

9. Fette Helden

»Ju-huhu« jauchzt es aus dem Versammlungsraum und ich denke: »Hier bin ich richtig.« Ich habe meine Schuhe ausgezogen und die Frau hinter dem Beratungstresen schaut mich milde an. »Es kann sein, dass Sie keine Resultate erhalten werden, wenn sie nicht alle Punkte verbraucht haben in dieser Woche.« Es hilft nichts, ich gehe einen kleinen Schritt vor und trete auf das Gerät. Und schiele auf den seitlich stehenden Monitor. Erleichterung. »8,5 Pfund, in der ersten Woche«, ihr Gesicht hellt sich kurzfristig auf und erlischt dann wieder. »Herzlichen Glückwunsch! Das wird aber nicht jede Woche so sein.« Vorsicht scheint ihr wichtig, so als erwarte sie, mich mit überzwercher Hybris reagieren zu sehen: »Sagen Sie das Molly auf jeden Fall.«

Nachdem ich mir zwei Packungen Süßigkeiten gekauft – jeder Riegel mit nur zwei Punkten – und mir die Schuhe wieder angezogen habe, mache ich mich auf in den Versammlungssaal.

Etwa 60 Anwesende kann ich ausmachen, darunter vielleicht vier Männer, die gebannt auf die Leiterin, schauen. »Molly – lost 73 Pounds in 2001«, steht stolz auf ihrem Namensschild, das ich schon registriert hatte, als ich mich in die Warteschlange zum Wiegen einreichte und sie mir ein aufklebbares Namensschild aus Papier reichte. In diesem Moment hatte ich kurz gescheut, wirklich an der Sitzung teilzunehmen. Derlei Einvernahme behagt mir gar nicht – und in Gold würde das Übergewicht ja wohl nicht aufgewogen. Eifrig ist Molly, die entfernt an eine üppige Liza Minelli erinnert, mit den Wartenden im Gespräch, berät hier einen Neuling, wie er den Anmeldebogen auszufüllen habe und begrüßt dort ein bekanntes Gesicht. Sie muss die 73 Pfund seit 2001 wieder auf die Hüften geschaufelt haben.

Fette Versuchung

97 Millionen Amerikaner sind zu dick. »Einer neuen Studie zufolge ist die Fettsucht in den USA auf dem besten Weg, mit über 400.000 Opfern jährlich zur Nummer eins unter den vermeidbaren Todesursachen zu werden.« (Der Spiegel 2004) Und besonders Texas ist bekannt für die Fülligkeit seiner Bewohner – das nahe Houston galt bis vor kurzem als Hauptstadt der Fettleibigkeit¹ und unter den zehn fettesten Städten der USA befinden sich fünf aus Texas.² Ich aber war hier nicht in Houston, sondern in Austin, Hauptstadt von Texas und Hauptstadt der Makrobioten und Spinatessen. Man rühmt sich, anders als der Rest des Staates zu sein, ist stolz auf das sportliche Treiben der Bewohner im Grüngürtel rund um den Town Lake, und auf Wholefoods, einen glamourösen Supermarkttempel der biologischen Ernährung, der in Austin seinen Ursprung hat. Nirgends habe ich in den USA besser gegessen als in Austiner Restaurants, nicht in San Francisco und auch nicht in New York. Allerdings beziehe ich ein professorales Gehalt und bin nicht darauf angewiesen, in einer Billiglohn-Food-Kette hinter der Fritteuse zu schwitzen oder mich davor für ein fettiges Mahl anzustellen.

Das Essen in den normalen texanischen Restaurants, also den Ketten, ist jedoch recht einheitlich. Überall wird dieselbe Mischung aus Sandwichs, Burger, Tacos, Nachos, Enchiladas und Barbecue angeboten. Nicht davon zu sprechen, dass es landesweit nur dieselben drei Sorten Käse (Monterrey Jack, Cheddar, Swiss) und vier Variationen von Salatdressing (Italian, French, Blue Cheese und Thousand Islands) zu geben scheint.

