



Qualitätskonstruktionen in unternehmerischer Ernährungskommunikation: Gesundheit im Spannungsfeld zwischen Individuum und Gesellschaft

11

Tina Bartelmeß und Jasmin Godemann

Zusammenfassung

Der Beitrag analysiert, wie Gesundheit in Bezug auf Ernährung von Lebensmittelunternehmen kommuniziert wird und mit welcher Handlungslogik Gesundheit vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit besetzt wird. Anhand einer korpuslinguistischen und qualitativ-interpretativen, vergleichenden Analyse der Ernährungskommunikation eines Lebensmittelkonzerns auf einer Ernährungsservice- und Unternehmenswebsite werden unterschiedliche Bedeutungshorizonte des Gesundheitsbegriffs aufgezeigt und mit dem theoretischen Referenzrahmen der Ökonomie der Konventionen interpretiert. Es zeigt sich, dass der Gesundheitsbegriff in der klassischen Ernährungskommunikation lediglich als individueller Zielzustand adressiert wird. Im Kontext von Nachhaltigkeit hingegen bezieht er sich auch auf die Bedingungen der Lebensmittelproduktion und transformiert zu einer Koordinationslogik des Qualitätskonstruktes, an der gesellschaftliche und ökonomische Bedingungen und Prozesse der Ernährung ausgerichtet und bewertet werden.

T. Bartelmeß (✉)

Universität Bayreuth, Campus Kulmbach, Kulmbach, Deutschland

E-Mail: tina.bartelmess@uni-bayreuth.de

J. Godemann

Justus-Liebig-Universität Gießen, Gießen, Deutschland

E-Mail: Jasmin.Godemann@fb09.uni-giessen.de

© Der/die Autor(en) 2022

V. Cappel et al. (Hrsg.), *Gesundheit – Konventionen – Digitalisierung*,

Soziologie der Konventionen, https://doi.org/10.1007/978-3-658-34306-4_11

303

11.1 Einleitung

Was in Bezug auf Ernährung unter „gesund“ verstanden wird und nach welchen Maßstäben die Qualität von Lebensmitteln als „gut“ für die individuelle Gesundheit bewertet wird, unterliegt einem dynamischen, soziokulturellen Prozess (Hirschfelder 2018). Ein Wandel des Bedeutungsumfangs des Gesundheitsbegriffs lässt sich an Ernährungskommunikation besonders gut aufzeigen, denn diese gilt als überladen mit dem Gesundheitsthema (vgl. Biltekoff 2010) und Kommunikation über Ernährung findet selten ohne Bezugnahme auf ihren Gesundheitswert statt.

Gängige ernährungsbezogene Definitionen von Gesundheit stammen in der Regel aus der Ernährungsmedizin oder von Fachgesellschaften und sind meist unidimensional. Der Gesundheitswert der Ernährung wird dort überwiegend anhand objektiver Kriterien der Nährstoffzusammensetzung von Lebensmitteln oder der Nährstoffbilanz einzelner Ernährungsweisen bemessen. Als gesund gilt allgemein eine Ernährung, die präventivmedizinischen Wert besitzt, indem sie den Körper optimal mit den empfohlenen Haupt- und Mikronährstoffen versorgt und weder zu Mangel- noch zu Überernährung führt (Rabast 2018).

Durch Digitalisierung und Online-Medien werden der Gesellschaft Partizipationsmöglichkeiten am gesundheitsbezogenen Ernährungsdiskurs ermöglicht (Mörxibauer et al. 2019) und damit weitere Perspektiven auf ernährungsbezogene Gesundheit verhandelbar und öffentlich sichtbar. Neben den klassischen staatlich-institutionellen Ernährungskommunikatoren, wie der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) oder dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), treten beim digitalen Ernährungsdiskurs vermehrt gesellschaftliche Akteure und Organisationen in den Vordergrund, die in der Forschung bisher nicht als Ernährungskommunikatoren wahrgenommen wurden. Bei der Suche über Google nach dem Ausdruck „gesunde Ernährung“ erhält man derzeit über 50 Mio. Ergebnisse¹, worunter alleine in den ersten fünf Ergebnisseiten neben institutionell-staatlichen Akteuren insbesondere kommerzielle Rezept- und Gesundheitsportale, Webseiten bekannter Publikumszeitschriften sowie Lebensmittelhersteller und -händler aufgelistet werden. Das digitale Angebot der Lebensmittelhersteller und -händler sticht durch professionelle Aufbereitung und reichhaltiges Informationsangebot besonders hervor. Teilweise sind einzelne Registerkarten auf den Unternehmenswebsites oder von den Unternehmen

¹ Gesucht wurde am 20.09.2021 über www.google.de nach „gesunde Ernährung“. Die Trefferanzahl lag ungefähr bei 52.600.000 Webseiten.

betriebene unabhängige Websites ausschließlich dem Themengebiet „gesunde Ernährung“ gewidmet.

Die erhöhte Sichtbarkeit dieser Akteure und ihrer Deutungsmuster im gesundheitsbezogenen Ernährungsdiskurs durch digitale Kommunikationsmöglichkeiten bringt auch neue Forschungsfragen und -möglichkeiten für die Ernährungskommunikation hervor. Staatlich-institutionellen Ernährungskommunikatoren wird seit über einem Jahrzehnt vorgeworfen, mit Gesundheit und entsprechenden ernährungsmedizinisch-orientierten Empfehlungen für eine „gesunde“ Ernährung einen wirkungslosen Referenzrahmen gewählt zu haben und damit gescheitert zu sein (Paulitz und Winter 2019; Spiekermann 2005; Steinberg 2011). Dass dieses Verständnis von ernährungsbezogener Gesundheit mit seiner medizinisch-geprägten Handlungslogik kein Kriterium darstellt, an dem Menschen ihr Ernährungsverhalten ausrichten und damit auch keine Resonanz für eine Verhaltensveränderung erzeugt werden kann, zeigt sich an der stetigen Zunahme ernährungsbedingter Erkrankungen. Hinzu kommt, dass mit Nachhaltigkeit als gesellschaftliches Ziel ein neuer Referenzrahmen für eine gesunde Ernährung in den Vordergrund tritt. Das führt dazu, dass gesunde Ernährung derzeit nicht mehr lediglich als individuelle Angelegenheit diskutiert wird, sondern als gesellschaftliches Anliegen und dauerhaftes Schlüsselthema einer zukunftsfähigen Entwicklung (Meier 2014; Meybeck und Gitz 2017). Mit Nachhaltigkeit als Referenzrahmen entstehen neue Vorstellungen davon, was unter Gesundheit in Bezug auf Ernährung zu verstehen ist und wie – also mit welcher Handlungslogik – diese vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Ziele zu erreichen ist.

Institutionell-staatlichen Ernährungskommunikatoren wird vorgeworfen, den Bezug zu Nachhaltigkeit in ihrer Kommunikation bisher zu wenig herzustellen (Fischer und Garnett 2016). Da gerade Lebensmittelhersteller im Rahmen ihrer Corporate Social Responsibility (CSR)-Kommunikation online verstärkt auf Nachhaltigkeit Bezug nehmen (Ingenhoff und Kölling 2011), wird in diesem Beitrag davon ausgegangen, dass sich in ihrer digitalen Ernährungskommunikation bereits veränderte Verweisungszusammenhänge einer gesunden Ernährung finden lassen. Der Beitrag geht daher der Frage nach, wie Gesundheit in Bezug auf Ernährung von Lebensmittelunternehmen kommuniziert wird und mit welcher Handlungslogik Gesundheit vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit besetzt wird. Dazu wird der theoretische Referenzrahmen der Ökonomie der Konventionen hinzugezogen, der in diesem Bereich bisher wenig Anwendung gefunden hat. Dieser Ansatz verspricht mit seinen idealtypischen Qualitätskonventionen einen heuristischen Analyserahmen zu liefern, der verschiedene Verständnisse und Koordinationslogiken ernährungsbezogener Gesundheit aufdecken und vergleichbar machen kann.

Im Folgenden wird zunächst der Stellenwert von Gesundheit im gesellschaftlichen und fachwissenschaftlichen Ernährungsdiskurs nachgezeichnet und aktuell diskutierte Veränderungen ihres Verweisungszusammenhangs aufgezeigt. Anschließend wird der Forschungsbereich zu unternehmerischer Ernährungskommunikation mit Gesundheitsbezug skizziert und der theoretische Bezugsrahmen der Ökonomie der Konventionen entfaltet. Mittels korpuslinguistischer und qualitativ-interpretativer Verfahren wird schließlich eine komparative Analyse der Ernährungskommunikation eines Lebensmittelkonzerns mit Daten von seiner Ernährungsservice-Website (klassischer Ernährungskommunikationskontext) und Unternehmenswebsite (Ernährungskommunikation mit Nachhaltigkeitsbezug) durchgeführt. Abschließend erfolgen die Ergebnisdarstellung und ihre Diskussion im Hinblick auf Erkenntnisse für die gesundheitsbezogene Ernährungskommunikation. Im Fazit wird eine Reflektion des analytischen Potenzials des theoretischen Bezugsrahmens vorgenommen.

11.2 Gesundheit in der Ernährungskommunikation

Good health starts with nutrition (FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations 2019).

Gute Gesundheit fängt bei der Ernährung an – nicht selten heißt es auch, Ernährung ist der Schlüssel für eine gute Gesundheit (WHO 2019). In vielen gesellschaftlichen Bereichen ist das Interesse an gesunder Ernährung über die letzten Jahre konstant hoch. Nicole Wilk (2015) zeigt in einer medienlinguistischen Untersuchung, dass der Begriff Ernährung im medialen Sprachgebrauch am häufigsten in Begleitung mit dem vorgestellten Adjektiv „gesunde“ auftritt und ebenfalls das Adjektiv „gesunde“ sich mit höherer statistischer Wahrscheinlichkeit mit dem Nomen „Ernährung“ als beispielsweise mit „Lebensweise“ verbindet (Wilk 2015). Nicht nur die mediale Bearbeitung des Themas Ernährung bezieht sich signifikant auf den Gesundheitsbegriff. Auch innerhalb der Bevölkerung ist gesunde Ernährung eine Thematik, der großes Interesse gewidmet wird. Etwa 25 % der deutschen Bevölkerung geben im Jahr 2018 an, sich besonders für gesunde Ernährung zu interessieren (IfD Allensbach 2020). Die Vielzahl an Ernährungskonzepten, wie Low Carb, No Carb, Low Fat, Vegetarismus, Clean Eating, Veganismus, Paleo, Ayurvedisch etc., spiegeln einen Trend zu „gesundheitsbewusster“ Ernährung wider und zeigen gleichzeitig, dass verschiedene Wahrnehmungen und Maßstäbe einer „gesunden“ Ernährung existieren. Laut Gunther Hirschfelder (2018) ist Wissen um gesunde Ernährung heute beinahe „Allgemeingut“. Das wissenschaftlich erzeugte Wissen über gesunde Ernährung

wird jedoch nicht in die Praxis umgesetzt und gilt als zu „medizinisiert“ (Schritt 2011). Die Thematisierung von Gesundheit im Zusammenhang mit Ernährung und die Phrase „gesunde Ernährung“ beziehen sich meist fast ausschließlich auf Lebensmittel beziehungsweise Ernährungsstile.

Unter „gesund“ werden dabei vor allem ergebnisorientierte Ernährungsstile verstanden, die zu längerem Leben, Erhöhung der Muskelmasse, Gewichtsreduktion oder jüngerem Erscheinungsbild führen sollen (Hirschfelder 2018, S. 109).

