

Verfehlter Gegensatz? Fast Food contra Slow Food¹

Uwe Spiekermann, Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Georg-August-Universität Göttingen

Essen ist die Auseinandersetzung mit Anderem. Und so ist es kein Zufall, dass polare Gegensätze unsere Debatten über die Art des Essens vielfach prägen. Der vermeintlich grundsätzliche Gegensatz von Slow Food und Fast Food ist dafür ein gutes Beispiel.

Schon die Begriffe „Slow“ und „Fast“ verdeutlichen, dass es hier um mehr als um Lebensmittel und Speisen geht. Die Debatte konzentriert sich auf eine beobachtete und bewertete Praxis, auf das Zubereiten, das Verzehren, das dabei an den Tag gelegte Verhalten. Die Unterschiede scheinen offenkundig und sind einfach zu kommunizieren: „Fast Food“ gilt als prototypisch „ungesund“, als Abkehr vom „richtigen“, ausgewogenen Essen, als „Junk Food“. Der Verzehr von Fast Food wird mit Fehlernährung und insbesondere Adipositas kausal verbunden [1].

Wie anders dagegen die Bewertung von Slow Food: Dieser Begriff steht nicht allein für eine kleine Interessengruppe mit ca. 70 000 Mitgliedern weltweit, davon mehr als 5 000 in Deutschland [2]. Er steht in viel stärkerem Maße für kultivierten Genuss, für das gesellige und zeitaufwändige Speisen von regionalen Spezialitäten hoher Qualität. Die zunehmend enge Verzahnung von Slow Food mit dem biologischen Landbau und die Bevorzugung handwerklicher Produktionsverfahren lassen diese Art des Essens als nachhaltig und verantwortbar erscheinen – und entsprechend positiv sind die grundsätzlichen Bewertungen durch Politik und Ernährungsberatung. Slow Food erscheint als eine Art Ideal für das Essen auch der Mehrzahl.

Doch zwischen Bewertung und Handeln besteht ein eigenartiger und erklärmungsbedürftiger Gegensatz. Das zeigen schon Umsatzzahlen: Der Fast-Food-Marktführer McDonald's setzte 2002 hierzulande mehr als 2,3 Mrd. €

um, also pro Mitglied von Slow Food Deutschland jährlich ca. 450 000 € [3].

Müssen wir also um die Zukunft unserer Esskultur bangen, wird unsere Art des Essens von einer noch problematischeren abgelöst werden? Mir scheinen solche Fragen falsch gestellt, verdeckt der Gegensatz von Fast Food und Slow Food doch mehr, als er erhellt. Es handelt sich um eine normativ aufgeladene Auseinandersetzung über Wunsch- und Angstbilder unserer Ernährung, die falsche Gegensätze erzeugt und Ausdruck eines bequemen Denkens ist, das unserer Esskultur insgesamt nicht gerecht wird. Diese These gilt es im Folgenden zu präzisieren und zu erläutern.

Die prägende Kraft der Geschichte – Fast Food und Slow Food in historischer Perspektive

Charakteristisch für die Debatte über Fast Food versus Slow Food ist eine spezifische Zeitstruktur. Sie ist gleichermaßen gegenwartsfixiert und zukunftsorientiert – und charakterisiert unsere Diskussionskultur über Essen und Ernährung generell.

Doch die Grundstrukturen unserer Esskultur sind pfadabhängig. Sie verändern sich deutlich langsamer, als es Marketingspezialisten und Trendforscher hoffen und behaupten [4]. Der Außer-Haus-Markt, dem Fast Food und Slow Food größtenteils zuzuordnen sind, hat seine prognostizierten Wachstumsraten seit 1999 nicht mehr erreicht. Im Gegenteil: Die Ausgaben gehen absolut und relativ zurück. Der Anteil der Fast Food-Systemgastronomie am Essen außer Haus sank von 2000 auf 2001 von 4,4 auf 3,9 %, die Zahl der Besucher/innen von Schnellrestaurants und Imbissen von 2001 auf 2002 nochmals um 4 %. Auch die

gehobene Gastronomie klagt über das Fernbleiben zahlungskräftiger Kunden [5].

Derartige Einbrüche werden plausibler, stellt man sie in eine historische Perspektive. Denn die heutige Debatte lässt sich bis ins späte 19. Jahrhundert, teilweise gar bis in das erste Drittel des 19. Jahrhunderts zurückverfolgen. Sie ist Ausdruck und Ausprägung grundlegender gesellschaftlicher Umwälzungen während der Hochindustrialisierung, zeigt, wie eng ökonomischer, sozialer und Ernährungswandel miteinander verzahnt waren und sind. Die Trennung von Arbeits- und Wohnsphären und die Konzentration von Erwerbs- und Konsummöglichkeiten in großen Städten führten zur Entstehung einer kommerzialisierten Gastronomie, die auf die Bedürfnisse der breiten Bevölkerung ausgerichtet war. Doch es blieb nicht bei Gaststätten und Stehkneipen, Volksküchen und Wochenmarktständen. Schnell etablierten sich sozial differenzierte Marktsegmente, die den Gegensatz von Slow Food und Fast Food auch heute noch vorrangig prägen.

