

## Das LH-Tomatensaft-Paradoxon

Ich möchte heute über ein Phänomen berichten, dass fast jeder von Ihnen schon einmal (passiv oder aktiv) miterlebt hat, worüber aber noch relativ wenig Ursachenforschung betrieben wurde. Es geht um die Frage, warum im Flugzeug Tomatensaft getrunken wird. Gerne möchte ich Sie diesbezüglich überblicksartig an meinen Forschungsergebnissen teilhaben lassen, um diesem Rätsel des menschlichen Verhaltens auf die Spur zu kommen. Bitte erlauben Sie mir aber, dass ich etwas aushole, um die Frage zu beantworten.

Der Kern des Problems liegt in den Tiefen der menschlichen Psyche und der Schlüssel der Erklärung sind die wenigen fundamentalen Bedürfnisse, des Menschen. Es herrscht in der ernstzunehmenden Wissenschaft Konsens darüber, dass sich jegliches menschliches Handeln auf eines oder eine Kombination der im Folgenden näher beschriebenen vier Grundbedürfnisse des Menschen zurückführen lässt:

**Grundbedürfnis 1 - Nahrungserwerb:** Wichtigstes Grundbedürfnis des Menschen ist das Sichern des Überlebens durch ausreichende Nahrungszufuhr.

**Grundbedürfnis 2 - Fortpflanzung:** Der Erhalt der Spezies und insbesondere der eigenen Gene wird durch den Fortpflanzungstrieb gesichert.

Diese beiden Grundbedürfnisse bedürfen wohl keiner weiteren Erklärung. Sie sind jedoch nicht humanimmanent, d.h. sie bestimmen auch das Handeln aller anderen Lebewesen auf diesem Planeten. Was den Menschen einzigartig macht, sind die folgenden zwei Grundbedürfnisse<sup>1</sup>:

**Grundbedürfnis 3 - Selbstbestätigung:** Der Wert des eigenen Bewusstseins wird ausschließlich durch Bestätigungsaktivitäten von Artgenossen wahrgenommen. Nur über Lob, Anerkennung, Zuneigung aber auch Hass oder sonstige Reaktionen anderer, kann sich der Mensch als Individuum definieren. Sehr viele Handlungen des Menschen lassen sich direkt daraus ableiten (z.B. das Streben nach Karriere; das Tragen von Mode oder auch das Verhalten frecher Kinder, die damit Aufmerksamkeit erregen wollen)

**Grundbedürfnis 4 - Leistungserschleichung:** Der wohl größte Wunsch des Menschen ist es aber, eine Leistung zu bekommen ohne dafür eine Gegenleistung liefern zu müssen. Durch jahrtausendelange Zivilisationsleistung ist es gelungen, die direkteste Form der Leistungserschleichung - nämlich das Stehlen - weitgehend zu unterdrücken. Es existieren aber unzählige Ersatzhandlungen, die dem selben Bedürfnis Rechnung tragen. Einige Beispiele für diese Ersatzhandlungen sind:

- Eine Aktie für 10 € zu kaufen und für 20 € zu verkaufen.
- Über einen Bekannten, der in der entsprechenden Firma arbeitet, ein CD-Spieler 50% billiger zu bekommen.
- Eine sinnlose Zeitung abonnieren, da man dafür eine Armbanduhr geschenkt bekommt.
- In der Steuererklärung einen überhöhten Betrag an Werbungskosten angeben.
- Im Lotto gewinnen.
- Einen pauschal bezahlten Salatteller am Buffet - unabhängig vom tatsächlichen Hunger - bis an die physikalischen Grenzen beladen.

---

<sup>1</sup> Das Streben nach Selbstbestätigung kann auch bei anderen Primaten und Säugetieren nachgewiesen werden, so dass den Menschen vor allem das Bedürfnis "Leistungserschleichung" auszeichnet.

Die Liste ließe sich unbegrenzt weiterführen. Allen Beispielen liegt immer der Wunsch zu Grunde, ohne eigene Leistung etwas (oder zumindest einen Teil davon) zu bekommen. Das hat interessanterweise meist überhaupt nichts mit rationalem, ressourcenoptimierendem Handeln zu tun. Es macht natürlich keinen Sinn am Samstag Vormittag im Stau von Herne nach Metzingen zu fahren, nur um einen Boss-Anzug (in der falschen Größe und Farbe) um 100 € günstiger zu bekommen. Die Benzin-kosten und der Zeitaufwand sind wahrlich deutlich wertvoller. Es geht daher einzig und allein darum, das Gefühl zu haben, 100 € umsonst erlangt zu haben.

