

of the icons that represents an invisible, automated everyday practice in virtual life. Have you clicked a virtual bell today?

References

- Bijker, Wiebe E./Hughes, Thomas P./Pinch, Trevor/Douglas, Deborah G. (1987): *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*, Cambridge, MA: The MIT Press.
- De la Bellacasa, Maria P. (2011): »Matters of care in technoscience: Assembling neglected things«, *Social Studies of Science*, 41(1), p. 85–106.
- McLoughlin, Ian/Badham, Richard/Couchman, Paul (2000): »Rethinking Political Process in Technological Change: Socio-technical Configurations and Frames«, *Technology Analysis & Strategic Management*, 12(1), p. 17–37.
- Latour, Bruno (1993): *We Have Never Been Modern*, Cambridge: Harvard University Press.
- Latour, Bruno (1996): *Der Berliner Schlüssel. Erkundungen eines Liebhabers der Wissenschaften*, Berlin: Akademie Verlag.
- Law, John (2002): *Aircraft Stories: Decentering the Object in Technoscience*, Durham: Duke University Press.
- Law, John/Callon Michel (1992): »The life and death of an aircraft: A network analysis of technical change«, in: Wiebe E. Bijker and John Law (ed.), *Shaping Technology / Building Society*, Studies in Sociotechnical Change, Cambridge, MA: The MIT Press, p. 21–52.
- Star, Susan L. (2010): »This is Not a Bounded Object: Reflections on the Origin of a Concept«, *Science, Technology, & Human Values*, 35(5), p. 601–617.
- Star, Susan L./Ruhleder, Karen (1996): »Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces«, *Information Systems Research* 7(1), p. 111–134.
- Whitehead, Jaan (2022): *Bells: Music, Art, Culture, and Politics from Around the World*, Seattle, WA: Girl Friday Books.

Bete, rote

Jane Lia Jürgens, Kira Lewandowski

Virtualität und Essen (in der Universität)

Ernährung erfordert täglich das Treffen von vielfältigen Entscheidungen, die durch das Angebot von Essen (mit)bestimmt werden, wobei solche Angebote stets angenommen oder abgelehnt werden können (vgl. Meyer 2021: 52). Zu solchen Entscheidungen zählt also auch, *wie* man sich ernährt, wobei eine Zunahme einer veganen Ernährungsweise bzw. die Annäherung an einen veganen Ernährungsstil zu verzeichnen ist (vgl. Statista 2023). Diese Entwicklung bleibt auch von universitärer Seite nicht unberücksichtigt. »Neu unter den Top-Mensen präsentiert sich in diesem Jahr die rein vegane Mensa *Rote Bete* des Akademischen Förderungswerks Bochum [Herv. i.O.]« (Bollag 2023). Die auf dem Campus der Ruhr-Universität Bochum eröffnete *Rote Bete* ist als »vegan-freundlichste Mensa 2023« (ebd.) von PETA ausgezeichnet worden. Durch die Auszeichnung von PETA eröffnen sich respektive der Virtualität verschiedene Vor-

stellungswelten: PETA kann unterschiedliche Vorstellungen bei den Studierenden hervorrufen, die sich auf das Essensangebot übertragen und die Essensentscheidungen mitbestimmen können. Dadurch eröffnet sich ein Spannungsfeld, in dem entsprechende Rahmungen erfolgen, mögliche Vorstellungen aber durchaus auch verstellt werden können. Damit erweitert sich für Studierende der Ruhr-Universität Bochum das gastronomische Angebotspektrum und der ohnehin von ernährungsbezogenen Entscheidungen betroffene universitäre bzw. studentische (Ernährungs-)Alltag wird angereichert. Im Spannungsfeld von *Essensangebot* und *Essensentscheidungen* werden verschiedene Faktoren, wie bspw. der gelebte Ernährungsstil, eigene Unverträglichkeiten oder ernährungsbezogene Wertvorstellungen relevant und moderieren dieses ebenfalls. Virtualität kann diesbezüglich als Möglichkeitsraum verstanden werden, denn: Essensangebote auf dem Campus rahmen Ernährungsverhalten und -praktiken von Studierenden insofern, als sie bestimmtes Verhalten ermöglichen, aber auch begrenzen. Studierende müssen sich zu den Essensangeboten auf dem Campus verhalten, indem sie entscheiden, welche Angebote sie in Anspruch nehmen oder ablehnen. In der Ermöglichung von Verhalten manifestiert sich das Virtuelle (des studentischen Ernährungsalltags): der Bereich des kontingent Möglichen (vgl. Esposito 1998: 269). Der Campus als Ort ist dafür relevant, da bspw. die Mensa etwa dreimal wöchentlich von Studierenden besucht wird (vgl. Hirschfelder/Pollmer 2016: 572). Des Weiteren haben 86 Prozent der befragten Studierenden in einer Erhebung von Middendorff und Kolleg:innen angegeben, eine Hauptmahlzeit zu sich zu nehmen, wobei diese bei 49 Prozent

