



Michael Rosenberger
Im Brot der Erde den Himmel schmecken
Ethik und Spiritualität der Ernährung
ISBN 978-3-86581-687-0
446 Seiten, 16,5 x 23,5 cm, 34,95 Euro
oekom verlag, München 2014
©oekom verlag 2014
www.oekom.de

4

Essen und Trinken zwischen Mahl-Zeit und Fasten-Zeit

»Alles hat seine Stunde. Für jedes Geschehen unter dem Himmel gibt es eine bestimmte Zeit:« (Koh 3,1) Mit diesen Worten beginnt das Buch Kohelet eine seiner bekanntesten Passagen. Es folgen vierzehn Zeitpaare, die jeweils zwei entgegengesetzte Vorgänge oder Zustände nennen und ihnen ihre je eigene Zeit zusprechen: Geborenwerden und Sterben, Pflanzen und Abernten, Weinen und Lachen usw. Essen und Fasten sind Kohelet keine Erwähnung wert, obgleich auch sie ihre einander abwechselnden Zeiten haben. Kohelet erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, weswegen ich ergänzen möchte: »Eine Zeit zum Essen und Trinken, und eine Zeit, sich des Essens und Trinkens zu enthalten.«

Es gehört zu den grundlegenden kulturellen Gestaltungsdimensionen der Ernährung, dass sie zeitlich strukturiert und normiert wird. Zugleich gibt es räumliche Festlegungen für Essen und Trinken. Schon höher entwickelte Tiere suchen sich (außer in zu engen und nicht selbst gestaltbaren Ställen) Fressplätze, die von ihren Ausscheidplätzen und Ruheplätzen klar unterschieden sind und ebenso wie diese gestaltet werden. Und feste Fresszeiten gewöhnen sich Tiere schnell an, wenn ihnen ausreichend Futter zur Verfügung steht. Nur Tiere mit knappem Nahrungsangebot fressen sofort und heißhungrig, wenn ihnen die Möglichkeit gegeben wird. Erst recht besitzt der Mensch seit frühester Zeit eine Kochstelle und einen Platz, der für das gemeinsame Essen und Trinken vorgesehen ist, und entwickelt feste Zeiten für die Mahl-Zeit.

Orte und Zeiten sind hervorragende Ausdrucksmittel symbolischer Kommunikation. In diesem Kapitel soll es daher darum gehen, Räume, Zeiten und Raum-Zeit-Relationen des Essens und Trinkens, aber auch der Enthaltung von Essen und Trinken wahrzunehmen und ethisch sowie spirituell auf ihre symbolischen Codes zu analysie-

ren. Nach der Analyse des derzeit größten Ernährungstrends, des Fast Food (4.1), sollen daher Zeiten und Orte für das Mahl (4.2) sowie für seine Vor- und Nachbereitung (4.3) betrachtet werden, ehe der Blick auf das Fasten als zum Essen und Trinken komplementäre Zeit fällt (4.4). Im Diskurs mit der Eucharistie-Theologie sollen die gewonnen Erkenntnisse vertieft und in einen größeren Kontext gestellt werden (4.5).

4.1

Der Trend: Fast Food on the Road

Los Angeles war in den 1940er-Jahren weltweit die Stadt mit den meisten Autos – und die erste »autogerechte« Stadt: weit zerstreute Siedlungsgebiete, riesige Highways im wörtlichen Sinne von höhergelegten Straßen, und passend dazu Drive-in-Restaurants am Rande der Stadt. Unter diesen befand sich seit 1937 auch das erste Lokal der Brüder Richard und Maurice McDonald (Eric Schlosser/Charles Wilson 2006: 19–62). Noch gab es dort Geschirr und Besteck, noch wurde konventionell gekocht, noch war man eines von vielen gewöhnlichen Schnellrestaurants an der Peripherie, mit einem großen Parkplatz vor der Tür. Doch 1948 revolutionierten die beiden Brüder die Arbeitsabläufe: Von jetzt an gab es sämtliche Speisen ohne Besteck und Geschirr – das störte nur die Effizienz (Eric Schlosser/Charles Wilson 2006: 22–23). Ebenso ersetzte in der Küche ein Fließband mit ungelerten HilfsarbeiterInnen, die jeweils nur wenige Handgriffe zu erledigen haben, die vorher tätigen ausgebildeten KöchInnen. Der betriebswirtschaftliche Erfolg war durchschlagend. Um leichter an Kapital für weitere Filialen zu kommen, begannen die Brüder McDonald daher 1954 mit dem Franchising: Eigenunternehmerisch tätige Personen kaufen sich bei McDonald's ausschließlich das Label, das Know-how und die Ausstattung, tragen aber selbst das finanzielle Risiko. Damit entstand eine völlige Konformität aller Lokale – das Label »McDonald's« war geboren. Doch das war schon die Idee von Ray Kroc, der die Brüder McDonald 1961 ausbezahlte und aus dem Unternehmen drängte. 1963 wurde schließlich nach mehreren gescheiterten Versuchen das Maskottchen Ronald McDonald kreiert und der Weg zu den Kinderherzen gebahnt. Wenig später wurden in den Restaurants Spielbereiche für Kinder eingerichtet und Spielzeug verschenkt. Der Welterfolg der Kette war nicht mehr aufzuhalten.

Die Ausgaben der Bevölkerung für Fast Food sind allein in den USA von sechs Milliarden US-Dollar im Jahr 1970 auf 142 Milliarden US-Dollar im Jahr 2006 angewachsen. Sie übertreffen dort die Ausgaben der Menschen für Bildung und Ausbildung ihrer Kinder, für Elektronik und sogar für Autos (Eric Schlosser/Charles Wilson 2006: 10). Allerdings ist Fast Food ein »Food on The Road« geblieben. In den Fußgängerzonen europäischer Großstädte und an berühmten Sehenswürdigkeiten ist Fast

Food eher auf dem Rückzug. Entlang der großen Ausfallstraßen und Autobahnen, in Bahnhöfen und Flughäfen jedoch setzt sich der Siegeszug bislang ungebrochen fort.

Das System des Fast Food, für das McDonald's steht, wirft viele Probleme auf: Ganz vorne stehen Probleme des Umgangs mit den MitarbeiterInnen: Fast-Food-ArbeiterInnen sind in den USA die größte Gruppe von NiedriglöhnerInnen (Eric Schlosser/Charles Wilson 2006: 76), haben extrem lange Arbeitszeiten, keine Krankenversicherung, keine gewerkschaftliche Organisation (Eric Schlosser/Charles Wilson 2006: 79), werden aber strengen Regeln am Arbeitsplatz unterworfen. Daneben gibt es Probleme des Umgangs mit den Tieren, von denen das Fleisch stammt, welches fast vollständig aus gigantischen Tierfabriken bezogen wird (Eric Schlosser/Charles Wilson 2006: 156–201). Schließlich – und das ist unser Fokus hier – wird damit allen Beteuerungen der Fast-Food-Ketten zum Trotz jedes Bemühen um ein gesundes und gepflegtes Essen und Trinken infrage gestellt.

Der Soziologe George Ritzer erforscht seit Jahrzehnten das Phänomen des Fast Food. Seine Kernthese ist, dass die gesamte Gesellschaft zunehmend »McDonaldisiert« wird, wie er es nennt. Unter McDonaldisierung (englisch »McDonaldization«) versteht Ritzer die Gestaltung der Produktion ausschließlich und konsequent nach folgenden Parametern: Effizienz, Berechenbarkeit, Vorhersagbarkeit, Kontrolle. Der Königsweg, diese vier Ziele zu erreichen, sei vor allem das Ersetzen menschlicher durch nichtmenschliche Arbeitsprozesse (George Ritzer 2001: 162).

Die Frage, die sich Ritzer stellt, lautet: Wie rational ist diese Rationalität (George Ritzer 2001: 23–45)? Kein Zweifel, rein technisch betrachtet sei Fast Food höchst rational (englisch *rationable*) im Sinne von clever. Aber volkswirtschaftlich oder gar anthropologisch-ethisch betrachtet sei Fast Food alles andere als rational, denn es sei nicht vernünftig (englisch *reasonable*) im Sinne von sinnvoll und gut. Das werde an den Selbstwidersprüchen der Methode deutlich: 1) Die Effizienz impliziert erhebliche Ineffizienzen: Die KundInnen leisten mit der Selbstbedienung und dem Entsorgen des Abfalls unbezahlte Arbeit, die MitarbeiterInnen schuften für zu wenig Geld. 2) Der angeblich günstige Preis erzeugt de facto hohe Kosten: Im Vergleich zum Kochen zu Hause ist ein Besuch im Fast-Food-Restaurant sehr teuer. 3) Die Illusion von Lust und Spaß: Der Spielplatz für die Kinder und das kostenlose Spielzeug sind auf Dauer gar nicht so lustig wie behauptet. 4) Die Illusion von Realität: Die Produkte von Molly McButter enthalten absichtlich keine Butter (damit sie fettfrei sind), schmecken aber angeblich danach. Viele Geschmackskomponenten werden künstlich erzeugt. 5) Falsche Freundlichkeit: Das Lächeln der MitarbeiterInnen der Fast-Food-Branche wird von oben verordnet, die meisten Sprüche sind auswendig gelernt. Echte menschliche Begegnung ist so nicht möglich. 6) Entzauberung: Die Massenproduktion nimmt den Speisen ihr Geheimnis und ihre Faszination. Insbesondere die Vorhersagbarkeit, wie ein konkretes Gericht schmeckt, lässt keinerlei Überraschungseffekt

mehr zu. – Entscheidend für Ritzers Argumentation ist, dass die genannten Selbstwidersprüche des Fast Food systemimmanent sind, also gleichsam genetische Defekte darstellen. Eine Heilung ist nur durch Austausch der Gene respektive des Systems möglich, nicht durch sekundäre Reparaturen.

Die McDonaldisierung hat nicht nur den gastronomischen Bereich erfasst, sie ist überall – so lautet eine der Kernthesen Ritzers (George Ritzer 2001: 160–180), die er in zahlreichen Publikationen empirisch zu belegen sucht (Literatur dafür in George Ritzer 2001: 163). Doch sieht Ritzer, wenn er in die Zukunft schaut, ein grundlegendes Spannungsverhältnis von Rationalisierung (McDonaldisierung) und Globalisierung. Schlüsselfaktor beider Prozesse ist die Ökonomie, die einen dramatischen kulturellen Wandel antreibt, der jedoch auch selbst treibende Kräfte besitzt und eine Eigendynamik entwickelt. Globalisierung erzeugt nämlich per se eine enorme Heterogenität und Pluralität, Rationalisierung hingegen Homogenität. Hier müsse sich Fast Food zunächst dem Druck beugen und im Angebot heterogen sein (zum Beispiel koscheres Fleisch in Israel, Reis in Asien und Slow Food in China anbieten). Doch weil die Produktionsmethoden dieselben blieben und von lokalen Konkurrenten kopiert würden, näherten sich langfristig auch die Konsummethode an: In Korea werde mittlerweile individualisiert gegessen und nicht mehr gemeinsam aus derselben Reisschale wie noch vor wenigen Jahrzehnten (George Ritzer 2001: 171). Hier finde ein Kulturimperialismus statt, der unter der Hand daherkomme: Nicht die Produkte werden verändert, sondern die Art und Weise des Essens.