Dieses Verhaltensmuster lässt sich unter anderem theologisch erklären. Es wird mit der Leistungser-schleichung versucht die erlebte Kränkung der Vertreibung aus dem Paradies (da gab es ja noch alles umsonst) auszugleichen, quasi rückgängig zu machen, indem man sich selber paradiesische Zustän-de auf Erden schafft. Mit allem was man kostenlos bekommt emanzipiert man sich von der göttlichen Bevormundung.<sup>2</sup>

Ich musste nun wirklich sehr weit ausholen, aber ich hab das Thema Tomatensaft noch nicht verges-sen. Wie nutzt man nun die hier aufgezeigten Erkenntnisse der "Triebforschung" für das Tomatensaft-paradoxon.

Das Tomatensaft-Trinken im Flieger muss sich aus einem oder mehrerer dieser Grundbedürfnisse ableiten lassen. Schauen wir uns die Bedürfnisse noch mal im Hinblick auf den Tomatensaftkonsum im einzelnen an:

Mit dem **Nahrungserwerb** hat der Tomatensaft nichts zu tun. Tomatensaft schmeckt scheiße, was hier mal ungeachtet von zu erwartenden wütenden Protestbriefen von Verbandsvertretern der fiesen Tomatensaftindustrie gesagt werden muss: Tomatensaft schmeckt scheiße !! Ein Großteil der Bun-desbürger ist qua Kaufverhalten ganz eindeutig dieser Meinung, denn der Tomatensaftabsatz "an Land" ist verschwindend gering (der Pro Kopf Verbrauch liegt - in den alten Bundesländern zumindest - nur knapp über dem Absatz an Rote Beete Sirup). Da es an Bord genügend Alternativen zum Toma-tensaft gibt, kann man daher davon ausgehen, dass Tomatensaft nicht unter dem Aspekt Nahrungs-erwerb gesehen werden kann.

Der **Fortpflanzungstrieb** sorgt mit Sicherheit auch nicht für den Tomatensaft Konsum. Tomatensaft hat in der gesamten Kulturgeschichte (nicht nur in der mitteleuropäischen Kultur) **keinen** Zusammen-hang zur Fortpflanzung. Während der präkoitale Champagner gang und gebe ist, hat der Tomatensaft zu keiner Zeit Zugang zum Schlafzimmer gefunden. Die erhöhte Strahlung in den Flugzeugen und das Cocktail aus diversen Angsthormonen, die typischerweise beim Fliegen produziert werden, minimieren den Fortpflanzungstrieb im Flugzeug sowieso (allen Stewardessen in der Toilette-Stories zum trotz).

Die Ursachen für den Tomatensaftkonsum müssen also in den anderen beiden Triebfedern des Men-schen liegen. Tomatensaft dient der **Selbstbestätigung** und gibt das Gefühl **Leistung erschleichen zu können**. Bevor ich darauf genauer eingehe möchte ich ein paar empirische Ergebnisse vorstellen:

Zahlen aus wissenschaftlichen Untersuchungen belegen: Das Phänomen Tomatensaftkonsum tritt statistisch<sup>3</sup> vor allem beim geschäftlich fliegenden Gelgenheitsflieger (5-20 Flüge pro Jahr) in der Eco-nomy Class auf. Vielflieger in der Business-Class trinken zwar auch häufiger Tomatensaft als an Land,

---

<sup>2</sup> Diese theologische Deutung ist nicht unumstritten, aber es lassen sich eindeutige Verhaltensunterschiede zwischen Kultu-ren erkennen, deren Religionen eine Vertreibung aus dem Paradies o.ä. beinhalten und den Kulturen, bei denen es diese religiöse Erfahrung nicht gibt.

<sup>3</sup> Die Untersuchungen zeigen einen stark signifikanter Zusammenhang bei einem Konfidenzniveau von 95% (meist reichen übrigens diese Begriffe aus der Statistik, um beim Leser das Gefühl zu erzeugen diese sinnlose Untersuchung hätte tat-sächlich stattgefunden).

aber deutlich weniger als die erstgenannte Gruppe. Touristen auf dem Weg nach Mallorca trinken eher Schaumweine oder andere Alkoholika.

Was zeichnet nun aber den typischen Tomatensafttrinker aus, den NFECBT wie ihn Marketingwissenschaftler bezeichnen (Non Frequent Economy-Class Business Traveller).

