköstigung den zeit- und meist auch ressourcenintensivsten Konsum- und Produktionsbereich innerhalb der Aufgabenbereiche der Haushalte dar (Leonhäuser et al., 2009; Statistisches Bundesamt, 2003). Der Erwerb, Produktion, Vorbereitung, Zubereitung wie auch das Bevorraten und Entsorgen der Lebensmittel benötigt, wie das Essen an sich, Ressourcen und Kenntnisse. Mahlzeiten sind, wie Simmel es ausdrückte, das Gemeinsamste, was den Menschen gemeinsam ist. „Dass wir essen müssen, ist eine in der Entwicklung unserer Lebenswerte so primitiv und niedrig gelegene Tatsache, dass sie jedem Individuum fraglos mit jedem anderen gemein ist“ (Simmel, 1910). Mahlzeiten schaffen dabei nach Simmel die Voraussetzung einer zeitlichen Abfolge und Regelmäßigkeit, mit der Folge, dass der „Naturalismus“ und der egoistische Trieb des Menschen überwunden werden.

## Convenience = bequem?

Der Einsatz von „Convenience“-Produkten für die Beköstigungsaufgaben ist selbstverständlich und Teil einer nicht hinterfragten oder scheinbar nicht hinterfragbaren Handlungsweise heutiger Privathaushalte. In diesem Beitrag soll das Thema Convenienceprodukte auf die Produktion und den Umgang mit Lebensmitteln im Privathaushalt eingegrenzt werden und damit aber auch Raum geben für die lebensmitteltechnologischen und ökonomischen Gegebenheiten. Als Hintergrund dieses Artikels dient dazu ein Zeithorizont von 1900 bis zur Gegenwart. Damit reihen sich die Gedankengänge ein in Überlegungen, wie sie Torp und Haupt (2009) anstellen, wenn sie von einem „langen 20. Jahrhundert“ sprechen (Torp, Haupt, 2009, S. 10). In diesem „langen 20. Jahrhundert“ werden die heutigen Rahmenbedingungen angelegt, in dessen Kontext die Privathaushalte ihre Daseinsvorsorge bewältigen müssen. Convenienceprodukte haben für die Privathaushalte und die mit der Beköstigung betreuten Personen ohne Zweifel eine ganze Reihe von Vorteilen mit sich gebracht. Hier soll jedoch den Fragen nachgegangen werden, ob es auch andere als Zeit- und Bequemlichkeitsgewinne und damit „Kosten“ im Umgang und Handhabung von Convenienceprodukten gibt und was aus diesen Überlegungen für die Hauswirtschaftliche Bildung abgeleitet werden kann. Dies erfolgt nach einem Überblick zu den Determinanten des Essens anhand von 6 Thesen sowie einem Fazit.

## 2 Vom Essen und den Voraussetzungen

Essen und die regelmäßige Versorgung des Körpers mit Nährstoffen sind die Voraussetzungen zum Leben. Dass wir essen und trinken müssen ist eine biologische Notwendigkeit; was, wie, wann, wo mit wem und in welcher Reihenfolge wir essen und trinken sollen, ist jedoch maßgeblich kulturell bedingt (Bisogni, et al. 2002; Furst et al., 1996; Shatenstein et al., 2013; Dicken et al., 2014; Winter Falk et al., 1996; Wansink, 2007, Wansink, 2010). Innerhalb der familialen Netzwerke werden Gepflogenheiten und Handhabungen rund um das Essen vermittelt (Brombach, 2000; Methfessel et al., 2016; Edstrom, 2001; Atkins, 2015; Visser et al., 2016; Vabo et al., 2014, Falk et al., 1996; Bartsch, 2011). So erlernen Neugeborene, dass sie in bestimmten Abständen von einer Person, meist von ihren Müttern, versorgt werden. Die Mütter greifen in diesem sorgenden Tun wiederum auf ihre eigenen Erfahrungen und Prägungen zurück und setzen damit einen intergenerationellen Prozess der Weiterführung familialer Ernährungsmuster fort. Kinder werden dahingehend sozialisiert, dass sie den in den Familien praktizierten Umgang mit Essen erfahren (Goody, 1982; Lévi-Strauss, 1965; Menell, 1985; Menell et al., 1992; Barlösius 2011) und die damit verknüpften Regelwerke, Vorstellungen, Werte und den Geschmack erlernen (Fischler, 1988; Dean et al., 2009; de Vriendt et al., 2009; Conklin et al., 2014; Köster, 2009; Gatenby et al., 1997; Gibeny et al., 1997; Blane et al., 2003; Kong et al., 2016). Das frühe Geschmackserleben ist dahingehend

