

Gemüse so gesund wie früher:

Gemüsebranche im Aufwind?

Anfangs Jahr war der gesundheitliche Wert von Gemüse und Obst wieder einmal in den Medien. Dieses Mal im Positiven: «Gemüse und Früchte so gesund wie früher». Dem liegt eine Studie¹ zugrunde, die die Agroscope FAW Wädenswil zusammen mit der Schweizer Gesellschaft für Ernährung (SGE) und der Strickhof Fachstelle Gemüse in 2003 durchgeführt hat. Sah man sich die einzelnen Werte genauer an, entdeckte man, dass es dennoch Veränderungen zu früher gegeben hat. Bei Gemüse ist im Vergleich zu vor 30 Jahren nur der Trockensubstanzgehalt (+5%) angestiegen. Die Gehalte an Magnesium, Kupfer sowie Vitamin C und B2 hingegen sind gesunken (um 29, 57, 22 bzw. 32%). Bei Obst sah die Bilanz etwas günstiger aus. Dort konnten die Forscher von Agroscope FAW Wädenswil 3% weniger Magnesium, dafür aber 168% mehr Folsäure und 19% mehr Vitamin C nachweisen.

Regine Duda, Information und Publikation, VSGP, Bern

Warum hat Gemüse dennoch nicht an Bedeutung für unsere Ernährung verloren und inwieweit könnten sich die Gemüseproduzenten diese Erkenntnisse zunutze machen?

Gemüse decken nur einen Teil des Nährstoffbedarfs

Diesen Fragen wurde Ende März auf der Einführungsveranstaltung zur SZG-Mitgliederversammlung (Abb. 1) nachgegangen. Esther Infanger von der SGE wies darauf hin, dass zunächst zu bedenken ist, dass wir unseren Nährstoffbedarf nicht nur mit Nahrungsmitteln einer Gruppe, sondern mit allem decken, was wir essen. Daher muss die gesamte Nährstoffaufnahme über die Nahrung betrachtet werden, wenn man die aktuellen Nährstoffgehalte in Gemüse und Obst

¹ Veröffentlichungen zu diesem Thema sind im Internet unter www.faw.admin.ch/medien abrufbar.



Abb. 1. Bei der Mitgliederversammlung der SZG diskutierten am Podium (v. links n. rechts): Christina Zweifel, Fa. Cellagon, Lieselotte Steffen, Konsumentenforum, Esther Infanger, Schweizer. Gesellschaft für Ernährung, und Ernst Höhn, Agroscope FAW Wädenswil. (Foto: R. Duda)

Fig. 1. Lors de l'assemblée des membres de la CCM les personnes suivantes faisaient partie de la table ronde: Christina Zweifel, maison Cellagon, Lieselotte Steffen, Konsumentenforum, Esther Infanger, société suisse de nutrition, et Ernst Höhn, Agroscope FAW Wädenswil.

einordnen möchte. Unter Annahme, dass ein Mensch sich ausgewogen im Sinne der Lebensmittelpyramide (Abb. 2, s. S. 8) ernährt, wird deutlich, dass dieser Mensch über die Nahrung z. B. mehr Vitamin C und Kupfer aufnimmt, als er ohnehin benötigt. Deswegen ist die Abnahme einzelner Nährstoffgehalten in Gemüse für die Ernährung nicht von Bedeutung.

Ausgewogene Ernährung ist entscheidend

Voraussetzung für diese Schlussfolgerung ist eine ausgewogene Ernährung. Diese kann derzeit nicht allgemein für die Schweizer Bevölkerung angenommen werden. Die SGE geht davon aus, dass der Gemüseverzehr durchschnittlich bei 69 kg Gemüse pro Kopf und Jahr bzw. bei 13 Portionen à 100g pro Woche liegt. Würde der «5-am-Tag-Kampagne» nachgelebt, müsste der Gemüsekonsum auf 21 Portionen pro Woche erhöht werden. Lieselotte Steffen, Präsidentin des Konsumentenforums, Muri BE, wies in diesem Zusammenhang darauf hin, dass die Menschen heuer einen so hohen Konsum von frischem Gemüse und Obst nicht mit ihrem Lebenswandel vereinbaren könnten.