Seine (oder ihre)<sup>4</sup> Firma bezahlt ihm regelmäßig - aber nicht ständig - einen Flug. Er ist also wichtig genug, um für viel Geld an verschiedenen Stellen der Erde gebracht zu werden. Auf der anderen Seite ist er nicht so wichtig, dass er in der Business-Class fliegen oder ständig fliegen dürfte. Er fühlt sich also einerseits geschmeichelt (ich bin überdurchschnittlich wichtig) andererseits etwas gedemütigt (ich bin nur "zweite Klasse wichtig" und bekomme noch nicht einmal ein Brötchen).

Diese ambivalente Stimmungslage ist der geeignete Nährboden für Tomatensaft. Mit dem Konsum von Tomatensaft signalisiert der NFECBT nämlich an seine Mitreisende:

- Ich bin ein Mann (eine Frau) von Welt, da ich weiß, dass man im Flugzeug Tomatensaft trinkt.
- Ich darf kein alkoholisches Getränk konsumieren, weil ich ja eine wichtige Arbeit erfüllen und dabei voll konzentriert sein muss
- Für eine besondere Person (ich) in einer besonderen Situation (der Flug zu einem wichtigen Arbeitseinsatz) ist nur ein besonderes Getränk angemessen (also dieser beschissene Tomatensaft, den man sonst nie anrührt).

Der Tomatensaft trägt mit anderen Worten zur Steigerung des **Selbstwertgefühls** des Reisenden bei (Grundbedürfnis Nr. 3).

Aber auch das häufig unterschätzte Grundbedürfnis der **Leistungserschleichung** wird durch den Tomatensaft befriedigt. Die unterbewußten Überlegungen sind:

Der Flug ist bezahlt (von der Firma) und jetzt muss man versuchen, so viel wie nur möglich aus dieser Situation für sich privat herauszuholen. Ein ordinäres Wasser oder eine Cola erscheint zu geringwertig, Alkohol ist nicht möglich und da bleibt nur noch der exotische Tomatensaft. Man geht davon aus, dass er das teuerste Getränk sein muss, da man die Plörre nicht aus dem Supermarkt kennt. Es gibt also den Mehrwert gratis. Wenn man schon nichts zu essen bekommt, dann konsumiert man wenigstens das, was es sonst nicht gibt

Ein Orangensaft schmeckt und wird deshalb innerhalb weniger Sekunden getrunken. Am Tomatensaft - weil er ja bekanntlich so scheiße schmeckt - nuckelt man ewig rum. Das Erlebnis "Getränkekonsument" kann also zeitlich verlängert und damit wertvoller gemacht werden, ohne dass man dafür extra bezahlen müsste.

Durch das souveräne Anfordern von Salz und Pfeffer bekommt man eine extra lange Aufmerksamkeitsspanne von der Flugbegleiterin, was die Wichtigkeit unterstreicht. Außerdem erhält man drei Teile (Saft, Pfeffer, Getränk) statt nur einem Teil (Getränk).

Tomatensaft ist zusammenfassend gesagt ein "allesbisaufdengaumenschmeichler" und muss auch als solcher verstanden werden. Man kann also mit gutem Gewissen behaupten: Tomatensaft ist einerseits eine widerliche Brühe und andererseits das Karriere und Schnorrer Getränk Nr. 1. Geheime Untersuchungen der Lufthansa Serviceentwicklungsabteilungen mit Brotdrinks und Energy-Molkeerzeugnissen zeigen aber, dass der Tomatensaft diesen Platz nicht für immer und ewig behalten muss.

---

<sup>4</sup> Das Phänomen ist nachgewiesenerweise nicht geschlechtsspezifisch

**Anmerkungen des Autors:**

Die Ausführungen in diesem Artikel mögen zwar wissenschaftlich klingen, sind aber ausschließlich meiner kranken Fantasie entsprungen. Anstatt Steuergelder für sinnlose Forschung zu verplempern habe ich nur angestrengt nachgedacht. Das Ergebnis stimmt aber trotzdem. Alles was im obigen Aufsatz geschildert wurde, ist tatsächlich so!

**Literaturhinweise:**

Vom selben Autor sind erschienen

**Oettinger, M. 1999:** Mythos Zucchini - warum Zucchini und Auberginen eklig sind, in: Jahrbuch der Kochlügen, München 1999

**Oettinger, M. 2002:** Mittelgebirgshasser aus Überzeugung. Was bleibt noch zwischen Alpen und der Nordsee, in: Deutschland deine Mittelgebirge, Obladen 2002