Einen Vorläufer von Slow Food bildete das gehobene Speiserestaurant. Es etablierte sich in Deutschland – anders als etwa in Frankreich – erst im späten 19. Jahrhundert. Hier trat, so wie von den deutschen Gastrosofophen schon zuvor gefordert, nicht die funktionale Sättigung, sondern das Essen als solches in den Vordergrund. Im gehobenen Restaurant konnte der Gast ein ihm zusagendes Gericht „à la carte“ wählen, das der Koch mit handwerklichem Geschick aus frischen und meist regionalen Produkten zubereitete. Das Restaurant etablierte einen neuen kulinarischen Raum mit einer besonderen Atmosphäre. Hier konnte Geschmack demonstriert werden, hier wurde Essen schon frühzeitig ästhetisiert. Gutes und kommunikatives Speisen war im kaiserlichen Deutschland Teil eines gehobenen Lebensstils – erst durch demonstrativen Konsum wurde der Mensch zum Menschen. Entsprechend verfeinerten sich Speisen und Darbietung, Restaurantinte-

¹Der Beitrag beruht auf einem Vortrag bei dem von Frau Prof. Dr. Ingrid-Ute Leonhäuser geleiteten 15. AMC-Symposium Wissenschaft und Ernährungspraxis „Wir essen, was wir wollen! Oder? – Wer bestimmt das Essverhalten in Deutschland?“, Bingen, 07.02.2003. Für die Erlaubnis zur weiteren Verwendung des Manuskriptes danke ich der AMC Deutschland, insbesondere Frau Dipl. oec. Ilona Berg.

rieurs und gesellschaftliche Essregeln. Vom Ort der handwerklichen Zubereitung häufig nur durch eine Wand getrennt, wurde ein gastronomischer Kunstraum für Adel und Besitzbürger- tum geschaffen, in dem Essen Teil einer verbindlichen Freizeitgestaltung wurde.

Die heutzutage vielfach beklagte Rationalisierung und Anonymisierung der Gastronomie setzte jedoch schon

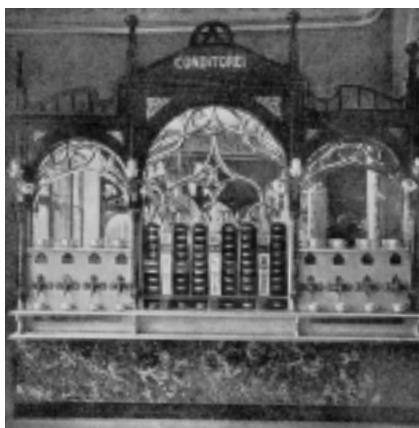


Abb. 1: Cakes, Kuchen und Kaffee – Büf- fet eines Automatenrestaurants 1903 [8]

damals ein. In den über Großbritannien und Frankreich nach Deutschland kommenden Automatenrestaurants fand sie seit den 1890er Jahren prägnanten Ausdruck. Der Begriff der Automatenrestaurants verweist zwar auf eine bürgerliche Institution, doch faktisch handelt es sich hier um Pionierunternehmen der Fast-Food-Branche. Die Gäste stammten vor allem aus der unteren Mittelschicht, das „ambulando“ verzehrte Essen bestand vornehmlich aus Würstchen, einfachen Fleischspeisen bzw. belegten Brötchen [6]. In Berlin wurde ASCHINGER zum Symbol des schnellen Essens, zeitgleich begannen intensive Debatten über den zu hohen Fettgehalt der gereichten Speisen [7]. Dieses „Fast Food“ bildete schon um 1900 eine funktionale Alternative zum häuslichen Essen, wurde schon damals von Bürgern und Ernährungswissenschaftlern kritisch bewertet (Abb. 1).

Der Blick auf die gehobene Restaurantküche und die vielen kleinen Verkaufsstellen von belegten Brötchen oder Würstchen verdeutlicht zum einen, dass es eine lange deutsche Tradition von Slow Food, insbesondere aber von Fast Food gibt. Zugleich aber zeigt sich, dass es sich nicht allein um unterschiedliche Speisen und Ernährungsweisen handelte, sondern dass sich im Essen ökonomische Notwen-

digkeiten einerseits, soziale Unterschiede andererseits reproduzierten und reproduzierten. Entsprechend verändert sich die Art des Essens eher langsam und langfristig, nicht aber in Form umwälzender schneller Veränderungen.