Braucht es also Nahrungsergänzungsmittel?

Zumindest Christina Zweifel, Verkaufsleiterin für Cellagon, einem Nahrungsergänzungsmittel, plädierte dafür. Nahrungsergänzungsmittel können zwar eine Möglichkeit sein, um einen unvermeidbar geringeren Verzehr von Gemüse und Obst auszugleichen. Sie sollten aber nicht mit dem Ziel verzehrt werden, frisches Gemüse und Obst aus der Ernährung zu streichen und den Hunger mit anderen Nahrungsmitteln zu stillen.

Konsum ist genussorientiert

Die Tatsache, dass die Schweizer weniger Gemüse verzehren, als es für eine ausgewogene Ernährung notwendig wäre, macht deutlich, dass noch Potenzial für eine Absatzsteigerung besteht. So wurde an dieser Veranstaltung vereinzelt gefordert, dass die Gemüseproduzenten mit den Ergebnissen dieser Studie an die Öffentlichkeit treten sollten. Nur: Der Gesundheitswert alleine bringt die Konsumenten nicht dazu, mehr Gemüse zu verzehren. Wer will schon beim Essen an Nährstoffgehalte denken? Vielmehr wollen wir doch essen, was uns schmeckt! Daher wird in den nationa-

len und regionalen Werbekampagnen auch nicht der Gesundheits-, sondern der Genusswert von Gemüse hervorgehoben.

Inländische Produktion soll gefördert werden

Ein weiterer Grund spricht dafür, nicht mit dem Gesundheitswert für Gemüse zu werben: gesund sind alle Gemüse ungeachtet ihrer Herkunft, so auch der Grünspargel im Januar oder die Tomaten im Winter und Frühjahr. Ziel der Marketingaktivitäten des VSGP und der Regionen muss es sein, die Konsumenten zu vermehrtem Verzehr von Schweizer Gemüse zu bewegen. Dieses erhöht dann auch die Effizienz der eingesetzten Marketing-Mittel. So sind die Ergebnisse aus der Anfang dieses Jahres veröffentlichten Studie als eine bequeme Diskussionsbasis für die Kommunikation mit Konsumenten und Medienvertretern anzusehen. Hervorzuheben sind aber vor allem die Vorzüge von Schweizer Gemüse: Frische, Nähe und garantierte Anforderungen an die Produktion und Verarbeitung. Nur so können wir den Konsumenten verständlich machen, dass es auch zukünftig eine Schweizer Gemüseproduktion braucht!

Les légumes sont aussi sains qu'auparavant:

La branche maraîchère en plein essor?

(Trad.) Au début de l'année, la question des bienfaits pour la santé des légumes et des fruits a une nouvelle fois fait l'objet d'articles dans les médias. Cette fois de manière positive, puisque selon une étude¹ réalisée en 2003 par la station de recherches agroscopie FAW Wädenswil, la Société suisse de nutrition (SSN) et le service de vulgarisation en cultures maraîchères du Strickhof, les «légumes sont aussi sains qu'auparavant». En se penchant attentivement sur les différentes valeurs, on remarque néanmoins quelques changements.

En effet, la seule valeur à avoir augmentée dans les légumes ces trente dernières années est la teneur en matière sèche (+5%), les autres teneurs, qu'il s'agisse du magnésium, du cuivre ou des vitamines C et B2, ayant baissé (de respectivement 29, 57, 22 et 32%). Le bilan est un peu meilleur pour ce qui est des fruits. Si la teneur en magnésium a baissé de 3 pour cent selon les chercheurs d'agroscopie FAW Wädenswil, les teneurs en acide folique et en vitamine C ont en revanche augmenté respectivement de 168 et 19 pour cent.

Regine Duda, information et publication, UMS, Berne

Comment se fait-il que les légumes restent quand même d'une grande importance pour notre alimentation et dans quelle mesure les maraîchers peuvent-ils mettre à profit ces résultats?