Auch im ernährungswissenschaftlichen Diskurs und den Empfehlungen staatlich-institutioneller Akteure für die Ernährung, wird fast ausschließlich von Empfehlungen zu „gesunder“, „vollwertiger“ oder „ausgewogener“ Ernährung gesprochen. Hier zeigt sich ebenso, dass als gesund überwiegend Lebensmittel oder Ernährungsstile bezeichnet werden, die sich durch einen hohen Nährstoffgehalt auszeichnen, den Referenzwerten für die Nährstoffzufuhr entsprechen und körperliche Leistung erhalten beziehungsweise steigern können.

Es lässt sich festhalten, dass Ernährung sowohl in der Gesellschaft als auch im Ernährungsfachdiskurs fast nie ohne Gesundheitsbezug diskutiert wird und der Gesundheitswert von Lebensmitteln oder Ernährungsweisen dabei eindimensional anhand von Nährwerten und ihrer Effizienz für die menschliche Gesundheit bewertet wird. Diese Verwendungsweise des ernährungsbezogenen Gesundheitsbegriffs wird in Orientierung an den Konventionen am deutlichsten durch die industrielle Konvention beeinflusst (vgl. Diaz-Bone 2018, S. 152). Das Bewertungskriterium der Qualität der Ernährung ist demnach die Effizienz ihrer Bestandteile (Nährstoffe/-werte) zur individuellen Gesundheitsförderung. Relevante Informationen innerhalb einer Ernährungskommunikation, die diesem Verständnis folgt, sind primär wissenschaftlich-messbar formatiert. Die Beziehungslogik zwischen Ernährung und Gesundheit ist von Funktionalität geprägt. Nach diesem Verständnis, wäre die Handlungslogik des Ernährens: Essen, um gesund zu sein. Dass die Menschen dieser Handlungslogik nicht folgen und dementsprechend mit einer so formatierten Ernährungskommunikation auch nicht erreicht werden können, zeigt sich an der Zunahme ernährungsmitbedingter Erkrankungen in der Gesellschaft.

Gesundheit und Ernährung stehen jedoch miteinander auf verschiedenen Ebenen in enger Verbindung. Auf der *individuellen Ebene* kann Ernährung, verstanden als Verzehr von Lebensmitteln, zwar nachgewiesen einen Einfluss auf Erkrankungen wie Typ-2-Diabetes, kardiovaskuläre Erkrankungen oder auch Demenzen haben (Pietrowsky 2019). Ernährung ist jedoch nicht nur als Vitalfunktion für die körperliche und geistige Entwicklung und Leistungsfähigkeit des *Individuums* zentral (Diedrichsen 1995), sondern auch mit vielfältigen persönlich-

und gesellschaftlich-relevanten Bedeutungen versehen. Im Alltag eines jeden Individuums nimmt Ernährung gerade in soziokultureller Hinsicht einen hohen Stellenwert ein und hat als Bedeutungsträger von Identität, Ernährungskultur und Distinktion Auswirkungen auf das Wohlbefinden eines Individuums in seinem *gesellschaftlichen Kontext* (Barlösius 2016; Zühlsdorf et al. 2018). Daneben hat die individuelle Ernährung sowie die Erzeugung und industrielle Produktion von Lebensmitteln eine hohe Bedeutung für die *natürliche Umwelt*. In vielen gesellschaftlichen Diskursen wird nun nicht mehr (nur) die Gesundheit als Referenzrahmen der Ernährungskommunikation hinzugezogen, sondern Nachhaltigkeit. Dabei zeigt sich, dass bei Ernährungskommunikation im Kontext von Nachhaltigkeit vor allem ökologische Aspekte im Vordergrund stehen und mit dem in der Ernährungsforschung bisher überwiegend medizinisch-orientiertem Gesundheitsverständnis in Konflikt geraten.

Das Interesse ernährungsbezogener Studien für die ökologischen Auswirkungen verschiedener Ernährungsformen, beispielsweise zu Klimaveränderungen durch Treibhausgasemissionen beim Lebensmitteltransport o. ä., ist in den vergangenen Jahren stetig angestiegen (vgl. Auestad und Fulgoni 2015). Einige dieser Studien stellen negative Verbindungen zwischen Gesundheits- und Nachhaltigkeitsqualität verschiedener Lebensmittel und Ernährungsformen heraus (vgl. Meier und Christen 2013; Vieux et al. 2013). So ist der Verzehr von Süßigkeiten, Snackartikeln und Fett beispielsweise mit weniger Ausstoß von Treibhausgasen assoziiert als ein hoher Verzehr von Obst und Gemüse, was laut allgemeiner Ernährungsempfehlungen als „gesünder“ einzustufen wäre. Ebenso können sehr nachhaltigkeitsorientierte Ernährungsformen zu Nährstoffdefiziten führen und so den individuellen Gesundheitszustand beeinträchtigen (Meier und Christen 2013). Andere Studien zeigen hingegen, dass vegane oder vegetarische Ernährungsweisen positive Effekte auf die Verminderung von Treibhausgasemissionen haben und so mit gesundheitlichen Vorteilen für die Gesellschaft einhergehen können (Aston et al. 2012; Baroni et al. 2007; Berners-Lee et al. 2012). Festzuhalten ist, dass mit einem nährstoffzentrierten Verständnis von Gesundheit umweltfreundliche Ernährung nicht immer als gesund und gesunde Ernährung nicht immer als umweltfreundlich einzustufen ist (Rockström 2019).

Das Verhältnis zwischen Gesundheit und Ernährung ist demnach vor dem Hintergrund von Nachhaltigkeitsaspekten durch Komplexität geprägt und lässt sich sowohl auf individueller Ebene als auch gesellschaftlicher Ebene verorten und dort mit jeweils anderen Kriterien als „gesund“ bewerten (beispielsweise anhand der Nährstoffgehalte auf individueller Ebene und anhand der CO₂-Ausstöße auf gesellschaftlicher Ebene).

Die FAO hat im Jahr 2011 eine Strategieinitiative unter dem Titel „One Health“ (FAO 2011) initiiert, in der im Zusammenhang mit dem dritten Ziel² einer nachhaltigen Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goal, SDG) und Ernährungssicherheit ein holistischer Gesundheitsbegriff entwickelt wurde, der neben menschlicher Gesundheit, auch die Gesundheit von Tieren, Pflanzen und der Umwelt gleichermaßen berücksichtigt (FAO 2011). Mit Nachhaltigkeit als Bezugsrahmen ist gesunde Ernährung demnach nicht mehr nur als nährwertzentrierter Wissensgegenstand zu betrachten, sondern bezieht sich auch auf den Zustand der den Menschen umgebenden Umwelt und ihrem Zusammenspiel mit der individuellen Gesundheit. Auch in repräsentativen Bevölkerungsumfragen wird gesundheitsorientiertes Ernährungshandeln inzwischen als zentraler Bestandteil nachhaltigen Handelns bewertet (Statista 2017). Eine gesundheitsorientierte Ausrichtung der Ernährung fokussiert nicht mehr nur stoffliche Eigenschaften von Lebensmitteln und Ernährungsmustern und ihre möglichst effiziente ernährungsphysiologische Wirkung auf das Individuum, sondern auch die Auswirkungen auf die Umwelt und die weiterreichenden Folgen der Ernährung für das ökologische und soziale Zusammenleben. Gesunde Ernährung ist damit von einer stofflich-zentrierten Frage zu einer Frage ideologischer und sozio-ökologischer Orientierung geworden (Hirschfelder 2018).

Mit dem im Jahr 2019 veröffentlichten EAT-Lancet-Report lässt sich nun auch begrifflich zwischen diesen zwei miteinander in Wechselwirkung stehenden Ausprägungen des ernährungsbezogenen Gesundheitsbegriffs unterscheiden. Diese Ausprägungen werden als interdependent und gegenseitiges Fundament angesehen: individuelle und planetare Gesundheit. Mit der Einführung dieser begrifflichen Präzision in den gesellschaftlichen Ernährungsdiskurs ändert sich entscheidend, was unter Gesundheit in Bezug auf Ernährung verstanden werden kann (vgl. Kroke 2019). Als *individuelle Gesundheit* (Volksgesundheit) verweist der Begriff auf die bekannten ernährungsabhängigen Probleme, wie Unterernährung und Übergewicht sowie den Zivilisationserkrankungen Diabetes-Typ 2 etc. Als *planetare Gesundheit* schließt der Gesundheitsbegriff ernährungsmitbedingte gesellschaftliche Problematiken, wie veränderte Wetterlagen, Verlust der Ökosystemleistungen, Bodenzerstörung und Erosion mit ein. Diese gilt es nun nicht mehr nur durch eine individuell gesunde Ernährung einzudämmen, sondern auch mit einer auf Gesundheit ausgerichteten Ernährungsproduktion und entsprechender Rahmenbedingungen, damit das globale Ernährungssystem innerhalb

² Das dritte Ziel einer nachhaltigen Entwicklung der Vereinten Nationen (SDG 3) ist „Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern“ (FAO 2019).

der planetaren Belastungsgrenzen bleibt (N.N. 2019). Denn der übergreifende Gesundheitsbegriff der „Planetary Health Diet“ betrachtet die Zusammenhänge, die zwischen individueller ernährungsbezogener Gesundheit und ökologischen, politischen, ökonomischen und sozialen Rahmenbedingungen bestehen (Whitmee et al. 2015). Eine ebensolche Veränderung des Verweisungszusammenhangs des Gesundheitsbegriffs im Kontext von Nachhaltigkeit lässt sich in der globalen Umweltdiskussion finden, wo unter dem Leitsatz „gesunder Planet, gesunde Menschen“ verschiedene gesellschaftliche Akteure zur Verhaltens- und Verhältnisänderung aufgerufen werden, damit sich nicht nur die Gesundheit der Menschen durch entsprechend angepasste Verbrauchsmuster, sondern auch die des Planeten durch veränderte Produktionsmuster positiv entwickelt (vgl. UN Environment 2019).

Für diesen Beitrag ist von Interesse, inwiefern sich diese entwicklungspolitischen und wissenschaftlichen Redefinitionen des Gesundheitsbegriffs in unternehmerischer Ernährungskommunikation wiederfinden lassen und mit welcher Koordinationslogik sie verfolgt werden. Denn unternehmerische Ernährungskommunikation nimmt in der Gesellschaft eine bedeutende Orientierungsfunktion ein und zeichnet sich darüber hinaus dadurch aus, dass sie mit Bezug zur gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmen (CSR) verstärkt vor dem Referenzrahmen der Nachhaltigkeit erfolgt (Bartelmeß und Godemann 2019). Ein Verständnis dafür, mit welchen Koordinationslogiken ein erweiterter Gesundheitsbegriff von Unternehmen belegt wird, kann darüber Aufschluss geben, ob und wie Unternehmen die Ausrichtung ihrer Produktionsmuster an einem umfassenderen Gesundheitsverständnis in ihr System integrieren und welche nachhaltigkeitsorientierten Handlungsmöglichkeiten dadurch legitimiert werden.