Kultur und Tradition – Slow Food und Fast Food zwischen USA und Europa

Die spezifisch deutsche Fast-Food-Tradition ist hier nicht weiter aufzufächern. Also nichts zur nach dem Zweiten Weltkrieg entstandenen Currywurst, zu den aus Belgien und Großbritannien übernommenen Pommes frites, der aus Italien stammenden Pizza bzw. dem in Berlin entstandenen Döner Kebab [9]. Denn diese Speisen, die hinter den absolut dominierenden belegten Brötchen den hiesigen Fast-Food-Markt wesentlich prägen, bilden nicht den eigentlichen Anlass für kulturkritische Debatten. Stein des Anstoßes sind vielmehr die US-amerikanischen Fast-Food-Ketten und dort angebotene Speisen wie etwa Hamburger, Cheesburger oder Big Macs (Abb. 2). Deutlich wird hier ein zweiter zentraler Punkt: Unsere Esskultur wird wesentlich durch kulturelle Gegensätze und kulturelle Einverleibungen geprägt. Durch unser Essen, unsere Speise drücken wir aus, wer wir sind, wer wir sein möchten – und grenzen Fremdes strikt ab.

Die internationale Slow-Food-Bewegung entstand 1986 als Reaktion auf Bemühungen von McDonald's, eine Filiale an der Spanischen Treppe in Rom zu eröffnen. Slow Food contra Fast Food steht immer auch für den Gegensatz zwischen mediterraneuropäischem Lebensstil einerseits, US-amerikanischem Way of Life andererseits.

In Deutschland wurde „Amerikanisierung“ vor allem seit den 1920er Jahren akut. Vor dem Ersten Weltkrieg bewertete man die Großzügigkeit und das praktisch-pragmatische amerikanische Versorgungssysteme fast durchweg positiv-

gönnerhaft. Die umfassende Rationalisierung und Normierung von Haushalt und Ernährung, die in den 1920er Jahren zur Etablierung der Haushaltswissenschaften führte, schürte jedoch auch Ängste vor der Uniformierung der täglichen Kost, vor der Abkehr von den bewährten Speisen der Vorfahren. Amerikanisierung stand damals auch gegen das gewohnte Mittagessen. An seine Stelle sollte einfache, schnell zubereitende oder zu kaufende Kost, etwa belegte Sandwiches oder Brötchen, Tüten voller Obst oder Schokolade treten. Ernährungswissenschaftler bekämpften diese Trends, forderten eine intensive öffentliche und schulische Aufklärung zur Abwehr [11].

Die deutsche Bewertung der USA war durchweg ambivalent, schwankte zwischen Bewunderung und Verachtung, stabilisierte so die eigene kulturelle Identität. Die Wendung gegen vermeintlichen Materialismus, gegen einen Verlust der nationalen Eigenart blieb bestehen, bestimmte dann auch die vielfach negative Einschätzung der neuen Formen des Fast Food seit 1971, als in München das erste von heute mehr 1 400 McDonald's Restaurants eröffnet wurde. Die Begeisterung der vielen Fast-Food-Konsumenten spiegelt die andere Seite eines immer auch kulturellen Arrangements, die symbolische Abkehr von geordneten Mahlzeiten und dem „Sitz gerade!“ bei Tisch.

Zur gleichen Zeit veränderte sich in der Bundesrepublik aber auch die gehobene Küche, etablierte sich neuerlich ein Bereich von Slow Food. Nachdem seit den frühen 1960er Jahren italienische, jugoslawische und griechische Gaststätten entstanden, gewann seit Anfang der 1970er Jahre die französische „Nouvelle Cuisine“ an Be-



Abb. 2: Der Hamburger: Eindringling oder Himmelsstürmer? [10]

deutung: Einfache Kochvorgänge, kurze Garzeiten, frische Lebensmittel, regionale und saisonale Produkte und die Abkehr von schweren Saucen waren deren Hauptkennzeichen, und sie wurden weniger über exquisite Restaurants als vielmehr über zahlreiche neue kulinarische Zeitschriften vermittelt [12]. Die Slow-Food-Bewegung gründet auf diesen Veränderungen hin zu einer zunehmend europäischen Küche [13]. Sie nutzt jedoch in noch stärkerem Maße das Idealbild eines mediterranen Lebensstils, einer mediterranen Küche. Diese ist eine Abstraktion einer im Mittelmeerraum längst nicht mehr vorhandenen tradierten ländlichen Küche [14]. In postmodernen Zeiten zählt das jedoch nicht, wichtiger ist, dass hier Versatzstücke vorhanden sind, die sich zu positiven und kommerziell nutzbaren Bildern verdichten lassen. Slow Food nutzt diese [15]. Drei Elemente prägen die Kommunikationsstrategie: Da ist erstens der Verweis auf Herkunft, Tradition und handwerkliche Fertigkeiten im Umgang mit Lebensmitteln [16]. Zweitens findet sich immer wieder das Hervorheben regionaltypischer Gerichte, die für eine Landschaft und ihre Menschen stehen [17]. Slow Food betont drittens immer wieder die Einbettung der Lebensmittelproduktion und der Speisen in regionale Wirtschaftsweisen und bestehende Ökosysteme, wendet sich entsprechend gegen die vermeintlich durch Fast Food bewirkte Vereinheitlichung des Geschmacks und des Speisenangebotes [18]. Sinnbild hierfür ist das Bild der Arche, in der Speisen als Kulturbestand der Menschheit bewahrt werden sollen – so als wären sie von den sie produzierenden und verzehrenden Menschen zu isolieren [19].