ein Mittagessen sei (vgl. Middendorff et al. 2016).

Virtualität in der Roten Bete

Mittagessen auf dem Campus kann – die Ruhr-Universität Bochum betreffend – allerdings nicht nur in der Mensa verzehrt werden. Im Kontingenzraum des (Mittag-)Essens am Campus müssen sich Studierende orientieren und verorten. Dazu werden verschiedene Hilfsmittel bereitgestellt, wie bspw. die Campus-App oder die Webseite des Studierendenwerks AKAFÖ, die über das Essensangebot informieren und auf die entsprechenden gastronomischen Einrichtungen verweisen. Damit wird eine technologisch hervorgebrachte Virtualität adressiert, indem digital gestützte Webseiten über Essen und Preise informieren und das Mögliche aufzeigen, zu dem sich die Studierenden dann verhalten, indem sie entsprechende Essensangebote wahrnehmen oder vermeiden und so Ernährungspraktiken realisieren.

Exemplarisch soll nachfolgend die Webseite der Roten Bete als Bestandteil alltäglicher, studentischer Lebens- und Ernährungswelten begriffen werden und als *Artefakt* mithilfe einer Artefaktanalyse (vgl. Lueger/Froschauer 2018) untersucht werden. Mithilfe der Artefaktanalyse lässt sich die Bedeutung von Artefakten in Alltags- und Lebenswelten sowie deren sozialer Sinn perspektivieren (vgl. ebd.: 74). Dazu werden sowohl soziale Bedeutungen, involvierte Akteur:innen und die Situierung des Artefakts im entsprechenden Umfeld betrachtet (vgl. ebd.: 74–77). Exemplarisch zählen hierzu die Angebote auf der Webseite und ihre Beschreibung sowie Darstellung, die verwendeten Begriffe und deren Bedeutungen sowie davon

ausgehende Signale und angestrebte Zielgruppen.

Artefakt – what's that?

Mithilfe der Artefaktanalyse lässt sich die Bedeutung von Artefakten in Alltags- und Lebenswelten sowie deren sozialer Sinn in den Blick nehmen (vgl. Lueger/Froschauer 2018: 74). Dazu werden sowohl soziale Bedeutungen, involvierte Akteur:innen und die Situierung des Artefakts im entsprechenden Umfeld betrachtet (vgl. ebd.: 74–77). Alfred Schütz zufolge spielen »Artefakte [...] im sozialen Kontext schon deshalb eine herausgehobene Rolle, weil sie durch Menschen erzeugt werden und folglich unlösbar mit der sozialen Welt verbunden sind: Ohne Berücksichtigung der damit verbundenen Vorstellungen und Handlungen blieben uns Artefakte fremd« (Schütz 1981: 186, zit. nach Lueger/Froschauer 2018: 37).

Aus dem Zitat geht sowohl die besondere Relevanz und Verbundenheit von Artefakten mit der *sozialen Welt* hervor als auch, dass Artefakte als *menschengemacht* betrachtet werden. Dadurch rückt weniger ihr *Sein* als vielmehr ihr *Gewordensein* in den Vordergrund ihrer Analyse (vgl. ebd.: 35), wobei sich in ihnen ein spezifisches Wissen und spezifische Fähigkeiten niederschlagen und sie zur Beeinflussung von Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata beitragen (vgl. ebd.: 289). Dementsprechend ist die soziale Dimension immanent, da sich in Artefakten »zwangsläufig menschliche Vorstellungen und Handlungsweisen materialisieren« (ebd.: 290). Artefakten kommt dementsprechend eine *Repräsentationsfunktion* für verschiedene menschliche Aktivitäten zu (vgl. ebd.: 293).

