

Von Frühlingsrollen in der Diaspora und dem etwas anderen Restaurant als »transnationalem Kontaktraum«

Über das Essen als Nahrungsmittel und kulturelle Praxis

»Fast Food. Slow Food« ist eine bunte Mischung »Ethnographischer Studien zum Verhältnis von Globalisierung und Regionalisierung in der Ernährung«, herausgegeben von Regina Römhild und anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt. Das Besondere an diesem Band ist wohl der ethnografisch-kosmopolitische Blick auf Essen als Nahrungsmittel und kulturelle Praxis. Kosmopolitisch ist die forschungsleitende These dahin gehend zu verstehen, »dass sich Globalisierung und (...) Regionalisierung nicht gegenseitig ausschließen, sondern sich aufeinander beziehen, sich in enger Wechselwirkung (...) gegenseitig hervorbringen«. Es sind gerade das Verhältnis lokaler/globaler Prozesse und die daraus hervorgehenden gesellschaftswirksamen Praxen des Essens und der Ernährung, die die thematische Klammer des vorliegenden kulturanthropologischen Bandes bilden.

In acht ethnographischen Skizzen der »Kulturanthropologie Notizen« werden soziokulturelle Topografien der kulturellen Praxis von Essen und Ernährung vorgestellt, die den Verstrickungen von Globalisierung und Lokalisierung ihre vielstimmige Realität geben. Wie dies die Region Mittelrhein »zwischen Massentourismus und Weltkulturerbe« in all ihrer Ambivalenz – zwischen »kreativer Tradionalisierung« und Krisenmanagement – tangiert, zeigen Aline Krämer und Michaela Nietert sehr deutlich.

So kann ein Nahrungsmittel wie Suppe »im Spannungsfeld von Einwanderungsstadt und Global City« auf unterschiedlichste soziale (Macht-) Praxen verweisen, wie Katharin Schwab am Vergleich karitativer Suppenküche und trendiger Suppenbar skizziert. Darüber hinaus zeigen Regina Römhild in ihrer Einleitung und Catharina Kern in ihrem Beitrag zu »Perspektiven auf Globalisierung und Regionalisierung im Frankfurter Convivium« sehr anschaulich, dass die

Slow-Food-Bewegung, die das »Recht auf Genuss« einfordert, damit auch ein kosmopolitisches Manifest aufstellt, das sich gegen den zunehmenden Globalisierungsdruck des Fast Food wendet und stattdessen »die regionale Vielfalt der Rohstoffe und der Zubereitungen, die Lust am langsamen Genießen des Essens, die Mahlzeit als kommunikatives, gemeinschaftliches Alltagsereignis« zelebriert.

Biodynamisch: Der Umgang mit einer globalisierten Welt auf dem Dottenfeldhof

Mit dem Beitrag »Rodelika und ihre Schwestern. Gemüsezüchtung und der Umgang mit einer globalisierten Welt auf dem Dottenfeldhof« zeigt Gunvor Schmidt am Beispiel eines »biologisch-dynamisch« geführten und anthroposophisch orientierten Bauernhofs, wie sich die »globale Regionalisierung« auf die Produktion und Vermarktung von Bio-Saatgut und Bio-Gemüsesorten auswirkt. Dabei zeichnet Schmidt einen vielschichtigen alltagsweltlichen Prozess nach, der einerseits der ideellen und materiellen Emanzipation regionaler Praxis von globalökonomischen Strukturen und Abhängigkeiten gilt und andererseits die produktive Einbettung in globale Vernetzungsstrukturen verändernd zu nutzen sucht.

Ist die Forderung nach »Bio für alle« ein Trend, der gerade nicht zur regionalen Diversität, sondern zur Vereinheitlichung der Produktion und Vermarktung von Bio-Produkten führt? Wie wirkt sich dies auf so unterschiedliche Konzepte und Angebote wie Bio-Läden, Bio-Supermärkte und Reformhäuser aus? Um diese Fragen zu beantworten, spürt Christian Abresch »Neue Entwicklungen zwischen Öko-Nische und Supermarkt« auf. Und dabei stellt sie fest, dass es sowohl zu Annäherungen als auch zu Distinktionsgewinnen zwischen den unterschiedlichen Anbietern von Bio-Produktion kommt.



Produzenten und Konsumenten als Akteure bei McDonald's

Wer kennt ihn nicht, den Slogan »Ich liebe es!«? Genau, es handelt sich um die globale Werbestrategie der Fast-Food-Kette McDonald's. Was steckt aber hinter den klug ausgetüftelten Werbekulissen? Georgette Carbonilla, Nadine Demtrio, Benjamin Wösten und Daniel Zipf beantworten diese Frage, indem sie die »Produzenten und Konsumenten als Akteure bei McDonald's« in den Blick nehmen: McDonald's funktioniert als Unternehmen nach dem Baukastenprinzip, das mit regionalen Akteuren das globale Image McDonald's in ein regionales Erscheinungsbild transformiert. Ali, Özgür und Nasan sind – mit ihrem Migranten-Hintergrund – beispielsweise typische transnationale McJobler und auch McDonald's-Stammgäste. Sie nutzen McDonald's weniger als kulinarische Anlaufstelle, für sie ist »das etwas andere Restaurant« vielmehr ein zentraler Ort ihrer Freizeitgestaltung und der Inszenierung multi-ethnischer Lebenswelten. Wie Christian Ritter in seinem schönen Beitrag »Frühlingsrollen in der Diaspora. Asiatische Lebensmittel jenseits der Enklavenökonomie« zeigt, können Asia-Läden ebenso wie McDonald's als »transnationale Kontakträume« interpretiert werden, in denen so etwas wie kosmopolitische Kompetenzen im Umgang mit unterschiedlichen sozialen und kulturellen Milieus ein- und ausgeübt werden können.

Regina Römhild et. al. (Hrsg.)

Fast Food. Slow Food.

Ethnographische Studien zum Verhältnis von Globalisierung und Regionalisierung in der Ernährung
Kulturanthropologie Notizen
Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main
Band 76, Frankfurt 2008
ISBN 978-3-923992-78-2
226 Seiten, 19 Euro

Der Rezensent

Michael Schillmeier, PhD, lehrt Soziologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seine Schwerpunkte in der Lehre und Forschung sind unter anderem Soziologie der Körper und Sinne, »Science, Technology & Society« sowie Soziologie der Behinderung.