11.3 Unternehmerische Ernährungskommunikation mit Gesundheitsbezug

Um sich über Ernährung und Lebensmittel zu informieren, orientieren sich fast 80 % der Deutschen an Gesprächsinhalten mit Freunden, Bekannten oder Familienmitgliedern. Gleich danach haben Informationen der Hersteller (70 %) sowie das Internet (60 %) eine hohe Relevanz. Informationsangebote vom Staat oder unabhängigen Institutionen hingegen spielen für die Befragten mit 44 % eine etwas geringere Rolle (BMEL 2019). Neben interpersoneller Alltagskommunikation kommt Lebensmittelherstellern und ihrem Informationsangebot im Internet daher eine tragende Rolle für den Themenkomplex Ernährung und Gesundheit zu. Beide Bereiche wurden in der kommunikationsbezogenen Ernährungsforschung

bisher jedoch vernachlässigt (vgl. Bartelmeß und Godemann 2019; Godemann und Bartelmeß 2017, 2018).

Bei der Betrachtung von Unternehmen als Ernährungskommunikatoren gerät zumeist die Produktkommunikation im Rahmen des Marketings ins Zentrum theoretischer Diskussionen und empirischer Studien (Hayn und Eberle 2006; Rössler 2006). Mit Verweis auf den Gesundheitsbegriff lassen sich in diesem Zusammenhang sogenannte „health claims“ anführen, die bestimmte Lebensmittel mit gesundheitsförderlichen Eigenschaften bewerben und durch Betonung eines gesundheitlichen Mehrwertes gegenüber herkömmlichen Produkten verkaufsfördernd wirken sollen (Hung und Verbeke 2019). Daneben lässt sich unternehmerische Ernährungskommunikation im betrieblichen Gesundheitsmanagement verorten. In diesem Zusammenhang wird sie als Verhaltensprävention im Rahmen von Gesundheitsfördermaßnahmen, wie Workshops, Gesundheitstagen oder Präventionskursen thematisiert. Ebenso soll sie als Verhältnisprävention, zum Beispiel durch Obstkisten im Büro oder gesunder Betriebsverpflegung, die Leistungs- und Arbeitsfähigkeit der MitarbeiterInnen erhalten (vgl. Girreßer und Wilkens 2016). Abseits vom produktbezogenen Marketing und betrieblichen Gesundheitsmanagement findet unternehmerische Ernährungskommunikation aber auch zunehmend im Rahmen der Public Relations (PR) statt. Innerhalb der PR zielt sie auf die Gestaltung gesellschaftspolitischer Beziehungen im nicht-ökonomischen Umfeld ab. Funktional dient sie hier dem Beziehungsmanagement und der Imagepflege mit dem Ziel der Legitimation der Unternehmensstrategien und -perspektiven sowie der Sicherung von Handlungsspielräumen (vgl. Bartelmeß und Godemann 2019; Zerfaß 2014). Insbesondere hier lässt sich nachhaltigkeitsbezogene Ernährungskommunikation von Unternehmen im Rahmen ihrer CSR verorten, in der ausgehandelt wird, wie Ernährung und die Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung des Ernährungssystems vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Ziele zu gestalten sind.

Durch Digitalisierung und einhergehender Veränderung der öffentlichen Kommunikation, ist das Internet für Unternehmen zum zentralen Kommunikationsinstrument geworden (Pleil und Zerfaß 2014). Insbesondere Websites werden genutzt, um im Rahmen der PR organisations- und themenbezogene Öffentlichkeiten zu erreichen (Beck 2010). Einige Unternehmen der Ernährungsindustrie und des Lebensmittelhandels betreiben daher unternehmenseigene Service-Websites oder widmen einzelne Registerkarten auf den Unternehmenswebsites ausschließlich dem Themengebiet „gesunde Ernährung“ (beispielsweise Edeka³,

³ <https://www.edeka.de/ernaehrung/bewusste-ernaehrung-mit-edeka.jsp>

Rewe⁴, Tegut⁵, Nestlé⁶). Sie bieten den interessierten Öffentlichkeiten damit ein alternatives Informationsangebot neben dem der staatlich-institutionellen Akteure. Darüber hinaus findet auch ein großer Teil der unternehmerischen Nachhaltigkeitskommunikation online und auf unternehmenseigenen Websites statt. Auch innerhalb der Nachhaltigkeitskommunikation lassen sich bei Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft Vorstellungen ernährungsbezogener „Gesundheit“ finden. Diese werden überwiegend im Zusammenhang mit dem Qualitätsverständnis der Unternehmen artikuliert, da der Begriff der Qualität in unternehmerischer Ernährungskommunikation eine Verständigungsressource darstellt, mittels der Unternehmen durch soziale Aushandlungsprozesse dynamisch nachhaltigkeitsorientierte Aspekte integrieren und an der sie sich folglich bei ihrem Handeln orientieren (Bartelmeß 2020). Inwiefern sich die Bedeutung des Gesundheitsbegriffs und seine zugrundeliegende Handlungslogik in Bezug auf Ernährung verändern, wenn „gesunde Ernährung“ innerhalb des klassischen ernährungsbezogenen Informationsangebots von Unternehmen oder innerhalb ihrer qualitätsbezogenen Nachhaltigkeitskommunikation thematisiert wird, war bisher nicht Gegenstand ernährungswissenschaftlicher Studien. Diese Lücke greift der vorliegende Beitrag auf und stützt sich dabei als Analyseheuristik auf die Ökonomie der Konventionen.

11.4 Die Ökonomie der Konventionen als Analyseheuristik

Die Ökonomie der Konventionen wurde bereits in mehreren Studien mit Agrar- und Ernährungsbezug als theoretischer Bezugsrahmen hinzugezogen, um unterschiedliche Verständnisse von Qualität zu rekonstruieren (Boisard 1991; Diaz-Bone 2005, 2013; Ermann et al. 2018; Suckert 2015). Die Bezugnahme auf den Gesundheitsbegriff innerhalb verschiedener Qualitätskonstruktionen wurde dabei jedoch bisher nur wenig diskutiert. Lisa Suckert (2015) stellt beispielsweise bei einer rekonstruktiven Analyse der Konstruktionen ökologischer Produktqualität von Molkereiunternehmen heraus, dass auf das Attribut Gesundheit Bezug genommen wird, wenn die „ursprüngliche Natürlichkeit“ ökologischer Produkte hervorgehoben werden soll. Gesundheit stellt dort jedoch kein eigenes Diskurselement dar und bezieht sich lediglich auf den ernährungsphysiologischen

⁴ <https://www.rewe.de/ernaehrung/>

⁵ <https://www.tegut.com/kochen-ernaehrung.html>

⁶ <https://ernaehrungsstudio.nestle.de/home>

Wert, welchen Lebensmittel durch natürliche Erzeugungsbedingungen be- oder erhalten. Tamar Sharon (2018) setzt sich in einer Studie mit dem Beitrag der digitalen Gesundheitsforschung von Technologieunternehmen für das Gemeinwohl auseinander. Ihre Studie zeigt, dass Gesundheit nicht nur ein Begriff ist, auf den sich die Technologieunternehmen bei der Legitimation ihrer Forschung als Bestandteil anderer Koordinationslogiken beziehen, sondern in diesem Kontext zur eigenen Koordinationslogik transformiert. Sharon (2018) rekonstruiert dazu eine Vitalitätskonvention, in der Gesundheit das höchste Gut und intrinsischer Wert der Menschheit darstellt. Kapitalistische, digitale Gesundheitsforschung lässt sich durch diese Konvention legitimieren, indem sie durch Nutzbarmachen digitaler Gesundheitsdaten Erkenntnisse generiert, mit denen sich ein gesünderes Leben der Menschen ermöglichen lässt⁷. Phillipe Batifoulier und Jean-Paul Domin (2011) zeigen, wie sich durch gesundheitspolitisches „Empowerment“ der Status der Bürger im französischen Gesundheitssystem von der PatientIn zur KonsumentIn verschiebt. Ihre Analyse verweist darauf, dass verschiedene Diskurskonzepte um den Gesundheitsbegriff, neue Informationsverhältnisse und Handlungsmöglichkeiten hervorbringen können.

Eine Rekonstruktion der Koordinationslogiken, auf die bei der Konstruktion unternehmerischer Qualitätsverständnisse Bezug genommen wird sowie die Ermittlung des Stellenwerts des Gesundheitsbegriffs innerhalb dieser Qualitätsverständnisse und Koordinationslogiken, kann darüber Aufschluss geben, auf welche Weise der Gesundheitsbegriff in den diskursiven Praktiken der unternehmerischen Ernährungskommunikation verwendet wird. Ferner kann gezeigt werden, wie das Verhältnis zwischen Qualität und Gesundheit von den Unternehmen wahrgenommen, bewertet und praktisch angegangen wird (vgl. Diaz-Bone 2018, S. 322). Denn als übergeordnete gemeinsame Prinzipien geben Konventionen und die aus ihnen abgeleiteten Koordinationslogiken Wertigkeiten für die Anordnung von Menschen, Dingen oder Handlungen vor (Boltanski und Thévenot 2007, S. 103) und sind als „kulturelle Formen dessen, wie koordiniert und wie evaluiert wird“ zu verstehen (Diaz-Bone und Thévenot 2010, S. 5). Sie können als praktisch wirksam verstanden werden, insofern sie einen Rahmen des Wissens und Handelns aktivieren. Folgt man einer diskurstheoretischen Lesart (vgl. Diaz-Bone 2018), so können Koordinationslogiken als kommunikativ konstruiert und repräsentiert betrachtet werden⁸. Koordinationslogiken kommen

⁷ Vergleiche hierzu auch den Beitrag von Sarah Lenz in diesem Sammelband.

⁸ Rechtfertigungen mit Bezug auf Konventionen sind jedoch nie ausschließlich als diskursive Prozesse zu verstehen, sondern beziehen sich immer auch auf Objekte, deren Wertigkeit auch nicht-kommunikativ geprüft wird (vgl. Diaz-Bone 2018, S. 156). Lebensmittel müssen

damit, als interpretative Bezüge auf Objekte und zugehörige Formen der Formierung von Informationen, in Sprache zum Ausdruck. Die von Luc Boltanski und Laurent Thévenot (2007), Luc Boltanski und Eve Chiapello (2003) sowie Claudette Lafaye und Thévenot (1993) insgesamt acht erarbeiteten Konventionen lassen sich als idealtypische Analyseheuristik hinzuziehen und machen verschiedene Koordinationslogiken von Gesundheit als Bestandteil der unternehmerischen Qualitätsverständnisse durch die Bezugnahme auf kategoriale Elemente der Konvention der Inspiration, der Meinung, des Netzwerks und des Marktes sowie der häuslichen, ökologischen, industriellen und staatsbürgerlichen Konvention nachvollziehbar und vergleichbar (Ermann et al. 2018, S. 192).⁹

Die vergleichende Analyse der Qualitätsverständnisse in zwei verschiedenen unternehmerischen, ernährungsbezogenen Kommunikationskontexten vor dem Hintergrund dieser idealtypischen Konventionen ermöglicht es, aufzuzeigen, welchen Stellenwert der Gesundheitsbegriff innerhalb der Vorstellungen von Qualität einnimmt und welche spezifischen Koordinationslogiken damit verbunden werden (vgl. Diaz-Bone 2015, S. 320). Daraus lässt sich ableiten, wie Gesundheit als Qualitätsaspekt koordiniert und evaluiert wird und welche Veränderungen der Koordination und Evaluation sich gegebenenfalls durch eine nachhaltigkeitsorientierte Ausrichtung ergeben.