Die Rote Bete als Artefakt

Die Webseite der Roten Bete kann als Artefakt verstanden werden, da sie *menschengemacht* ist. Dementsprechend kumulieren sich in ihr verschiedene menschliche Vorstellungen, die als Positionierungen zum Restaurant einerseits und zum veganen Lebensstil andererseits verstanden werden können. Wie im nächsten Kapitel en détail beleuchtet wird, finden sich auf dem Webseitenauftritt Positionierungen, Impressionen und ein Interview mit dem leitenden Koch. Dahinter stecken zahlreiche menschliche Aktivitäten – bspw. der Ernährungsstil des Kochs, aber auch die Entstehungsgeschichte und Einrichtung des Restaurants – die sich in schriftlicher und bildlicher Form im Webseitenauftritt als Artefakt materialisieren und *repräsentieren*. Die *soziale Dimension/Welt* zeigt sich dementsprechend kontinuierlich. Durch diese verschiedenen Materialisierungen drücken Artefakte sowohl etwas über soziale Herstellung als auch über kontextualisierte kommunikative Handlungen, in denen sie zum Vorschein kommen, aus (vgl. Froschauer 2009: 326).

Wie beschreibt sich die Rote Bete selbst?

Der Webseitenauftritt des veganen Restaurants *Rote Bete* ist in den Webseitenauftritt des AKAFÖ eingebettet. Von dort aus kann mit vier Reitern auf der linken Seite des Interface auf übergreifende Inhalte des AKAFÖ (Speiseplan, Öffnungszeiten, BaföG, Feedback) zugegriffen werden. Der eingebettete Auftritt der *Roten Bete* enthält eine kurze Beschreibung auf der Startseite, auf der wiederum drei Rubriken zu finden sind, die sich spezifisch auf die *Rote Bete* beziehen: *Speiseplan*, *Interview mit*

dem leitenden Koch und *Impressionen*. Seit dem Wintersemester 2022/2023 sind auf der Startseite des Restaurants die Preise der verschiedenen Tellergrößen sowie des Aktionsgerichtes aufgelistet. Die Rote Bete bietet neben einem festen Aktionsgericht, Nachtischen und einer Suppe, ein warmes und kaltes Buffet an, das von den Gäst:innen selbst zusammengestellt wird. Bezahlt wird dabei nach Tellergröße, wobei für Studierende der kleine Teller 3,60 EUR und der große Teller 5,80 EUR kostet – unabhängig von der selbst zusammengestellten Menge. Das Bezahlssystem nach Tellergröße war zum Zeitpunkt der Analyse (2023) aktuell, ist inzwischen (2024) aber von einem Bezahlssystem nach Abwiegen abgelöst worden. Die damit einhergehenden Diskussionen und die Beteiligung unterschiedlicher Akteur:innen, bspw. die Reaktion von Fachschaftsräten auf diese bevorstehenden Änderungen oder Gründe des AKAFÖ für die Änderung des Bezahlsystems, sind z.B. unter Betrachtung von machttheoretischen Annahmen weiter zu untersuchen. Die drei Rubriken sowie die Startseite sollen nachfolgend beschrieben und auf die Aspekte *Selbstpositionierung* und *Essens-/Ernährungsangebot* hin analysiert werden, wobei Beschreibung und Analyse miteinander verwoben stattfinden. Auf der Startseite lassen sich zunächst allgemeine Informationen finden: Dazu zählen unter anderem das bereits genannte Eröffnungsdatum sowie die zuvor beschriebene vorherige Nutzung der Räumlichkeiten und der Name des Restaurants. Dabei heißt es, dass das Restaurant, das nach dem »beliebten Superfood-Gemüse« benannt wurde, am 11. Januar 2022 »seine Türen im natürlichen Look« geöffnet habe. Die Bedeutung dieses »natürlichen Looks« (AKAFÖ 2023a) wird nicht weiter beschrieben, jedoch lässt

sich vermuten, dass hiermit ein moderner, zeitgenössischer Auftritt gemeint ist.