Auch in den Supermärkten ist die De-facto-Auswahl von Lebensmitteln trotz der Überfülle an Waren, die den europäischen Besucher zuerst an märchenhaft-bunte Üppigkeit erinnern, aufs Minimalste begrenzt. Häufig unterscheidet sich die Vielfalt der Produkte nur durch ihre Form oder durch die Art der Verpackung, nicht aber durch unterschiedlichen Geschmack. Das ist etwa bei Wurst, Käse und Äpfeln der Fall. Bei anderen Produkten

-
- 1 Das Men's Fitness Magazine meldet, dass Houston 2003 von Detroit überholt wurde (Lozano 2004).
 - 2 Ebd.: Houston (2), Dallas (3), San Antonio (4), Fort Worth (6) und Arlington (8).

entzieht man entweder einen Bestandteil (üblicherweise Fett, Cholesterol, oder alles, was einen Nährwert ausmacht) oder man fügt etwas hinzu (etwa ein Vitamin, Kalzium, Mineral o. Ä.). So gibt es etwa bei Orangensaft zwar unzählige Sorten, aber es gibt keinen einzigen richtigen Orangensaft, sondern bloß mit oder ohne Fruchtfleisch, Kalzium, Magnesium, Vitamin E, Säure usw.



Abb. 19: Der Autor, kurz bevor er seinen Widerstand gegen mexikanische Versuchungen aufgibt (San Antonio)

Tatsächlich gibt es also im Prinzip ein sowjetisch-begrenztes Warenangebot, das einem nur deshalb so vielfältig vorkommt, weil es jedes Nahrungsmittel mit oder ohne verschiedene Farben und Zusätze gibt.

Die Analogie zum Ostblock mit der Masse der HO-Kunden einerseits und den glücklichen Wenigen andererseits, denen im Intershop ein vielfältiges Warenangebot zur Verfügung stand, ist nahe liegend. Denn dass Freiheit nicht darin besteht, zwischen unterschiedlichen Geschmacksausprägungen oder Qualitätsstufen auszuwählen, ist auch ein Merkmal für die Masse der texanischen Normalverbraucher, die es sich nicht leisten kann, in den viel elaborierter sortierten Austiner ökologischen Supermärkten wie Wholefoods oder Freshplus einzukaufen.

Auch in diesen Sondergeschäften scheint man jedoch dem Versprechen auf gesunde Nahrung nicht recht zu trauen, stehen doch

häufig noch im Eingangsbereich kilometerlange Regalreihen voller Medikamente – oder besser: Zusätze – zum richtigen Essen, also ganze Batterien mit Vitaminen, Ölen, Mineralstoffen, Zinn und Zink, Allergiepräparaten etc.

Hier wird eine zentrale Wirkungsweise des Kapitalismus amerikanischer Spielart sichtbar. Dieser verfährt nach dem Motto *decompose/recompose*: Erst werden den Produkten ihre charakteristischen Merkmale entzogen, um sie dann wieder künstlich hinzu zu fügen – und so doppelt daran zu verdienen. Wie beim Wein, der in Amerika mit einer Schleuderkegelkolonne in seine Bestandteile zerlegt und dann – je nach Geschmack, Alkoholgehalt und Aroma – ganz neu zusammengesetzt werden darf (Kärst 2005). Ein Kollege erklärt mir;

»Sie verdienen mindestens doppelt: Erst verkaufen sie Essen, das ungesund ist und fett macht; dann redet man den Leuten ein Minderwertigkeitsgefühl ein, weil sie zu fett seien, um ihnen dann Psychiater, Diäten und extrateure Lebensmittel und Zusatzstoffe zu verkaufen, die aber auch nicht gesund machen. Das ganze Geheimnis des Kapitalismus liegt darin begründet, dass man den Leuten Angst und ein schlechtes Gefühl macht, damit sie alles dafür ausgeben, um dieses wieder zu beseitigen.«

Eine zweite Ursache für die massenhafte Verfettung liegt in der Größe der Portionen begründet, die einem in Restaurants auf den Teller gelegt und im Supermarkt feilgeboten werden. Hier sei an den populären Slogan zur Beschreibung der texanischen Lebensart erinnert: »Everything is bigger in Texas.« Was die Nahrung betrifft, so ist dieser Spruch alles Andere als übertrieben. In Fast-Food-Ketten werden einem Supersize-Portionen nahegelegt, sein Sodageränk kann man häufig unentgeltlich nachfüllen und in den Märkten lachen einen keine 1-Liter-Milchkartons an, sondern Gallonen (das sind 3,78 Liter).

