

Ernährungstrend: Nur alte Klassiker in neuem Gewand?



Diese Woche diskutiert die Familie Richter zum Thema Ernährungstrend Terrapy

Das Wichtigste in Kürze

1. **Ernährungstrends greifen oft alte Ideen neu auf:** Trotzdem regen sie oft zum Nachdenken über unsere Essgewohnheiten an.
2. **Der Ernährungstrend Terrapy setzt auf Natürlichkeit und Regionalität:** Dieser Trend fordert, nur saisonale, regionale, unverarbeitete und möglichst unverpackte Lebensmittel zu nutzen
3. **Die praktische Umsetzung ist aufwändig:** der Alltag zeigt, dass es viel Zeit, Disziplin und Planung erfordert, konsequent auf Convenience-Produkte zu verzichten
4. **Bewusstsein und Wertschätzung im Alltag sind entscheidend:** Um sich dem Ernährungstrend Terrapy anzunähern.
5. **Viele Trends sind kurzlebig:** Vor allem solche, die stark durch Marketing oder Social Media gehypt werden

Um es gleich vorwegzunehmen: Es braucht viel Zeit und einen starken Willen, altbekannte Gewohnheiten in Bezug auf unsere täglichen Mahlzeiten zu ändern und offen für Neues zu sein.

Altbewährtes mit neuem Namen aufgetischt

Bei Ernährungstrends denkt man vielleicht zuerst an High-Protein-Produkte oder "functional food". Doch meistens sind die neuen Ernährungstrends beziehungsweise deren Produkte in den Regalen gar nicht neu. Der Inhalt bleibt der gleiche und wird nur unter einem neuen Namen vermarktet. Hinzu kommt, dass angesichts der immer weiter steigenden Zahl an Menschen auf der Erde, die derzeitige Ernährungsweise zunehmend intensiver diskutiert wird. Nicht nur wegen der Umwelt, sondern auch weil immer mehr Menschen unter den Folgen eines ungesunden Lebensstils leiden. Über 40 Prozent der erwachsenen Personen in der Schweiz gelten als übergewichtig. Hier setzen viele Food Gurus an: denn bei einigen neuen Ernährungstrends wird der Mensch unter den drei Aspekten Körper, Geist und Seele unter die Lupe genommen. Hier kommen wiederum unzählige Berater ins Spiel, die sich auf ganzheitliche (auch holistisch genannt) Therapieformen spezialisiert haben.

Ernährungstrend "Terrapy" unter die Lupe genommen

Der Begriff "Terrapy" ist seit geraumer Zeit in den Medien und bedeutet "Heilung durch die Erde". Dieser Ernährungstrend ist momentan auf Platz acht der zehn neuesten Ernährungstrends. Prinzipiell basiert der Trend auf den Säulen der Nachhaltigkeit: Der Transport der Lebensmittel sollte so kurz wie möglich sein. Dazu kommt ein Augenmerk auf „Bio“, „regional“ und „saisonal“, um die Frische der Produkte zu gewährleisten. Will heissen: Eine ressourcenschonende landwirtschaftliche Produktion ist wichtig, wobei auf möglichst wenig Verpackung, vom Produzenten bis zum Konsumenten, Wert gelegt wird. Die

Hauptaussage von "Terrapy" umfasst auch auf folgende Schlagwörter: Kein "Convenience food", keine fertig verarbeiteten Lebensmittel (auch kein Fertigteig!), keine Emulgatoren und Co. "Schluss mit Fertigprodukten". Stattdessen: unverpackte und regionale Grundnahrungsmittel einkaufen und dann selbst kochen, backen oder einmachen - notabene mit viel Zeit und "Musse".

Aufwändig in der Umsetzung

Manche Statistik gibt den Befürwortern des Food Trends "Terrapy" Aufschwung: So sind fünf bis 30 Prozent der Umweltbelastung unserer Lebensmittelprodukte auf die Verpackung zurückzuführen. Zudem betrug 2022 der Pro-Kopf-Konsum von küchenfertigen Produkten in der Schweiz etwas mehr als sechs Kilogramm. Convenience-Produkte scheinen also trotz aller Widrigkeiten bezüglich Umweltbelastung und auf Kosten unserer Gesundheit in unseren Küchen unverzichtbar zu sein. Ist also die gehypte Küche mit natürlichen, unverarbeiteten Lebensmitteln überhaupt praktikierbar?