Das Gemüse Rote Bete wird als »Superfood« (ebd.) beschrieben. Daran zeichnet sich nicht nur das Spiel mit dem Namen des Gemüses und des Restaurants ab, sondern auch das Anknüpfen an aktuelle Trends und Diskurse. Die Benennung eines Restaurants nach einem Gemüse eröffnet Vorstellungswelten, die sich mit den Konnotationen von Ernährung verbinden lassen. Ein Superfood kann definiert werden als »a food considered especially nutritious or otherwise beneficial to health and well-being« (Oxford English Dictionary 2022). Das öffentliche Interesse an gesundheits- und ernährungsbezogenen Themen kann dabei als ein möglicher Grund dafür angesehen werden, weswegen Superfoods auf Interesse stoßen bzw. im Trend sind (vgl. Schweiger/Haas 2020: 13). Ernährungstrends begründen sich dabei in einer einem bestimmten Lifestyle entsprechenden und dafür spezifischen Ernährungsweise, wobei diese ihren Ursprung oftmals in den USA haben und besonders populäre Ernährungstrends, also solche mit vielen Anhänger:innen, auch in Europa Anklang finden (vgl. ebd.: 15). Dabei zeichnet sich ein Zusammenhang des Ernährungstrends Superfood und veganer Ernährung/Rohkost ab (vgl. ebd.).

Dieser angenommene Zusammenhang schlägt sich ebenfalls im Restaurant nieder: Benannt nach selbigem Superfood wirbt die Rote Bete mit dem Slogan »Natürlich vegan!« (AKAFÖ 2023a). Mit dem selbstverständlich anmutenden Rekurs auf das Attribut *natürlich* liegt die Anspielung auf eine (vermeintliche) Naturgebundenheit und vegane Ernährung nahe. Zudem handele es sich bei den Gerichten um »Soulfood-Gerichte«, die die »geschmackvolle Vielfalt der veganen

Küche« eröffnen sollen (ebd.). Das Lunchangebot des Restaurants werde durch eine Salat- und Anti-Pasti-Theke, eine Rote-Bete-Suppe sowie Kuchen- und Puddingangebote erweitert.

Die Zielgruppe sei nicht auf sich vegan ernährende Personen begrenzt, sondern wolle losgelöst von »individuellen Ernährungsvorstellungen [...] Bewusstsein für Ernährung [...] schaffen sowie frische, gesunde und vor allem leckere Speisen auf dem Campus an[...]bieten« (AKAFÖ 2023a). Wodurch das Ziel, ein Bewusstsein für Ernährung zu schaffen, erreicht werden soll, wird nicht dargelegt. Zwar werden durch das Essensangebot Beispiele für vegane Gerichte präsentiert, jedoch kann davon ausgegangen werden, dass ein ernährungsbezogenes (Vor)Wissen der einzelnen Personen bzw. die Aneignung dieses Wissens vorausgesetzt wird. Dies betrifft insbesondere die Zusammenstellung einzelner Menükomponenten, in der sich unterschiedliche Wissensbestände aktualisieren können, die sich bspw. auf Nährstoffe beziehen können (→ Proteine).

Impressionen

Darüber hinaus verspricht der Auftritt erste Einblicke in das »Look and Feel« der *Roten Bete*. Dazu zählt bspw. ein Teil der Stühle, die der Farbe von roter Bete entsprechen. Ebenso erfahren die Lesenden etwas über die Hintergründe der Entstehung: »Das Konzept hinter der Roten Bete entstand dabei im Herzen des Ruhrgebiets, von dem Bochumer Designstudio Prinzträger. Mit innovativen Ideen sorgte das Team für einen neuen Look – und gestaltete das ehemalige Bistro kurzerhand zum hippen Trend-Restaurant um« (AKAFÖ 2023b). An dieser Stelle wird wiederum deutlich, dass das Restaurant modern wir-