11.5 Studiendesign und korpusanalytisches Vorgehen

Als Studiendesign wurde eine vergleichende Analyse zweier Ernährungskommunikationskontexte eines Unternehmens gewählt. Datengrundlage bilden deutschsprachige, ernährungsbezogene digitale Texte eines multinationalen Lebensmittelkonzerns. Diese wurden von der konzernbetriebenen Ernährungsservice-Website und der Unternehmenswebsite nach spezifischen Schlüsselwörtern¹⁰ innerhalb eines festgelegten Zeitraums im Frühjahr 2017 manuell selektiert. Schließlich wurden daraus zwei zu vergleichende Korpora gebildet und für die Analyse aufbereitet. Der Korpus der Ernährungsservice-Website enthält 123.714

beispielsweise auch verkauft werden und die Prüfung der Qualität erfolgt dann mittels der finanziellen Investition der KonsumentInnen.

⁹ Für einen schematischen Überblick über die idealtypischen Konventionen und ihre charakteristischen Elemente (vgl. Diaz-Bone 2015, S. 331 f.).

¹⁰ Schlüsselwörter waren „Nachhaltigkeit“, „Ernährung“ und „Gesundheit“ sowie ihre Flexionsformen.

Tokens¹¹ und der Korpus der Unternehmenswebsite 120.253 Tokens. Analytisch werden korpuslinguistische und anschließende qualitativ-interpretative Vorgehen angewandt. Dieses Vorgehen erlaubt es, die Verweisungszusammenhänge des Qualitätsbegriffes aufzuzeigen und anschließend mit Fokus auf die Mobilisation des Gesundheitsbegriffes innerhalb oder außerhalb dieser Qualitätskonstruktionen die Bezugnahme auf Elemente der idealtypischen Konventionen herauszustellen. Die spezifischen Koordinationslogiken, die sich aus dem Zusammenspiel der Elemente der idealtypischen Konventionen ergeben, werden dabei als sprachlich repräsentierte Diskurslogiken in unternehmerischer Ernährungskommunikation aufgefasst, die es zu identifizieren und zu rekonstruieren gilt. Die Analyse bewegt sich damit auf zwei Ebenen: Einerseits soll der Verweisungshorizont des Qualitätsbegriffes aufgezeigt werden sowie der Stellenwert des Gesundheitsbegriffes innerhalb dieser diskursiven Qualitätskonstruktionen. Andererseits sollen die spezifischen Koordinationslogiken, mit denen der Qualitäts- und im Besonderen der Gesundheitsbegriff im Rahmen der identifizierten Qualitätsverständnisse belegt sind, rekonstruiert werden.

Eine korpuslinguistische Vorgehensweise ermöglicht, induktiv zentrale Begriffe aus dem Analysematerial herauszufiltern, auf die in der diskursiven Praxis bei der kommunikativen Konstruktion von Qualität zurückgegriffen wird. Daneben ermöglicht dieses Vorgehen eine spezifische Suche nach dem Gesundheitsbegriff und seiner lexikalischen Umgebung. Mittels interpretativ-rekonstruktiver Analyse der in der lexikalischen Umgebung des Gesundheitsbegriffes korpuslinguistisch ermittelten Partnerwörter (Kookkurrenzen) lassen sich wiederum Bezüge auf Elemente der idealtypischen Konventionen herausstellen. Korpuslinguistische Verfahren wurden innerhalb der Sprachwissenschaften entwickelt und haben zum Ziel, quantitative Beziehungen zwischen lexikalischen Einheiten (beispielsweise von Schlüsselwörtern wie hier „Gesundheit“) innerhalb von Textkorpora herauszuarbeiten und dadurch die Konstitution von Bedeutung aufzudecken (Dzudzek et al. 2009). Dazu werden Textkorpora mit spezieller Analysesoftware auf ihre statistisch-signifikante Musterhaftigkeit untersucht. Korpuslinguistik nimmt in der Regel Bezug auf strukturalistische oder poststrukturalistische Theorien, die von der Annahme ausgehen, dass sich Bedeutungen in der regelmäßigen Verknüpfung symbolischer und sprachlicher Strukturen konstituieren. Diese Perspektive auf Bedeutungskonstitution wird als „Kontextualismus“ bezeichnet (Firth 1957). Grundannahme des Kontextualismus ist, dass die sprachlichen Kontexte lexikalischer Einheiten Hinweise auf

¹¹ Token ist die linguistische Bezeichnung für die Kennzeichnung von Sprachelementen, hier Wörtern.

deren konventionalisierten Gebrauch und damit auf deren Bedeutung geben. Innerhalb der Korpuslinguistik wurden dazu verschiedene Instrumentarien wie beispielsweise Konkordanzanalysen und Kookkurrenzanalysen entwickelt, die methodische Zugriffe auf Musterhaftigkeit in Texten ermöglichen.

Mithilfe der Programme AntConc¹² und CorpusExplorer¹³ wurden hier Konkordanz- und Kookkurrenzanalysen um die Begriffe „gesund“, „Gesundheit“ und „Ernährung“ durchgeführt. *Kookkurrenzanalysen* zeigen, welche Wörter oder Wortfolgen in einem Korpus mit einer gewissen Signifikanz¹⁴ miteinander verknüpft werden. Als Kookkurrenzen werden Wörter bezeichnet, die in der Umgebung eines Wortes überzufällig häufig vorkommen. Kookkurrenzanalysen geben Hinweise auf den typischen Gebrauch eines Wortes und daraus lassen sich Erkenntnisse über die semantischen Eigenschaften gewinnen (Perkuhn et al. 2012). Eine Kookkurrenz kann so interpretiert werden, dass sie einen Aspekt der Verwendung eines Schlüsselbegriffs in einem Diskurs erfasst. *Konkordanzanalysen* ermöglichen es, den Kontext eines Wortes oder einer Wortfolge zu untersuchen, indem die jeweils vor und hinter einem Suchbegriff stehenden Zeichenfolgen beziehungsweise Wörter angezeigt werden. Sie können als Hilfestellung für die qualitative Interpretation des Kontextes bestimmter Schlüsselwörter dienen, indem Verbindungen des Suchbegriffs oder dessen Lexem mit typischen charakterisierenden Wörtern aufgezeigt werden (Dzudzek et al. 2009). Hier wurden zu allen signifikanten Kookkurrenzen des Gesundheitsbegriffs Konkordanzanalysen durchgeführt, um die Verwendungskontexte und Referenzrahmen näher zu erschließen und Rückschlüsse auf Elemente der idealtypischen Konvention in Gebrauch zuzulassen. So ließen sich einzelne Elemente verschiedener Konventionen identifizieren und die jeweiligen wirksamen Koordinationslogiken ableiten.

¹² „AntConc“ ist ein Korpusanalyse-Programm, das unter <http://www.laurenceanthony.net/software.html> (letzter Zugriff am 03.10.2019) zum freien Download bereit steht. Die Software ermöglicht verschiedene Analysen eigener Textkorpora (Erstellung von Konkordanzen, Berechnung von Häufigkeiten, Ermittlung von Wortgruppen, Berechnung von Kookkurrenzen).

¹³ Der „CorpusExplorer“ ist ebenfalls eine Open Source Software und steht unter <https://notes.jan-oliver-ruediger.de/software/> zum freien Download bereit (letzter Zugriff am 03.10.2019). Die Software vereint verschiedene Auswertungsmöglichkeiten ähnlich wie AntConc. Sie zeichnet sich durch unterschiedlichste Visualisierungsmöglichkeiten von Kookkurrenzanalysen aus (Rüdiger 2018).

¹⁴ Bei der Berechnung von Kookkurrenzen verwendet ein Analyseprogramm Signifikanztests, um zu bestimmen, ob zwei Wörter überzufällig häufig (signifikant) zusammen auftreten. Übliche Signifikanzmaße sind beispielsweise Chi-Quadrat, Log-Likelihood und Mutual-Information.

Da korpuslinguistische Verfahren frequenzorientiert arbeiten, sind sie eher den quantitativen Methoden zuzuordnen. Die im folgenden dargestellte Analyse gliedert sich jedoch zudem in eine quantitative Analyse- und eine qualitative Interpretationsphase. In der ersten Phase der durchgeführten Untersuchung erfolgte die Ergebnisermittlung durch quantitative Verfahren mithilfe der korpuslinguistischen Programme, in der zweiten Phase die Interpretation vor dem Hintergrund der Analyseheuristik der Ökonomie der Konventionen. Dieses Vorgehen ist als eine „Mixed-Methods-Analyse“ zu bezeichnen (Kuckartz 2014).

11.6 Gesundheit im Spannungsfeld zwischen Individuum und Gesellschaft

Wie in diesem Abschnitt aufgezeigt wird, vollzieht sich ein Wandel in der Mobilisierung des Gesundheitsbegriffs in unternehmerischen Qualitätskonstruktionen, wenn Ernährung im Kontext von Nachhaltigkeit thematisiert wird. Die Qualität der Ernährung wird im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit als eine Angelegenheit gesellschaftlicher Gesundheit diskutiert. Während sich dieser Wandel anhand der Erweiterung der Bezugsgrößen des Qualitätsbegriffs im Korpus der Unternehmenswebsite aufzeigen lässt, werden im Korpus der Ernährungsservice-Website kaum Bezüge zu Nachhaltigkeit hergestellt und Gesundheit lediglich als Referenzpunkt des individuellen Ernährungsverhaltens adressiert. Es zeigt sich, dass sich der unterschiedliche Stellenwert des Gesundheitsbegriffs innerhalb der Qualitätsverständnisse nicht nur auf das thematisch-inhaltliche Spektrum der Ernährungskommunikation innerhalb dieser zwei digitalen unternehmerischen Kommunikationsplattformen auswirkt, sondern auch die unternehmerischen Auffassungen von Qualität verschiedenartig determiniert. Während Gesundheit im Korpus der Ernährungsservice-Webseiten eine Zielgröße darstellt, die durch individuelle Ernährungsweisen erreicht werden soll und Qualität ausschließlich auf Sicherheits- und Hygieneaspekte von Lebensmitteln verweist, bezieht sich Gesundheit im Korpus der Unternehmenswebsite auf vielfältige Akteure und Prozesse und erfordert von den Erzeugern im Hinblick auf die Qualitätserstellung veränderte Rollen und Handlungsweisen, die sich an gesellschaftlicher Gesundheit als Orientierungswert im Kontext von Nachhaltigkeit ausrichten sollen.

11.7 Ernährungsservice-Website: Gesundheit als lebensmittelbezogenes Qualitätsrisiko und individuelle Zielgröße des Ernährungsverhaltens

Auf der *Ernährungsservice-Website*, die der Konzern seit dem Jahr 2005 betreibt, kristallisiert sich ein Qualitätsverständnis heraus, das in starkem Maße von der *industriellen Konvention* geprägt ist. Qualität wird überwiegend anhand wissenschaftlicher Parameter und messbarer Merkmale bewertet, die sich ausschließlich auf stoffliche Eigenschaften von Lebensmitteln beziehen und sich als hygienischer und damit gesundheitsverträglich einstufen lassen. Die Qualifikation des Konzerns bezieht sich darauf, Maßnahmen der Lebensmittelsicherheit und Hygiene einzuhalten und zu überwachen und damit potenzielle Risiken, die durch gesundheitsgefährdende Produkteigenschaften entstehen können, zu minimieren. Gesundheit beziehungsweise vielmehr die Toxizität von Lebensmittelprodukten wird damit indirekt als *lebensmittelsicherheitsbezogenes Qualitätsrisiko* dargestellt, dass es durch entsprechende Maßnahmen des Konzerns abzuwehren gilt. Im Rahmen der Kommunikation ernährungsbezogener Handlungsempfehlungen an KonsumentInnen wird dies ebenfalls deutlich, denn hier wird die individuelle Gesundheit als potenziell gefährdet dargestellt, wenn nicht bestimmte Handlungsempfehlungen zur Lebensmittelauswahl und zum Umgang mit Lebensmitteln eingehalten werden. So finden sich im Korpus viele Imperative wie „Achten Sie auf Qualität“ oder Tipps wie „So erkennen Sie die Qualität von frischem Fisch“ oder auch Empfehlungen zur Lagerung von Lebensmitteln im Haushalt, die darauf abzielen, gesundheitsgefährdende Qualitätsverluste, die durch unsachgemäße Auswahl oder Handhabung durch die KonsumentInnen entstehen könnten, zu vermeiden.