Ökonomische Rationalität – Slow Food und Fast Food als Teilmärkte

Slow Food und Fast Food stehen jedoch nicht nur für kulturelle Unterschiede. Sie dienen beide kommerziellen Zwecken. Esskultur ist – und das ist dritter zentraler Punkt – ohne den ökonomischen Hintergrund nicht angemessen zu verstehen. Slow Food und Fast Food profitieren gleichermaßen von der symbolischen Inszenierung bestehender Unterschiede, sie bilden zwei Segmente eines Marktes.

Marktmechanismen gelten allgemein – und sie unterstützen nicht per

se ein Ernährungsregime. Stattdessen lässt sich, je länger, je mehr, eine Marktsegmentierung feststellen, die Lebensmittel ihrer Sonderrolle als Lebens-Mittel entkleidet, und sie neben andere Konsumgüter stellt. Der US-amerikanische Historiker Philipp SCRANTON unterscheidet etwa je nach Produkt und Kapitalaufwand zwischen unterschiedlichen Produktionsregimen, zwischen Massen-, Großserien-, Kunden- und Spezialproduktion [20]. Fast Food steht schwerpunkt-mäßig für Massen-, Slow Food schwe-



Abb. 3: Werbemotiv von McDonald's Österreich 2001 [22]

punktmäßig für Kundenproduktion. Wohlstandsgesellschaften führen zu unterschiedlichen und unterscheidbaren Konsummustern, die parallel bestehen, die sämtlich funktional sind, sich eher ergänzen und wechselseitig stabilisieren als sich ausschließen. Der vermeintlich hybride Verbraucher sieht daher zu Recht keinen rechten Gegensatz zwischen Standardfrühstück, Fast Food zu Mittag und Slow Food am Abend.

Die sozioökonomische Analyse der Produktionsregime erlaubt zugleich Einblicke in die Binnenrationalität unserer Lebensmittelproduktion, die der US-amerikanische Soziologe George RITZER unter den Begriff der „McDonaldisierung“ gebündelt hat [21]. Nicht das Essen steht dabei im Mittel-

punkt, sondern die Organisation von Lebensmittelproduktion und -absatz, von Marketing und Imagebildung (Abb. 3).

Die McDonaldisierung basiert auf den Erkenntnissen moderner Ernährungs- und Wirtschaftswissenschaften, nutzt diese Kenntnisse gleichermaßen zur Beherrschung von Materie und Menschen. Effizienz, Normierung, Technisierung, stete Verfügbarkeit und Kommerzialisierung – McDonald's steht für effiziente Strukturen, ohne die eine preiswerte Lebensmittelproduktion nicht möglich wäre. Stärker als andere Produzenten versucht das Unternehmen jedoch, die Kunden zu Quasi-Mitarbeitern zu machen, wenn es gilt, sie schnell vom Zustand des Hungers in den der Sättigung zu überführen. Dazu wird ein transparenter Service geboten, wenige Speisen mit klarem Profil. Angebot und Geschmack sind vorhersagbar, die weltweite Einheitlichkeit konzentriert sich auf wenige Hauptprodukte und Symbole, während die regionalen Angebote teils beträchtlich voneinander differieren [23]. Beschäftigte und Kunden werden strikt gelenkt, auch wenn sie dieses teils anders wahrnehmen. Warteschlangen, ein begrenztes Angebot, bequeme Stühle, abwaschbare Tische und simple Abfallentsorgung erlauben eine hohe Umschlaggeschwindigkeit und schnelles Essen (Abb. 4). Dieser Normierung entziehen sich viele Menschen, doch auch andere Anbieter, etwa die schnell wachsenden Bringdienste, folgen dieser Logik.