Doch mit dem Kulturimperialismus, so Ritzer weiter, werde auch die Gegenbewegung geweckt, traditionelle Gewohnheiten neu zu beleben. Nationalstaaten könnten der Dynamik des Fast Food zwar wenig entgegensetzen, im Gegenteil werde durch Fast Food der amerikanische Nationalstaat gestärkt, da sich seine Dominanz über die Welt verfestige (George Ritzer 2001: 174–176). Auch lokale Unternehmen hätten kaum eine Chance, gegen die Übermacht der transnationalen Unternehmen anzukommen. Doch organisiere sich eine zivilgesellschaftliche Gegenbewegung, vor allem im Internet: Berühmt geworden ist in Kontinentaleuropa die in Italien 1989 entstandene Slow-Food-Bewegung, die mit italienischer Liebesswürdigkeit und Kreativität immer neue Alternativaktionen startet, die auf Wertschätzung der Lebensmittel und Genussfähigkeit zielen. Im angelsächsischen Bereich legendär ist der sogenannte »McLibel«-Gerichtsprozess: 1986 hatte die lokale Umweltorganisation »London Greenpeace« Faltblätter verteilt, die eine lange Liste schwerer Vorwürfe gegen McDonald's enthielten. Der Weltkonzern klagte dagegen (englisch libel ist die Verleumdungsklage). Die englischen Gerichte bestätigten die meisten der Vorwürfe der Aktivisten gegen McDonald's, erkannten jedoch in einigen Punkten der Liste tatsächlich unbewiesene Behauptungen, weswegen die beiden angeklagten Umweltaktivisten zu einer Geldstrafe verurteilt wurden. Diese gingen jedoch durch alle Instanzen bis zum Europäischen Menschen-

rechtsgerichtshof, der 2005 das englische Gerichtsverfahren aufgrund von Verfahrensmängeln als menschenrechtswidrig einstufte und die englische Regierung zu einer Zahlung an die Aktivisten verurteilte. Aufgrund der fast zwanzigjährigen Prozessdauer und der gerichtlichen Feststellung, dass die meisten Vorwürfe der Aktivisten gegen den Fast-Food-Konzern begründet waren, wurde »McLibel«, wie die Öffentlichkeit den Fall schon bald nannte, zum PR-Desaster für McDonald's.

Neben der McDonaldisierung sieht Ritzer daher auch eine De-McDonaldisierung (George Ritzer 2001: 46–57): Hochpreisige Bäckereien und Lebensmittelgeschäfte blühen auf. Regionale Lebensmittel werden attraktiv, »Mikrobrauereien« sprießen besonders im angelsächsischen Bereich aus dem Boden. Teilweise werde jedoch schon versucht, auch das Hochpreissegment zu McDonaldisieren wie etwa bei Starbucks, oder dem Trend zum maßgeschneiderten Bekleidungsstück zu entsprechen, indem höchst individuelle Schnitte massengefertigt werden. Rationalisierung ist das Credo der Moderne, Entrationalisierung das Credo der Postmoderne. Was also wird herauskommen?, fragt Ritzer. Wird McDonalds dereinst als historisches Überbleibsel einer vergangenen Epoche betrachtet werden? Wird Fast Food völlig verschwinden? Verschmelzen die beiden Dynamiken von Moderne und Postmoderne in einer noch unbekanntem Dritten? Oder wird die Moderne über die Postmoderne triumphieren, so dass diese eine kurze, vorübergehende Phase bleibt?

Noch kennt niemand die Antwort auf diese Fragen. Aber Ritzers Verweis auf die Macht der Zivilgesellschaft zeigt, dass der Ausgang der Geschichte beeinflussbar ist. Und so stellt sich umso deutlicher die Frage nach den raumzeitlichen Koordinaten eines guten Essens und Trinkens.

4.2

Zeit(en) und Orte für das Mahl

4.2.1

Rhythmen und Zeitmaße der Mahlzeiten

In seinem legendären Aufsatz über die Soziologie der Mahlzeit merkt Georg Simmel 1910 an: »Zunächst tritt hier die Regelmäßigkeit der Mahlzeiten auf. Von sehr tief stehenden Völkern wissen wir, dass sie nicht zu bestimmten Stunden, sondern anarchisch, wenn ein jeder gerade Hunger hat, essen. Die Gemeinsamkeit des Mahles aber führt sogleich zeitliche Regelmäßigkeit herbei, denn nur zu vorbestimmter Stunde kann ein Kreis sich zusammenfinden – die erste Überwindung des Naturalismus des Essens.« (Georg Simmel 1910: 1–2)

Was Simmel hier beobachtet, nennt die moderne Chronobiologie »Synchronisation«: Sozial lebende Wesen stimmen ihre Aktivitäten zeitlich aufeinander ab. Wie

könnte es anders sein, als dass Essen und Trinken als existenzielle Grundvollzüge neben Wachen und Schlafen einen der ersten Gegenstände dieser Synchronisation darstellen. Dabei fließen in diesen Synchronisationsprozess naturale, unbeliebige Faktoren ebenso ein wie kulturelle, frei gestaltbare. Auf natürlicher Ebene hat die Sättigung durch die vorangehende Mahlzeit eine gewisse zeitliche Begrenzung – mit zunehmender zeitlicher Entfernung von der letzten Mahlzeit nimmt das Sättigungsgefühl ab, und irgendwann hilft alle kulturelle Anstrengung nicht mehr, den Hunger zu besänftigen. Die Intervalle zwischen zwei Mahlzeiten lassen sich also nicht beliebig ausdehnen. Wohl aber gibt es große Spielräume unterhalb dieser Grenze und im Blick auf die konkrete Verteilung der Mahlzeiten über den Tag.

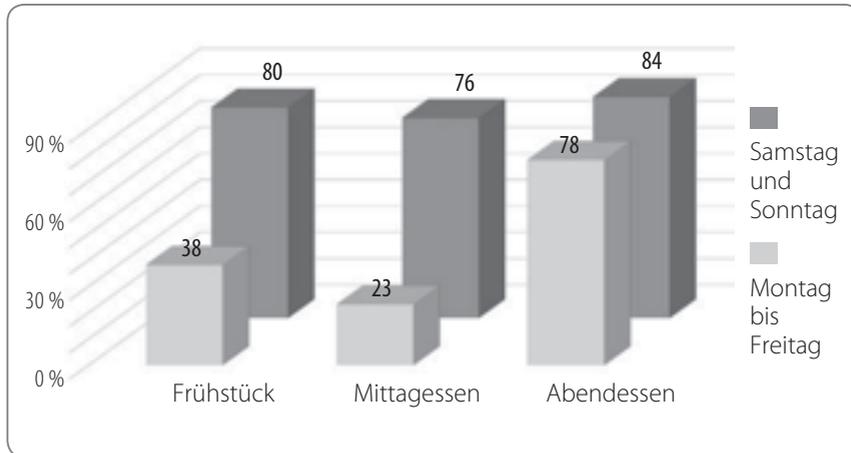
Das lässt sich mit wenigen Beispielen zeigen: Im Mittelalter gab es üblicherweise zwei Mahlzeiten: eine Morgenmahlzeit mitten am Vormittag (ähnlich dem heutigen Brunch) und eine Nachmittagsmahlzeit. Erst um 1500 wurden die drei Mahlzeiten Frühstück, Mittagessen und Abendessen eingeführt (Ernst Schubert 2006: 245–253), die bis weit ins 20. Jahrhundert hinein Standard waren. Während in Mittel- und Nordeuropa dabei die Rangfolge des deutschen Sprichworts »Frühstücken wie ein Kaiser, Mittagessen wie ein König, Abendessen wie ein Bettelmann« galt und die Mahlzeiten im Laufe des Tages immer kleiner wurden, gingen die mediterranen Kulturen den entgegengesetzten Weg und fingen mit einem winzigen Frühstück an, um nach einem ordentlichen Mittagessen den Tag mit einem opulenten Abendmahl zu beschließen.

Die Ansprüche des modernen Lebens in den Industriegesellschaften haben an den Werktagen zu einer erheblichen Entrhythmisierung und Entritualisierung der ersten beiden Mahlzeiten geführt. Die Menschen werden zu »situativen Einzelessern« (Manuel Schneider 2001: 17), wie eine Umfrage von forsa im Juli 2009 zeigt.

Die positive Nachricht dieser Umfrage ist: Das Abendessen wird unter der Woche von genauso vielen Familien mit Kindern gemeinsam eingenommen wie am Wochenende, nämlich von etwa 80 Prozent. Es gelingt den Familien also erfolgreich, die Abendmahlzeit zu einem »kleinen Wochenende« zu machen, das sie gemeinsam genießen. Tages- und Wochenklang haben die gleiche Mahlzeitenqualität. Angesichts dessen sind freilich die mediterranen Gesellschaften gegenüber den transalpinen Kulturen im Vorteil: Denn für sie hat es Tradition, das Frühstück klein zu halten und das Abendessen opulent zu gestalten – Mittel- und Nordeuropäer müssen hier umlernen. Doch sie bewältigen diese Herausforderung offenbar besser als man denkt.

Die Zahlen von forsa zeigen, dass der moderne Tagesablauf den Abend eher für alle gleichzeitig freihält als den Morgen. Mittags sind die meisten Menschen am Arbeitsplatz und essen in Kantine oder Mensa. Morgens und abends sind sie daheim. Aber morgens ist die Chance auf eine gemeinsame Mahlzeit offenbar weit geringer als am Abend. Die Folge dieser Entwicklungen ist, dass es zumindest beim Frühstück auch in Familien immer mehr »Eigenbrötler« gibt, die nacheinander statt miteinander essen.

*Regelmäßig gemeinsam eingenommene Mahlzeiten,
Deutschland 2009.*



Quelle: Forsa.

Das hat Auswirkungen auf die Gestaltung solcher Mahlzeiten: Das Essen allein läuft zwischendurch und nebenher, »wie wenn man das Auto volltankt« (Wolfram Siebeck 1996). Die Zeiterfordernisse der modernen Leistungs- und Effizienzgesellschaft werden dadurch noch nicht zu »Feinden des guten Essens« (Manuel Schneider 2001: 16), wohl aber zur Herausforderung für das Frühstück.

So wie vom Alltag das Abendessen bleibt von der Woche das Wochenende als Raum gemeinsamer Mahlzeiten in der Familie. Die forsa-Umfrage zeigt, dass dann alle drei Mahlzeiten fast gleich oft gemeinsam eingenommen werden. Das gemeinsame Essen und Trinken ist den Familien offensichtlich wichtig.

