



Slow Food: Geschmack hat eine Lobby

*Programmatische Erklärung von Slow Food
Deutschland e.V.*

Inhalt:

I. Was uns bewegt

1. Der Genuss steht im Mittelpunkt - weil jeder Mensch ein Recht darauf hat
2. Qualität braucht Zeit und hat ihren Preis
3. Genuss und Qualität
4. Geschmack ist keine „Geschmackssache“
5. Genießen mit Verstand

II. Wer wir sind

1. Genuss und Gastfreundschaft
2. Genuss und Engagement
3. Genuss und Gesellschaft
4. Bündnisse für Genuss
5. Slow Food Deutschland ist die Lobby für Geschmack
6. Slow Food ist eine internationale Bewegung

III. Was wir wollen

1. Engagement für den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen und der Artenvielfalt
2. Engagement für die Förderung regionaler Qualitäts-Produktion
3. Engagement für die Förderung kulinarischer Kulturen

I. Was uns bewegt

1. Der Genuss steht im Mittelpunkt – weil jeder Mensch ein Recht darauf hat

Slow Food ist die „internationale Bewegung zur Wahrung des Rechts auf Genuss“. Genuss erleben zu dürfen und die Möglichkeit, Genussfähigkeit zu entwickeln, gehören für Slow Food zu den Rechten eines jeden Menschen.

Die Reduzierung und Einengung des Genusses auf Luxus hält Slow Food für falsch. Genuss ist keine Frage des Preises und auch keine Frage der Höhe des Einkommens. Genuss ist eine Frage der Einstellung zum Leben. Genuss ist individuell und unterliegt

keinen Normen und Standardisierungen. Im Gegenteil: Jede Form der Standardisierung, jede Beeinträchtigung von Vielfalt beschränkt die Möglichkeiten des Genusses.

2. Qualität braucht Zeit

Beschleunigung ist zum Synonym für effizientes Wirtschaften geworden. Auch im privaten Leben ist Zeitersparnis zum Ziel geworden, weil sich der menschliche Rhythmus dieser Wirtschaftsweise anpasst. Wenn mit wachsender Beschleunigung allerdings die Ziele aus den Augen verloren gehen, unterliegen wir einer Fehleinschätzung, die auch ökonomisch verheerende Auswirkungen hat: Hektik wird mit Effizienz verwechselt.

Ein romantisierender Rückblick ist kein Ausweg aus der „Geschwindigkeitsfalle“. Der Ausweg liegt vielmehr in der Erkenntnis, dass Qualität Zeit braucht.

3. Genuss und Qualität

Qualität ist Voraussetzung für Genuss. Lebensmittelsicherheit muss eine Selbstverständlichkeit sein, reicht allein aber nicht aus, um Qualität zu definieren. Die ökologische Produktion von Lebensmitteln ist ein Plus für Umwelt und Gesundheit, sie erhöht die „Prozessqualität“ und damit den inneren Wert eines Erzeugnisses, aber das fertige Produkt wird dadurch noch nicht zum Schmankerl. Qualität definiert Slow Food in einem umfassenden Sinne. Qualität definiert sich durch:

- die ökologische Qualität eines Lebensmittels
- die Regionalität eines Lebensmittels, seine Verankerung in einer Region
- die organoleptischen Qualitäten, seine geschmacklichen und geruchlichen Eigenschaften
- die ästhetischen Qualitäten, seine Erscheinung.

Qualität wird durch die Erfüllung höchster Ansprüche an diese vier Kriterien gewährleistet.



Der Anbau und die Produktion solcher von Slow Food geforderten Qualitätsprodukte ist zeitaufwendiger und erfordert einen größeren Einsatz von menschlicher Arbeitskraft. Dies schlägt sich im Preis für diese Produkte nieder. Slow Food tritt der verbreiteten Selbsttäuschung der Verbraucher, dass Qualitätsprodukte zu „Schnäppchenpreisen“ zu haben sind ebenso entgegen wie einer Werbepolitik der großen Handelsketten, die diese Auffassung bestärken, in dem sie vor allem den Preis als Unterscheidungsmerkmal in den Mittelpunkt stellen.

4. **Geschmack ist keine „Geschmacksache“**

„Über Geschmack lässt sich streiten“ ist eine in Deutschland häufig gebrauchte Redewendung. Was damit ausgedrückt wird: Jeder Mensch hat seinen Geschmack, seine Vorlieben und Abneigungen. Wenn jedoch Slow Food über Geschmack spricht, dann ist damit mehr gemeint, als individuelle Vorlieben. „Geschmack“ verstehen wir in einem umfassenden Sinn:

- **Geschmack hat eine historische Dimension:** Der Geschmack wird sowohl über Generationen innerfamiliär, als auch durch den prägenden Einfluss der gesamten Gesellschaft gebildet.
- **Geschmack hat eine kulturelle Dimension:** Zur Vielfalt der Kulturen gehört eine Vielfalt der Geschmäcker.
- **Geschmack hat eine individuelle Dimension:** Jeder Mensch entwickelt seinen eigenen individuellen Geschmack, seine Vorlieben und Abneigungen.
- **Geschmack hat eine soziale Dimension:** Die Formen unseres Zusammenlebens, der Kommunikation, unserer Berufstätigkeit, unseres Einkommens und der Bildung sind mitentscheidend für die Geschmacksbildung.
- **Geschmack hat eine ökonomische Dimension:** Die Entwicklung der Ökonomie schafft einerseits die Voraussetzungen für Vielfalt. Massenproduktion hingegen zielt auf Standardisierung und bedroht damit Vielfalt.