Les légumes ne couvrent qu'une partie des besoins en substances nutritives

Ces questions ont été discutées lors de la séance d'introduction à l'assemblée des membres de la CCM (fig. 1, v. p. 6). M^{me} Esther Infanger, de la SSN, a rappelé que nous ne couvrons pas nos besoins en substances nutritives qu'avec un seul groupe d'aliment,

¹ Vous trouverez des textes concernant ce thème sur l'internet sous www.faw.ch/medien.



Fig. 2. La pyramide alimentaire montre les relations entre les divers groupes d'aliments (légumes, fruits, viande etc.) pour une alimentation équilibrée. (Photo: SGE)

Abb. 2. Die Lebensmittelpyramide zeigt, in welchem Verhältnis die verschiedenen Nahrungsmittelgruppen (Gemüse, Obst, Fleisch etc.) für eine ausgewogene Ernährung verzehrt werden sollen.

mais avec toutes les denrées alimentaires que nous ingurgitons et que, de ce fait, les teneurs actuelles des fruits et des légumes ne pouvaient être évaluées qu'en tenant compte de l'apport total de substances nutritives. Si une personne se nourrit de manière équilibrée selon les principes de la pyramide alimentaire (fig. 2), elle absorbe par exemple plus de vitamine C et de cuivre que nécessaire. La baisse des teneurs en substances nutritives des légumes n'est donc pas d'une grande importance pour l'alimentation.

Une alimentation équilibrée est déterminante

Cette conclusion n'est néanmoins valable que pour les personnes s'alimentant de manière équilibrée, ce qui ne peut actuellement être supposé pour l'entier de la population suisse. La SSN estime que la consommation moyenne de légumes s'élève à 69 kg par habitant et par an, ce qui équivaut à 13 portions de 100g par semaine.

Si les principes de la campagne «5 fois par jour» étaient appliqués, la consommation de légumes devrait s'élever à 21 portions par semaine. À ce propos, M^{me} Lieselotte Steffen, présidente du Konsumentenforum, Muri BE, a rappelé qu'une consommation aussi élevée de fruits et de légumes frais n'était pas compatible avec le style de vie des consommateurs d'aujourd'hui.

Faut-il consommer des compléments alimentaires?

M^{me} Christina Zweifel, responsable des ventes chez Cellagon, un complément alimentaire, estime que oui. Ces compléments alimentaires ne constituent qu'une possibilité pour compléter le besoin en nutritives qui n'est pas couvert par la consommation de fruits et de légumes. Ils ne doivent en aucun cas être consommés dans le but de supprimer ces derniers de l'alimentation et de les remplacer par d'autres aliments.

La consommation est guidée par le plaisir

Le fait que les Suisses consomment moins de légumes que nécessaire pour une alimentation équilibrée montre qu'il existe un potentiel d'augmentation des ventes. Diverses voix se sont élevées pour demander que les maraîchers rendent les résultats de cette étude publics. Mais attention, les seuls bienfaits pour la santé ne sauraient inciter les consommateurs à manger plus de légumes. En effet, qui souhaite choisir sa nourriture en fonction des teneurs en substances nutritives? Ne préférons-nous pas plutôt manger ce qui nous fait plaisir? C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les campagnes publicitaires nationales et régionales ne vantent pas les bienfaits des légumes pour la santé, mais le plaisir que l'on retire à les déguster.

La production indigène doit être soutenue

Il y a une autre raison au fait que l'argument «santé» ne doit pas être utilisé dans la publicité. Les légumes sont en effet tous sains, qu'il s'agisse d'asperges vertes en janvier ou de tomates en hiver et au printemps, quelle que soit leur provenance. Rappelons à ce propos que l'objectif des activités de marketing de l'UMS et des régions est d'inciter les consommateurs à manger plus de légumes suisses et d'augmenter l'efficacité des moyens à disposition.

Les résultats de l'étude publiée en début d'année constituent indéniablement une base pratique pour la communication destinée aux consommateurs et aux médias. Il faut néanmoins mettre en avant les mérites des légumes suisses, à savoir la fraîcheur, la proximité et le contrôle des exigences envers la production et la transformation. C'est la seule manière de persuader les consommateurs qu'une production maraîchère indigène reste indispensable.