Wie viel Zeit nehmen sich die Menschen derzeit für das Essen und Trinken? Laut der letzten Zeitbudgetstudie, deren Daten die Jahre 2001 bis 2002 abbilden, nehmen sich Männer wie Frauen täglich fast gleich viel Zeit für das Einnehmen der Mahlzeiten, nämlich im Mittel 1:43 Stunden (Statistisches Bundesamt 2006, Tabelle 1, Zeile 021). Auch in einzelnen Alterskohorten sind die Geschlechterdifferenzen klein. Insgesamt ist das Zeitmaß damit keineswegs gering – im Gegenteil: Eine und eine dreiviertel Stunde sind als täglicher Durchschnitt eine erhebliche Zeitmenge. – Eine große Rolle für das Zeitmaß spielt das Alter: Mit zunehmendem Alter nehmen sich die Menschen mehr Zeit für das Essen. Dabei geht es um eine Entwicklung, die individualbiografisch angelegt ist und keinen Werteverfall bei der jüngeren Generation bedeutet. Denn insgesamt aßen die Deutschen 2001 etwa 21 Minuten länger als 1991. Die Wertschätzung für ein zeitlich entspanntes Essen und Trinken steigt quer durch die Altersgruppen

signifikant an. Aber individualbiografisch scheint die Bedeutung eines guten Essens mit steigendem Alter doch recht kontinuierlich zuzunehmen. Ältere Menschen wissen aufgrund ihrer Lebenserfahrung offensichtlich mehr um die Kostbarkeit und Kostlichkeit einer gepflegten Mahlzeit.

*Tägliche Zeit für Essen und Trinken in Abhängigkeit vom Alter,
Deutschland 2001/02.*

Alter	10–17 Jahre	18–29 Jahre	30–44 Jahre	45–64 Jahre	Ab 65 Jahre
Zeit für Mahlzeiten (h)	1:21	1:24	1:38	1:50	2:04

Quelle: Statistisches Bundesamt 2006.

Erschwert wird die Umsetzung des Wunsches nach einem zeitlich entspannten Essen nicht nur durch berufliche Anforderungen, sondern auch durch das Zusammenleben mit Kindern. Sowohl Alleinerziehende als auch Paare, deren Kinder noch mit ihnen zusammenleben, essen schneller als Alleinlebende bzw. Paare ohne Kinder. Kinder wollen nicht lange essen, sie finden das langweilig. Das Zusammenleben als Paar begünstigt hingegen ein längeres Essen. Gemeinsam steht man nicht so schnell vom Tisch auf wie allein.

*Tägliche Zeit für Essen und Trinken in Abhängigkeit vom Familienstand,
Deutschland 2001/02.*

Familienstand	Alleinlebend	Paare ohne Kinder	Alleinerziehende mit Kindern	Paare mit Kindern
Zeit für Mahlzeiten (h)	1:39	1:59	1:31	1:44

Quelle: Statistisches Bundesamt 2006.

Entscheidende Relevanz für Zeit und Zeiten für die Mahlzeit haben ohne Zweifel die (ganzheitlich betrachteten) Lebensstile. Nicht allein die äußeren Zwänge des Berufs und der Familie sind dafür verantwortlich, wie viel Zeit sich Menschen für Essen und Trinken nehmen, sondern auch deren Lebensgewohnheiten und Wertorientierungen. Hans-Joachim Lincke hat in diesem Sinne »Zeitstile« untersucht, das heißt Lebensstile fokussiert auf Zeit (Hans-Joachim Lincke 2007: 18–20). Dabei legt Lincke seiner Untersuchung zwei Kontrastbeispiele zugrunde, die vermutlich etwas künstlich scheinen, aber Unterschiede deutlich hervortreten lassen (Hans-Joachim Lincke 2007: 95–136): Auf der einen Seite stehen die »flexiblen Menschen«. Sie sind echte Zeitmanager, wie sie in der modernen Arbeitswelt gerne gesehen sind, denn sie planen ihre Zeit vor allem nach dem Kriterium der Effizienz. Ihr Hauptziel ist das berufliche

Fortkommen. Ihnen gegenüber stehen die »Zeitpioniere«, die aus der zunehmenden Ökonomisierung der Zeit auszubrechen versuchen. Menschen, die »Zeit nicht nur mit Arbeit sinnvoll ausfüllen« (Hans-Joachim Lincke 2007: 92) und primär als Lebenszeit verstehen. Gerne verzichten diese auf materiellen Wohlstand, wenn sie dafür freie Zeit und Lebensqualität gewinnen, denn ihr Hauptziel ist Erfüllung und Selbstfindung.

Beide Gruppen haben hohe Ansprüche an ihre Lebensmittel und Speisen: Sie verlangen gute Qualität und ruhig auch teure Lebensmittel (Hans-Joachim Lincke 2007: 145–156). Doch während die »flexiblen Menschen« vor allem auf Luxusprodukte und modische Kompositionen schielen, sind den »Zeitpionieren« vor allem regionale, saisonale und ökologisch hergestellte Produkte wichtig (Hans-Joachim Lincke 2007: 260). Auch das Essverhalten der beiden Zeitstile ist grundlegend verschieden: Die Essenszeiten der »flexiblen Menschen« sind sehr unregelmäßig und unstrukturiert. Sie essen oft außer Haus, zwischen zwei Terminen und mit KollegInnen oder KundInnen. Abends hingegen sind sie zu erschöpft, um sich etwas zuzubereiten und greifen oft auf Tiefkühlkost, Fast Food oder einen Lieferservice zurück (Hans-Joachim Lincke 2007: 195). Wenn sie einmal selbst kochen, ist das ein »repräsentativer Event« (Hans-Joachim Lincke 2007: 260). Zeitpioniere hingegen essen disziplinierter, maßvoller und rhythmischer (Hans-Joachim Lincke 2007: 140) und kaufen zudem deutlich planvoller ein (Hans-Joachim Lincke 2007: 144). Insbesondere am Wochenende offenbart sich der Kontrast der beiden Stile: Während die »flexiblen Menschen« dann alles nachzuholen versuchen, was ihnen im Alltag nicht möglich war, und daher äußerst opulente Mähler zelebrieren (ob am Luxusherd daheim oder im Sterne-Restaurant), fällt die Differenz zwischen Alltag und Ruhetag bei den »Zeitpionieren« weit geringer aus (Hans-Joachim Lincke 2007: 263).

Linckes Untersuchungen manifestieren zunächst einmal ganz allgemein, dass »der Mensch ist, was er isst.« Die eigene Lebensorientierung und »-philosophie« korrespondiert stark mit dem Ernährungsstil. Darüber hinaus wird aber durch die Fokussierung auf die Zeit deutlich, dass wiederkehrende Rhythmen für den Einzelmenschen wie für die Gemeinschaft eine entlastende und integrierende Funktion besitzen. Zeitpioniere müssen das Rad nicht jeden Tag neu erfinden, sondern können sich in die gewohnten und vertrauten Abläufe fallen lassen. Unterm Strich haben sie dadurch mehr vom Essen! Das ist auch eine Grundidee der Regel Benedikts (RB), auf die ich an dieser Stelle wiederum zurückkomme (vgl. Michael Rosenberger 2012a). In der rhythmischen Strukturierung des benediktinischen Lebens liegt eine ihrer größten Stärken. Benedikts Maßhaltung definiert sich über weite Strecken durch Zeit-Maße und Zeit-Rhythmen. Diese betreffen Beten und Arbeiten, Lesen und Ruhen, aber auch das Essen.

Im Kloster Benedikts gibt es, wie um das Jahr 500 üblich, zwei Mahlzeiten. Dabei bestimmen zwei wesentliche Faktoren die Zeit für das Mahl: einerseits die Tageslänge

und der ihr entsprechende Arbeitsablauf, andererseits das Kirchenjahr mit seinen Fast- und Festtagen. An dieser Stelle werden die Vorschriften für die Fasttage übersprungen – sie folgen zu gegebener Zeit (siehe Kapitel 4.5). Lässt man sie beiseite, findet die Hauptmahlzeit im Frühjahr und Sommer zur sechsten Stunde (etwa 12 Uhr) statt und teilt den langen Arbeitstag in zwei Hälften. Dadurch wird es möglich, während der Zeit der größten Hitze zu essen und anschließend zu ruhen. Abends gibt es eine kleine Stärkung (RB 41, 1–4). In der Winterzeit findet die Hauptmahlzeit grundsätzlich erst zur neunten Stunde (etwa 15 Uhr) statt (RB 41, 6). Die kurzen Tage zwingen zum Ausnutzen der Helligkeit, und womöglich trägt auch die knappere Nahrungsdecke zur Einführung dieser Regelung bei. De facto ist der Winter damit durch ein (werk-)tägliches Fasten bis zum frühen Nachmittag gekennzeichnet.

Bemerkenswert ist die Anweisung, dass die Mahlzeiten auf jeden Fall bei Tageslicht stattfinden sollen (RB 41, 8–9). Mag der Arbeitsdruck noch so hoch sein, das Essen darf nicht in die Nachtstunden verschoben werden. Es ist kein notwendiges Übel, das man an den Rand des klösterlichen Tages schieben und womöglich noch auf Fast Food verkürzen dürfte, sondern ein wesentlicher Ausdruck geschwisterlicher Gemeinschaft und geschöpflicher Dankbarkeit. Essen braucht Zeit – es soll Stil und Kultur haben und mit der nötigen Ruhe geschehen. Hektik ist mit allen Mitteln zu verhindern. Die Rhythmisierung dient diesem Anliegen.

Offensichtlich ist es keine rein moderne Problematik, dass wirtschaftlicher Effizienzdruck und Mahlkultur oft gegeneinander stehen. Und auch wenn die meisten Menschen in der Festlegung ihrer Arbeits- und Essenszeiten nicht so frei sind wie ein Benediktinerkloster, kann die Regel Benedikts in ihren Wertorientierungen doch ein gutes Modell sein: Eine gewisse flexible Rücksichtnahme auf die Arbeit ist in Ordnung, und das sicher nicht nur, wenn die Arbeit von der Helligkeit der Sonne und der Länge des (Sonnen-)Tages abhängig ist. Ein bisschen dürfen wir »flexible Menschen« im Sinne Linckes sein. Doch bei aller Flexibilität gibt es Grenzen. Diese sind überschritten, wenn überhaupt kein klarer Rhythmus mehr zustande kommt, oder dann, wenn das Essen so weit in den Abend gedrängt wird, dass es kurz vor dem Zubettgehen nur noch hastig hinuntergeschlungen wird.

4.2.2

Orte und Räume der Mahlzeiten

Die Orte des Essens lassen ein sehr korrespondierendes Bild zu den Zeiten des Essens und Trinkens erkennen. Über viele Jahre konstant und deutlich erkennbar ist zunächst der Trend zum häufigeren Restaurantbesuch (ohne Kantinen oder Mensen!). Das lassen die Zahlen zweier Umfragen aus Deutschland 2013 bzw. Österreich 2011 gut nachvollziehen.

*Essen im Restaurant in der Freizeit
(in Mio. Personen ab 14 Jahren), Deutschland.*

	Häufig	Ab und zu	Nie
2007	7,45	48,42	8,95
2013	8,63	48,33	7,58

Quelle: Allensbach.

Essen im Restaurant (in Prozent), Österreich.

	Mehrmals/Woche	Einmal/Woche	2- bis 3-mal/Monat	Einmal/Monat	Seltener	Nie
2005	5	11	23	21	36	4
2011	12	16	25	21	24	1

Quelle: Agrarmarkt Austria/Gesellschaft für Konsumforschung.