Drittens, und das wird einem Europäer sofort über den Geschmackssinn offenbar, der Einfluss der Zuckerindustrie. Denn am nachhaltigsten prägt sich die Süße ein, die amerikanische Lebensmittel – und beileibe nicht nur die eigentlichen Süßwaren – durchwirkt. Wie ein betäubender Film legt sie sich gleichförmig über Zunge und Gaumen und die Kehle hinunter. Solange von einer Speise, egal ob Braten, Pizza oder Nudelaufwurf, gesagt werden kann, sie sei süß, solange gilt sie als gut. Es wird ja gesagt,

dass Zucker abhängig mache, da sein Konsum gute Laune hervorrufe, aber durch den schnellen Abbau des Blutzuckers nach immer mehr Zucker verlange. Kein Wunder, dass die amerikanische Zuckerindustrie fordert, den Zuckerwert in Lebensmitteln – entgegen den Empfehlungen der WHO von 10 auf 25 Prozent anzuheben (Burger 2004).

Daneben ist der Umgang mit Lebensmitteln eine notwendige, aber zeitraubende Last geworden, die man nebenbei und individuell verrichtet. Das betrifft sowohl die Zubereitung als auch die Essgewohnheiten. Die Fertigkeit des Kochens scheint nicht sehr populär zu sein, darauf verweist schon die texanische Terminologie – von »cook’n« spricht jedenfalls kaum jemand, sondern von »fix’n a meal« oder »fix’n *some* food«, was soviel bedeutet wie »zusammenrühren« oder »fertig stellen.« Die Zubereitung ist etwas, was man möglichst schnell hinter sich bringen muss. Entweder, weil man bereits fertig zubereitete Speisen kauft oder Fertigprodukte, die nur noch kurz in der Mikrowelle aufbereitet werden müssen. Verfolgt man ganz aufmerksam amerikanische Kochsendungen, dann drängt sich der Eindruck auf, dass die Nahrungsmittel in erster Linie irgendwie bewältigt werden müssen. Und zwar ohne Körperkontakt, denn selten nur sieht man einen Koch, der die Nahrungsmittel mit den bloßen Händen berührt oder gar bearbeitet. Entweder es werden Küchenhandschuhe getragen oder die einzelnen Zubereitungssequenzen sind so gefilmt, dass zwischen Mensch und Nahrung ein Werkzeug vermittelt. Gesalzen, geklopft, gewalkt und in die Pfanne oder den Herd gegeben wird nicht mit den bloßen Händen.

Und noch etwas Anderes trägt zur Verfettung bei: Computer und Fernsehen verdrängen das Spielen an der frischen Luft, Fertigmahlzeiten und Junk-Food die vitaminreiche Kost. Das macht auch Austin dann doch wieder sehr amerikanisch. Meiner Vermieterin Camille gegenüber beklagte ich, dass man hier nicht zum Gehen kommt, denn in den meisten Wohnvierteln gibt es keine Gehwege, die Geschäfte liegen in ausgewiesenen Zonen und lassen sich nur mit dem Wagen erreichen und draußen ist es zumeist so heiß und schwül, dass es ohne Klimaanlage – und ohne Auto – auch nicht geht. Camille protestierte, man könne doch sehr wohl gehen (»to walk«), womit sie aber das hypertrophe Powerwalken meinte, dass die Gattinnen der üppig Besoldeten in der Vorstadt praktizieren. Aber einfach nur gehen, von A nach B und rüber

zum Bäcker und dann wieder nachhause – Camille fand das eine äußerst absonderliche Vorstellung: man »geht« doch nicht einfach nur so! Abgesehen davon gibt es in Suburbia gar keine Bäcker.³