McDonald's steht dabei nur schwerpunktmäßig für Massenproduktion. Die effiziente Organisation erlaubt auch die Beschickung segmentierter Märkte, seien sie nationalen, regionalen oder urbanen Zuschnitten. Je nach Kaufkraft, je nach sozialer Zusammensetzung, je nach Ernährungstradition werden diese Märkte analysiert und Produkte zielgenau entwickelt. Und diese Grundprinzipien ökonomischen Handelns gelten zunehmend für alle im Wettbewerb stehenden Lebensmittelanbieter – also auch für Slow Food. Parma-schinken etwa ist ein traditionelles, schmackhaftes



Abb. 4: Vier Minuten und 42 Sekunden [24]

Produkt; doch deckt sich dieses schöne Bild mit der Zahl von jährlich neun Millionen produzierter Schinkenkeulen, von denen fast 400 000 nach Deutschland importiert werden?

Begriffsverwirrung – Gesundheit, Slow Food, Fast Food

Nimmt man diese ökonomische Logik ernst, zeigen sich schnell die Defizite einer Bewertung von Ernährungsweisen allein aufgrund einzelner Kategorien, etwa solchen der chemischen Zusammensetzung, des Stoffwechsels oder auch der kulturellen Identität. Dies zeigt sich an den mit Fast Food und Slow Food stets verbundenen Kategorien „gesund“ und „ungesund“. Was bedeutet demgegenüber der Hinweis, dass Produktionsregime eben nicht durch bestimmte Produkte, sondern durch eine bestimmte Organisation von Lebensmittelproduktion und -absatz zu charakterisieren sind? Die systematische Integration ernährungswissenschaftlicher Fachkenntnisse und die öffentliche Kritik an fetten Speisen haben in der letzten Dekade zu deutlichen Veränderungen des Angebots geführt. McDonald's Deutschland wurde unlängst gar der Vorwurf gemacht, dass die Verringerung des Fettgehaltes bei Saucen und Fleisch eine Ursache schwindender Gewinne gewesen sei [25].

Der Marktführer ist heute in der Defensive, die Angebots- und Nachfragerstrukturen wandeln sich [26].

Fast-Food-Prinzipien werden erstens mit prototypisch gesunden Lebensmitteln kombiniert, also mit pflanzlichen und/oder Bio-Produkten: 66 % der 14- bis 26-Jährigen würden Bio-Burger solchen aus konventionellen Produkten vorziehen, wären sogar bereit, mehr Geld hierfür zu bezahlen [27]. Vereinzelt entstehen vegetarische Fast-Food-Betriebe, die den Hamburger mit Bratlingen füllen bzw. Tibits anbieten. Diese Produkte zeichnet nicht nur Schmackhaftigkeit, sondern auch ein geringer Fett- und ein hoher Vitamin-, Ballast- und Mineralstoffgehalt aus [28].

Zweitens existieren zahlreiche Anbieter „gesunden“ Fast Foods. Ein gutes Beispiel hierfür ist die vor 25 Jahren gegründete US-Kette Souper!Salad!, die 2003 in 131 Filialen Suppen und frische Salate preisgünstig anbot. Salate bilden einen wichtigen Wachstumsmarkt gerade im Fast-Food-Sektor. In Deutschland werden fertige Salate v. a. über Lebensmittelgeschäfte, Bäckereien und Cafeterien vertrieben. Eigenständige Suppenbars haben lokal viel Aufsehen erregt, doch ihre Bedeutung ist gering. Anders ist dies bei Sushi als Trendspeise der letzten Jahre. Es kann als frisches Fast Food in der Sushi Factory oder aber als Slow Food im asiatischen Spezialrestaurant gegessen werden.

Fast Food ist nicht per se „ungesund“, auch wenn bei häufiger Frequentierung einschlägiger Restaurants die Gefahr einer nach ernährungswissenschaftlichen Kriterien nicht ausgewogenen Ernährungswei-

se objektiv steigt. Auf der anderen Seite ist Slow Food aber nicht durchweg „gesund“, sind die propagierten Produkte doch vielfach fett- und eiweißreich, handelt es sich häufig um Alkoholika. Die Einseitigkeit und Ideologieträchtigkeit von Kernbegriffen unserer Kommunikation über Esskultur wird hier deutlich. Begriffe wie „Gesundheit“, „Natur“ oder „Genuss“ dienen kommerziellen und kulturellen Zwecken, ihre öffentliche Verwendung hat keinen analytischen Wert. „Gesundheit“ ist eben nicht allein Folge des jeweils gewählten Angebotes, sondern verweist auf eine kulinarische und eine Lebenspraxis, die wesentlich weiter zu fassen und entsprechend nicht auf einen abstrakten, allgemeinen Begriff zu bringen ist.

Einflussfaktoren und Handlungsmöglichkeiten – Esskultur heute

Das Beispiel „Fast Food versus Slow Food“ zeigt, dass Esskultur komplex und multidimensional zu verstehen ist. Wir stehen am Ende einer langen Geschichte, die unsere Art des Essens in vorhersehbare Pfade lenkt. Wir definieren uns in einem kulturellen Kontext, der trotz wachsender Wahlmöglichkeiten unsere Esskultur begrenzt, ja, ihr erst Kontur verleiht. Wir verzehren nicht nur Produkte, sondern sind zugleich funktionierende Endprodukte eines komplexen ökonomischen Geschehens. Zentrale Begriffe unserer Kommunikation über Ernährung sind wenig hilfreich und analytisch wertlos. Das führt zu Debatten ohne Gewinn, ohne Änderungspotenzial.