bedeutsam, weil es als biografisch vermitteltes Muster die lebenslang wirkenden Geschmacks- und die Nahrungsvorlieben mitprägt (vgl. hierzu auch Bourdieu (1984), der anhand von Studien aufzeigte, dass der in der Kindheit erlernte Geschmack auch bei sozialem Aufstieg beibehalten und quasi als „Herkunftsgeschmack“ ein Distinktionsmerkmal bleibt). Um die jeweilige „Beharrlichkeit“ des erlernten Geschmacks besser zu verstehen, kann der Einbezug eines intergenerationalen Kontextes helfen, weil anzunehmen ist, dass jede Generation auf ihre eigenen (sozialisierten) Erfahrungen zugreift und diese implizit an die nächste Generation weitergibt. Daraus lassen sich Prägungs- und Vermittlungszeiträume von zumindest drei Generationen vermuten. In der Literatur gibt es wenige Studien, die Essen im Verlauf von drei Generationen untersucht haben (Brombach et al., 2014; Stafleu, 1994; Vauthier, 1996). In einer 3-Generationenstudie von Brombach et al. (2014) wurde angenommen, dass es vier sozio-kulturelle Aspekte sind, die das Essverhalten prägen: die politischen Rahmenbedingungen, die ökonomischen Gegebenheiten, die generellen technologischen Entwicklungen so wie auch die am Markt verfügbaren Lebensmittel.

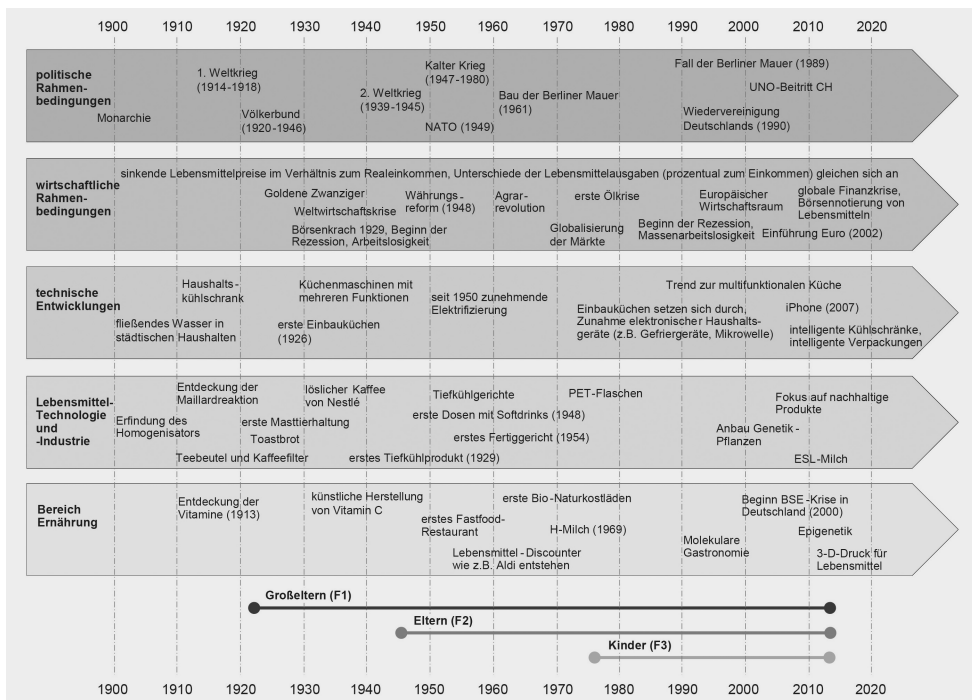


Abb. 1: Rahmenbedingungen für die Prägung des Ernährungsverhaltens in drei Generationen (Quelle: Brombach, 2014, S. 14)

## Convenience = bequem?

Jeder Mensch wird in eine bestimmte historische Zeit hineingeboren und erlernt bestimmte Voraussetzungen als „normal“ anzunehmen, die jedoch von zuvor Geborenen als Neuheit erlebt werden. Jede Generation hat also ganz spezifische, historisch geprägte Bedingungen, die den Umgang, die Auswahl, Kenntnisse und Verfügbarkeit von Lebensmitteln vorgeben und die damit maßgeblich ein jeweiliges Ernährungsverhalten mitgeprägt haben (Dickens, 2014; Savage, 2007; Sobal et al., 1998; Sobal et al., 2003; Sobal et al., 2006; Sobal et al., 2011).

Die Abbildung aus der 3-Generationenstudie verdeutlicht den Zusammenhang, den die jeweiligen Generationen als „Sozialisationsrahmen“ erlernt haben. Am unteren Zahlenstrahl ist jeweils der älteste Geburtsjahrgang pro Generation aufgetragen, um den historischen Rahmen aufzuzeigen. Insgesamt nahmen an der explorativen, nicht repräsentativen Befragung 249 Personen teil (ausführlich siehe Brombach et al., 2014), dabei waren die Grosseltern (F1) zwischen 58-91 Jahre, die Eltern (F2) zwischen 44-68 Jahre und die Kinder (F3) zwischen 16-36 Jahre alt. In der Abbildung sind exemplarisch Ereignisse im Zeitverlauf des „langen 20. Jahrhunderts“ aufgetragen, die als prägende (Kohorten) Einflüsse angenommen werden (die Auswahl der genannten Ereignisse beansprucht keine Vollständigkeit historischer Ereignisse). Damit soll verdeutlicht werden, dass ältere Menschen eine andere Prägung erfahren haben als jüngere.

Tab. 1: Entscheidungskriterien für das Kochen, Vergleich mit den Kindern der 3-Generationenstudie und senpan-Teilnehmenden (Quelle: Brombach et al., 2014, 173).