Die Last mit der Last

Vor einer Woche hatte ich es schon im jüdischen Gemeindezentrum, einer der anderen fünf Austiner Örtlichkeiten, wo sich Weightwatchers treffen, versucht. Ich kannte das Gemeindezentrum aber bereits aus Zusammenhängen, die die Gedanken an das Abnehmen nicht gerade beförderten: vor kurzem hatte man mich dort nämlich zur Feier des Purimfestes eingeladen, wo man – so schien es mir – vor allem tüchtig und fett zu speisen hatte. Da mutete es bizarr und seltsam an, kurz darauf an derselben Stelle einem Loblied auf die Segungen der Entsagung zu lauschen.

So sitze ich nun also in diesem Weight-Watcher-Zentrum im Gewerbegebiet zwischen den Highways und neben einer freundlich lächelnden beleibten Schwarzen und beobachte. Der ethnologische Bluthundinstinkt hat von mir Besitz ergriffen, ja mich angefallen: Hier findet etwas statt, über das man vielleicht die amerikanische Kultur aufschlüsseln könnte, etwas Zentrales, schließlich geht es um Körper, Kontrolle, Gemeinschaft und Konformität.

Molly hat die Menge mit routinierter Überdrehtheit im Griff. »Wer verdient noch eine Auszeichnung?«, fragt sie eifrig, und wie in Bekenntnisritualen, die man aus protestantischen Sekten kennt, reckt sich die eine und die andere Hand in die Höhe. Molly scheint gute Augen zu haben, sie redet die sich Meldenden mit dem Vornamen an: »Hanna, wie viel hast Du verloren?« »Ich habe in der letzten Woche dreieinhalb Pfund verloren.« »Juhuhuuuu«, anfeuernder und feiernder Applaus aus der Menge und juchzende Rufe – das sogenannte *cheering*, allen voran Molly selbst. »Das ist prima, Hanna. Was hat Dir denn beim Abnehmen am besten gefallen?« »Dass ich nicht zu Naschsachen gegriffen habe.« Wieder

3 Im Übrigen, und dieser Einschub sei erlaubt, könnte sich mit dem Nicht-Gehen der Amerikaner einer der häufigen Topoi des amerikanischen Films erklären: dass Frauen nach einem längeren Spatziergang die Absätze abgehen. Schuhe sind hier vielleicht wirklich eher als Beinkleidung konzipiert denn als Laufwerkzeug.

euphorisches Klatschen und Mollys Jubilieren. »Wer verdient noch eine Auszeichnung? ... Ja, Nora?« »Ich habe fünfeinhalb Kilo abgenommen!« Der Lautstärkepegel wächst, Mollys Jubilieren wird von glückseligen Handreichungen begleitet – ein roter Streifen wird Nora ausgehändigt und alle klatschen noch einmal und jubeln mit. Ich bin fasziniert. Meine Nachbarin meint, der rote Streifen sei die Auszeichnung. »Nora, was hat Dir denn am besten gefallen?« »Dass ich eigentlich alles essen konnte ... solange ich meine Punkte aufschrieb und kontrollierte.« Begeisterndes Klatschen quittiert dieses Bekenntnis. Der Bluthund in mir leckt mehr Blut: teilnehmen, nicht nur beobachten. Ein Quäntchen Boshaftigkeit ist dabei, als ich mich dazu entschieße, meine Hand in die Höhe zu heben. »Ja, Dieter?« Sie spricht sogar meinen Namen richtig aus. »Ich habe achteinhalb Pfund abgenommen in der ersten Woche.« Molly kann sich nicht mehr halten vor Begeisterung und die Fetten im Raum klatschen noch frenetischer als zuvor – einige ungläubige »Ooohs« werden vernehmbar. »Und was hat Dir denn dabei geholfen?« Gespielt geziert antworte ich:

»Nun, wenn ich die Wahrheit sagen soll, dann hatte ich wohl Schwierigkeiten, alle meine Punkte aufzubrauchen. Und die Extrapunkte, die ich mir fürs Wochenende und den Traum von einem großen fetten Steak aufgespart hatte, konnte ich aus einem unerwarteten Grund gar nicht abessen.«