Die Polarisation¹⁵ der Begriffe „Qualität“ und „Gesundheit“ ergibt keine Kookkurrenzüberschneidungen, was darauf verweist, dass Gesundheit vom Konzern auf der Ernährungsservice-Website nicht direkt als Qualitätscharakteristikum konzipiert wird. Die Multi-Kookkurrenzanalyse¹⁶ zu den Begriffen „gesund“ und „Gesundheit“ bestätigt das und zeigt, dass der Gesundheitsbegriff in diesem Korpus losgelöst von der kommunikativen Qualitätskonstruktion des Unternehmens

¹⁵ Die Polarisation mithilfe des CorpusExplorers erlaubt den Vergleich zweier Begriffe anhand ihrer Kookkurrenzen. Treten Kookkurrenzüberschneidungen auf, deutet das auf gemeinsame semantische Verweisungszusammenhänge hin.

¹⁶ Je größer die Begriffe in der Kookkurrenzwolke dargestellt sind, desto höher ist ihre Signifikanz. Die Signifikanz drückt die Bindungsstärke der jeweiligen Kookkurrenz zum (Such-) Schlüsselbegriff aus. Kookkurrenzüberschneidungen, also Kookkurrenzen, die zu mindestens zwei oder allen (Such-)Schlüsselbegriffen auftreten, werden in der Abbildung durch



Abb. 11.1 Kookkurrenzwolke zu „gesund“ und „Gesundheit“ im Korpus der Ernährungsservice-Website¹⁷

lediglich als *Zielgröße des individuellen Ernährungsverhaltens* adressiert wird (siehe Abb. 11.1).

Der Konzern stellt sich als Multiplikator evidenzbasierten Ernährungswissens dar und richtet Ernährungsbotschaften an KonsumentInnen, die als wissbegierige, stets um ihre Gesundheit besorgte Laien konzipiert werden. Durch gesundheitsbezogene Ernährungsempfehlungen werden KonsumentInnen dazu aufgerufen, ihr Ernährungs- und Aktivitätsverhalten zu verändern. Begriffe wie „Lebensweise“, „Lebensstil“, „Ernährung“ und spezifischer „Tages-Speiseplan“ oder „Frühstück“ verweisen auf die individuellen Ernährungsmuster beziehungsweise Verhaltensweisen, die gesundheitsförderlich zu gestalten sind. Als „gesund“ gilt in dieser Logik eine Ernährung, die „ausgewogen“ ist, körperlich „fit“ hält, die physiologischen „Körperfunktionen“, wie beispielsweise die Funktion der „Darmflora“ oder

Unterstreichung der entsprechenden Kookkurrenz gekennzeichnet. Die Farben der Unterstreichungen verweisen auf die Zugehörigkeit der Kookkurrenz zum (Such-)Schlüsselbegriff der beziehungsweise die in den jeweiligen Farben gedruckt sind.

¹⁷ Berechnet mit dem CorpusExplorer. Signifikanzmaß: Log-Likelihood; Signifikanz Minimum: 0,95; Frequenzminimum: 3. Visualisiert mit TagPies (Jänicke et al. 2015).

der „Blutgefäße“, aufrechterhält und somit insgesamt zum individuellen „Wohlbefinden“ beiträgt. Gesundheit stellt in diesem Verständnis die Zielgröße dar, die durch KonsumentInnen anhand entsprechender Ernährungsweise und Lebensstil individuell „gefördert“ werden soll. Die Ernährungsbotschaften des Konzerns auf der Ernährungsservice-Website zielen alle darauf ab, die individuelle Gesundheit zu optimieren, indem beispielsweise Tipps zu einer „cleveren“ Lebensmittelauswahl gegeben werden und vor den „Auswirkungen“ bestimmter Mahlzeitenmuster oder spezifischer Lebensmittel auf die Gesundheit gewarnt wird. So kann sich beispielsweise „Übergewicht negativ auf die Gesundheit auswirken“ oder „koffeinhaltige Getränke in hohem Maße unerwünschte Auswirkungen auf die Hirnentwicklung des Ungeborenen haben“. Daneben werden anthropometrisch-basierte Werkzeuge zur Kontrolle des individuellen ernährungsbezogenen Gesundheitszustandes und zur Beurteilung der körperlichen „Verfassung“ zur Verfügung gestellt (beispielsweise „Gewichtskcheck“, Energiebedarfsrechner, Body-Mass-Rechner).

Gesundheit stellt in diesem Korpus daher kein Kriterium dar, auf das sich Unternehmen bei ihrer kommunikativen Konstruktion von Qualität beziehen. Vielmehr überträgt der Konzern seine industriell-geprägte Koordinationslogik des Qualitätsverständnisses auf den Gesundheitsbegriff und lokalisiert diesen am Ende der Wertschöpfungskette als mögliches Resultat der Ernährungsmuster von KonsumentInnen. Gesundheit wird vom Unternehmen als ein bei KonsumentInnen resonanzauslösender Bezugspunkt der Ernährungskommunikation herangezogen. Es liegt in der Selbstverantwortung der KonsumentInnen, Gesundheit als Zielgröße zu erreichen, indem sie den Empfehlungen zur „Änderung des Essverhaltens“ und zur „Verhaltensmodifikation“ folgen. Eine gesundheitsoptimierende Ernährung wird dabei als höchstes individuell anzustrebendes Ziel konzipiert, denn „richtig Essen und Trinken ist die Voraussetzung für Gesundheit“. Die Ernährungskommunikation des Konzerns soll lediglich dabei helfen, den Laien zu vermitteln, was unter einer solchen gesundheitsorientierten Ernährung zu „verstehen“ ist und wie diese auf der Grundlage hygienisch-sicherer Produkte umgesetzt werden kann. Ernährung und das Verhältnis zwischen Qualität und Gesundheit ist in diesem Verständnis funktional. Lebensmittel und Ernährungsweisen sollen möglichst gesundheitlich-sicher sein und der effizienten Optimierung des individuellen Gesundheitszustands nicht im Weg stehen. Relevant für die Ernährungskommunikation sind dabei lediglich naturwissenschaftliche, messbare Daten, die Auskunft über den Toxizitätswert oder die Inhaltsstoffe von Lebensmitteln beziehungsweise den körperlichen Gesundheitsstatus von Individuen geben.

11.8 Unternehmenswebsite: Gesundheit als kollektives Allgemeinwohl und Verantwortungsobjekt

Auf der Unternehmenswebsite, auf der Ernährung und ihre Produktion innerhalb der CSR-Kommunikation verstärkt vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit diskutiert wird, bezieht sich Qualität nicht mehr nur auf die Sicherheit von Lebensmitteln, sondern es wird ein umfassendes Verständnis von Qualität konstruiert, das insbesondere auf Bedingungen und Prozesse in der vorgelagerten Wertschöpfungskette verweist. Hintergrund des erweiterten Referenzrahmens des Qualitätsverständnisses ist eine vom Konzern im Jahr 2012 durchgeführte Studie, deren Erkenntnisse zu KonsumentInneneinstellungen und -präferenzen darüber Aufschluss gegeben hat, dass neben Lebensmittelsicherheit vor allem die gesellschaftlichen Verhältnisse der Lebensmittelproduktion ausschlaggebend für die Beurteilung ernährungsbezogener Qualität sind.

Die Erosion des Verbrauchervertrauens in die Lebensmittelindustrie in Deutschland und in die Qualität ihrer Produkte war im Jahr 2012 für [Unternehmensname] der Anlass, die Qualitätsinitiative ins Leben zu rufen (Korpus Unternehmenswebsite).

Dadurch ist nicht mehr nur der hygienische Sicherheitszustand von Lebensmitteln als Endprodukte für die Beurteilung von Qualität relevant, sondern nun ist „die Qualität der Rohstoffe [...] entscheidend für die Qualität der Endprodukte“, denn „Qualität beginnt bei den Rohstoffen“. Im Gegensatz zu den Endprodukten wird die Qualität der Rohstoffe nicht ausschließlich nach naturwissenschaftlichen Kriterien beurteilt. Vielmehr sind „ihre Herkunft“, die „Art des Anbaus“ sowie weitere damit zusammenhängende soziale und ökologische Aspekte von Bedeutung. Laut dem Konzern setzt sich in der Gesellschaft die Erkenntnis durch, dass „gesunde Ernährung nicht über Nährwert- oder Kalorientabellen [führt], sondern über Geschmack, Vielfalt, Qualität und bewussten Genuss“. Mit Bezug zum Gesundheitsbegriff geht es nicht mehr nur um Lebensmittelsicherheit und eine individuell-gesundheitsförderliche Ernährungsweise für die hygienisch-unbedenkliche Lebensmittel grundlegend sind, sondern um die Gestaltung und Förderung der notwendigen Bedingungen für eine zukunftsgerechte, langfristige Ernährung der Weltbevölkerung.

Bei der Polarisation der Begriffe „Ernährung“ und „Qualität“ stellen die Begriffe „gesund“ und „Gesundheit“ Kookkurrenzüberschneidungen dar. Zwar

tendieren beide Begriffe mehr zum Begriff Ernährung als zu Qualität¹⁸, dennoch kann Gesundheit als zentrales Kriterium interpretiert werden, vor dessen Hintergrund im Kontext von Nachhaltigkeit nun Qualität beurteilt wird. Das Qualitätsverständnis wird im Korpus der Unternehmenswebseiten diskursiv entlang von vier Dimensionen konstruiert: „Ernährung, Sicherheit, Umwelt und Gesellschaft“. Unmittelbar nach der Ermittlung des Verbraucherverständnisses von Qualität durch die Unternehmensstudie im Jahr 2012 wurde die Dimension „Gesellschaft“ vom Konzern in seiner Kommunikation noch mit dem Begriff „Gesundheit“ bezeichnet. Die Multi-Kookkurrenzanalyse zu den Begriffen „gesund“ und „Gesundheit“ im Korpus der Unternehmenswebsite zeigt, dass sich deren Bedeutung im Gegensatz zum Korpus der Ernährungsservice-Website deutlich über individuelle Konstitutionen hinaus auch auf gesellschaftliche Anliegen erstreckt (siehe Abb. 11.2). Dies kann eine spätere Umbenennung der Dimension „Gesundheit“ in „Gesellschaft“ erklären. Denn Gesundheit wird in diesem vom Konzern konstruierten Qualitätsverständnis nicht lediglich als eine Qualitätsdimension angesehen, sondern als *kollektives Allgemeinwohl und Verantwortungsbegriff* konstruiert, das in Bezug auf alle vier Qualitätsdimensionen von Bedeutung ist.