ken möchte – und sich diese Erscheinung nicht auf die Ernährung begrenzen soll, sondern auch die Möbel zum Gesamtbild zählen. Die *Natürlichkeit* des Essens sowie der Räumlichkeiten werden mehrfach hervorgehoben. Nachhaltigkeit hinsichtlich der Ernährung und Möblierung sei ohne Weiteres möglich – nachhaltige Praktiken und Komfort seien ohne Einbußen vereinbar. Das Konzept der Innenausstattung stamme vom regionalen Designstudio Prinzträger: Bei der Ausstattung handle es sich um »geerdet[e], warm[e]« Farben und Holzelemente führten in Kombination mit dem Rot für ein »natürliches Wohlfühl-Ambiente« (ebd.). Auf der Seite sind weitere Fotos der *Roten Bete* angezeigt, wobei ein Mix aus Mahlzeiten und der Inneneinrichtung vorherrscht. Auf den Fotos sind Burger, Nachttisch sowie Anti-Pasti abgebildet. An dieser Stelle sei auf das Spannungsverhältnis von der Darstellung einer gesunden sowie ausgewogenen Ernährung und dem Bestreben, ein möglichst breites Publikum anzusprechen, hingewiesen.

Das Restaurant wird mitsamt den bereits vollzogenen menschlichen Aktivitäten im Webseitenaufruf inszeniert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Auf dieser Grundlage können sich potentielle Besucher:innen zu dem Essensangebot verhalten, es annehmen oder ablehnen. Nehmen sie es an, wird die Rote Bete zum Raum, in dem sich konkrete Praktiken im Kontext von Essen und Ernährung abspielen: Als Beispiel für virtuelle Ernährungspraktiken sind hier die sogenannten Stapelpraktiken zu nennen. Studierende haben verschiedene Möglichkeiten, auf das freie Belegen der Teller zu reagieren. Aus der Beobachtung zeigte sich diese Praxis insofern, als Studierende möglichst viel auf einem Teller anhäufen bzw. stapeln. Diese Praktik wurde auch

vom AKAFÖ wahrgenommen, welches daraufhin mit einem Hinweisschild mit der Bitte um Vermeidung dieser Praxis reagierte.

Was teilt uns der vegan lebende Koch zum veganen Essen mit?

Das Interview mit dem Koch stellt einen weiteren Reiter der Webseite dar. Der vegan lebende Koch führt an, dass die »hohe Nachfrage [der] Kund:innen sowie die aktuelle Bewegung auf dem Ernährungsmarkt« der Impuls für die Entstehung eines veganen Restaurants gewesen sei (AKAFÖ 2023c). Wie hoch die Nachfrage tatsächlich ist, wird nicht weiter ausgeführt. Hervorzuheben ist, dass bei keinem der sonstigen Essensangebote auf dem Campus auf Ernährungspraktiken der Köch:innen verwiesen wird.

Es wird auf die Vielfältigkeit des veganen Angebotes verwiesen, das »bis zu 5 verschiedene[...] Gerichte[...]« umfasse (AKAFÖ 2023c). An dieser Stelle wird ebenfalls auf die Buffetform des Restaurants, mit Ausnahme des Aktionsgerichtes, Bezug genommen.

»Der Gast bestimmt somit selber, wie viel er von welchem Gericht haben möchte. Letztlich wollen wir den Gästen dabei immer eine vollwertige Ernährungsweise gewährleisten, bei denen alle wichtigen Lebensmittelgruppen abgedeckt werden« (AKAFÖ 2023c).

Hierin zeigt sich eine Diskrepanz zwischen einer sog. »vollwertige[n] Ernährungsweise« und einer »freien« Wahl der Gäst:innen (AKAFÖ 2023c); d.h. es wird den Gäst:innen unterstellt, zu wissen, was eine solche Ernährungsweise kennzeichne – zumal eine Vielzahl von Ernährungspyramiden existiert, die je unterschiedliche Schwerpunkte setzen.

»Die Rote Bete ist modern, bunt und nachhaltig. Mit unseren Gerichten zeigen wir, wie simpel, aber genial die vegane Küche ist. Die Vielfalt, die die Pflanzenwelt hergibt, werden wir dabei ausschöpfen und in unseren neuen Ausgaben präsentieren« (AKAFÖ 2023c). Die Akteur:innen der *Roten Bete* positionieren sich selbst als *modern, bunt und nachhaltig*, was sich erneut sowohl auf die Einrichtung als auch auf die Ernährung bezieht.