<b>Hauptkriterien für das Kochen</b>	Großeltern (F1) n = 53	Eltern (F2) n = 96	Kinder (F3) n = 100	Senpan n=84
schnelle Zubereitung	2 %	23 %	23 %	11%
andere Person kocht und bereitet zu	15 %	9 %	1 %	3%
Gesundheit	38 %	29 %	21 %	35%
Geschmack	55 %	47 %	63 %	45%

In Fortführung dieser 3-Generationstudie wurden an der Zürcher Hochschule in Wädenswil (ZHAW), Schweiz, im Rahmen einer online Befragung im Mai 2016 bei 84 Teilnehmenden eines Ü-65-Konsumentenpanels (senpan) mit einem Altersdurchschnitt von 72 Jahre, mit 40 Frauen, 44 Männern, die gleichen Fragen vorgelegt wie in der 3-Generationenstudie. Dabei konnte gezeigt werden, dass ältere Konsumenten bei der Frage nach den Kriterien, die für das Kochen einer Mahlzeit ausschlaggebend sind, eher gesundheitliche Gründe als Zeitgründe als Hauptkriterium angeben. Dies ist vermutlich nicht nur deren jetzigen Rentensituation geschuldet, sondern auch der unterschiedlichen Sozialisation der Senioren. Die Vergleiche der F1-Teilnehmenden der 3-Generationenstudie mit den senpan Teilnehmenden weisen bei der Frage nach den Hauptkriterien, die für das Kochen genannt werden, in eine ähnliche Richtung (vgl. Tab. 1).

Die Gesundheit steht als ausschlaggebendes Kriterium bei der Frage was und wie gekocht werden soll bei den älteren Personen im Vordergrund und wird häufiger genannt als von den jüngeren Personen. Auch die Zeit spielt bei den älteren als Beweggrund nicht dieselbe bedeutende Rolle wie bei den jüngeren Teilnehmenden.

Convenienceprodukte können die Vor- und Zubereitungsdauer der Mahlzeit verringern. So zeigen diverse Studien (vgl. Jabs, Devine, 2006; Sliwa et al., 2015; Devine et al., 2003; Jabs et al., 2007; Smith et al., 2013) dass die Verwendung von Convenienceprodukten die Vereinbarkeit von Familienbeköstigung und Beruf erleichtert.

In der Diskussion um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird vielfach die Versorgungslücke in der (Mittags)Verpflegung der Kinder angeführt. Diese „Verpflegungslücke“ wird von berufstätigen Müttern zähneknirschend wahrgenommen. Sie entwickeln diverse Strategien, die je nach verfügbaren Ressourcen unterschiedlich gehandhabt werden (Leonhäuser et al., 2009; Brombach, 2001) und sich je nach kulturellem Kontext unterscheiden (Jabs et al., 2007; Devine et al., 2009; Devine et al., 2003; Devine et al., 2006). Der tägliche Zeitaufwand für die Beköstigung liegt je nach Umfang der Erwerbstätigkeit der Mütter laut den Daten der Zeitbudgetstudie in Deutschland 2001/02 zwischen 1 h 38 min bei vollzeiterwerbstätigen Müttern und 1 h 55 min bei den nicht erwerbstätigen Müttern (Leonhäuser et al., 2009). Die Strategien der Mütter, die knappe Zeit für die Beköstigung auszuschöpfen umfassten auch den Einsatz von Teil-Convenienceprodukten (TK-Gemüse), die zumindest die Vorbereitungszeit der Mahlzeiten einsparten (vgl. ebd., S. 90ff).

### **3 Convenience-Lebensmittel verändern unsere Beköstigungsweise**

Convenience-Food sind Lebensmittel, bei denen der Hersteller bereits bestimmte Verarbeitungsstufen übernommen hat, um damit der Käuferschaft „Zeit zu sparen“. In der Regel sind Convenienceprodukte durch einen höheren Verarbeitungsgrad gekennzeichnet im Vergleich zu den Ausgangslebensmitteln, die sonst selbst zubereitet werden müssen (Lexikon der Ernährung, 2002). Convenience umfasst aber

## Convenience = bequem?

alle Bereiche, von der Produktion ebenso wie bis zu den Lieferdiensten, die das Essen zu den Privathauhalten ausliefern (Schmitt, 2010). Heute gibt es eine nahezu unüberschaubare Fülle von (Teil)Convenience-Lebensmitteln, die je nach Präferenz der Verbraucher nur noch erwärmt oder mit Soße angereichert werden müssen, wie beispielsweise Fertigsalate. Mittlerweile gibt es im Einzelwarenhandel in der Schweiz auch Läden, die vollständig auf den Convenience-Markt und „to go“ Produkte ausgerichtet sind und sonst kaum andere Produkte anbieten. Das Motto dieser Läden ist „Frische für unterwegs“, sie bieten Convenience-Lebensmittel an, die als gesund, ausgewogen, biologisch und auch nachhaltig ausgelobt werden, um vor allem junge und mobile Kunden zu erreichen. Diese Läden sind nicht nur an den Bahnhöfen von Großstädten zu finden sondern zunehmend auch in Stadtzentren, beispielsweise an frequentierten Orten, an denen Pendler vorbeikommen. Mit den meist längeren Öffnungszeiten bis 22 Uhr sind solche Läden eine Konkurrenz zu den bisherigen Verpflegungsorten wie z. B. Tankstellen, da sie sich dort positionieren, wo auch die „to-go“-Produkte“ unmittelbar konsumiert werden können, an verkehrsgünstigen und meist fußläufigen Orten in der Mitte der Städte. Zusätzlich zu den „to-go“ Produkten ist ein starker Trend zu online-Einkäufen zu beobachten, die (Convenience-)Lebensmittel direkt zu den Kunden ausliefern oder an zentralen Orten (z. B. Bahnhöfen, Ausfallstraßen) in Abholbüchern bereitstellen. Bezahlt wird ebenfalls bequem online.