In Österreich wurden von 13 Prozent der Befragten unter anderem berufsbedingte Gründe im Sinne von Arbeitsessen genannt, in Deutschland schloss die Statistik solche Restaurantbesuche aus und zählte nur Freizeitaktivitäten. Die Restaurantbesuche sind also größtenteils frei gewählt. 26 Prozent der österreichischen Befragten nannten als ein Motiv wachsenden Wohlstand. Wenn von diesem ein Teil in Restaurantbesuche investiert wird, halte ich das grundsätzlich für ein gutes Zeichen, da es eine Wertschätzung guten Essens und Trinkens ausdrückt.

Essen in Mensa oder Kantine (in Prozent), Deutschland.

	Schulmensa	Hochschulmensa	Betriebskantine	Gesamtbevölkerung	Kein Angebot
<i>Frauen</i>	?	53,2	14,5	10,2	17,5
<i>Männer</i>	?	67,5	23,8	17,8	21,9
<i>Gesamt</i>	16,5	59,9	19,1	13,9	19,7

Quelle: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2008a: 111–112.

Jeder siebte Deutsche, aber fast 20 Prozent der Werktätigen und fast 60 Prozent der Studierenden, isst werktags in einer Gemeinschaftsverpflegung wie Kantine oder Mensa. Nahezu jeder fünfte würde das auch gerne tun, hat aber kein entsprechendes Angebot. Der Anteil der Studierenden zeigt vermutlich am besten, was bei einem flächendeckenden Angebot passieren würde, denn an Hochschulen ist das Mensaangebot

4.2 Zeit(en) und Orte für das Mahl

nahezu 100 Prozent vorhanden. Gälte das überall, würden 60 Prozent aller Berufstätigen und Lernenden das Angebot wahrnehmen.

Neben Restaurantbesuchen und Kantinen bzw. Mensen sind für unsere Fragestellung aber auch die Essenssituationen relevant, in denen die Speisen im Vorübergehen verzehrt werden. Hier zeigt sich zunächst, dass jüngere Menschen häufiger nebenbei und unterwegs essen als ältere:

Verzehr von Essen unterwegs nach Alter (in Prozent), Deutschland 2013.

Alter	Ich esse gerne etwas unterwegs, das ist praktisch	Ich esse mindestens dreimal in der Woche etwas Schnelles nebenbei	Ich esse nie unterwegs
18–25	31	28	12
26–35	24	23	36
36–45	21	14	35
46–55	12	10	42
56–65	7	6	48
66 und älter	2	0. A.	66

Quelle: forsa, Januar 2013.

In diesem Fall liegen mir keine Vergleichszahlen aus früheren Jahren vor, doch vermute ich auch hier vor allem individualbiografische Faktoren und keinen Wertewandel der Generationen hin zum Schlechteren. Gerade im Zusammenhang mit den oben präsentierten Zahlen der Zeitbudgetstudie, die durch alle Generationen einen Trend zeigt, sich mehr Zeit für Essen und Trinken zu nehmen, muss man eigentlich zum Schluss kommen, dass Fast Food auch künftig vor allem eine Sache der jüngeren Generation bleibt, die das mit zunehmendem Alter ablegen wird, vielleicht sogar schon früher als die vorangehende Generation, da der Trend dahin geht, sich mehr Zeit fürs Essen zu nehmen. Diese Vermutung möchte ich mit der Beobachtung unterstützen, dass die »flexiblen Menschen« im Sinne Linckes in der jüngeren Generation abnehmen. Heutige BerufseinsteigerInnen schauen wesentlich mehr auf die sogenannten »weichen« Faktoren wie Arbeitszeit, Betriebsklima, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, als auf die »harten« Faktoren Einkommen und Karrieremöglichkeiten. Der Wertewandel geht in eine aus ernährungsethischer Sicht positive Richtung.

Eine Betrachtung der Essenshäufigkeit nebenbei und unterwegs in Relation zur Einkommenssituation unterstreicht das zuvor Gesagte: Personen aus höheren Einkommensgruppen können es sich leisten, öfter unterwegs zu essen, sind aber oft auch

dazu gezwungen, weil sie die größten Zeitrestriktionen haben. Für sie ist die 35-Stunden-Woche eine weit entfernte Utopie. Fast Food ist mindestens für Menschen ab der Lebensmitte alles andere als attraktiv – es ist ein gefühlter Zwang, den die Leistungsgesellschaft vielen auferlegt.

*Verzehr von Essen unterwegs nach Einkommen (in Prozent),
Deutschland 2013.*

Einkommen	Ich esse mindestens dreimal in der Woche etwas Schnelles nebenbei	Ich esse nie unterwegs
Bis 1.500 Euro/Monat	8	54
1.500 bis 3.000 Euro/Monat	11	46
3.000 bis 4.000 Euro/Monat	13	41
Mehr als 4.000 Euro/Monat	11	34

Quelle: forsa, Januar 2013.

Insgesamt zeichnet sich damit in der Analyse von Orten und Zeiten des Essens und Trinkens ein weit optimistischeres Bild ab, als es gemeinhin im kulturpessimistischen Deutschland und Österreich diskutiert wird. Die Menschen wollen sich Zeit für gemeinsame Mahlzeiten nehmen, und sie schaffen es gar nicht so schlecht. Allen Zwängen der Leistungsgesellschaft zum Trotz hat das gemeinsame Mahl seine Stellung bisher behaupten können – und scheint eher noch Zeit-Raum zu gewinnen als zu verlieren. Dabei ist der präferierte Ort des gemeinsamen und gepflegten Essens und Trinkens weiterhin die eigene Wohnung, mit Abstrichen auch ein gepflegtes Restaurant. Unterwegs zu essen wird zwar v.a. von jüngeren Menschen als praktisch angesehen, verliert aber mit zunehmendem Alter an Attraktivität.

4.2.3

Der gedeckte Tisch als Zeit- und Ortsanzeiger

Vom gedeckten Tisch lässt sich eine Menge ablesen, auch was Zeit und Ort angeht. Zunächst einmal erkennt man auf Anhieb, ob es sich um ein *Festtagsessen* oder eine Werktagmahlzeit handelt, wie es insbesondere die französische Soziologie des 20. Jahrhunderts ausführlich analysiert hat. Am Festtag müssen sich die Tische biegen, es gibt viele Gänge, und bei jedem bleibt im Überfluss übrig. Würden beim Fest die Schüsseln leer, wäre das kein richtiges Fest. Der Überfluss des Festes wird einerseits an Nachbarn verteilt, die nicht eingeladen waren und auf diese Weise teilhaben können, andererseits in den Folgetagen in der Familie gegessen, so dass sich das Fest noch eine Weile

fortsetzt – und mit ihm die Festfreude. Im Alltag hingegen ist es das Ziel guter Hausfrauen oder Hausmänner, die Portion exakt so zu bemessen, dass die Schüsseln leer werden. Das Sprichwort »Wenn alle Schüsseln leer sind, gibt es morgen schönes Wetter« bezieht sich auf den Alltag.

Auch durch andere Regeln unterscheidet sich das Festmahl vom Alltagsessen: Am Fest gibt es reichlich Alkohol, und wenn jemand angeheitert nach Hause geht, ist das keine Schande. Im Alltag wird entweder ganz auf Alkohol verzichtet oder höchstens sehr begrenzt ein Gläschen getrunken, denn man muss ja anschließend wieder arbeiten. Am Werktag sind die Mahlzeiten zeitlich klar begrenzt, am Festtag dauern sie Stunden, ja manchmal bis in den Morgen des nächsten Tages hinein. Auf den Punkt gebracht: Am Alltag wird der Genuss gezielt begrenzt, am Festtag ist er nach Möglichkeit entgrenzt. Ganz zu schweigen von der Kleidung und dem Tischschmuck, oft sogar vom Besteck und Geschirr, die den Festtag ebenfalls vom Alltag abheben.

Nun war bei der Besprechung der beiden Zeitstile entlang der Publikation von Hans-Joachim Lincke davon die Rede, dass die »flexiblen Menschen« die Feste umso heftiger feiern, je mehr sie im Alltag in ihren Möglichkeiten des entspannten Essens und Trinkens eingeengt sind (siehe Kapitel 4.2.1). Das Fest kompensiert in gewisser Weise entgangene Freuden des Alltags, und das kann mitunter zu sehr befremdlichen Exzessen führen. Grundsätzlich aber braucht jeder Mensch den Wechsel zwischen Alltag und Festtag, Arbeit und Ruhe, Effizienz und Verschwendung, Disziplin und Gelassenheit. Insofern kann es nicht darum gehen, jeglichen Exzess zu verdammen, sondern auch den Exzess noch einmal in halbwegs kanalisierte Bahnen zu lenken. Das war durch alle Jahrhunderte das Ansinnen des Christentums.

Aber nicht nur der binäre Code Alltag–Festtag lässt sich am gedeckten Tisch ablesen, sondern oftmals auch der konkrete *Wochentag*. In der Tradition des europäischen Christentums der letzten Jahrhunderte war Montag meist der Tag, an dem die Reste vom Sonntag aufgewärmt wurden, Mittwoch ein Fasttag mit Süßspeise, Donnerstag in Erinnerung an das Letzte Abendmahl Jesu ein Tag besseren Essens, Freitag in Erinnerung an Jesu Tod wiederum ein Fasttag mit Süßspeise oder Fisch, Samstag der Tag des Eintopfs, in den alle Reste der Woche hineingearbeitet wurden, und Sonntag der Tag des Festessens und des Sonntagsbratens.

Es ist ein Reichtum, wenn man jeden Wochentag an seinen Speisen erkennt. Es geht also nicht nur um den Freitag, und auch nicht nur um jene, die an den meisten Tagen Fleisch essen. Selbst die Mönche des weltweit strengsten Ordens, die Kartäuser, heben Donnerstag und Sonntag als zwei wöchentliche Festtage heraus: Nicht nur dass sie an diesen Tagen gemeinsam essen und nicht jeder für sich allein wie an den anderen fünf Wochentagen; nein, an diesen beiden Tagen ernähren sie sich ovolakto-vegetarisch anstatt wie an den anderen Tagen vegan. Käse, Butter und Eier sind für sie die deutlich merkbaren Zeichen der besonderen Wochentage (*Consuetudines*

Cartusiae 33, 2.5.7). – Im säkularen Umfeld des 21. Jahrhundert sind die Prägungen der Wochentage weitgehend verloren gegangen. Doch in symboltheoretischer Perspektive geht es um weit mehr als die Frage, ob man Fleisch isst oder nicht. Auch christliche VegetarierInnen oder VeganerInnen sollten am Freitag auf etwas Zusätzliches verzichten und am Donnerstag und Sonntag etwas Zusätzliches genießen. Nicht- oder Andersglaubende werden andere Tage wählen. Doch die Erkennbarkeit jedes Wochentags an den Speisen ist ein kultureller Wert, der nicht unterschätzt oder leichtfertig aufgegeben werden sollte.