Nervös bemühtes Lachen unter den Zuhörern. Ich hatte absichtlich die »Schwierigkeit« betont, die Punkte nicht zu erreichen, weil ich annahm, dass es den meisten schwerfällt, das Limit der Punkte nicht zu überschreiten. Und ich wollte sehen, wie man darauf reagiert, zumal herrschende Doktrin bei den Weight Watchers ja die Überzeugung ist, dass man nicht abnimmt, wenn man seine Punkte nicht ausschöpft. Aber keine Irritation, alle bejubeln und beklatschen mich, und Molly, die keine Auszeichnung mehr zur Hand hat, huscht in den Nebenraum, um einen neuen roten Streifen zu holen. Ich nehme ihn stolz entgegen und alles klatscht. Es ist ein roter Pappstreifen, auf dem steht: »I lost 5 Pounds.« Entweder gibt es überhaupt keine mit achteinhalb Pfund oder sie waren ausgegangen.

Ich fühle mich wie in einer Mischung aus einem protestantischen Bekenntertreffen und einer Kreisch-Show auf RTL – wobei es

freilich nicht ordinär und hämisch, sondern unterstützend, wohlwollend und teilend zugeht. *Supporting*, *Helping* und *Sharing* sind dann auch die Schlüsselbegriffe in dem folgenden Zwiegespräch, das Molly mit dem Publikum führt. Die Geschichte von Pinocchio wird bemüht. Sie verweist auf die kindliche Filzzeichnung des langnasigen Kerlchens, das irgendjemand, wahrscheinlich Molly selbst, auf einen Bogen Papier gekritzelt hat. Was sei denn das Ziel gewesen, das Pinocchio erreichen wollte? »Ein Junge werden!«, erschallt es aus dressierten Mündern.

»Und was musste Pinocchio tun, um das zu erreichen?« »Verschiedene Hindernisse überwinden!!!« – wieder eine vielstimmige Antwort. »Und was hat ihn abgehalten davon?« Diesmal eher zögerliche Zurufe: »Er wurde zum Esel.« »Er wurde von einem Wal verschluckt.« »Ja, er musste Hindernisse überwinden ... Was hat ihn denn von seinem Weg, ein Junge zu werden, abgebracht? Wodurch wurde dies sabotiert?« Molly wandert inquisitorisch die Reihen ab. »Er hat die Regeln nicht eingehalten!« »Er hat gemacht, was ihm Spaß machte!« »Er geriet in schlechte Gesellschaft.« Die Fetten scheinen ihren Disney wohl gelesen zu haben. »Jawohl, er wurde sabotiert und von seinem Ziel abgebracht. Was ist denn unser Ziel?« »Pfunde verlieren!«, dröhnt es wie aus einem Mund. »Und für wen wollen wir abnehmen?« Wie vom Pavlov'schen Hund gelernt erschallt ein: »Für uns!« »Richtig; nicht für unseren Partner, nicht für andere, sondern in erster Linie für uns. Wir haben es in der Hand. Es kommt keine Fee wie bei Pinocchio, wir selbst müssen das machen. Aber das ist nicht immer einfach. Wodurch wird unser Ziel denn sabotiert? ... Ja, Robert?«

Nun wird es wieder persönlich: »Wenn man beim Einkaufen vor einem Regal steht und man steht vor all diesen leckeren Sachen.« »Jawohl, das ist schwierig ... und was denn noch?« Eine ältere Schwarze wirft mit breitem texanischen Akzent ein: »Auf Arbeit, da wird immer der eine oder andere Geburtstag gefeiert. Und dann bringen sie Donuts mit und Kekse. Und dann muss man ablehnen.« »Ja, ablehnen ist sehr schwer ... und wo noch?« »Mein Ehemann, der sagt, ich soll mich nicht so anstellen und wenn man mit einem Partner zusammenlebt, der einen nicht versteht, ist das schwierig.« Nun sind den Einfällen keine Grenzen mehr gesetzt, sind Tür und Tor geöffnet. »Und Freunde, die einem sagen, man solle doch nur einmal probieren«, wirft Eine frustriert ein. »Und die meinen es doch gut!« »Und wenn mein Mann sagt, dass ich attrak-