Aus diesem Grunde „streitet“ Slow Food öffentlich über Geschmack. Slow Food hat sich mit seinen Aktivitäten das Ziel gesetzt, den Menschen Möglichkeiten und Methoden an die Hand zu geben, sich ihres eigenen Geschmacks bewusst zu werden sowie andere und neue Erfahrungen zu machen. Darüber hinaus bringt Slow Food diese Grundsätze in die gesellschaftlichen und politischen Diskussionen ein.

5. **Genießen mit Verstand**

Der **Erhalt der Vielfalt** der Kulturlandschaften und Ökosysteme ist Voraussetzung für die Entstehung von authentischen Produkten mit Charakter.

Die **Kultur der Menschen** in den Regionen, ihr handwerkliches Können und Wissen, ihre sozialen Netzwerke in Produktion, Verarbeitung und Handel haben die Landschaften und ihre Produkte geprägt. Ihr Erhalt ist eine Voraussetzung unseres Genusses.

Eine weitere Voraussetzung ist der **respektvolle Umgang mit Nutztieren**. Reduziert auf bloße Fleisch- und Milchlieferanten werden Geschöpfe zu „Dingen“, die beliebig ausgebeutet werden können. Eine gewachsene Kultur zwischen dem Menschen und dem von ihm gehaltenem Nutztier wird zerstört, wenn die artgerechte Tierhaltung missachtet wird.

Genuss ist nur vollständig, wenn der Zusammenhang von Qualität, handwerklicher Kultur, Erhalt der natürlichen Grundlagen und der ethische Umgang mit unseren Nutztieren und Pflanzen beachtet wird.

II. **Wer wir sind**

1. **Genuss und Gastfreundschaft**

Genuss und Gastfreundschaft gehören untrennbar zueinander. Slow Food bedeutet auch immer, nicht nur die Theorie des „langsamen Genießens“ kennen zu lernen, sondern sie konkret und sinnlich erfahrbar werden zu lassen.

In den Convivien organisieren wir Veranstaltungen, in denen regionale Produkte – nicht nur der eigenen Region – sinnlich erfahren



und Informationen über die Produkte und deren Erzeugung und Verarbeitung vermittelt werden. Und wir heißen nicht nur unsere Mitglieder willkommen, sondern auch alle Interessierten, die Slow Food kennen lernen möchten.

2. Genuss und Engagement

Gemeinsames Genießen und das Engagement für Themen, denen sich Slow Food widmet, sind keine Gegensätze, sondern zwei Seiten der selben Medaille. Die Verbindung von genussvollen Veranstaltungen, Information und Engagement macht unsere Organisation unverwechselbar.

Die persönlichen Motive für eine Mitgliedschaft bei Slow Food Deutschland sind vielfältig. Deshalb heißt Slow Food sowohl alle willkommen, die durch ihre ehrenamtliche Tätigkeit die Arbeit von Slow Food aktiv mitgestalten möchten, als auch diejenigen, die nach gemeinsamen Erlebnissen suchen und in einem Netzwerk von Gleichgesinnten Informationen austauschen möchten. Auch diejenigen Mitglieder, die durch ihre Mitgliedsbeiträge die Ideen, Ziele und Aktivitäten der Organisation unterstützen, haben ihren Platz bei Slow Food und sind herzlich willkommen.

3. Genuss und Gesellschaft

Die Mitglieder von Slow Food Deutschland sind keine „Geschmackselite“. Slow Food will verändernd wirken: sowohl durch Erleben, Austausch, Erfahrung und Lernen innerhalb der Organisation, als auch durch Einflussnahme als Organisation auf öffentliche Diskussionen, gesellschaftliche und politische Entscheidungen.

4. Bündnisse für Genuss

Keine Organisation und keine Institution in Deutschland ist allein in der Lage, die Vielfalt der kulinarischen Traditionen, Lebensmittel und Gerichte zu bewahren.

Slow Food Deutschland strebt deshalb die Zusammenarbeit mit allen Organisationen und Institutionen an, die ähnliche Ziele verfolgen.

Slow Food Deutschland ist weder weltanschaulich noch parteipolitisch gebunden.

5. Slow Food Deutschland ist die Lobby für Geschmack

Slow Food bildet eine gemeinsame Tafel für Verbraucher, Produzenten, Händler, Gastronomen und Multiplikatoren. Je größer die Zahl der Menschen ist, die durch ihre Mitgliedschaft Slow Food unterstützen, desto besser kann Slow Food seine Ziele verfolgen und für deren Umsetzung aktiv sein.