Vom Mesozeitraum der Woche zum *Makrozeitraum eines Jahres* ist es nur ein kleiner Schritt. Auch hier finden sich zahlreiche Speisen, die Auskunft über den jeweiligen Festtag geben. Meist gehen sie bis ins Mittelalter zurück. So geben bereits die ältesten italienischen Kochbücher aus dem 13. und 14. Jahrhundert Rezepte für die »Lasagne della Vigilia« (Heilig-Abend-Lasagne), die »Fritelle di Carnevale« (in Fett gebackene Teigstreifen für Karneval) und die Allerheiligen- bzw. Martinsente. Diese Traditionen haben sich in Italien bis heute gehalten (Odile Redon/Françoise Sabban/Silvano Serventi 2008: 13). Ein Klassiker ist das Saporetto 80 des Simone Pudenzani aus Orvieto (um 1360 – 1440) (siehe folgende Seite).

In diesem Gedicht sind nicht nur die bereits erwähnten festtagsspezifischen Speisen genannt, die in ganz Italien verbreitet sind. Pudenzani nennt vielmehr auch regionaltypische Speisen wie die Farrata aus Apulien oder das Fette der Giobia, einem Winterfest heidnischen Ursprungs im Piemont und der Lombardei. Die Cenciaie werden zwar in ganz Italien gebacken, haben aber in jeder Region einen anderen Namen. Insgesamt fällt auf, dass die Speisen der offiziellen kirchlichen Festtage stärker vereinheitlicht sind, während gerade die volkstümlichen Winter- und Karnevalsspeisen eher eine regionale Ausprägung erfahren haben. Das scheint in Deutschland ebenso der Fall zu sein.

Die deutschen jahreszeit- oder festzeitspezifischen Speisen habe ich bereits in Kapitel 2.2.2 erwähnt und brauche sie hier nicht wiederholen. Wichtig ist aber die Feststellung, dass solche Bräuche starke raumzeitliche Bezüge herstellen. Und das ließe sich analog für saisonale Alltagsspeisen sagen. Am Spargel erkennt man in Deutschland den April/Mai, an den Erdbeeren den Juni/Juli und an den Weintrauben den September/Oktober. Saisonalität und Regionalität der Lebensmittel sind also nicht nur eine Frage der Ökologie (siehe Kapitel 8.5), sondern auch der kulturellen Gestaltung der eigenen Zugehörigkeit. Das ist am deutlichsten bei den Mikrozeiträumen, die nur der Vollständigkeit halber erwähnt seien. Frühstück, Mittagessen und Abendessen haben ihre je eigenen Speisen und Regeln. Schon ein Kind entdeckt auf den ersten Blick, welche der drei Mahlzeiten gerade aufgedeckt wird.

Rhythmen des Tages, der Woche und des Jahres sowie Verortungen in der eigenen Region sind an Tisch und Teller ablesbar. Sie helfen dem Menschen, sich feste Bezüge

Se voi sapeste la divotione
Ch'ell' à nelle lasagnie di Natale,
En le farrate ancor de Carnovale,
Nel cascio et huova della Sensione,

Nell'ocha d'Onnisanti et maccheroni
Del Giobia grasso ed anco nel maiale
De Santo Antonio e ne l'agnel pasquale,
Noi porra dire in sì piccol sermone!

Per tucto l'oro ch'è sotto a le stelle,
Non lasciabbè 'l dì de le Cenciaie,
Che non mangiassè un quarto de frittelle.

Vin dolce e grande ancor molto ce vale
Et non ce mettria acqua per covelle,
Perchè dicie che giova ad omne male.

(Saporetto 80, 1–14)

Wenn ihr die Verehrung kennen würdet,
die er für die Lasagne zu Weihnachten hat,
für die Farrate* auch zu Karneval,
für Käse und Eier zu Himmelfahrt,

für die Ente und die Maccheroni an Allerheiligen,
für das Fette der Giobia** und auch für das Schwein
an Sankt Antonius und das Osterlamm,
wir könnten es sagen in dieser kleinen Rede!

Für alles Gold unter den Sternen
würde er den Tag der Cenciaie*** nicht vergehen lassen,
ehe er nicht ein Viertel von den Fritelle gegessen hätte.

Süßer und großer Wein ist auch viel wert,
Und man gebe nicht ein bisschen Wasser hinein
Denn man sagt, dass er alles Übel erleichtere.

*(Übersetzung M. Rosenberger****)*

* Farrata: Eine Tasche aus Dinkelteig (farro = Dinkel), die mit Ricotta und Minze gefüllt und dann gebacken wird.
Traditionelles Karnevalsgebäck in Apulien.

** Giobia: Karnevaleskes Fest im Piemont und in der Lombardei am letzten Donnerstag im Januar, an dem die Puppe einer Hexe Giobia verbrannt wird.

*** Fettgebackenes in den Tagen des Karneval.

**** Für wertvolle Hinweise zur Übersetzung aus der mittelalterlichen lingua volgare danke ich Dott. Luigi Iacomelli.

zu schaffen und in diesen Bezügen zu leben. Damit erfüllen sie insbesondere eine der vier Kategorien symbolischer Codes, nämlich die von Verortung und Zugehörigkeit. Doch auch die anderen drei Kategorien sind in ihnen präsent: Festtage werden mit festen Speiseangeboten hervorgehoben und in ihrer Bedeutung unterstrichen – ein klares Symbol ihres Prestiges. Bestimmte Speisen an bestimmten Jahres- oder Wochentagen wecken während des Wartens Vorfreude und beim Eintreffen Lust – in dem zitierten Saporetto 80 ist die Lust mit Händen zu greifen. Schließlich vermitteln die klaren Regeln darüber, wann und wo es welche Speisen gibt, Sicherheit und Geborgenheit. Doch ehe daraus ethische und spirituelle Schlussfolgerungen gezogen werden, gilt es noch auf die raumzeitlichen Koordinaten und Gestalten des Einkaufens und Zubereitens der Mahlzeit zu schauen.

4.3

Zeit(en) und Orte für Einkauf und Zubereitung des Mahles

Das Kochen ist eine der wichtigsten Kulturtechniken des Menschen. Wie schon in Kapitel 2.1 erwähnt ist die Küche für die Soziologie des Essens zur Chiffre geworden, in der sie pars pro toto den menschlichen Ernährungsvorgang zusammenfasst. Mag auch das Tier seine Nahrung zubereiten, es hat jedenfalls keine Küche mit all ihren Geräten und Hilfsmitteln, vor allem mit ihrem Herd und Backofen. Wie also stellt sich die raumzeitliche Verortung des Kochens in der modernen Industriegesellschaft dar? Und was sagt das über die Wertigkeit der Ernährung? Ehe wir uns dieser Frage zuwenden, soll zunächst in einem vorgeschalteten Schritt gefragt werden, wie die nötigen Materialien in die Küche gelangen: Wie findet heute der durchschnittliche Lebensmitteleinkauf statt?

Über die Zeitrhythmen des Einkaufs liegen keine genauen statistischen Angaben vor. Durchschnittlich geht es in Deutschland 2001/02 um etwa vier Einkäufe pro Woche und Person, mit langsam abnehmender Frequenz. Von der Zeitmenge her kaufen Männer 19 und Frauen 26 Minuten täglich ein. In Abhängigkeit vom Alter überholen jedoch in der Altersgruppe über 65 Jahre die Männer mit 28 Minuten die Frauen, die dann auf 26 Minuten täglich kommen (Statistisches Bundesamt 2006, Tabelle 1 und 1.5, jeweils Zeile 361). Betrachtet man den Zeitraum von 1996 bis 2009, geht der Trend zu weniger und kürzeren, aber gleichmäßiger auf die Geschlechter verteilten Lebensmitteleinkäufen (Vivien Procher/Colin Vance 2013: 8).

65,4 Prozent aller Frauen und 28,6 Prozent aller Männer sind in Deutschland alleine für den Einkauf zuständig. Die Altersgruppe der Männer, die am meisten einkauft, sind die 25- bis 34-Jährigen, die 40 Prozent der Einkäufe übernehmen. Selbst allein lebende Männer kaufen nur zu 53,4 Prozent selbst ein, allein lebende Frauen zu 66,4 Prozent (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2008a: 116), wobei alte Menschen mitberücksichtigt werden müssen, die zwar noch alleine wohnen, aber zu einem regelmäßigen Einkaufen nicht mehr in der Lage sind.

Nimmt man diese Daten zusammen, dann ist mit durchschnittlich vier Einkäufen pro Woche durchaus ein Kauf von frischen, saisonalen und damit gesunden Produkten möglich, ohne dass diese im Kühlschrank verderben. Entscheidend dürften aber die Wege sein, die zurückgelegt werden müssen. Die großen Supermärkte und Discounter, die autogerecht am Stadtrand liegen, sind für die meisten Menschen leichter »nebenher« erreichbar als der Bäcker, Metzger oder Wochenmarkt in der Fußgängerzone. Das wird an den Bevölkerungsanteilen deutlich, die gemäß der Nationalen Ver-

zehrstudie 2008 tatsächlich die Geschäfte besuchen (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2008: 117–118):

- ◆ 89,6 Prozent Supermarkt oder Verbrauchermarkt (zum Beispiel Rewe, Edeka, Spar, Tengelmann, Kaufland, Wal-Mart, Globus, Real),
- ◆ 77,4 Prozent Discounter (zum Beispiel Aldi, Lidl, Penny, Plus, Netto),
- ◆ 74,5 Prozent Lebensmittelfachgeschäfte (zum Beispiel Bäcker, Fleischer, Gemüsehändler, Fischhändler),
- ◆ 41,4 Prozent Wochenmarkt, Direktvermarkter, ab Erzeuger.

Schaut man den Zuspruch in Abhängigkeit von den Einkommensverhältnissen an, sind in den Discountern erwartungsgemäß die niedrigen Einkommensgruppen stärker vertreten, in den Lebensmittelfachgeschäften und auf dem Wochenmarkt eher die höheren Einkommenssegmente. Die meistbesuchte Kategorie der Supermärkte hingegen wird von allen Bevölkerungsschichten ungefähr gleich stark frequentiert. Doch auch von der höchsten Einkommensgruppe (>5.000 Euro Monatseinkommen) kaufen noch 60 Prozent beim Discounter ein und nur 50 Prozent am Wochenmarkt.

In der praktischen Entscheidung über den Ort des Einkaufs steht also Zeiteffizienz an erster Stelle, finanzielle Effizienz an zweiter, und erst lange danach kommen andere Kriterien ins Spiel. Supermärkte bieten das volle Sortiment, man braucht nicht in drei oder vier Geschäfte oder Marktstände gehen, und sie bieten es autogerecht und damit am schnellsten erreichbar. Dafür haben laut der vom Institut für Demoskopie Allensbach und der Boston Consulting Group erstellten »Nestlé-Studie 2009« nur 37 Prozent regelmäßig Spaß am Einkaufen der Lebensmittel und 29 Prozent nie – ganz anders als beim Einkauf von Bekleidung oder Elektronik (Nestlé Deutschland AG 2009).

Wenn man die Topografie der Lebensmittelgeschäfte betrachtet, dann wundert einen der niedrige Spaßfaktor des Lebensmitteleinkaufs kaum. In den Einkaufszentren befinden sich die Supermärkte im Untergeschoss – was sich im Keller befindet, ist am wenigsten wichtig (und würde nicht mehr Leute in das Einkaufszentrum locken, wenn es sich im Erdgeschoss befände). In den Städten befinden sich Supermärkte und Discounter an der Peripherie wie die Fast-Food-Drive-ins. Auch das ist keine ehrenvolle Position und erst recht keine »Fun-Meile«. Fachgeschäfte und Wochenmarkt befinden sich an prestigeträchtigen Plätzen und in attraktiv gestalteten Räumlichkeiten, aber das müsste man mit Zeit und Geld bezahlen.