tiv sei und das gar nicht nötig hätte« ... »Und bei Geburtstagen, wenn alle sagen: ›Es ist doch nur einmal‹«, jammert eine Andere. »Und bei Verabredungen [dates], denn da geht es doch darum, dass man sich von seiner besten Seite zeigt und der Mann will einem etwas bieten. Und dann muss man sagen: ›Ich nehme lieber ein Wasser‹. Was der dann wohl von einem denkt! Dates sind doch immer mit Einladungen zu gutem Essen verbunden.«

»Dates«, kräht Molly, »die Probleme möchte ich haben!« Sie gurrte augenzwinkernd und garniert ihren Einwurf mit maschinellem Lachen. Die Fetten lachen mit. »Ganz schwierig ist es, wenn wir meine Schwiegermutter in Houston besuchen. Die gibt uns immer ein Fresspaket mit nachhause, und ich kann da nicht nein sagen ... aber kaum sind wir aus der Stadt raus, werfen wir es aus dem Fenster.« »Gut gemacht«, jubelt Molly anerkennend. »So brüskiert man die Schwiegermutter nicht und beweist trotzdem Stärke!« Alles jubelt ob der aus dem Fenster geworfenen Fleischpasteten und Kuchen einer fürsorglichen und nichts ahnenden Houstoner Schwiegermutter. Molly greift in eine Schachtel und reicht der mutigen Essensvernichterin eine andere Anerkennung – einen Anstecker. »Ja«, ereifert sich eine Andere, »das ist prima, aber anstatt es einfach aus dem Fenster zu schmeißen, warum nicht einem der vielen Armen geben, die mit ihren Schildern auf dem Mittelstreifen betteln?« »Jaaaa«, erschallt es aus einer Kehle und Molly sekundiert, dass es »davon« ja viele gebe. ›Tu Gutes und nimm ab dabei‹, geht es mir durch den Kopf.

»Saboteure«, schnappt Molly und hebt inquisitorisch den Zeigefinger, »Saboteure [ja, sie benutzt tatsächlich diesen Begriff] können überall sein: in der Firma, zuhause, in der Beziehung, in der Familie, bei Freunden. Jeder kann ein Saboteur sein«, mahnt sie und ich denke an Barry Glassners Buch *The Culture of Fear* (1999), indem er die Produktion von Angst als zentrales Motiv der amerikanischen Gesellschaft freilegt. Angst, oder zumindest Misstrauen in das vermeintlich Vertraute, Harmlose, Freundliche und Freundschaftliche: die nette Babysitterin, die den Ehemann verführt und Kinder schlitzt; die liebenswerten alten Damen im Nachbarhaus, die im Keller den Panamakanal graben lassen. Wie gut, dass wir uns haben, die Gemeinschaft der Wohlmeinenden und Gleichgesinnten. Ich bin hoch erfreut über den Ablauf des Treffens und das ethnographische Material, das hier nur geerntet werden muss.

Nach dieser Tour de Force durch die Unbillen des vermeintlich Vertrauten bietet Molly eine Heilung der Wunden an, die da geschlagen wurden: »Wie ist denn Pinocchio letztendlich doch noch zum Jungen geworden?« Diesmal keine Antwort, eher Sprachlosigkeit- vielleicht hatte man Disney doch nicht ganz gelesen, denn sie gibt die Antwort selbst: »Das Wichtigste ist es, wie Pinocchio zu wissen, was man will und dies mit den Anderen zu Teilen [to share]. Zu sagen: ›Nein danke, ich möchte ablehnen‹, oder ›Ich darf das nicht‹.« Eine Widerspenstige meldet sich:

»Aber man darf nicht sagen. ›Ich will ablehnen, damit ich mich gut fühle‹, oder ›damit ich wieder attraktiv bin‹, denn dann können sie mit einem argumentieren und einem eine Meinung entgegenhalten: ›Du bist doch gar nicht so dick‹ oder ›Du bist doch auch so schön‹. Ich sage immer: ›Weil es meine Gesundheit nicht erlaubt.‹ Darauf traut sich keiner etwas zu entgegenen.«