Wie die Kookkurrenzüberschneidung der Begriffe „gesund“ und „Gesundheit“ in Abb. 11.2 zeigt, wird der deutlichste Bezug zum Gesundheitsbegriff in der Qualitätsdimension „Ernährung“ hergestellt. Im Gegensatz zum Korpus der Ernährungsservice-Webseiten werden nun aber nicht mehr nur einzelne Lebensmittel beziehungsweise deren Inhaltsstoffe als gesundheitlich-unbedenklich und notwendiger Bestandteil einer gesunden Ernährung herausgestellt. Hier geht es vielmehr um die Reformulierung des Produktportfolios des Konzerns und um die Gestaltung gesundheitsförderlicher Nährwertprofile von Lebensmitteln durch wissenschaftlich-technologische Innovationen. Damit soll langfristig der gesellschaftliche Gesundheitsstatus, sowohl in Deutschland als auch in Entwicklungsländern, beispielsweise durch Nährstoff-Anreicherung von Produkten, erhöht werden. Somit steht zwar noch immer die gesundheitliche Effizienz von Lebensmitteln im Zentrum, was auf Elemente der industriellen Konvention verweist, aber zusätzlich sind auch Elemente der Konvention der Inspiration und der handwerklichen Konvention relevant. „Gesundheit“ als Wert stellt demnach das zentrale Kriterium dar, nach dem beispielsweise Innovationen auf der Grundlage

¹⁸ Die Werte wurden mit dem CorpusExplorer berechnet und liegen für „gesund“ bei -0,04.379 und „Gesundheit“ bei -0,01.118. Kookkurrenzen mit einem Wert zwischen -1 (Ernährung) und 1 (Qualität) tendieren mehr oder weniger schwer zu dem einen oder anderem Begriff. Eine Kookkurrenz mit dem Wert 0 wäre demnach absolut ausgeglichen.



Abb. 11.2 Kookkurrenzwolke zu „gesund“ und „Gesundheit“ im Korpus der Unternehmenswebsite¹⁹

gesundheitsorientierter Ernährungsforschung ausgerichtet werden. Um dazu beizutragen, dass KonsumentInnen in Zukunft „wertorientiert“ einkaufen können und sich „ausgewogene“ Ernährung auch mit „Ressourcenschonung“, „kombinieren“ lässt, werden gesundheitsorientierte Produktinnovationen, die individuelle und ökologische Gesundheit gleichermaßen berücksichtigen, von dem Konzern als unerlässlich eingestuft. Daneben werden wissenschaftsbasierte, personalisierte Ernährungsprodukte in Erwägung gezogen, um „zukünftigen“ Krankheiten präventiv entgegenzuwirken.

Die nächste Generation der Ernährung wird wissenschaftsbasiert und personalisiert sein und kann eine Schlüsselrolle im Management und in der Prävention von Krankheiten spielen (Korpus Unternehmenswebsite).

¹⁹ Berechnet mit dem CorpusExplorer. Signifikanzmaß: Log-Likelihood; Signifikanz Minimum: 0,95; Frequenzminimum: 3. Visualisiert mit TagPies (Jänicke et al. 2015).

Die industriell-geprägte Referenz auf den Gesundheitsbegriff in Bezug auf Ernährung wird in diesem Korpus noch verstärkt. Produkte sollen in Zukunft möglichst effizient für die individuelle Gesundheit sein und eine gesundheitsförderliche Lebensmittelversorgung der Gesellschaft gewährleisten können. Es wird nicht mehr nur von „gesunder Ernährung“, sondern von „Gesundheitsernährung“ gesprochen. Durch Forschung sei es möglich, Produkte herzustellen, „die einen noch positiveren Einfluss auf die Gesundheit“ beispielsweise von „Müttern“ oder „Kindern“ haben. Bei Ernährungskommunikation, die sich auf den Konsum von Lebensmitteln bezieht, zeigt sich damit auch im Korpus der Unternehmenswebseiten die Dominanz der industriellen Logik. Daneben wird aber auch auf Elemente der Netzwerkkonvention sowie der staatsbürgerlichen Konvention zurückgegriffen, denn Gesundheit, insbesondere ihre gesellschaftliche Ausprägung in der Zukunft, wird als Resultat des gegenwärtigen gesellschaftlichen Ernährungshandelns konstruiert und in Abhängigkeit davon, wie es gelingt die einzelnen Produktionsprozesse, Produkte und Ernährungsmuster als gemeinsames Anliegen gesundheitsorientiert zu koordinieren.

Es klingt tatsächlich erst einmal merkwürdig, doch die Anzeichen mehren sich, dass unser Essverhalten und Lebensstil die Gesundheit unserer Kinder und sogar Kindeskiner beeinflussen könnten (Korpus, Unternehmenswebsite).

Gesundheit als kollektives Verantwortungsobjekt geht über individuelle Gesundheitswirkungen der Ernährung hinaus. Dennoch wird dem ernährungsbezogenen Konsum auch für das Ziel gesellschaftlicher Gesundheit eine tragende Rolle zugeschrieben. Der Konzern verweist auf seiner Unternehmenswebsite darauf, dass er den KonsumentInnen in puncto „gesunde Ernährung“ auf der digitalen Plattform der Ernährungsservice-Website als „Ratgeber“ bereitsteht, sie mit „verständlichen“ Informationen versorgt und „interaktive“ Tools anbietet. Dabei rahmt er dieses Serviceangebot auf der Unternehmenswebsite als Maßnahme zur gesellschaftlichen Ernährungsbildung und verantwortlichen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.

Die Förderung und Vermittlung von Ernährungswissen ist uns ein großes Anliegen, denn nur so können Sie bewusste Entscheidungen zu Ihrer Ernährung treffen. Daher tragen wir beispielsweise durch [die Ernährungsservice-Website] aktiv zur Ernährungsbildung in der Bevölkerung bei (Korpus Unternehmenswebsite).

„Bewusste Entscheidungen“ beziehen sich nicht mehr nur auf die Folgewirkungen der Ernährung auf das Individuum, sondern auch auf die Umwelt und andere am Ernährungsprozess beteiligte gesellschaftliche Akteure. Neben der Thematisierung, ob beispielsweise „Palmöl“ für die individuelle Gesundheit

„schädlich“ sein kann, werden auf der Unternehmenswebsite auch mögliche Schäden des Palmölanbaus für den Gesundheitszustand der Umwelt und der an der Produktion beteiligten Personen thematisiert. Gesund sein soll nicht mehr nur das essende Individuum, sondern die zukünftige Gesellschaft und die ökologischen und sozialen Zustände in der Lebensmittelproduktion. So sind beispielsweise gesunde „Arbeitsbedingungen“ und „Integrität“ in den Lieferketten relevant, um die Gesundheit der Mitarbeiter zu gewährleisten. Auch „geschäftliche“ Entwicklungsprozesse erhalten ihre Wertigkeit durch das Kriterium der Gesundheitsförderlichkeit.

Langfristig sind das Wohlergehen von Gesellschaft und Wirtschaft und eine gesunde Geschäftsentwicklung eng miteinander verbunden (Korpus Unternehmenswebsite).

Gesundheit wird auf der Unternehmenswebsite als kollektives Anliegen konstruiert, das in jeder Qualitätsdimension gleichermaßen relevant ist, da es sich auch auf die Akteure und Bedingungen, die durch die Produktion der Lebensmittel in die Erstellung der Qualität einbezogen sind, bezieht. Als „gesund“ werden Prozesse bewertet, die umwelt-, sozial- und wirtschaftsverträglich sind und sich dabei auch auf die „zukünftige“ Entwicklung dieser Bedingungen beziehen. Dadurch gehen auch Elemente der ökologischen und staatsbürgerlichen Konvention in die Qualitätskonstruktion auf der Unternehmenswebsite ein. In Orientierung an den SDGs möchte der Konzern „ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern“ und dies durch höherwertige Qualität anstreben.

11.9 Diskussion

Die hier vorgestellte Analyse zeigt die Koexistenz zweier verschiedener Qualitätsverständnisse in Bezug auf Ernährung auf, in denen der Gesundheitsbegriff je einen unterschiedlichen Stellenwert einnimmt. Auf der Ernährungsservice-Website wird Gesundheitsverträglichkeit als Charakteristikum von Qualität zunächst nur auf hygienische Aspekte von Lebensmittelprodukten bezogen und lediglich das individuelle System zur Prüfung des Gesundheitswertes befähigt. Auf der Unternehmenswebsite bezieht sich Gesundheit als koordinierender Orientierungswert nachhaltiger Qualität auf Produkte *und* Prozesse und wird auch im Hinblick auf die Umweltverträglichkeit für das natürliche System sowie hinsichtlich der Sozialverträglichkeit für die Gesellschaft bewertet. Damit werden neben dem einzelnen Produkt auch Bedingungen und Folgewirkungen der Erzeugung

und Verarbeitung in den Blick genommen. Auf der Ernährungsservice-Website wird die Verantwortung für Gesundheit als individuelle Angelegenheit konzipiert, die sich nur auf das Verhalten des essenden Individuums bezieht. Auf der Unternehmenswebsite hingegen werden Ernährung und die Ernährungsproduktion als Handlungsbereiche dargestellt, die durch Verhaltens- und Verhältnisveränderung von allen Beteiligten im Sinne der Nachhaltigkeit gesundheitsförderlich zu gestalten sind, was den aktuellen gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Diskussionen nahekommt (Hirschfelder 2018; Statista 2017; UN Environment 2019).

Es zeigt sich, dass Gesundheit im Kontext eines nachhaltigkeitsorientierten Qualitätsverständnisses zu einem elementaren Bestandteil der Koordinationslogik transformiert, an der sich die Wertigkeit ernährungsbezogener Qualität umfassend beurteilen lässt. Die identifizierte Koordinationslogik stellt in diesem Sinne eine Aktualisierung, Neu-Interpretation und Transformation der im Kontext der klassischen Ernährungskommunikation bereits existierenden industriell-geprägten Konvention dar (vgl. Robert Salais 2019, S. 317). Gesundheit wird im Kontext von Nachhaltigkeit zu einem kollektiven Verantwortungsobjekt und zu einem gesellschaftlichen Wert, der nicht nur durch individuelles Ernährungsverhalten erzielt werden soll, sondern auch in sozialen, ökologischen und ökonomischen Prozessen der Lebensmittelerzeugung der Handlungskoordination dient und das Allgemeinwohl determiniert. In der gesundheitsorientierten Koordinationslogik sind nun nicht mehr lediglich KonsumentInnen qualifiziert, Gesundheit zu erlangen, sondern auch Lebensmittelerzeuger und Produzenten sowie die Prozesse, in welche diese involviert sind. Diese Neu-Qualifikation der Lebensmittelproduzenten geht mit veränderten Rollen und Handlungsweisen einher, die so vorher nicht im Zusammenhang mit gesunder Ernährung thematisiert wurden. Durch die Elaboration der gesundheitsorientierten Koordinationslogik wird damit ein Sinnrahmen geschaffen, auf dessen Grundlage unternehmerische Handlungen, wie beispielsweise die Produktion von Lebensmitteln mit definierter gesundheitsförderlicher Wirkung, im Rahmen des nachhaltigkeitsorientierten Qualitätsverständnisses erst ermöglicht werden (vgl. Diaz-Bone 2015).