Nach den Kriterien beim Lebensmitteleinkauf gefragt, die für sie Bedeutung haben, antworten die Deutschen bei Vorlage einer Liste mit 26 möglichen Antworten wie folgt (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2008a: 118–119):

- ◆ Geschmack: 97,2 Prozent,
- ◆ Frische: 96,9 Prozent,
- ◆ Mindesthaltbarkeitsdatum: 86,7 Prozent,
- ◆ Gesundheit: 83,0 Prozent,
- ◆ Saisonalität: 75,8 Prozent,
- ◆ artgerechte Tierhaltung: 69,8 Prozent,
- ◆ keine gentechnisch veränderten Lebensmittel: 67,7 Prozent,
- ◆ wenig Zusatzstoffe: 62,7 Prozent,
- ◆ (...),
- ◆ geringer Preis: 55,8 Prozent (Platz 12 von 26),
- ◆ ökologische Erzeugung, Biosiegel: 38,8 Prozent.

Wohlgermerkt ging es bei dieser Frage der Nationalen Verzehrsstudie 2008 nicht um die Gewichtung der Kriterien, sondern nur um Frage, ob etwas überhaupt ein Kriterium ist. Der Preis ist folglich für etwas mehr als die Hälfte der Befragten von Bedeutung. Doch dürfte er für die, die ihn angaben, vermutlich sehr hohes Gewicht haben. Denn gefragt, ob und wenn ja wie sie beim Lebensmitteleinkauf sparen, antworteten die Deutschen ein Jahr später, also 2009 (Umfrage von The Nielsen Company Februar 2009, Mehrfachnennungen möglich): Ich spare

- ◆ gar nicht: 30,7 Prozent,
- ◆ über preiswertere Produkte: 52,7 Prozent,
- ◆ über die Packungsgröße: 37,7 Prozent,
- ◆ über weniger Produkte: 38,3 Prozent.

Das Achten auf den Preis hat in beiden Studien einen fast identischen Prozentwert. Sparen müssen oder wollen aber mehr Menschen, nämlich 69,3 Prozent. Und die meisten von ihnen schauen zuerst auf den Preis und erst danach auf andere Strategien zur Kostenbegrenzung. Der Lebensmittelhandel ist in Deutschland das Segment, in dem der Preiskampf am härtesten tobt. Seit über einem Jahrzehnt geben die Menschen in Deutschland circa 14 Prozent der Konsumausgaben für Lebensmittel aus, fast exakt gleich viel wie für Mobilität (Statistisches Bundesamt 2013: 167).

Gespart wird am Geld, aber noch mehr an der Zeit. Immer mehr werden Produkte gekauft, die schon vorverarbeitet oder ganz verarbeitet sind (Christian Coff 2006: 86–88): »Convenience« ist das smarte Schlagwort dafür. Damit sind die Lebensmittel nicht mehr als Rohprodukte erkennbar, der Bezug der Menschen zur Quelle der Nahrungsmittel, den Pflanzen, Tieren und Boden, geht verloren. Und damit sind wir bei der Frage nach dem Zubereiten und Kochen.

Köche genießen als Kochkünstler seit dem 16. Jahrhundert eine gründliche Ausbildung und aufgrund ihrer Tätigkeit für die Aristokratie einen höheren gesellschaft-

lichen Status. Sie legen Wert auf eine deutliche Abgrenzung vom Küchenjungen des Bürgertums, der keine Kochkunst entwickeln darf. Nach der französischen Revolution wird diese Monopolstellung zwar eingeebnet, doch die ab dem 17. Jahrhundert etablierte Geschlechteraufteilung bleibt bestehen: Der männliche Koch ist der Restaurantkoch für das Festessen, die weibliche Köchin ist die gutbürgerliche, wenn auch nicht bäuerliche Haushaltsköchin für das alltägliche Essen. Die Köchin definiert sich damit durch eine Abgrenzung nach beiden Seiten (Eva Barlösius 1999: 142–146). Eine gewisse Wertschätzung ist ihr geschenkt, aber eben mit einer Grenze nach oben. Das wirkt bis heute nach.

Kochen ist noch immer überwiegend Frauensache. Das zeigt in einer ersten Näherung die Zeitbudget-Studie 2001/02. Gut die Hälfte der Männer und vier Fünftel der Frauen beteiligen sich an der Zubereitung der Mahlzeiten. Doch die Männer, die sich beteiligen, tun dies mit 44 Minuten täglich, während die aktiven Frauen 81 Minuten investieren. Die insgesamt investierte Zeit aller Männer beträgt ein Drittel der investierten Zeit aller Frauen (23 zu 65 Minuten).

*Zeitaufwand bei der Zubereitung von Mahlzeiten,
Deutschland 2001/02.*

Aktivitäten	Insgesamt			Männlich			Weiblich		
	Alle	Aus-übende	Beteiligungsgrad	Alle	Aus-übende	Beteiligungsgrad	Alle	Aus-übende	Beteiligungsgrad
	Std:Min		%	Std:Min		%	Std:Min		%
Zubereitung von Mahlzeiten	0:45	1:07	66,7	0:23	0:44	52,7	1:05	1:21	79,7
<i>darunter:</i>									
Mahlzeiten vor- und zubereiten	0:28	0:48	58,3	0:14	0:35	41,9	0:41	0:56	73,5
Backen	0:02	0:58	3,0	(0:00)	(0:58)	(0,7)	0:03	0:57	5,1
Geschirrrreinigung/ Tisch decken, abräumen	0:14	0:33	43,2	0:08	0:27	29,8	0:20	0:36	55,7

Quelle: Statistisches Bundesamt 2006, Tabelle 1/Zeilen 31 und 311–313.

Die Küche ist also trotz Jahrzehnten der Gender-Debatte weiterhin fest in Frauenhand. Dabei ist tatsächlich zu betonen: die Küche. Sobald der Vorgang der Essenszubereitung ins Freie verlagert wird wie beim Grillen, übernehmen die Männer die führende Rolle. Das entspricht ganz den klassischen raumzeitlichen Settings (Monika Setzwein 2004: 187–194): Frauen kochen im Innenbereich der Wohnung, privat, im kulturell gestalteten und bei Tisch stark regulierten Bereich. Männer grillen draußen, öffentlich, im naturnahen Bereich, in dem es eher zwanglos zugeht. Frauen kochen im Alltag, Männer in der Freizeit, am Wochenende oder im Urlaub. Für Frauen ist das Kochen Arbeit, für Männer ein Hobby. Die raumzeitliche Zuweisung der Essenszubereitung an die Geschlechter ist also ein höchst vielschichtiger Vorgang – es entsteht eine Gestalt des Kochs und der Köchin. Dazu gehört auch eine eigene körperliche Semantik (Monika Setzwein 2004: 214–220): Die gute Hausfrau ist immer in Bewegung, nie fertig. Sie besitzt einen inkorporierten Bewegungs- und Handlungsantrieb, und das macht ihr sogar Spaß (Jean-Claude Kaufmann 1999: 170–171). Aber wenn dieses Bild infrage gestellt wird, kippt ihre Stimmung schnell in Widerwillen.

Noch weiter ins Detail geht die Frankfurter Verköstigungsstudie (Brigitte Sellach 1996: 184–197; vgl. Monika Setzwein 2004: 198–220): Fast 75 Prozent der Frauen und nur fünf Prozent der Männer bereiten das Essen täglich zu – unabhängig von Alter, Herkunft, Bildung, Einkommen. Männer machen bestenfalls Frühstück, Frauen die Hauptmahlzeit. Größere Kinder helfen beim Einkaufen, Spülen und Müllentsorgen.

Aber wie empfinden die Frauen selbst das? 70,7 Prozent der Frauen fühlen sich grundsätzlich für die Essenszubereitung verantwortlich, 22,9 Prozent manchmal. Trotz dieser eklatanten Ungleichverteilung auf die Geschlechter finden 51,6 Prozent der Frauen die bestehende Arbeitsaufteilung im Haushalt nicht ungerecht, 32,9 Prozent manchmal, aber nur 14,2 Prozent grundsätzlich immer (Brigitte Sellach 1996: 191). Prinzipiell ist Kochen ein attraktiver Bereich der Hausarbeit (Monika Setzwein 2004: 209): Kochen ermöglicht viel Kreativität, ist ein Symbol der mütterlichen oder partnerschaftlichen Liebe und zeitigt meist ein attraktives Ergebnis. Vielleicht auch deswegen ist die Familienmahlzeit ein Ausdruck patriarchaler Verhältnisse geblieben (Monika Setzwein 2004: 213): Die Speisenwahl wird noch immer stark am Mann ausgerichtet. Die Mutter verteilt, der Vater bekommt zuerst, die Mutter gibt sich selbst zuletzt und manifestiert damit ihre dienende Rolle.

Ähnliche Ergebnisse liefern übrigens auch Studien aus Kanada und den USA (Brenda Beagan et al. 2008: 653–671): Die Frauenarbeit im Haushalt nimmt langsam ab, aber die Männerarbeit nimmt nicht zu – sie liegt bei 24 Minuten am Tag im Vergleich zu 54 Minuten weiblicher Haushaltsarbeit. Dennoch finden die Frauen das überwiegend gerecht. Um herauszufinden, wie die amerikanischen und kanadischen Frauen das begründen, führten Beagan und ihre KollegInnen Tiefeninterviews mit allen Familienmitgliedern. Folgende Argumente nannten die Befragten:

- ◆ Zeitliche Verfügbarkeit: Wer zuerst daheim ist, bereitet das Essen – behaupten Frauen, Männer und Kinder. Aber auch am Wochenende macht den Löwenanteil der Hausarbeit die Frau, und diese Erklärung gaben auch Familien, in denen beide Partner einen Vollzeitberuf haben.
- ◆ Höhere Ansprüche: Frauen haben höhere Ansprüche – sagen Frauen, Männer und Kinder – weswegen Männer und Kinder es ihnen oft nicht recht machen und die Frauen sie kontrollieren wollen.
- ◆ Konfliktvermeidung: Beim Einkauf und beim Kochen gibt es keine Konflikte, wenn es die Frauen allein machen – meinen wiederum Frauen, Männer und Kinder.
- ◆ Gesundheitsaspekt: Frauen achten beim Kochen mehr auf Gesundheit – das sagen die Frauen, nicht aber Männer und Kinder.