Wenn der Bogen von Convenience etwas weiter gespannt wird, dann ist die Idee einer „Außer-Haus-Verpflegung“ oder auch das Angebot von (Teil)Convenience nichts grundsätzlich Neues. Das erste industriell hergestellte „Fertiggericht“ war die Erbswurst, die 1867 von Johann Heinrich Grüneberg aus Berlin, erfunden wurde. Seine Erfindung hat Grüneberg dann der Preußischen Armee verkauft, die ihrerseits die Rezeptur an Knorr verkaufte. Knorr gelang es, die Erbswurst auch in der Bevölkerung populär zu machen. Als „Fertiggericht“ war es nicht der zeitliche Aspekt, der zur Auslobung führte, sondern vor allem die preiswerte Mahlzeit, die daraus hergestellt werden konnte (vgl. spiegelonline, 2005).

Die Weiterentwicklung von Convenience-Lebensmitteln verlief im „langen 20. Jahrhundert“ bis in die 50er Jahre eher gemächlich, da die „Industrienahrung“ zwar als „modern“ galt, jedoch war diese meist teurer als die Ausgangsprodukte (mit Ausnahme der erwähnten Erbswurst oder Brühwürfel) und damit für die breite Bevölkerung nicht Bestandteil der üblichen Kost. Erst nach dem 2. Weltkrieg kamen vor allem durch die „Carepakete“ weitere Convenience-Lebensmittel unter die Bevölkerung wie z. B. löslicher Kaffee oder Dosenware. Mitte der 50er Jahre gab es dann auch das erste komplette „Fertiggericht“ auf dem Markt, zögerlich gefolgt von weiteren Angeboten wie z. B. Dosenravioli oder dann auch bald die ersten Backmischungen, die ein schnelles und gelungenes Ergebnis anpriesen. Nach der Etablierung von „Schnellgaststätten“ bzw. „Fast Food Ketten“ in den Großstädten in den 60er bzw. 70er Jahre holten die ländlichen Gebiete bald auf.

Heute haben Convenience-Lebensmittel wie Fertigsalate, Salatsoßen und „to-go“-Produkte den Markt längst erobert und sind aus der Alltagskost nicht mehr wegzudenken. Laut Statistica 2016 haben die vier großen Conveniencegruppen Trockensuppen, Nasssuppen, Trockenfertiggerichte und Nassfertiggericht im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland einen Umsatz von ca. 800 Mio. € pro Jahr. Es wird jedoch prognostiziert, dass in den nächsten fünf Jahren der Umsatz im Conveniencebereich in Deutschland gesamthaft auf über 38Mrd € angewachsen wird, hier vor allem im Frischeconveniencebereich ([www.marktstudien24.de](http://www.marktstudien24.de)). Schnell und gesund, so sind sich Trendforscher einig, soll das Essen unserer Zukunft sein. Hanni Rützler hat in ihrem Foodreport 2016 drei weitere Trends beschrieben: „infinite food“, d. h. Essen wird jederzeit, überall verfügbar sein, „Essen wird zur neuen Religion“ und „fast und good“, d. h. gesunde Convenience-Lebensmittel werden weiterhin angesagt sein (Rützler, 2016).

In den letzten Jahren wurden Stimmen laut, die sich über möglichen die negativen Folgen der Convenienceprodukte äußerten. Als erste Gegenbewegung zu dem „Schnellen Konsum“ aber auch gegen die schnelle (industrielle) Produktion der Lebensmittel wurde im Juli 1986 in Italien durch Carlo Petrini als „Slow Food“ gegründet. Ziel dieser mittlerweile weltweiten Bewegung ist es, gute, saubere und faire Lebensmittel zu schützen und auszuloben ([www.slowfood.de](http://www.slowfood.de)). Hierbei geht es gerade nicht um Convenience sondern um die angemessene Zeit, die z. B. ein Reifungsprozess eines Lebensmittels benötigt ohne diesen enzymatisch zu beschleunigen oder auch um die längere Zeit, die eine manuelle Herstellung im Vergleich zur industriellen beansprucht.