Slow Food bildet eine Lobby für Geschmack durch:

- die Aktivitäten innerhalb des Vereins, die auf die Vermittlung von Wissen über Produkte, ihre Erzeugung und Verarbeitung ausgerichtet sind
- durch die überregionalen und bundesweiten Veranstaltungen, die regionale Qualität und Geschmack in den Mittelpunkt stellen und sie einer großen Zahl von Menschen bekannt machen durch die Aktivitäten, die den Zusammenhang von Qualität und Geschmack in die Kommunikation und Zusammenarbeit mit Produzenten, Gastronomie und Handel stellen
- durch unsere Interventionen in gesellschaftliche und politische Diskussionen.

6. Slow Food ist eine internationale Bewegung

Slow Food Deutschland e.V. und seine Mitglieder sind Bestandteil der internationalen Slow Food-Bewegung. Auf allen Kontinenten existieren Slow Food-Organisationen. Damit bildet Slow Food ein internationales Netzwerk. Einer Globalisierung, die vor allem Standardisierung auf internationalem Niveau durchsetzen möchte setzen wir unsere internationale Vernetzung entgegen, die die Besonderheit der Regionen und ihrer Kulturen betont.

Slow Food arbeitet auf internationaler Ebene an gemeinsamen Projekten und setzt sich vor allem für den weltweiten Erhalt von Vielfalt ein; sei es unser Einsatz für den Erhalt der Biodiversität wie unser Engagement für den Erhalt der vielfältigsten kulinarischen Kulturen und der sie begründenden Produkte, Pflanzen und Tierrassen.



III. Was wir wollen

A) Engagement für den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen und der Artenvielfalt

1. **Wir fordern von den Regierungen von Bund und Ländern** und allen relevanten Institutionen mehr Engagement für den Erhalt der Biodiversität.
2. **Wir fordern den Verzicht auf „grüne Gentechnologie“** und eine offene Deklaration für alle Lebensmittel, die mit Einsatz von gentechnisch veränderten Organismen (GVO) hergestellt werden.
3. **Wir lehnen Lebensmittel ab, die mit synthetisch produzierten Aromen und Geschmacksverstärkern hergestellt werden** und fordern deren Deklaration als das was sie sind: künstlicher Geschmack.
4. **Wir unterstützen die Förderung des ökologischen Landbaus und der bäuerlichen Landwirtschaft** als Leitbilder für die Agrarkultur in Deutschland.
5. **Wir fordern die Unterstützung der traditionellen handwerklichen Lebens- und Genussmittelproduktion.**
6. **Wir betrachten das Prinzip der Nachhaltigkeit als das zentrale Leitbild für die Entwicklung unserer Gesellschaft.**

B) Engagement für die Förderung regionaler Qualitäts-Produktion

1. **Wir fordern von den Regierungen von Bund und Ländern** den Ausbau und die Weiterentwicklung von Programmen zur Förderung regionaler Produkte.
2. **Wir fordern von den Regierungen von Bund und Ländern** Programme zur Stärkung regionaler Genusshandwerker und Qualitäts-Produzenten.
3. **Wir fordern die Produzenten in den Regionen auf**, Qualität in den Mittelpunkt der eigenen Betriebsphilosophie zu stellen und mit ihren Produkten die Qualitätspotentiale ihrer Regionen sinnlich erfahrbar zu machen.

C) Engagement für die Förderung kulinarischer Kulturen

1. **Wir fordern von den Kultusministerien** der Länder die Einführung von Programmen für eine Sinnes- und Geschmacksbildung für Kinder und Jugendliche in das Bildungssystem Deutschlands.
2. **Wir fordern die gastronomischen Betriebe auf**, sich für den Erhalt der regionalen kulinarischen Traditionen einzusetzen:
 - Durch die kreative Interpretation traditioneller Gerichte
 - Durch den Aufbau von Beziehungen mit regionalen Qualitätsproduzenten
 - Durch die Ausbildung von qualifiziertem Personal
 - Durch Kommunikation mit dem Gast über Grundlagen der eigenen Küche, der ihr zugrunde liegenden Traditionen und Geschichten sowie über die Bezugsquellen der eigenen Küche.
3. **Wir fordern den Handel auf**, sich für den Erhalt der regionalen Qualitätsproduktion einzusetzen:
 - Durch die Listung regionaler Qualitätsprodukte.
 - Durch den Aufbau ökonomischer Beziehungen, welche die Grundlagen von Qualitätsproduktion in den Regionen stützt und erhalten hilft.
 - Durch Kommunikation mit dem Kunden über die eigene Produktpalette, die Gründe für deren Auswahl und den Charakter der angebotenen Qualitätsprodukte.
4. **Als Gast, Kunde und Verbraucher**
 - geben wir der Qualität Priorität für die Kaufentscheidungen,
 - bevorzugen wir regionale und saisonale Produkte in unseren Küchen,
 - reden wir mit Händlern, Gastronomen und Produzenten über unseren Vorstellungen von Qualität und verlangen nach solchen Produkten und Gerichten.

München, 04. Mai 2002