

## **PRESSEMITTEILUNG**

Berlin, 2. August 2012

### **LandFrauen empfehlen: Vielfalt ist das Beste - im Einkaufskorb und auf dem Tisch Die Systemgastronomie und ihre Produkte gehören dazu**

„Wenn es um Fastfood-Anbieter geht, schlagen die Emotionen hoch. Für die einen ist McDonald's und Co. Lebensstil, für die anderen ist es das Gegenteil von gutem Geschmack und gesunder Ernährung. Wir LandFrauen sehen die Entwicklung durchaus kritisch, aber wir sind auch realistisch und pragmatisch“, äußert sich Brigitte Scherb, Präsidentin des Deutschen LandFrauenverbandes e.V. (dlv) nach dem Besuch des dlv-Präsidiums in der McDonald's Food Town in Duisburg-Rheinhausen.

Die Systemgastronomie ist im Alltag präsent und angesichts geringer Zeitbudgets zur Organisation des Alltags durchaus eine Alternative für Familien und Singles. „Wir haben heute eine vorzeigbare Produktion gesehen, die wie jeder andere Lebensmittelbetrieb um Qualität und Effizienz bemüht ist, sich aber auch am Markt ausrichten muss. So wie wir heute akzeptieren, dass Fastfood nicht per se schlecht ist, haben auch Firmen wie McDonald's ihre Lektion gelernt. Qualitativ hochwertige Zutaten aus der Region, schonende Verarbeitung und gesunde Salatbeilagen sind heute fester Bestandteil der Marktstrategie“, stellt die dlv-Präsidentin fest.

Das dlv-Präsidium hat sich auch deshalb für diesen Besuch entschieden, weil es immer besser ist miteinander als übereinander zu reden. LandFrauen sind Botschafterinnen für gute Ernährung und stehen für den Erzeuger-Verbraucher-Dialog. „Die Lebensmittelwirtschaft ist hierbei ein wichtiger Partner, denn der Großteil unserer Lebensmittel kommt nun mal aus der Fabrik und nicht direkt vom Bauernhof. Deshalb müssen wir die Schnittmengen unserer gemeinsamen Interessen ausloten“, so das Fazit der dlv-Präsidentin.

Folgende Empfehlungen für Verbraucher aber auch für die LandFrauenvereine sind Ergebnisse dieses Austausches:

- Bei der Ernährung ist Vielfalt angesagt. Immer nur Öko und Edelgastronomie ist für Körper und Seele genauso langweilig, wie Tag für Tag Hausmannskost oder Fastfood.
- Essen ist ein Stück Kultur. Dazu gehören auch die Zubereitung und die gemeinsame Mahlzeit in entspannter Runde. Wenn sich junge Leute im Schnellrestaurant treffen, dann ist das für

sie Erlebniskultur pur. Warum nicht Konkurrenz und Raum schaffen mit Angeboten zum gemeinsamen kreativen Kochen à la Jamie Oliver.

- Die Marketingstrategie, dass es in den Schnellrestaurants überall auf der Welt gleich schmeckt, macht die Einhaltung von Standards leicht. Andererseits geht damit die Regionalität völlig verloren. So gehören in Deutschland auch Schweinefleisch und Kartoffeln ebenso, wie die Salate der Saison zu den Basics der Ernährung.
- Auch die Hersteller und Anbieter von Fastfood-Produkten haben den Verbrauchern gegenüber Verpflichtungen. Wer stellt noch Fragen, wenn es nur bekannte Einheitsprodukte gibt, auf deren Fotos man nur zu zeigen braucht? Es besteht die Gefahr, dass die Verbraucheraufklärung hierbei auf der Strecke bleibt. Ein Mehr an Kommunikation mit den Kunden ist dringend erforderlich.

Die Systemgastronomie hat sich auch dank der kritischen Begleitung durch andere Interessengruppen verändert. LandFrauen sollen sich diesen kritischen Blick unbedingt bewahren und die Dinge beim Namen nennen, aber auch offen für Neues sein.

**Pressekontakt:**

**Deutscher LandFrauenverband e.V. (dlv)**

**Ursula Zimmermann**

**Tel: 030-2844 92914**

**zimmermann@landfrauen.info**