Will man hier nicht enden, so gilt es Distanz gegenüber einfachen Gegensätzen, gegenüber polaren Diskussionen zu wahren. Ohne einen Blick auf die Rollen der Einzelnen, auf ihre Handlungsmöglichkeiten und -fähigkeiten, auf ihre Vorstellungen und Praxis werden auch gut gemeinte Kampagnen und Initiativen verpuffen.

Dazu gilt es erstens die Rolle der Wissenschaften in den Blick zu nehmen. Deren Alltagsrelevanz nimmt mit der Ausdifferenzierung wissenschaftlichen Wissens ab [29]. Die Spezialisierung der Fragestellungen ermöglicht Erkenntnisgewinne, doch die Ergebnisse können nicht mehr widerspruchsfrei in den Ernährungstag integriert werden. Jede Wissenschaft, die ihre Binnenlogik verabsolutiert, wird zwingend alltagsfremd, wird

Zusammenfassung

Verfehlter Gegensatz?! Fast Food contra Slow Food

U. Spiekermann, Göttingen

Fast Food und Slow Food erscheinen der Mehrzahl als grundlegend andere und grundlegend anderes zu bewertende Arten des Essens. So unterschiedlich Produkte, Speisen und die damit verbundenen Tätigkeiten auch sein mögen, so verdeutlicht diese strikte Gegenüberstellung doch mehr: Sie ist ein Beispiel für die polare Art, in der vielfach über Essen/Ernährung gestritten wird. Und sie erlaubt eine Analyse der hiermit verbundenen Wünsche und Ängste. Dazu wird erstens die weit ins 19. Jahrhundert zurückreichende (Vor-)Geschichte analysiert, wird der Gegensatz von Fast Food und Slow Food zweitens als eine kulturelle Auseinandersetzung von europäischen resp. US-amerikanischen Ernährungsweisen gedeutet. Ökonomisch erweisen sich Fast Food und Slow Food dagegen drittens als zwei Segmente eines Marktes, die gleichermaßen ökonomischer Rationalität verpflichtet sind. Am Beispiel des Begriffes „Gesundheit“ wird viertens schließlich gezeigt, wie wenig hilfreich und ideologieträchtig die Verwendung solcher inhaltsleerer, gleichwohl immer wieder verwandter Begriffe ist. Der Beitrag schließt mit einem Plädoyer für realistischere Formen der Analyse und der Diskussion von Phänomenen der Esskultur.

Ernährungs-Umschau 50 (2003), S. 344–349

zur professionellen Selbstvergewisserung von Experten/Expertinnen. Wissenschaft der Ernährung, gar des Essens, umgreift daher mehr als ernährungswissenschaftliche, ökonomische und kulturwissenschaftliche Spezialkenntnisse. Dies hat Konsequenzen für die Art der Ausbildung und der erforderlichen Informationen.

Hieraus resultiert zweitens, Differenzen unserer Esskultur wahrzunehmen und zu beachten. Die Rede von Esskultur ist immer eine von Esskulturen. Die „Bürgerinnen und Bürger“ hierzulande haben sehr unterschiedliche Lebensrisiken, sehr unterschiedliche Lebenschancen. Wir sind nicht gleich, sind vielmehr arm, begütert, reich, entstammen unterschiedlichen Geschlechtern und Generationen, leben in Metropolen, Städten oder ländlichen Räumen, im Osten, Norden oder Süden, haben sehr unterschiedliche Körper, stammen aus unterschiedlichen Ländern, essen Fast Food, Slow Food oder auch anderes. Sich über diese Realitäten unserer Esskulturen Rechenschaft abzulegen scheint mir sinnvoll und notwendig zugleich. Doch hier darf man nicht stehen bleiben. Auch Ernährungsfachleute stehen nicht außerhalb der Gesellschaft. Ihre Probleme sind nicht die Probleme aller. Ihre Probleme sind vom bürgerlich-akademischen Hintergrund ihres Lebens geprägt: Der undifferenzierte Gegensatz von Slow Food und Fast Food illustriert dieses Problem, denn hierin manifestiert sich vielfach ein (negatives) bürgerliches Urteil über (vermeintlich) unterbürgerliche Esspraktiken.