Neben Elementen der ökologischen, handwerklichen und staatsbürgerlichen Konvention sowie der Konvention der Inspiration und des Netzwerks, zeigt sich jedoch auch im Kontext von Nachhaltigkeit die Dominanz der industriellen Konvention für ernährungsbezogene Qualität²⁰. Die Referenz auf die industrielle

²⁰ Dass die Marktkonvention in den Daten nicht adressiert wird, könnte ggf. darauf zurückzuführen sein, dass Public Relations und keine Marktkommunikation untersucht wurde. Im

Konvention wird im Vergleich zur Ernährungsservice-Website auf der Unternehmenswebsite sogar noch verstärkt. Im Gegensatz zur Ernährungsservice-Website wird auf der Unternehmenswebsite mithilfe von Elementen der industriellen Konvention jedoch nicht Lebensmittelsicherheit koordiniert, sondern eine funktionale Lebensmittelproduktion als Bestandteil nachhaltig-gesunder Ernährungsbedingungen legitimiert. Mit Lebensmittelanreicherungen und innovativen Produktentwicklungen soll eine „Gesundheitsernährung“ ermöglicht werden, die den gesundheitlichen Zustand der Gesellschaft in Zukunft möglichst noch effizienter optimiert.

Für die Ernährungskommunikation, die darauf aus ist Ernährungsverhalten an den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung auszurichten, ergeben sich aus diesen Erkenntnissen wichtige Implikationen. Zum einen erweitert sich der Kreis der Adressaten gesundheitsorientierter Ernährungskommunikation. Es stehen nicht mehr nur die essenden Individuen im Mittelpunkt, die durch Empfehlungen zur Lebensmittelaufnahme und Ernährungsweisen zu gesundheitsförderlichen Ernährungsverhaltensveränderungen aufgerufen werden, sondern das gesamte Ernährungssystem und die zentralen beteiligten Akteure werden nun ebenfalls mit Empfehlungen zur Ernährungsproduktionstransformation adressiert und mit Referenz auf den Gesundheitsbegriff zur Veränderung der Ernährungsverhältnisse aufgerufen. Der Gesundheitsbegriff bewegt sich damit in einem Spannungsfeld zwischen individuellen und gesellschaftlichen gesundheitsbezogenen Zielen im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung. Dies erschwert Kommunikation und Verständigung *über* beziehungsweise *für* eine gesunde Ernährung, denn der ohnehin mehrdeutig-geprägte Ausdruck einer „gesunden Ernährung“ kann nun neben den gesundheitlichen Zielen des Individuums, auch auf gesellschaftliche Ziele in Bezug auf die Umwelt, Ökonomie oder das Soziale verweisen. Und aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen, werden dabei andere Anforderungen an eine gesunde Ernährung gestellt. Die individuelle ernährungsbezogene Gesundheit ist damit nicht mehr nur eine private Angelegenheit, auf die persönlich im Sinne eines Selbstversorgers zu achten ist (vgl. Schmidt 2018), sondern bedarf einer Abstimmung mit gesellschaftlichen Zielen.

Eine Kommunikation, die individuelles Ernährungsverhalten mit Referenz auf den Gesundheitsbegriff ändern möchte, gilt als gescheitert (Spiekermann

Gegensatz zur Marktkommunikation, wo der Verkauf und Einkauf von Produkten und Ressourcen im Mittelpunkt steht, ist das Ziel der Public Relations die Legitimation der unternehmerischen Handlungen im gesellschaftspolitischen Umfeld (Zerfaß 2014). Funktionen der Kommunikation bei Public Relations sind das Beziehungsmanagement und die Imagepflege. Profitmaximierung wird in diesem Rahmen daher eher weniger thematisiert.

2005; Steinberg 2011). Wenn nun nachhaltigkeitsorientierte Ernährungskommunikation auf eine Koordinationslogik Bezug nimmt, in der Gesundheit als kollektives Anliegen mobilisiert wird, um auch auf gesellschaftliche Bedingungen und Folgewirkungen der Lebensmittelproduktion zu verweisen, stellt sich die Frage, ob diese Konvention geeignet ist, um von möglichst vielen beteiligten Akteuren für eine nachhaltigkeitsorientierte Handlungskoordination angenommen zu werden. Zwar zeigt sich, dass sich das Qualitätsverständnis mit einer gesundheitsorientierten Koordinationslogik in ihrem Umfang erweitert und an Nachhaltigkeitsaspekten ausgerichtet wird. Dennoch stellt diese gesundheitsorientierte Konvention ein Hybrid idealtypischer Konventionen dar, dessen Kern bei dem untersuchten Lebensmittelkonzern von einer industriellen Konvention dominiert wird. Insbesondere für die KonsumentInnen ergibt sich daraus keine Veränderung in der Koordinationslogik auf die in unternehmerischer Ernährungskommunikation bei der Konstruktion des Qualitätsverständnisses Bezug genommen wird. Stattdessen wird gesunde Ernährung als Gegenstand des Konsums noch deutlicher als Optimierung körperlicher Effizienz kommuniziert und Zusammenhänge zwischen individueller und gesellschaftlicher Gesundheit nur unzureichend thematisiert. Eine stärkere Orientierung an den oben vorgestellten Gesundheitsbegriffen des EAT-Lancet-Reports (N.N. 2019) oder der FAO (FAO 2011) und die Aushandlung einer Koordinationslogik, deren Elemente sich in ihrer Gesamtheit auf vielfältige ernährungsbezogene Handlungsbereiche anwenden lassen, ist in den Daten nicht vorzufinden und steht noch aus.

Die Beurteilung der Qualität der Ernährung als „gesund“ sollte für alle Adressaten der Ernährungskommunikation multidimensional und anhand verschiedener Bewertungsmaßstäbe vorgenommen werden, die sich zusammengenommen als „gesund“ beurteilen lassen. Nur so kann das Spannungsfeld zwischen individueller und gesellschaftlicher Gesundheit gelöst werden und Diskussionen um nachhaltigkeitsorientierte Ernährungsformen, die aber individuell nicht als gesund einzustufen sind (Rockström 2019), verständigungsorientierter gestaltet werden.

11.10 Fazit

Der theoretische Bezugsrahmen der Ökonomie der Konventionen dient in diesem Beitrag vornehmlich als Analyseheuristik vor deren Hintergrund die Ergebnisse der korpuslinguistischen Analyse interpretiert werden. Die Orientierung an idealtypischen Qualitätskonventionen (Diaz-Bone 2015) war dabei eine zentrale Hilfestellung und ermöglichte eine systematische Identifikation der im Material

identifizierten Muster als Elemente einzelner Konventionen. Durch den theoretischen Rahmen ließ sich nicht nur aufzeigen, *dass* und *wie* der Gesundheitsbegriff als Bestandteil der diskursiv-konstruierten ernährungsbezogenen Qualitätsverständnisse mobilisiert wird, sondern auch *wie* er in Bezug auf verschiedene Bereiche des Ernährungshandelns *interpretiert* wird. Der Analyserahmen der Ökonomie der Konventionen macht es möglich, die Pluralität verschiedener Konventionen sowie ihre Elemente erst aufzeigen zu können, indem die idealtypischen Konventionen als „sensibilisierende Konzepte“ (Blumer 1954) die Analyse anleiten. Der Referenzrahmen ermöglicht es normative Spannungen und Widersprüche zwischen den Kommunikatoren des gesellschaftlichen Ernährungssystems aufzuzeigen und ihre argumentative Fundierung erst sichtbar und nachvollziehbar zu machen (vgl. Diaz-Bone und Cappel, 2021).

Vor dem Hintergrund komplexer werdender und sich kontinuierlich wandelnder Kommunikationsprozesse durch Digitalisierung und der Zunahme der öffentlichen Sichtbarkeit gesellschaftlicher Ernährungskommunikatoren, bietet die Ökonomie der Konventionen einen hilfreichen Analyserahmen, um verschiedene Verständnisse in Bezug auf Ernährung offenzulegen und zu vergleichen, im Hinblick auf ihren innovativen Charakter für ernährungsbezogene Handlungskoordination zu diskutieren und daraus gesellschaftlich anschlussfähige Möglichkeiten für die Ernährungskommunikation abzuleiten.

Literatur

- Aston, Louise M./Smith, James N./Powles, John W. 2012. Impact of a reduced red and processed meat dietary pattern on disease risks and greenhouse gas emissions in the UK: a modelling study. *BMJ open* 2(5).
- Auestad, Nancy/Fulgoni, Victor L. 2015. What current literature tells us about sustainable diets: emerging research linking dietary patterns, environmental sustainability, and economics. *Advances in nutrition* 6(1), S. 19–36.
- Barlösius, Eva. 2016. *Soziologie des Essens: Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung*, 3. Auflage. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Baroni, Luciana/Cenci, Lorenzo M./Tettamanti, Massimo/Berati, Marina. 2007. Evaluating the environmental impact of various dietary patterns combined with different food production systems. *European journal of clinical nutrition* 61(2), S. 279–286.
- Bartelmeß, Tina. 2020. *Unternehmerische Ernährungskommunikation und -verantwortung. Eine konstruktivistische Betrachtung im Kontext von Nachhaltigkeit*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Bartelmeß, Tina/Godemann, Jasmin. 2019. Ernährungskommunikation von Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft im Kontext von Nachhaltigkeit: Eine rekonstruktive Analyse. *Ernährungs Umschau* 66(6), S. M332–M340.

- Batifoulier, Philippe/Domin, Jean-Paul/Gadreau, Maryse. 2011. Market Empowerment of the Patient: The French Experience. *Review of Social Economy* 69(2), S. 143–162.
- Beck, Klaus. 2010. *Soziologie der Online-Kommunikation*. In: Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hrsg.), *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS, S. 15–35.
- Berners-Lee, Mike/Hoolohan, Claire/Cammack, H./Hewitt, C. Nicholas. 2012. The relative greenhouse gas impacts of realistic dietary choices. *Energy Policy* 43, S. 184–190.
- Biltekoff, Charlotte. 2010. Consumer response: the paradoxes of food and health. *Annals of the New York Academy of Sciences* 1190, S. 174–178.
- Blumer, Herbert. 1954. What is wrong with Social Theory? *American Sociological Review*, 19(1), S. 3–10.
- BMEL, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. 2019. *Wie informieren Sie sich über Lebensmittel?* [Graph]. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/379924/umfrage/informationsquellen-fuer-lebensmittel-in-deutschland/>. Zugegriffen: 28. August 2019.
- Boisard, Pierre. 1991. The future of a tradition: Two ways of making camembert, the foremost cheese of France. *Food and Foodways* 4(3/4), S. 173–207.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève. 2003. *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Boltanski, Luc/Thévenot, Laurent. 2007. *Über die Rechtfertigung: Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Diaz-Bone, Rainer. 2005. Strukturen der Weinwelt und der Weinerfahrung. *Sociologia Internationalis* 43(1/2), S. 25–57.
- Diaz-Bone, Rainer. 2013. Discourse conventions in the construction of wine qualities in the wine market. *economic sociology_the european electronic newsletter* 14 (2), S. 46–53.
- Diaz-Bone, Rainer. 2018. *Die „Économie des conventions“: Grundlagen und Entwicklungen der neuen französischen Wirtschaftssoziologie*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Diaz-Bone, Rainer. 2015. *Qualitätskonventionen als Diskursordnungen in Märkten*. In: Diaz-Bone, Rainer/Krell, Gertraude, *Diskurs und Ökonomie: Diskursanalytische Perspektiven auf Märkte und Organisationen*, 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 309–337.
- Diaz-Bone, Rainer/Cappel, Valeska. 2021. *Qualitätskonventionen und Ernährungskommunikation*. In: Godemann, Jasmin/Bartelmeß, Tina (Hrsg.), *Ernährungskommunikation. Interdisziplinäre Perspektiven – Theorien – Methoden*. Wiesbaden: Springer VS, S. 145–159.
- Diaz-Bone, Rainer/Thévenot, Laurent. 2010. Die Soziologie der Konventionen: Die Theorie der Konventionen als ein zentraler Bestandteil der neuen französischen Sozialwissenschaften. *Trivium* 5, S. 1–18.
- Diedrichsen, Iwer (Hrsg.). 1995. *Humanernährung: Ein interdisziplinäres Lehrbuch*. Heidelberg: Steinkopff.
- Dzudzek, Iris/Glasze, Georg/Mattissek, Annika. 2009. *Verfahren der lexikometrischen Analyse von Textkorpora*. In: Glasze, Georg/Mattissek, Annika (Hrsg.), *Handbuch Diskurs und Raum: Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung*. Bielefeld: transcript, S. 233–260.
- Ermann, Ulrich/Langthaler, Ernst/Penker, Marianne/Schermer, Markus. 2018. *Agro-food studies: Eine Einführung*. Wien: Böhlau Verlag.

- FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2011. One Health: Food and Agriculture Organization of the United Nations Strategic Action Plan. Brochure. <http://www.fao.org/3/al868e/al868e00.pdf>. Zugegriffen: 28. August 2019.
- FAO. 2019. Sustainable Development Goals. <http://www.fao.org/sustainable-development-goals/goals/goal-3/en/>. Zugegriffen: 28. August 2019.
- Firth, John Rupert. 1957. *A synopsis of linguistic theory 1930–1950*. In: Philological Society (Hrsg.), *Studies in Linguistic Analysis*. Oxford: Blackwell, S. 1–32.
- Fischer, Carlos G./Garnett, Tara. 2016. *Plates, pyramids, planet. Developments in national healthy and sustainable dietary guidelines: a state of play assessment*. FAO and the University of Oxford.
- Girreßer, Ursula/Wilkens, Lydia. 2016. *Ernährungskommunikation*. In: Ghadiri, Argang/Ternès von Hattburg, Anabel/Peters, Theo (Hrsg.), *Trends im Betrieblichen Gesundheitsmanagement: Ansätze aus Forschung und Praxis*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 59–72.
- Godemann, Jasmin/Bartelmeß, Tina. 2017. Ernährungskommunikation und Nachhaltigkeit. Perspektiven eines Forschungsfeldes. *Ernährungs Umschau* 64(12), S. M692–M698.
- Godemann, Jasmin/Bartelmeß, Tina. 2018. *Gesellschaftliche Verständigung über ein Totalphänomen. Zum Verständnis nachhaltigkeitsbezogener Ernährungskommunikation*. In: Phyel, Thomas (Hrsg.), *Zwischen Ohnmacht und Zuversicht: Vom Umgang mit Komplexität in der Nachhaltigkeitskommunikation*. München: oekom, S. 187–206.
- Hayn, Doris/Eberle, Ulrike. 2006. *Kommunikation für eine Ernährungswende*. In: Eberle, Ulrike/Hayn, Doris/Rehaag, Regine/Simshäuser, Ulla (Hrsg.), *Ernährungswende: Eine Herausforderung für Politik, Unternehmen und Gesellschaft*. München: oekom, S. 168–182.
- Hirschfelder, Gunther. 2018. Gesundheit und Ernährung: Die Macht der Kultur: Einblicke in ein Beziehungsdreieck. *Biologie In Unserer Zeit* 48(2), S. 106–112.
- Hung, Yung/Verbeke, Wim. 2019. Consumer evaluation, use and health relevance of health claims in the European Union. *Food Quality and Preference* 74, S. 88–99.
- IfD Allensbach. 2020. Interesse der Bevölkerung in Deutschland an gesunder Ernährung und gesunder Lebensweise von 2016 bis 2020 (Personen in Millionen). Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, Juli 2020.
- Ingenhoff, Diana/Kölling, A. Martina. 2011. *Internetbasierte CSR-Kommunikation*. In: Raupp, Juliana/Jarolimek, Stefan/Schultz, Friederike (Hrsg.), *Handbuch CSR. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, disziplinäre Zugänge und methodische Herausforderungen*. Wiesbaden: Springer VS, S. 480–498.
- Jänicke, Stefan/Blumenstein, Judith/Rücker, Michaela/Zeckzer/ Dirk Scheuermann, Gerik. 2015. Visualizing the Results of Search Queries on Ancient Text Corpora with Tag Pies. <http://docplayer.net/23646659-Visualizing-the-results-of-search-queries-on-ancient-text-corpora-with-tag-pies.html>. Zugegriffen: 3. Oktober 2019.
- Kroke, Anja. 2019. Nutrition for Future: Ein Kommentar zum EAT-Lancet-Bericht. *Ernährungs Umschau* 66(7), S. M422–M423.
- Kuckartz, Udo. 2014. *Mixed Method: Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren*. Wiesbaden: Springer VS.
- Lafaye, Claudette/Thévenot, Laurent. 1993. Une justification écologique? Conflits dans l'aménagement de la nature? *Revue française de sociologie* 34(4), S. 495–524.

- Meier, Toni. 2014. *Gesamtgesellschaftliche Kosten von Landwirtschaft und Ernährung*. In: Schrode, Alexander/Meier, Toni/Koch, Eva, Nachhaltige Ernährung – Von der Theorie zur Praxis. Beiträge für eine nachhaltige Ernährungskultur. Halle (Saale): Proceedings of the colloquium „Sustainable Nutrition – From theory to practice“, S. 4–17.
- Meier, Toni/Christen, Olaf. 2013. Environmental impacts of dietary recommendations and dietary styles: Germany as an example. *Environmental science & technology* 47(2), S. 877–888.
- Meybeck, Alexandre/Gitz, Vincent. 2017. Sustainable diets within sustainable food systems. *The Proceedings of the Nutrition Society* 76(1), S. 1–11.
- Mörixbauer, Angela/Gruber, Marlies/Derndorfer, Eva. 2019. *Handbuch Ernährungskommunikation*. Berlin: Springer Spektrum.
- N.N. 2019. EAT-Lancet-Report: Strategische Ansätze zur Umstellung des weltweiten Ernährungssektors. *Ernährungs Umschau* 66(7), S. M416–M421.
- Paulitz, Tanja/Winter, Martin. 2019. *Ernährung aus kultursociologischer Perspektive*. In: Moebius, Stephan/ Nungesser, Frithjof/Scherke, Katharina (Hrsg.), *Handbuch Kultursociologie. Theorien-Methoden-Felder*, 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 319–336.
- Perkuhn, Rainer/Keibel, Holger/Kupietz, Marc. 2012. *Korpuslinguistik*. Paderborn: Fink.
- Pietrowsky, Reinhard. 2019. *Ernährung und Gesundheit*. In: Haring, Robin (Hrsg.), *Gesundheitswissenschaften*. Berlin: Springer, S. 323–333.
- Pleil, Thomas/Zerfuß, Ansgar. 2014. *Internet und Social Media in der Unternehmenskommunikation*. In: Zerfuß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie, Management, Wertschöpfung*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 731–753.
- Rabast, Udo. 2018. *Gesunde Ernährung, gesunder Lebensstil*. Berlin: Springer.
- Rockström, Johan. 2019. *Eat Good: Das Kochbuch, das die Welt verändert*. Hildesheim: Gerstenberg.
- Rössler, Patrick. 2006. *Ernährung im (Zerr-)Spiegel der Medienberichterstattung? Einige Befunde zur Ernährungskommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht*. In: Barlösius, Eva/Rehaag, Regine (Hrsg.), *Skandal oder Kontinuität. Anforderungen an eine öffentliche Ernährungskommunikation*. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), S. 61–70.
- Rüdiger, Jan Oliver. 2018. *CorpusExplorer v2.0 – Visualisierung prozessorientiert gestalten*. In: Bubenhofer, Noah/Kupietz, Marc (Hrsg.), *Visualisierung sprachlicher Daten*. Heidelberg: Heidelberg University Publishing, S. 257–268.
- Salais, Robert. 2019. *Konventionen und Normen der Produktqualität*. In: Salais, Robert/Streng, Marcel/Vogel, Jakob (Hrsg.), *Qualitätspolitik und Konventionen: Die Qualität der Produkte in historischer Perspektive*. Wiesbaden: Springer VS, S. 309–340.
- Schmidt, Bettina. 2018. *Gesellschaftliche Konstruktion von Gesundheit und Krankheit*. In: Haring, Robin (Hrsg.), *Gesundheitswissenschaften*. Berlin: Springer, S. 1–9.
- Schritt, Katarina. 2011. *Ernährung im Kontext von Geschlechterverhältnissen: Analyse zur Diskursivität gesunder Ernährung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Sharon, Tamar. 2018. When digital health meets digital capitalism, how many common goods are at stake? *Big Data & Society* 5(2), S. 1–12.
- Spiekermann, Uwe. 2005. *Warum scheitert die Ernährungskommunikation?* In: Weißen, Eva, *Ernährungskommunikation. Neue Wege – neue Chancen?*. Bonn: aid special, S. 11–17.

- Statista 2017. Wie wichtig ist es Ihnen persönlich sich in folgenden Bereichen nachhaltig zu verhalten? <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/716888/umfrage/umfrage> [Graph]. Zugegriffen: 28. August 2019.
- Steinberg, Antje. 2011. *Scheitert die Ernährungskommunikation? Qualitative Inhaltsanalyse von Printratgebern*. Wiesbaden: Springer VS.
- Suckert, Lisa. 2015. *Die Dynamik ökologischer Märkte: Eine feldanalytische Betrachtung des Marktes für Bio-Molkereiprodukte*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- UN Environment. 2019. Global Environmental Outlook – Geo 6: Healthy planet, healthy people. <https://www.unenvironment.org/resources/report/our-planet-healthy-planet-healthy-people>. Zugegriffen: 28. August 2019.
- Vieux, Florent/Soler, Louis-Georges/Touazi, Djilali/Darmon, Nicole. 2013. High nutritional quality is not associated with low greenhouse gas emissions in self-selected diets of French adults. *The American journal of clinical nutrition* 97(3), S. 569–583.
- Whitmee, Sarah/Haines, Andy/Beyrer, Chris/Boltz, Frederick/Capon, Anthony G./Ferreira de Souza Dias, Braulio/Ezeh, Alex/Frumkin, Howard/Gong, Peng/Head, Peter/Horton, Richard/Mace, Georgina M./Marten, Robert/Myers, Samuel S./Nishtar, Sania/Osofsky, Steven A./Pattanayak, Subhrendu K./Pongsiri, Montira J./Romanelli, Cristina/Soucat, Agnes/Vega, Jeanette/Yach, Derek. 2015. Safeguarding human health in the Anthropocene epoch: report of The Rockefeller Foundation–Lancet Commission on planetary health. *The Lancet* 386 (10007), S. 1973–2028.
- WHO, World Health Organization. 2019. Healthy diet. <https://www.who.int/behealthy/healthy-diet>. Zugegriffen: 28. August 2019.
- Wilk, Nicole M. 2015. Die kommunikative Rolle gesunder Ernährung in den Medien. Medienlinguistische Untersuchung von Beitragsketten in zwei Internetforen. *Ernährungs Umschau* 62(2), S. M106–M115.
- Zerfaß, Ansgar. 2014. *Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Strategie, Management und Controlling*. In: Zerfaß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie, Management, Wertschöpfung*, 2. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, S. 21–80.
- Zühlsdorf, Anke/Jürkenbeck, Kristin/Spiller, Achim. 2018. Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018: Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen: Chartbook zur repräsentativen Umfrage. https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2018/01/16/umfrage_ergebnisbericht_lebensmittelmarkt_und_ernaehrungspolitik_2018.pdf. Zugegriffen: 28. August 2019.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