Die vegane Küche sei »simpel, aber genial«, wodurch implizit eine Gegensätzlichkeit von *simpel* und *genial* in Bezug auf veganes Kochen offenbart wird. Highlights der Speisekarte von der *Roten Bete* seien »Burger, Flammkuchen oder Pizza« sowie »hausgebackene[r] Kuchen (für) den süßen Geschmack« (AKAFÖ 2023c). Der Fokus liegt hier auf Fast-Food-Gerichten, die sich durchaus als Kontrast zu einer zuvor genannten »vollwertigen Ernährung« lesen lassen (AKAFÖ 2023c). Dieses Spannungsverhältnis ist hierbei nicht negativ zu deuten, sondern eröffnet einen Bedeutungsraum von Virtualität. Es werden Assoziationen ausgelöst, die eine *vegane* Vorstellungswelt darlegen und sie ermöglichen sollen – dabei allerdings nicht ausschließlich an den Veganismus geknüpft sind. Darin äußert sich insofern die Bedeutung von Virtualität für die *Rote Bete*, als durch die Äußerungen des Kochs, sowohl die Beispiele als auch die Narrative betreffend, bestimmte – durchaus spannungsreiche – Vorstellungswelten eröffnet werden. Diese sind ebenso wie die möglichen Vorstellungswelten durch PETA als relevant für das studentische Ernährungsverhalten zu begreifen, da sie Essensangebot und -entscheidungen potenziell (mit)bestimmen. Dadurch werden viele Assoziationen auf Seiten der Studierenden möglich, die sich an verschiedene Begriffe und Phänomene, wie z.B. Ve-

ganismus, Superfood, Well-Being oder einzelne Gerichte, anhaften.

Virtuelle Verflechtungen

Der Webseitenaufttritt der *Roten Bete* versucht, die vegane Ernährung mit einer Leichtigkeit zu verknüpfen, die nicht mit Einbußen verbunden ist. *Natürlichkeit* scheint ein übergeordnetes Motiv der Roten Bete zu sein: Sie erstreckt sich über das angebotene Essen bis hin zur Innenausstattung des Restaurants. Dies geschieht nicht ohne Widersprüche: Insbesondere die angestrebte ausgewogene Ernährung wird durch Angebote von bspw. Burgern nicht erfüllt. Das Design der Webseite ist auf das Gemüse Rote Bete als Leitmotiv ausgerichtet: Das farbliche Design orientiert sich hieran und auch auf Fotos ist das Gemüse zu sehen – entweder in unverarbeiteter Form oder verarbeitet in einem Gericht. Auffällig ist, dass neben dem Koch keine Personen abgebildet sind und somit nur eine sich vegan ernährende Person verbildlicht wird. Auch bei den Impressionen aus dem Restaurant werden keine möglichen Gäste, wie beispielsweise Studierende, abgebildet. Sicherlich ist eine – wie auch immer geartete – ausgewogene Ernährung in der *Roten Bete* umzusetzen, setzt aber das erforderliche Wissen und dementsprechendes Handeln von dem:der einzelnen Gast:Gästin voraus. Die Verantwortung für eine solche Ernährung liegt also bei den Gäst:innen.

Literatur

AKAFÖ (2023a): »Rote Bete? Natürlich vegan!«, in: akafoe.de. Online unter: <https://www.akafoe.de/gastronomie/rote-bete> (letzter Zugriff: 05.12.2023).

AKAFÖ (2023b): »Einblicke ins Look and Feel der Roten Bete«, in: akafoe.de. Online unter: <https://www.akafoe.de/gastronomie/rote-bete/impressionen> (letzter Zugriff: 05.12.2023).

AKAFÖ (2023c): »Interview des Akafö mit Rote-Bete-Koch Lukas Schmülling«, in: akafoe.de. Online unter: <https://www.akafoe.de/gastronomie/rote-bete/interview> (letzter Zugriff: 13.07.2023).

Bollag, Ilana (2023): »Vegane Mensa: Die vegan-freundlichsten Mensen Deutschlands 2023«, in: [peta.de](https://www.peta.de) (08/2023). Online unter: <https://www.peta.de/veganleben/vegane-mensa/> (letzter Zugriff: 05.12.2023).

Esposito, Elena (1998): »Fiktion und Virtualität«, in: Sybille Krämer (Hg.), *Medien – Computer – Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 269–296.

Froschauer, Ulrike (2009): »Artefaktanalyse«, in: Stefan Kühl/Petra Strodtholz/Andreas Taffertshofer, (Hg.), *Handbuch Methoden der Organisationsforschung*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hirschfelder, Gunther/Pollmer, Patrick (2016): »Vom Freitisch zur Mensa. Ein Blick in studentische Ess- und Trinkgewohnheiten«, in: *Forschung & Lehre* 23, S. 570–572.