In der Studie zum Essalltag von Familien von Leonhäuser et al. (2009) wurde von den befragten Müttern Vorbehalte zu Convenienceprodukten geäußert, wie beispielsweise, dass sie der Ansicht waren, dass Convenienceprodukte Aromastoffe enthalten oder generell als weniger gesund und schmackhaft empfunden werden (Leonhäuser, 2009, 110, 140). Auch gaben einige Mütter an, dass Selbstgemachtes besser schmecke und überdies frei von Zusatzstoffen sei.

Weiss (2011) führt aus, dass Convenience-Lebensmittel auch Nachteile haben z. B. weil sie in der Zusammensetzung eher unausgewogen sind, Zusatzstoffe enthalten, einen hohen Verarbeitungsgrad aufweisen und mehr Verpackungsmüll verursachen (Weiss, 2011). In einer Studie von Zick und Stevens (2009) wurden die Daten der amerikanischen Zeitstudie hinsichtlich der Zeitverwendungsmuster in der Nahrungszubereitung und Essen von 1975 bis 2006 untersucht. Sie konnten zeigen, dass sich die Zubereitungszeiten kontinuierlich verkürzten (auch und gerade durch Einsatz von Convenienceprodukten), jedoch die Essenszeiten an sich nahezu konstant blieben. Diese Entwicklungen konnten auch in den Niederlanden beobachtet werden (Mandemakers et al., 2014), die daraus auch schließen, dass Privathaushalte im Bereich der Beköstigung zunehmend Dienstleistungen (Convenience) einkaufen und dafür die „freigewordene“ Zeit anderweitig ver-

## Convenience = bequem?

bringen. In anderen Studien wird die Zunahme der Übergewichtigkeit weltweit (Lancet 2016) mit Lebensstilfaktoren (auch dem Essen) in Verbindung gebracht. In den USA ist der Anteil der zugeführten Nahrungsenergie durch den Außer-Haus-Verzehr seit 1965 bis 2008 stetig gestiegen, gleichzeitig aber die Zeit, die für Kochen aufgebracht wurde, gesunken (Smith et al., 2013). Die im Privathaushalt selbst gekochten Mahlzeiten werden als gesünder und ausgewogener erachtet als „to-go“-Produkte“ (Smith et al., 2013). Da Kochen meist durch Vorbilder vermittelt wird lassen sich die Fragen stellen, wie und welche Kochkenntnisse an die Kinder weitergegeben werden, wenn zunehmend mehr Convenienceprodukte verwendet werden, die damit auch das „Kochen“ verändern oder gar auf das Erwärmen begrenzen.

Der Einsatz von Convenienceprodukten bringt also nicht nur einen „Gewinn“ von „gesparter Zeit“, sondern verursacht auch „Nebeneffekte“, die „versteckt“ oder „indirekt“ auftreten können. Diese möglichen impliziten Konsequenzen sollen nachfolgend in Thesen zusammengetragen werden und als Grundlage dienen, einen Diskurs anzuregen, Convenienceprodukte und deren Stellenwert einmal anders zu denken und kritisch einzuordnen.

1. Convenienceprodukte erhöhen und forcieren eine Standardisierung der Lebensmittel und die daraus hergestellten Mahlzeiten. Damit könnten Convenienceprodukte auch einer Individualisierung des Geschmacks und der Vielfalt von Rezepten und kulinarischen Traditionen entgegenwirken.
2. Die Verwendung von Convenienceprodukten kann insofern auch Zeit kosten, da deren höhere Kosten (im Vergleich zu den Ausgangsprodukten) entweder durch Verschiebung der Konsumausgaben oder der Bereitstellung von mehr Mitteln und damit Mehrarbeit, die aufgebracht werden muss
3. Durch den Einsatz von Convenienceprodukten kann Kochwissen und Kochkompetenz verloren gehen, da dieses Wissen nicht mehr aktiv genutzt und dann auch nicht an die nächste Generation weitergegeben werden kann
4. Convenienceprodukte vermitteln einen impliziten normativen Anspruch, indem sie vorgeben, ohne sie sei kein Kochen „machbar“ oder keine Vereinbarkeit von Familie mit dem Berufsleben möglich. Convenienceprodukte könnten damit das Kochen zunehmend kolonialisieren und instrumentalisieren.
5. Convenienceprodukte können weitere Gegenbewegungen auslösen, die sich der „Conveniencegesellschaft“ entgegenstellen: der Trend zum Selbermachen, Kochen als Hobby, die neuen foodblogs, die das Selbstkochen inszenieren, die Wildkräuter- und Wildgemüseküche, die das



Sammeln und Zubereiten selbst gesammelter Pflanzen propagiert, foodsharing, solidarische Landwirtschaft, urban gardening, die das selbst Produzieren als Antwort auf „Industrialisierung und Entfremdung“ sehen

6. Convenienceprodukte sind (hoch) verarbeitete Lebensmittel, die meist verpackt angeboten werden. Damit sind sie im Vergleich zu den unverarbeiteten Ausgangslebensmitteln weniger nachhaltig.

## 4 Herausforderungen für die hauswirtschaftliche Bildung

Was kann aus den hier zusammengetragenen Informationen für den Hauswirtschaftlichen Unterricht abgeleitet werden?