Die Blick auf die vermeintlich dominanten Trends verdeckt drittens schließlich, dass Esskultur immer auch das ist, was Einzelne daraus machen. Die Praxis des Einzelnen entscheidet – durchaus eigensinnig – darüber, was Esskultur ausmacht, welche Entwicklung sie nehmen wird. Das gilt trotz der Rahmensetzungen, trotz der vielfach unbewussten Vorentscheidungen. So gründen Slow Food und Fast Food gleichermaßen vorrangig auf Fremdversorgung. Die unterschiedliche Bewertung durch die Mehrzahl der Ernährungsfachleute hängt jedoch wesentlich damit zusammen, dass Slow Food anderes Wissen und auch einen anderen Umgang mit Lebensmitteln voraussetzt. Diese individuellen Kompetenzen sind wichtig, sie gilt es zu stärken – auch, wenn sie nicht alle besitzen müssen und können.

Literatur-/Anmerkungen:

1. Vgl. *Schlosser, E.*, Fast Food Gesellschaft. Die dunkle Seite von McFood & Co., München 2002 resp. *Mast, M., Körtzinger, I., Müller, M.J.*, Ernährungsverhalten und Ernährungszustand 5-7-jähriger Kinder in Kiel, Aktuelle Ernährungsmedizin 23, 1998, S. 282-288; *Jerk, I., Widhalm, K.*, Nährstoffzufuhr von morbid obesem Jugendlichen, Aktuelle Ernährungsmedizin 25, 2000, S. 118-124.
2. Slow Food... Geschmack hat eine Lobby, hg. v. Slow Food Deutschland e.V., o.O. o.J. (2002).
3. *Weiß, G.*, Beste Zukunftsaussichten für Coffebars. Die größten Systemgastronomien in Deutschland – Ranking für 2001 – Schwächstes Wachstum seit langer Zeit, Lebensmittelzeitung 2002, Nr. 10 v. 08.03., S. 56. McDonald's. Wachstumstempo wird deutlich gebremst, Frankfurter Rundschau 59, 2003, Nr. 87 v. 12.04., S. 19; Essen außer Haus 2000, hg. v. d. ZMP/CMA, Bonn 2002.
4. *Spiekermann, U.*, Der Markt für Functional Food. Überblick, Bedeutung, Perspektiven, Internationaler Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens. Mitteilungen H. 8, 2001, S. 25-36; *Spiekermann, U.*, Kaffee und Lifestyle. Kaffeebars als Trendprodukt der Jahrhundertwende, in: *Dietrich, E., Rossfeld, R. (Hg.)*, Am Limit. Kaffeegenuss als Grenzerfahrung, Zürich 2002, S. 106-119.
5. *Michels, P.*, Aktuelle Entwicklungen zum Außer-Haus-Verzehr – Neue Marktforschungsergebnisse. Präsentation zum CMA-Pressegespräch am 11. März 2002 (Ms.); Für Essen außer Haus sitzt das Geld nicht mehr so locker, o.O. 2003 (Ms.) [beide unter <http://zmp.de>].
6. *Dehne, H.*, Das Essen wird also auch <ambulando> eingenommen. Das „belegte Brot“ und andere schnelle Kostformen für Berliner Arbeiterinnen und ihre Kinder im Kaiserreich, in: *Schaffner, M. (Hg.)*, Brot, Brei und was dazugehört. Über sozialen Sinn und physiologischen Wert der Nahrung, Zürich 1992, S. 105-123; *Allen, K.R.*, Von der Volksküche zum fast food. Essen außer Haus im wilhelminischen Deutschland, Werkstatt Geschichte 31, 2002, S. 5-25.
7. *Rubner, M., Schulze*, Das „belegte Brot“ und seine Bedeutung für die Volksernährung, Archiv für Hygiene 81, 1913, S. 120-132.
8. *Wagner, H., Koch, H.*, Trink- und Imbisshallen, in: *Schmitt, E. (Hg.)*, Handbuch der Architektur, T. 4, Halbbd. 4, H. 1, 3. Aufl., Stuttgart 1904, S. 10-20, hier 20.
9. Einführend: *Wagner, C.*, Fast schon Food. Die Geschichte des schnellen Essens, Frankfurt a.M., New York 1995; *Tolksdorf, U.*, Der Schnellimbiss: eine soziokulturelle Betrachtung, in: „Fast Food“ – Eßfunkultur oder zeitgemäßer Ernährungsstil?, Kiel 1986, S. 4-17.
10. *Tennyson, J.*: Hamburger Heaven. Burger – Kult – Total, Frankfurt a.M., Berlin 1995, S. 5.
11. *Strauß, H.*, Amerikanisierung der Eßgewohnheiten und ihre Gefahren für die Volksgesundheit, Die Volksernährung 1, 1925/26, S. 53-54, hier 54.