Wie ein Selbstversuch gezeigt hat, ist "Terrapy" sehr aufwändig in der Umsetzung. Ob sich dieser Food Trend also durchsetzt und wirklich praktikabel ist, wird sich zuerst beweisen müssen. Oder wie Marketingprofessorin Dr. Johanna Gollnhofer von der Universität St. Gallen "Terrapy" einschätzt: „Als Marketingkonzept hat es durchaus Potenzial, gerade weil es ein starkes Bild und ein Bedürfnis der Konsumenten aufgreift. Wenn es gelingt, eine starke Community oder Bewegung aufzubauen, ähnlich wie bei "Veganuary", kann sich daraus auch eine relevante Plattform entwickeln.“

Wer sich darauf einlässt, entdeckt neue Wege voller Achtsamkeit und Qualität. Dass bewusste, achtsame Ernährung auch im ganz normalen Alltag möglich ist, zeigt sich im täglichen Umgang mit Lebensmitteln: In Terrapy, ähnlich wie bei

der „alpinen Naturküche“, geht es darum, lokale, sorgfältig und naturnah produzierte Produkte in den Alltag zu integrieren, sie mit Bewusstsein in der Küche zu verarbeiten und mit Wertschätzung auf den Teller zu bringen. „Die alpine Naturküche ist somit in jedem Haushalt umsetzbar“, sagt Rebecca Clopath, Köchin der alpinen Naturküche.

“Terrapy” hin oder her: Transparenz beim gesunden Lebensmitteleinkauf, ganzheitliche Menüpläne der Zukunft, pflanzenbasierte Proteinquellen – der Ruf der Konsumentinnen und Konsumenten nach nachhaltigem Essen wird immer lauter. Ob die in den sozialen Medien gehypten Food Trends auf Dauer durchsetzen werden, bleibt ungewiss. Ernährungstrends gab es schon seit der Antike und viele verschwinden auch wieder von der Oberfläche, sobald sie aufgetaucht sind – ganz nach dem Motto “Aus den Augen, aus dem Sinn”.



Möchtest du mehr wissen? Hier gehts weiter...



«Viele Trends sind kurzlebig»

Familie Richter

13. 05. 2025

«Viele Trends sind kurzlebig» Im Interview spricht Prof. Dr. Johanna Gollnhofer, Marketingprofessorin der Universität St. Gallen über die neusten Foodtrends und wie sie zustande kommen. Sie erklärt wieso Trends nicht immer neue Ansätze sind und zeigt auf, dass hinter jedem Trend ein konkretes Bedürfnis steckt und wie gesellschaftliche Veränderungen diese Trends prägen.



Naturnahe Lebensmittel integrieren

Familie Richter

13. 05. 2025

«Es geht darum, lokale, sorgfältig und naturnah produzierte Lebensmittel zu integrieren» Rebecca Clopath, kehrte 2016 zum elterlichen Bauernhof zurück und funktionierte die ehemalige Hof-Werkstatt ein eine Stivetta um. Es entstand eine Küche, die mehr will: Saisonal, regional, ehrlich und tief verwurzelt im alpinen Raum. Was schlussendlich daraus entstand, ist die Esswahrnehmung - sie macht Herkunft spürbar, erzählt Geschichten und bringt den Geschmack der Alpen auf den Teller.

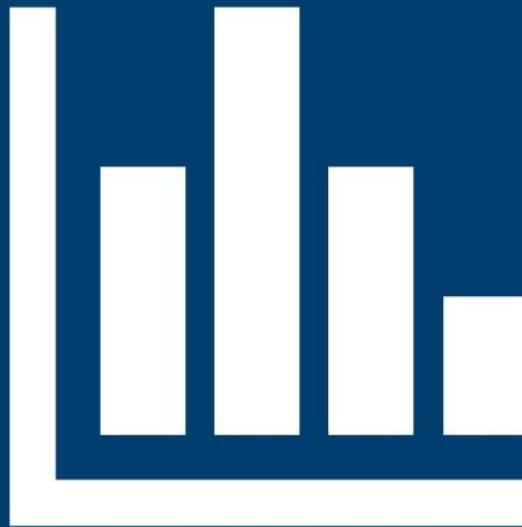


«Terrapy auf dem Prüfstand: Trend oder totaler Humbug?»

Familie Richter

13. 05. 2025

Terrapy auf dem Prüfstand: Trend oder totaler Humbug? Was passiert, wenn man dem Ernährungstrend Terrapy folgt? Konsumentin Linda probiert den Ernährungstrend Terrapy eine Woche lang aus. Dabei testet Sie, wie sich der Ansatz im Alltag integrieren lässt und ob sich positive Effekte auf das Wohlbefinden feststellen lassen.



Regionale Produkte erzielen einen Marktanteil von 8.2%

Familie Richter

13. 05. 2025

Regionale Produkte erzielen einen Marktanteil von 8.2 % Hast du gewusst, dass 5-30 % der Umweltbelastung eines Lebensmittelprodukts von der Verpackung stammt.