Zum einen sollte das Thema Convenienceprodukte Bestandteil des Unterrichts sein. Dabei sollte nicht nur der Zeitgewinn oder der Nährwert der Convenienceprodukte im Fokus stehen, sondern „Convenience“ als Gesamtphänomen betrachtet werden. Herauszuarbeiten ist, dass Convenienceprodukte auch Opportunitätskosten verursachen, wodurch der Einsatz und die Verwendung zu reflektieren sind. Folgende Beispiele könnten dafür genutzt werden:

Vergleich von einem Gericht, zum einen als Convenienceprodukt und zum anderen als selbst hergestelltes Gericht hinsichtlich:

- Zeitverwendung
- Nährwerten
- Sensorischer Bewertung (z. B. Aussehen, Geruch, Geschmack, Textur, Farbe, Mundgefühl)
- Nachhaltigkeitsüberlegungen (Transport, Verpackungsmaterial, Energieeinsatz, wenn möglich CO<sub>2</sub>Fußabdruck)
- Kulturellem/Traditionellem Einsatz des Rezeptes
- Kosten
- Notwendige Kenntnisse und Fertigkeiten

Aus dieser vergleichenden Betrachtung sollte sich eine Diskussion und kritische Einschätzung ableiten lassen, wann und wo welche Convenienceprodukte eingesetzt und konsumiert werden, welche Alternativen vorliegen und wie diese zu bewerten sind. So sind es eben nicht nur die Zeitaspekte, die Convenienceprodukte kennzeichnen sondern sie verursachen auch „Opportunitätskosten“, die nicht nur monetär zu bewerten sind. Gleichwohl haben Convenienceprodukte ihre Berechtigung und sie sind mittlerweile Bestandteil unserer Kultur. Es sollte aber dennoch das kritische Hinterfragen gefördert werden und vermittelt werden, dass Lebensmittel einen kulturellen Wert haben, Convenienceprodukte nicht immer und überall

## Convenience = bequem?

verwendet (und gegessen) werden müssen und dass kochen und die Daseinsvorsorge auch das ressourcenschonende Umgehen mit Rohstoffen und unverarbeiteten Lebensmitteln umfasst. Entstehende Gegenbewegungen zu untersuchen bietet neue Sichtweisen. Hier können auch soziale Medien eingesetzt und zum Vergleich herangezogen werden. Weitere Projekte können die Verwendungsmuster von Convenienceprodukten (Art, Menge, Häufigkeit, Anlässe, Begründungen etc.) in unterschiedlichen Altersgruppen untersuchen. Diese können mittels Befragungen oder auch Beobachtung ermittelt werden. So gesehen könnte der Hauswirtschaftsunterricht am Beispiel von der Bewertung von Convenienceprodukten einen wichtigen Beitrag zu den Überlegungen der Daseinsvorsorge und des Haushälterischen Handelns leisten.

## 5 Fazit

Convenience Produkte sind Bestandteil unserer heutigen Gesellschaft und auch nicht mehr wegzudenken. Das Phänomen „Convenience“ ist sehr vielschichtig und umfasst die Aspekte Produktion, Verarbeitung, Einkauf, Lieferung, Zubereitung, Kochen sowie das Essen und Entsorgen der Reste oder Verpackungen. In diesem Beitrag wurde der Bogen weit gespannt: die Beköstigung ist Teil des Haushälterischen Handelns, das Essen an Ressourcen und Vorbedingungen gebunden, die auch durch die sozialen, kulturellen, politischen und technischen Rahmenbedingungen geprägt werden. Die Verwendung von Convenience Produkten im Privathaushalt sollte jedoch auch kritisch diskutiert und hinterfragt werden, weil sich hieraus neue Gestaltungsmöglichkeiten Haushälterischen Handelns ableiten lassen, die auch gesellschaftliche Auswirkungen haben. So betrachtet könnte dann auch der Hauswirtschaftliche Unterricht mit dem Thema Convenienceprodukten einen Beitrag leisten zu den aktuellen Themen unserer Zeit.

## Literatur

- Atkins, J.L., Ramsay, S.E., Whincup, P.H., Morris, R.W., Lennon, L.T., Wannamethee, & Goya, S. (2015) Diet quality in older age: the influence of childhood and adult socio-economic circumstances. *British Journal of Nutrition* 113, 1441-1452. <http://dx.doi.org/10.1017/S0007114515000604>
- Barlösius, E. (2011). *Soziologie des Essens* (2. Aufl.). Weinheim: Juventa Verlag.
- Bartsch, S. (2011). Familienmahlzeiten aus der Sicht der Jugendlichen. In G. Schönberger & B. Methfessel (Hrsg.), *Mahlzeiten. Alte Last oder neue Lust?* (S. 79-94). Wiesbaden: VS Verlag.  
[http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-92886-9\\_7](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-92886-9_7)