Lueger, Manfred/Froschauer, Ulrike (2018): *Artefaktanalyse*, Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Lueger, Manfred/Froschauer, Ulrike (2021): »Die Sprache der Artefakte«, in: Marc Dietrich/Irene Leser/Katja Mruck/Paul Sebastian Ruppel/Anja Schwentesius/Rubina Vock (Hg.), *Begegnen, Bewegen und Synergien stiften*, Wiesbaden: Springer VS.

Meyer, Anne-Rose (2021): »Ernährung als soziales Phänomen«, in: Jasmin Godemann/Tina Bartelmeß (Hg.),

- Ernährungskommunikation: Interdisziplinäre Perspektiven – Kontexte – Methodische Ansätze, Wiesbaden: Springer VS, S. 47–60.
- Middendorff, Elke/Apolinarski, Beate/Becker, Karsten/Bornkessel, Philipp/Brandt, Tasso/Heißenberg, Sonja/Naumann, Heike/Poskowsky, Jonas (2016): »Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2016. 21. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks durchgeführt vom Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung.« Online unter: https://dzhw.eu/pdf/sozialerhebung/21/Soz21_hauptbericht_barrierefrei.pdf (letzter Zugriff: 01.10.2023).
- Oxford English Dictionary (2022). Superfood. in: oed.com. Online unter: <https://www.oed.com/view/Entry/194186?redirectedFrom=superfood#eid69476470> (letzter Zugriff: 05.12.2023).
- Schweiger, Franziska/Haas, Rainer (2020): Die Nahrung der Optimisten. Eine Konsumverhaltensstudie zu Superfoods und Nahrungsergänzungsmitteln, Wiesbaden: Springer VS.
- Beitrag, in dem das Körperverhältnis und -empfinden der Spieler:innen zu ihrem eigenen Avatar im Fokus steht. Gegenstand der Erörterung ist, wie der Körper des Avatars und der Körper der Spieler:innen aufeinander Einfluss nehmen und mit welcher Vorstellung sich ihr Verhältnis beschreiben lässt. Demzufolge wurden drei Fragestellungen entworfen, die als Haupthypothesen die Grundstruktur dieses Beitrags bilden: Ist der Avatar als eine Erweiterung des Spieler:innen-Körpers zu begreifen? Ist er ein zweiter, anderer Körper der Spieler:innen? Oder ist er als eigenständiger Körper aufzufassen, der mit dem Körper der spielenden Person interagiert und mit ihm in Wechselwirkung tritt?
- Kontextualisiert wird diese Auseinandersetzung mit Praxisbeispielen aus Adventure-Games in Form von selbstbeobachteten Spieler:innenfahrten mit Fokus auf expliziten Erfahrungsmomenten und punktuell auftretenden Körperwahrnehmungen. Ausgewählt wurden hierfür die Spiele *Life is Strange* (2015; kurz: *LiS*) und *What Remains of Edith Finch* (2017; kurz: *WRoEF*), insbesondere im Hinblick auf den prägnanten Fokus beider Spiele auf die Narration und ihre Charaktere und die damit anzunehmende Intensivierung der Avatar-Spieler:innen-Bindung. Ihre zentrale Differenz liegt in der Wahl der Perspektive: So konstruiert *LiS* seinen Avatar in Third-Person-, *WRoEF* in First-Person-Perspektive, was sich auf die körperlichen Relationen zwischen spielendem und gespielter Körper auswirkt. Im Sinne der Forschungstransparenz und der → Situierung meiner Perspektive muss angemerkt werden, dass die Selbstbeobachtung als subjektive Methode einen Effekt auf die Analyse und Interpretation des Materials hat. Insbesondere vor dem Hintergrund der Komplexität indivi-

Bodies, playing

Ronja Weidemann

In Videospielen spielen Körper und Körper werden gespielt. In dem Verhältnis zwischen Spieler:innen und Avatar kommt es nicht nur zu einer imaginativen, sondern auch körperlichen Verbindung. Aus der Beobachtung dieser wechselseitigen körperlichen Relationen resultiert dieser