Die beiden mittleren Argumente werden einen gemeinsamen wahren Kern haben und sind sicher nicht aus der Luft gegriffen. Ansonsten sind die Begründungen aller Beteiligten aber auffallend schwach. Die Frage der Geschlechterrollen wird kaum erwähnt. Und wenn sie dann doch zur Sprache kommt, werden Rollenmuster als individuelle Wahl wahrgenommen, nicht als gesellschaftliche Zwänge – die Frau müsste es ja nicht machen! Und so schließen Beagan und ihre KollegInnen, dass die traditionellen Rollen in neuem Gewand wiederkehren: »Traditional gender roles seem to reinvent themselves in new guises.« (Brenda Beagan et al. 2008: 668) Vermutlich beißt sich die Katze an dieser Stelle selbst in den Schwanz: Weil Kochen klassisch eine weibliche Aufgabe war, können Frauen sie besser erfüllen. In der Selbsteinschätzung ihrer Kochkünste liegen die Männer aller Altersgruppen weiterhin um Meilen hinter den Frauen (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2008a: 107). Und weil Frauen besser kochen, sind beide Geschlechter davon überzeugt, dass man lieber bei der bestehenden Aufgabenteilung bleibt. Systemveränderungen haben hohe »Transferkosten«. Das hat – man glaubt es kaum – auch weiterhin erhebliche Auswirkungen darauf, wem Mütter das Kochen beibringen: Frauen haben von der Mutter zu 74,2 Prozent das Kochen gelernt, Männer nur zu 46,6 Prozent. Immerhin holen 17 Prozent der Männer das Versäumte bei der Partnerin nach.

Insgesamt sinkt die Bereitschaft, Zeit ins Einkaufen und Kochen zu investieren. Während 2005 in 74 Prozent der deutschen Haushalte täglich warm gekocht wurde, geschah das 2011 nur noch in 67 Prozent der Haushalte. Und während 2005 70 Prozent in der Freizeit gerne kochten, ist ihre Zahl 2011 auf 61 Prozent gesunken, so eine wiederkehrende Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung unter dem Titel »Essen & Trinken in Deutschland« (zitiert nach Susanne Schäfer/Claudia Wüstenhagen 2012: 35). Die Küchen, die in moderne Wohnungen und Häuser eingebaut werden, werden immer aufwändiger und teurer. Aber genutzt werden sie immer seltener.

Von wem die Menschen das Kochen gelernt haben
(in Prozent, Deutschland).

15 mögliche Antworten, Mehrfachnennungen möglich, die häufigsten:	Frauen	Männer
Mutter	74,2	46,6
selbst	56,8	48,1
Kochbücher	42,7	20,9
Schule bzw. Ausbildung	28,1	13,8
Medien	19,6	8,8
Partnerin	0.A.	17,0

Quelle: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz 2008a: 111.

4.4

Cook it yourself und Slow Food

Ethik und Spiritualität der Mahl-Zeiten und -Orte

Der Trend ist also klar: Die Zeitbudgets für das Essen und Trinken wachsen seit vielen Jahren kontinuierlich an, und die Ansprüche an die gemeinsamen Mahlzeiten am Abend oder am Wochenende steigen. Aber die Zeitbudgets für Einkauf und Zubereitung der Mahlzeit sinken ebenso konstant. Bei den »flexiblen Menschen« dürfte das vielfach den äußeren Zwängen geschuldet sein, denen man sich nicht entziehen kann. Aber bei den »Zeitpionieren« kann man das nicht im selben Maße annehmen. Sie sind ja per definitionem Menschen, die mehr suchen als Geld und Karriere.

Was wären die Ziele einer Ethik und Spiritualität der Mahl-Zeit und ihrer Zubereitung? Vier Prinzipien scheinen mir aus theologisch-ethischer Perspektive wichtig, deren erste beiden bereits ausführlich angeklungen sind:

- 1) *Rhythmic Slow Food statt Fast Food*: Diese Forderung ist bereits jetzt auf breiter Basis akzeptiert. Ihr folgen immer mehr Menschen, wie die Zeitanalysen gezeigt hatten. Ein gutes Essen und Trinken um den Familientisch in Gemütlichkeit und mit viel Zeit hat ein zunehmend höheres Image. Ebenso spielt eine qualitätvolle Mahlzeit am Arbeitsplatz oder in der Schule eine große Rolle. Immanent ist dem Slow Food die Idee der Rhythmizität, wobei es nicht unbedingt um den regelmäßigen Rhythmus von drei Mahlzeiten gehen muss, wie die Regel Benedikts

gezeigt hat. Slow Food meint darüber hinaus – jedenfalls im Sinne der gleichnamigen Bewegung – nach Möglichkeit auch die eigene Zubereitung des Essens. Daher muss die zweite Forderung hinzutreten:

- 2) *Cook it yourself statt Convenience Food*: Selbstverständlich ist das eine Forderung, die den objektiv vorhandenen Zeitrahmen der Menschen zu berücksichtigen hat. Aber am Feierabend und am Wochenende haben die meisten Menschen Zeit. Dennoch hatte die Zeitbudgetstudie gezeigt, dass von dieser freien Zeit immer weniger für die Essenzubereitung verwendet wird.
- 3) *Grow it yourself*: Analog gilt das auch für das Anbauen einiger ausgewählter Lebensmittel im eigenen Garten. Selbst für die, die einen solchen besitzen, wird das nur ein symbolisches Tun sein – die meisten Lebensmittel müssen gekauft werden. Und doch kann es zum Lackmustest der eigenen Mahlkultur werden, ob man bereit ist, dem eigenen Grund und Boden ein wenig Obst und Gemüse zu entlocken.
- 4) *Event shopping statt Supermarktstress*: Ein gemütlicher Einkauf auf dem Markt oder in verschiedenen spezialisierten Einzelhandelsgeschäften bietet von den angebotenen Produkten her ganz andere Möglichkeiten als der Discounter oder der Allround-Supermarkt. Zudem lässt er bewusster, gezielter und mit mehr Umsicht einkaufen.

Anthropologisch betrachtet entstehen durch diese vier Praktiken viel intensivere Bezüge zu den Lebensmitteln, aber auch zum Essen und Trinken an sich. Sie dienen also einem Essen und Trinken in Fülle, das dem Vorgang jenen Stellenwert einräumt, der ihm im Rahmen der menschlichen Geschöpflichkeit zukommt. Theologisch betrachtet gilt vor diesem Hintergrund die Zusage des Schöpfers, dass der Mensch sich die Zeit dafür nehmen kann und darf – ja sie ist ihm gegeben als geschenkte Zeit.

Wie aber lassen sich die vier raumzeitlichen Aspekte einer guten Gestaltung von Zubereitungs- und Mahlzeiten im Koordinatensystem der vier Kategorien symbolischer Codes verorten? Finden sie dort eine entsprechende Wertschätzung?

Ansehen und Prestige: 1) **Einkaufen**: Der Marktplatz, auf dem oder in dessen Nähe sich in Mitteleuropa hochwertige Lebensmittelgeschäfte befinden, ist in historisch gewachsenen Städten seit Jahrhunderten ein prestigeträchtiger Ort – ganz im Gegensatz zu den Orten, an denen sich Discounter und Supermärkte üblicherweise befinden. Wenn dann noch das Prestige hochwertiger und ethisch hergestellter Ware dazu kommt, ist die Symbolik in diesem Punkt kaum noch zu verstärken. 2) **Garten**: Wenn

man von Obst oder Gemüse »aus dem eigenen Garten« spricht, hat das in den letzten Jahren wieder einen guten Klang. Es erzeugt Bewunderung, wenn jemand einen Teil seiner Lebensmittel im eigenen Garten anbaut, und es wird geschätzt, wenn sie dann auf dem Tisch landen. 3) **Selber-Kochen:** Die Kochenden selbst lässt dieser Vorgang den Wert der Speisen viel besser begreifen als ein Fertiggericht (Christian Coff 2006: 86–88). Und dieses Begreifen ist durchaus wörtlich gemeint, weil Kochen Handarbeit ist. Aber auch diejenigen, die ZeugInnen des Kochens werden, werden die Kochenden bewundern. Kochen ist eine Kunst und wird als solche wahrgenommen – wer gut kocht, wird dafür bewundert. Schließlich ist auch eine teure Küche heutzutage ein Imageträger geworden. 4) **Mahl-Zeit:** Zeit zu haben ist ein Luxus. Zeitwohlstand ist in der Betriebsamkeit der Moderne einer der größten Reichtümer – ganz besonders wenn es um Zeit zum Essen und Trinken geht. Paradoxerweise fordert ein solcher Zeitwohlstand nicht selten den Verzicht auf Prestige und Karriere im Beruf, wie es die Zeitpioniere schmerzlich spüren. Doch sind zunehmend mehr junge Menschen zu diesem Verzicht bereit. Auch örtlich genießen das Restaurant und der eigene Tisch zu Hause hohes Image und werden von der Mehrheit gerne dem Essen auf der Straße vorgezogen, wenn es rein vom Prestige abhängt.

Zugehörigkeit und Verortung: 1) **Einkaufen:** Im Einzelhandel bzw. am Marktstand ist jedeR KundIn bekannt und wird mit Namen angesprochen. Das ermöglicht Beziehung und Zugehörigkeit. Auch die angebotenen Lebensmittel sind dort tendenziell häufiger regional und saisonal und erlauben damit die raumzeitliche Verortung in Region und Jahreszeit. 2) **Garten:** Diese raumzeitliche Verortung ist im Garten auf ein Maximum gesteigert. Der Gartenbau treibende Mensch verbindet sich mit dem Boden, dem Terrain, das er pflegt und bebaut. Er sieht dorthin auch Tiere kommen – »Schädlinge« und »Nützlinge« gleichermaßen – und verortet sich so zugleich ganzheitlich in der ihn umgebenden Schöpfung. 3) **Selber-Kochen:** Das Zubereiten der Speisen mit den eigenen Händen schafft intensive Bezüge zum Lebensmittel (Christian Coff 2006: 86–88) und dadurch auch zu deren Regionalität und Saisonalität. 4) **Mahl-Zeit:** Das Essen unterwegs und nebenbei entwirrt, lässt keine Verortung zu. Eine bewusste Gestaltung der Mahlzeit hingegen ermöglicht die Verortung in Raum und Zeit auf vielerlei Weise: Durch Erleben der Saisonalität und Regionalität; durch die Strukturierung des gesamten Tagesrhythmus und die Möglichkeit, in diesem vertrauten Rhythmus zu sich selbst zu kommen, sich ganz in ihn hineinfallen zu lassen; durch die Verortung in der Tischgemeinschaft, denn Zeit für das Mahl bedeutet auch Zeit für die Mitmenschen, wenn man gemeinsam isst (Manuel Schneider 2001: 16–19).

Lust und Wohlergehen: 1) **Einkaufen:** Der Lebensmitteleinkauf auf dem Markt oder im Spezialgeschäft des Einzelhandels, in dem es zum Beispiel nur Käse oder nur Fleisch oder nur Backwaren gibt, hat einen hohen Erlebnis- und damit Lustfaktor, weil er alle Sinne einbezieht und mit viel Zeit betrieben wird. Das merken Menschen aller Bevölkerungsgruppen, wenn sie im Urlaub italienische Märkte oder türkische Basare besuchen. 2) **Garten:** Wer gärt, kennt die Freude am Wachsen der Pflanzen, die Neugier am Ergebnis bei der Ernte und die Luststeigerung beim Essen, weil man sich an alle Gartenarbeit zurückerinnert. Letztlich ist es vor allem die intensive Lust an dem, was man nicht selber macht bzw. gemacht hat, sondern was man empfängt. 3) **Selber-Kochen:** Medizin und Psychologie wissen heute um die beachtliche therapeutische Wirkung des Selber-Kochens, zum Beispiel bei Essstörungen oder Demenz. Aber auch auf gesunde Menschen hat das Kochen eine Lust und Zufriedenheit fördernde Wirkung. Im Rahmen der feministischen Analysen wurde deutlich, dass viele Frauen die Lust bzw. das Befriedigende des Kochens sehr klar empfinden – und auch deswegen ihren größeren Beitrag zum Kochen nicht als ungerecht empfinden. 4) **Mahl-Zeit:** Lust braucht Zeit, und das spüren die Menschen offenbar sehr genau, wenn sie sich viel Zeit für das gemeinsame Essen und Trinken nehmen. Diese Zeit haben sie sicher am Wochenende oder am Festtag mehr als im Alltag, aber das ist völlig normal.