- Bisogni, C.A., Connors, M., Devine, C.M. & Sobal, J. (2002) Who we are and how we eat: a qualitative study of identities in food choice. *Journal of Nutrition Education Behavior*, 34, 128-139.  
[http://dx.doi.org/10.1016/S1499-4046\(06\)60082-1](http://dx.doi.org/10.1016/S1499-4046(06)60082-1)
- Blane, D., Abraham, L., Gunnell, D., Maynard, M. & Ness, A. (2003) Background influences on dietary choices in early old age. *The Journal of The Royal Society for the Promotion of Health*, 123(4), 204-209.  
<http://dx.doi.org/10.1177/146642400312300408>
- Bourdieu, P. (1984). *A Social Critique of the Judgement of Taste*. Massachusetts: Harvard College and Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Brombach, C. (2000). Mahlzeit – (H)Ort der Familie?! Eine empirische Deskription von Familienmahlzeiten. *IAKE Mitteilungen*, Heft 7, 2-13.
- Brombach, C. (2001). Mahlzeit-Familienzeit? Mahlzeiten im heutigen Familienalltag. *ErnährungsUmschau*, 48, 238-242.
- Brombach, C., Haefeli, D., Bartsch, S. & Winkler, G. (2014), Ernährungsmuster im Verlauf von drei Generationen: Gibt es inter- und intraindividuelle Unterschiede. *IAKE Mitteilungen*, 12-21
- Brombach C., Haefeli D., Bartsch S., Clauß S. & Winkler G. (2014) What have we kept and what have we changed? A three generation study on nutrition and food handling. *ErnährungsUmschau*, 61(11), 171-177.
- Conklin, A.I., Frouhi, N.G., Surtees, P., Khaw, K.-T., Wareham, N.J. & Monsivais, P. (2014) Social relationships and healthful dietary behaviour: evidence from over-50s in the EPIC cohort, UK. *Social Science and Medicine*, 100, 167-175. <http://dx.doi.org/10.1177/146642400312300408>
- Devine, C.M., Connors, M., Bisogni, C.A. & Sobal, J. (1998). Life-course influences on fruit and vegetable trajectories: qualitative analysis of food choices. *Society for Nutrition education*, 30, 361-370.  
[http://dx.doi.org/10.1016/S0022-3182\(98\)70358-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-3182(98)70358-9)
- Devine, C.M., Wolfe, W.S., Frongillo, E.A. & Bisogni, C.A. (1999). Life-course events and experiences: association with fruit and vegetable consumption in 3 ethnic groups. *Journal of the American Dietetic Association* 99(3), 309-314.  
[http://dx.doi.org/10.1016/S0002-8223\(99\)00080-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0002-8223(99)00080-2)
- Dickens, E. & Ogden, J. (2014) The role of parental control and modelling in predicting a child's diet and relationship with food after they leave home. A prospective study. *Appetite*, 76, 23-29.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2014.01.013>
- Edstrom, K.M. & Devine, C.M. (2001). Consistency in Women's orientations to food and nutrition in midlife and older age: a 10-year qualitative follow-up. *Journal of Nutrition Education*, 33, 215-223.  
[http://dx.doi.org/10.1016/S1499-4046\(06\)60034-1](http://dx.doi.org/10.1016/S1499-4046(06)60034-1)

## Convenience = bequem?

- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity. *Soc.Sci. inform*, 27(2), 275-292. <http://dx.doi.org/10.1177/053901888027002005>
- Gatenby, S.J., (1997). Eating frequency: methodological and dietary aspects. *British Journal of Nutrition*. 77, Suppl.1, 7-20. <http://dx.doi.org/10.1079/BJN19970100>
- Gibeny, M.J. & Wolever, T.M.S. (1997). Periodicity of eating and human health: present perspective and future directions. *British Journal of Nutrition*, 77, Suppl. 1, 3-5. <http://dx.doi.org/10.1079/BJN19970099>
- Goody, J., (1982). *Cooking, cuisine, class. A study on comparative sociology*. Cambridge: <http://dx.doi.org/10.1017/cbo9780511607745>
- Heidegger, M. (2006). *Sein und Zeit* (19. Aufl.). Tübingen: Niemeyer.
- Ikeda PI., Lexion CL., Turner, BJ. et al. (2006). Dietary quality is not linked across three generations of black women. *California Agriculture*, 60, 154-159. <http://dx.doi.org/10.3733/ca.v060n03p154>
- Köster, E.P. (2009). Diversity in the determinants of food choice: a psychological perspective. *Food Quality and Preference*, 20, 70-82. <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.11.002>
- Leonhäuser, I.-U., Meier-Gräwe, U., Möser, A., Zander, U. & Köhler, J. (2009). *Essalltag in Familien. Ernährungsversorgung zwischen privatem und öffentlichem Raum*. Wiesbaden: <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-91443-5>
- Lévi-Strauss, C. (1965). Le triangle culinaire. *L'Arc*, 26, 19-29.
- Lexikon der Ernährung (2003). <http://www.spektrum.de/lexikon/ernaehrung>
- Mandemakers, J.J. & Roeters, A. (2014). Fast or slow food? Explaining trends in food-related time in the Netherlands, 1975-2005. *Acta Sociologica*, 1-17.
- Methfessel, B., Höhn, K. & Miltner-Jürgensen, B. (2016). *Essen und Ernährungsbildung in der KiTa. Entwicklung – Versorgung – Bildung*. Stuttgart: Kohlhammer.
- NCD Risk Factor Collaborators (2016). Trends in adult body-mass index in 200 countries from 1975 to 2014 in 200 countries: a pooled analysis of 1698 population based measurement studies with 19.2 million participants. *Lancet*, 387, 1377-96. [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(16\)30054-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(16)30054-X)
- Rützler, H. (2015). *Foodreport 2016*. Frankfurt: Zukunftsinstitut.
- Savage, J., Fisher, J.O. & Birch, L.L. (2007). Parental influence on eating behaviour: conception to adolescence. *Journal of Law, Medicine and Ethics*, 35(1), 22-34. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1748-720X.2007.00111.x>
- Schmitt, P. (2010) *Megatrend convenience: Eine nachfrageorientierte Potentialanalyse im Frühstückslieferdienst am Beispiel Frankfurt a.M.* 4. Trierer Arbeitsberichte zur Stadt- und Wirtschaftsgeographie, Universität Trier.
- Schweitzer, R. v. (1968) *Haushaltsanalyse und Haushaltsplanung*. Berlin: Duncker & Humblot.