12. 1972 wurde „Essen und Trinken“, 1975 „Der Feinschmecker“ und 1976 „Gourmet“ gegründet (*Jütte, R.*, Geschichte der Sinne. Von der Antike bis zum Cyberspace, München 2000, S. 278). Wie tiefgreifend der langfristige Wandel war, zeigt sich etwa beim Weinkonsum. Heute dominieren trockene Weine, wird auch mehr Rot- als Weißwein getrunken (*Murmann, C.*, Durststrecke am Weinmarkt, Lebensmittelzeitung 2002, Nr. 41 v. 11.10., S. 50, 52).
13. Vgl. hierzu *Spiekermann, U.*, Europäische Küchen. Eine Bestandsaufnahme, in: *Köpke, W., Schmelz, B. (Hg.)*, Das gemeinsame Haus Europa. Handbuch zur europäischen Kulturgeschichte, München 1999, S. 801-817.
14. *Nestle, M.*, Mediterranean diets, historical and research overview, American Journal of clinical Nutrition 61, 1995, S. 1313S-1320S; *Aubaille-Sallenave, E.*, La Méditerranée, une cuisine, des cuisines, Information sur les Sciences Sociales 35, 1996, S. 139-194; *Basilakis, A. u. a.*, Mediterrane Ernährung: Realität bei Patienten in einem griechischen Krankenhaus, Journal für Ernährungsmedizin 2001, Nr. 2, S. 13-17.
15. *Miele, M., Murdoch, J.*, The Practical Aesthetics of Traditional Cuisines: Slow Food in Tuscany, Sociologia Ruralis 42, 2002, S. 312-328.
16. Vgl. etwa *Bauermann, M.*, Schinken ist Gefühlsache, Slow Food 10, 2002, H. 4, S. 10-13.
17. Vgl. *Giangiacomo, R.*, Die Rettung des Pannerone, Slow 7, 1997, S. 94-95; Deutschlands kulinarisches Erbe. Traditionelle regionale Lebensmittel und Agrarzeugnisse, Cadolzburg 1998.
18. Dies gilt jedoch nur für die Systemgastronomie, denn für Sushi oder Falafeln gelten andere Bewertungsmaßstäbe: *Guichard-Angus, S.*, Made in Japan, Slow 18, 2000, S. 104-107; *Sinsheimer, P.*, Falafel, Slow 18, 2000, S. 122-126.
19. *Petrini, C.*, Vom Bau der Arche, Slow 5, 1997, S. 8-11; Die Arche des Geschmacks. Ein internationales Slow Food Projekt, Schneckenpost 7, 1999, 20-21.
20. *Scranton, P.*, Endless Novelty: Specialty Production and American Industrialization, 1865-1914, Princeton 1997.
21. *Ritzer, G.*, The McDonaldization of Society. An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life, Thousand Oaks, London, New Delhi 1993; Ders., The McDonaldization Thesis. Explorations and Extensions, London, Thousand Oaks, New Delhi 1998.
22. [Http://www.Mcdonalds.at](http://www.Mcdonalds.at).
23. *Ritzer, G.*, Globalisierung, McDonaldisierung und Amerikanisierung, in: *Bögenhold, D. (Hg.)*, Moderne amerikanische Soziologie, Stuttgart 2002, S. 219-242, hier 225-226.
24. [Http://ise.hu-berlin.de/~brueggem/sponsor-tax/fastfood/md.htm](http://ise.hu-berlin.de/~brueggem/sponsor-tax/fastfood/md.htm).
25. *McDonald's*: Zu gesund, Die Zeit 57, 2002, Nr. 51 v. 12.12., S. 34; *Kerbusk, K.-P.*, Stürzende Bögen, Der Spiegel 2003, Nr. 2 v. 06.01., S. 80-81.
26. *Hollingsworth, P.*, Note to McDonald's: To Every Thing There Is a Season, Food Technology 57, 2003, Nr. 2, S. 17.
27. Bio-Hamburger auf Wunschliste von Jugendlichen ganz oben, <http://news.agrar.de/archiv/20021125-00002/>.
28. *Sloan, A.E.*, Fast and Casual: Today's Foodservice Trends, Food Technology 56, 2002, Nr. 9, S. 34-36, 38, 40, 42, 44-54, hier 46; *Brunner, H.*, Vegi Fastfood – Trend?, GastroJournal 2000, Nr. 49; *Hollingsworth, P.*, Veggie Burgers Swore into the Mainsteam, Food Technology 56, 2002, Nr. 1, S. 18.
29. Anregend: *Lübbe, H.*, Die Wissenschaften und ihre kulturellen Folgen. Über die Zukunft des common sense, Opladen 1987.

Anschrift des Verfassers:

Dr. Uwe Spiekermann

Institut für Wirtschafts- und

Sozialgeschichte

Georg-August-Universität Göttingen

Platz der Göttinger Sieben 5

37073 Göttingen

E-Mail: Uwe.Spiekermann@wiwi.uni-goettingen.de