Sicherheit und Geborgenheit: 1) **Einkaufen:** Der Einkauf beim persönlich bekannten Einzelhändler oder Bauern gibt KundInnen bessere Informationen über die ProduzentInnen und ihre Anbaumethoden als die in Supermärkten zunehmend häufiger ausgelegten Factsheets. Denn es geht ja nicht nur um einige dürre Fakten, sondern um Vertrauen in die handelnden Personen und ihre Produkte. Auf diese Weise spüren KundInnen das Beziehungsnetz, in das sie eingewoben sind, und lassen sich in dieses hineinfallen. 2) **Garten:** Eine ähnlich große Lebensmittelsicherheit garantiert die Ernährung mit Obst und Gemüse aus dem eigenen Garten. In diesem Fall können die VerbraucherInnen sogar selbst bestimmen, worauf sie besonderen Wert legen. 3) **Selber-Kochen:** »My home is my kitchen« – so ließe sich das Lebensgefühl vieler Menschen umschreiben. Da und dort vergleichen SoziologInnen das Zusammenkommen am eigenen Herd mit dem steinzeitlichen Versammeln ums Lagerfeuer. Herd bzw. Feuer spenden nicht nur physische Wärme. 4) **Mahl-Zeit:** Die Saisonalität und Regionalität der Speisen und die Rhythmen und festen Orte der Mahlzeiten sind eine starke Struktur der Orientierung und des Halts.

Angesichts dieser vielen starken symbolischen Codes zugunsten der hier vorgestellten raumzeitlichen Gestalt des Essens und Trinkens sollte man meinen, dass alle Menschen sofort zugreifen und diese Gestalt in ihrem Leben verwirklichen. Das ist aber nicht der Fall. In den vorangehenden Abschnitten hatten sich drei gewichtige Hin-

dernisse herauskristallisiert: Mangelndes Erfahrungswissen, Zeit und Geld. Wie kann ihnen entgegengewirkt werden?

Als Hauptursache für mangelndes Erfahrungswissen hatte sich der Wissenstransfer herausgeschält. Mindestens teilweise scheitert eine größere Beteiligung der meisten Männer und einer wachsenden Zahl von Frauen daran, dass sie an der klassischen Hauptquelle des Kochwissens zu wenig beteiligt werden – dem Wissen der Mutter. Dieses Problem wird sich weiter verschärfen. Je seltener daheim gekocht wird, umso weniger Gelegenheiten der Wissensvermittlung gibt es und umso geringer werden die Kochkünste der Männer und Frauen sein. Es geht ja um ein praktisches Einüben, um ein *learning by doing*. Das können Kochshows im Fernsehen und Kochbücher so nicht bieten, und deswegen rangieren sie verständlicherweise auf den hinteren Plätzen der Wissensvermittlung.

Viel unausgeschöpftes Potenzial liegt im Schulbereich. In einer Gesellschaft, die die Ganztagsarbeit und in der Folge die Ganztagschule zum Standard hat, können junge Menschen das Kochen nur dort lernen, wo sie sich während des Alltags aufhalten – in der Schule. Wenn wir das vielschichtige Ernährungswissen als einen kulturellen Schatz betrachten, der nicht nur in die Hände von bezahlten Profis gehört, sondern allen Menschen vermittelt werden soll, dann müssen Schulen flächendeckend mit Übungsküchen ausgestattet werden. Diese Küchen müssen neben den Mensen zum zweiten Prestigeraum der Schule werden. Nicht Physik-, Chemie- oder Biologiesaal, nicht Zeichen-, Werk- oder Musikraum, nicht die Turnhalle, sondern die Schulküche müsste ganz oben stehen. Wie viel sich dort über das reine Kochen hinaus lernen ließe – über andere Kulturen und Religionen, über globale Gerechtigkeit, Tierschutz und Ökologie, das wird in den Folgekapiteln entfaltet. Ich erwähne es an dieser Stelle deswegen, um die Forderung von vorneherein des Verdachts naiver Träumerei zu entheben. In der Küche lässt sich ganzheitlich lernen. Als Theologe würde ich gerne zehn Prozent der Religionsstunden hergeben, wenn in der Schulküche im selben Zeitmaß religiöse Bezüge der Ernährung erfahren und besprochen würden. Analog sollte das für die meisten Fächer gelten. Wenn die These von Marcel Mauss stimmt, dass Essen und Trinken ein »Totalphänomen« sind, ist es die logische Konsequenz. Und wenn wir noch einen Schritt weitergehen, ist der gute alte Schulgarten die notwendige Kompletierung dieses gestaltpädagogischen Angebots.

In Integrationskursen für Migrantinnen und in der interkulturellen Arbeit hat man die Chance des gemeinsamen Gärtnerns und Kochens längst erkannt. Therapiekonzepte für Jugendliche mit Essstörungen oder für demente SeniorInnen setzen das gemeinsame Kochen ebenfalls mit großem Erfolg ein. Aber im vermeintlich »normalen« Bildungssystem meint man noch immer, auf diese Potenziale verzichten zu können.

Während das nötige Erfahrungswissen (im Gärtnern, Kochen und Essen) unter der Woche über die Schule vermittelt werden muss, kann dies am Wochenende über

die Familie geschehen. Hier kommt das vierte Thema des Einkaufs hinzu. Ein familiär organisierter Samstagseinkauf als entspannter Gang über den Markt und in hochwertige Lebensmittelgeschäfte sollte zum Grundbestand familiärer Rituale werden.

Gleichwohl bleiben die beiden anderen Hindernisse: Zeit und Geld. Bei beiden geht es für die meisten Menschen nicht um objektive Restriktionen. Bis auf erfolgsorientierte ManagerInnen hätten die meisten genügend Zeit, und bis auf eine kleine Schicht sozial Benachteiligter hätten sie auch genug Geld. Dennoch geben die Deutschen und ÖsterreicherInnen innerhalb der EU einen deutlich unterdurchschnittlichen Anteil ihres Einkommens für die Ernährung aus. Und in absoluten Zahlen wird die Differenz zu südeuropäischen Ländern noch klarer: Während die ItalienerInnen im Jahr 2005 kaufkraftbereinigt 5.359 Euro für Nahrungsmittel und nichtalkoholische

*Durchschnittliche Jahresausgaben pro Kopf
für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke nach Ländern der EU im Jahr 2005
(in Euro, kaufkraftbereinigt, und in Prozent des Einkommens).*

Bulgarien	2.238	31,5 %	Portugal	3.243	15,5 %
Rumänien	2.355	44,2 %	EU-27	3.594	16,8 %
Ungarn	2.413	22,6 %	Frankreich	3.733	13,4 %
Estland	2.440	22,5 %	Österreich	3.933	13,0 %
Tschechien	2.503	20,6 %	Slowenien	3.966	16,7 %
Polen	2.704	25,5 %	Belgien	4.043	13,5 %
Dänemark	2.872	11,9 %	Irland	4.491	12,3 %
Slowakei	2.910	24,5 %	Kroatien	4.564	27,1 %
Schweden	2.913	10,5 %	Spanien	4.685	18,0 %
Finnland	3.086	12,7 %	Griechenland	4.801	15,5 %
Niederlande	3.089	10,5 %	Luxemburg	4.851	9,3 %
Lettland	3.091	29,2 %	Zypern	5.158	15,1 %
Vereinigtes Königreich	3.159	12,7 %	Italien	5.359	18,6 %
Litauen	3.166	33,8 %	Malta	6.082	21,3 %
Deutschland	3.185	11,2 %			

Quelle: Eurostat 2014, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/household_budget_surveys/Data/database (14. 1. 2014).

Getränke ausgaben, investierten die Deutschen nur 3.185 Euro, die ÖsterreicherInnen immerhin 3.933 Euro (siehe Tabelle).

Wie unterschiedlich die Bedeutung von Essen und Trinken in Europa wahrgenommen wird, zeigt der gesamteuropäische Vergleich: Osteuropa gibt pro Kopf in absoluten Zahlen am wenigsten für die Ernährung aus, prozentual aber am meisten. Nord-, West- und Mitteleuropa geben in absoluten Zahlen zwar mehr aus, prozentual liegen sie aber am Schluss der Tabelle. In Relation zum Einkommen im Mittelfeld, in absoluten Zahlen aber mit Abstand am meisten gibt Südeuropa für Essen und Trinken aus. Es ist also nicht nur eine Frage des Einkommens, sondern auch der Wertschätzung. Und zwar der relativen Wertschätzung gegenüber anderen Möglichkeiten, sein Geld und seine Zeit zu investieren. Denn eine grundlegende Wertschätzung bezeugen ja die symbolischen Codierungen von Zeiten und Orten der Ernährung auch im deutschsprachigen Raum.

Der europäische Vergleich spiegelt ein jahrhundertlang gewachsenes Wertebewusstsein der einzelnen Länder. Eine Veränderung kann daher nicht von heute auf morgen »gemacht« werden, sondern muss allmählich wachsen. Unter der Voraussetzung intensiver Bildungsarbeit in den Schulen könnte nur die unterste Bevölkerungsschicht durch mehr finanzielle Hilfe und die oberste durch kürzere Arbeitszeiten gewonnen werden. In der breiten Mitte hilft dagegen nur ein langsamer Kulturwandel über Generationen. Für diesen könnten die ethischen Tugenden eine Rolle spielen, die dieser Arbeit zugrunde liegen:

- ◆ Demütig anerkennen, dass es feste Zeiträume und Zeitrhythmen für die Mahlzeit und ihre Vorbereitung braucht, um an Leib und Seele gesund zu bleiben.
- ◆ Dankbar wahrnehmen, dass die gegebene Zeit für eine gute Ernährung reicht.
- ◆ Ehrfürchtig jeden neuen Tag als kostbare Gabe entgegennehmen.
- ◆ Gerecht mit den (Zeit-)Bedürfnissen des eigenen Leibs umgehen.
- ◆ Maßvoll mit den Zeitmaßen des eigenen Tagesablaufs umgehen.
- ◆ Genussfähig werden für die und in den Zeiten des Essens und Trinkens.
- ◆ Gelassen bleiben in der Hektik des Alltags und nicht an der Zeit des Essens sparen.
- ◆ Sich der Mahl-Zeit aus ganzem Herzen hingeben.

Die Vermittlung von Tugenden erfordert einen langen Atem. Doch auf lange Sicht lässt sie in den Herzen der Menschen eine neue Haltung wachsen.