- Schweitzer, R. v. (1991) Einführung in die Wirtschaftslehre des privaten Haushalts. Stuttgart: Ulmer.
- Simmel, G. (1957): Soziologie der Mahlzeit. In M. Susmann, M. & M. Landmann (Hrsg.), *Brücke und Tor. Essays zur Geschichte, Religion, Kunst und Gesellschaft* (S. 243-250). Stuttgart: K.F. Koehler.
- Smith, L.P., Ng, S.W. & Popkin, B.M. (2013). Trends in US home for preparation and consumption: analysis of national nutrition surveys and time use studies from 1965-1966 to 2007-2008. *Nutrition Journal*, 12-45.  
<http://dx.doi.org/10.1186/1475-2891-12-45>
- Sobal, J., Bisogni, C.A., Devine, C.M. & Jastran, M. (2006). A conceptual model of the food choice process over the life course. In R. Shepherd & M. Raats, (eds.), *The psychology of food choice* (pp 1-18). Cambridge (MA): CABI Publishing.
- Sobal, J. & Hanson, K. (2011). Marital status, marital history, body weight, and obesity. *Marriage and Family Review*, 47(7), 474-504.  
<http://dx.doi.org/10.1080/01494929.2011.620934>
- Sobal, J., Khan, L.K. & Bisogni, C.A. (1998). A conceptual model of the food and nutrition system. *Social Science and Medicine*, 47(7), 853-63.  
[http://dx.doi.org/10.1016/S0277-9536\(98\)00104-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0277-9536(98)00104-X)
- Sobal, J. & Nelson, M.K. (2003). Commensal eating patterns: A community study. *Appetite*, 41,181-190. [http://dx.doi.org/10.1016/S0195-6663\(03\)00078-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0195-6663(03)00078-3)
- Spiegel special (2005). *Menüs aus der Schachtel*.  
<http://www.spiegel.de/spiegel/spiegelspecial/d-40857998.html>
- Stafleu A, van Staveren WA, de Graaf C et al. (1994). Family resemblance in energy, fat, and cholesterol intake: A study among three generations of women. *Preventive Medicine*, 23, 474-480. <http://dx.doi.org/10.1006/pmed.1994.1065>
- Statistica (2016). *Umsatz mit Convenienceerzeugnissen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Produktgruppen in den Jahren 2009 bis 2013*.  
<http://de.statista.com>
- Statistisches Bundesamt (2003). *Wo bleibt die Zeit*. <https://www.destatis.de>
- Vabo, M. & Hansen, H. (2014). The relationship between food preferences and food choice: a theoretical discussion. *International Journal of Business and Social Science*, 5(7), 145-157.
- Vauthier, JM., Luch, A., Lecomte, E., Artur, Y. & Herbeth, B. (1996) Family Resemblance in Energy and Macronutrient Intakes: The Stanislas Family Study. *International Journal of Epidemiology*, 25, 1030-1037.  
<http://dx.doi.org/10.1093/ije/25.5.1030>
- Visser, S.S., Hutter, I. & Haisma, H. (2016). Building a framework for theory-based ethnographies for studying intergenerational family food practices. *Appetite*, 97, 49-57. <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2015.11.019>

## Convenience = bequem?

- Wansink, B. (2010). From mindless eating to mindlessly eating better. *Physiology and Behavior*, 100, 454-463. <http://dx.doi.org/10.1016/j.physbeh.2010.05.003>
- Wansink, B. & Sobal, J. (2007). Mindless eating. *Environment and Behavior* 39(1), 106-123. <http://dx.doi.org/10.1177/0013916506295573>
- Winter Falk, L., Bisogni, C.A. & Sobal, J. (1996). Food choice process of older adults: a qualitative investigation. *Society for Nutrition Education*, 28, 257-265. [http://dx.doi.org/10.1016/S0022-3182\(96\)70098-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-3182(96)70098-5)

### **Verfasserin**

Prof.<sup>in</sup> Dr. Christine Brombach

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Einsiedlerstrasse 34

CH-8820 Wädenswil

E-Mail: [christine.brombach@zhaw.ch](mailto:christine.brombach@zhaw.ch)

Internet: [www.lsfm.zhaw.ch](http://www.lsfm.zhaw.ch)