»Bravo«, Molly hüpfte zu ihrer Schachtel und verteilt wieder einen dieser Gegenstände, die ich nicht erkennen kann. »Das ist eine sehr gute Antwort: ›Weil es die Gesundheit nicht erlaubt.‹ Da gibt es dann kein Gerede mehr darum, kein Zerreden der Gründe – Gesundheit als Argument hilft immer!« Alles klatscht und jubelt. Man scheint ein Totschlagargument gefunden zu haben, der magische Verweis auf das Schlüsselwort: Gesundheit!



Abb. 20: Saboteure allenthalben: fettig leckere Verlockung am Rodeostadion (Austin)

War ich in einem perfiden Gottesdienst gelandet? Wenn ich meine deutsche Weight-Watchers-Erfahrungen mit den amerikanischen vergleiche, könnte man das meinen: Geht es in Berlin eher um den Nährwert von Lebensmitteln und deren Zubereitung, so wird in Austin über Lebensmittel eigentlich nie geredet, sondern über Motivation, Psychologie und die Bedeutung von Gruppen. Jedenfalls stellt Molly in der Interaktion mit dem Publikum eine Gemeinschaft her, die auf *Supporting*, *Helping* und *Sharing* basiert. Wir sind alle gleich, wir teilen dieselben Probleme (wir sind fett), wir helfen und unterstützen uns gegenseitig. Dabei benutzt sie eine Körpersprache aus routinierter und mechanischer Zuwendung: eilfertiges und überdrehtes Reden, Augenkontakt mit Einzelnen, gefrorenes Lächeln wenn immer sie spricht oder schweigt, und eingegrenztes mechanisches Lachen, oder vielmehr Keckern, ein meckerndes Gurren, mit dem Sie alles kommentiert, was jemand sagt und nur im Entferntesten *fun* sein könnte. Ja, die Inszenierung von energetischem *fun* drängt aus jeder Pore. Wird so nicht auf Manager-Motivationstrainings exerziert? Tschakkka!

In der Auseinandersetzung um die Fettleibigkeit zeigen sich die Grundlinien von amerikanischer Gesellschaftsauffassung. Das Center for Science in the Public Interest (SCPI) lässt verlautbaren, dass die Regierung »Fast Food aus Schulen verbannen und eine Kalorien-Kennzeichnung gesetzlich vorschreiben« müsse. Auf der anderen Seite sehen Politiker wie der damalige Fraktionsvorsitzende der republikanischen Partei, Tom DeLay, den Einzelnen in der Verantwortung: »Wenn du zu viel isst und deshalb krank wirst, ist das dein Problem«, meinte der Politiker, »und nicht das des Restaurants.« »Ausgerechnet am Tag der Veröffentlichung des CDC-Berichts berieten mehrere Abgeordnete ein Gesetz, dass es Dicken künftig unmöglich machen soll, gegen Fast-Food-Ketten vor Gericht zu ziehen.« (Der Spiegel 2004)

Mollys Botschaft erinnert an »all die Zeremonienmeister der Bootcamps, Networking-Events und Forty-Plus-Clubs«, die in Barbara Ehrenreichs Buch *Qualifiziert und arbeitslos* (2006) die Arbeitslosen so lange mit einer Mischung aus Küchenpsychologie, New-Age-Geschwalle, trunkenem Willenstriumphalismus und hemdsärmeliger Machbarkeitsideologie traktieren, bis sie sich selbst als das Problem erkennen. Die zentrale Botschaft, die die sich als arbeitslos ausgebende Ehrenreich bei Ihren Wallraff'schen Recherchen im amerikanischen Bewerbungsdschungel erhält, ist

die Erkenntnis, dass jeder *alleine* die Ursache aller Umstände in seinem Leben ist. Derlei Sozialdarwinismus unterliegt auch Mollys Botschaft – allerdings mit einem entscheidenden Unterschied: In Mollys Gottesdienst unterstützen Gleichartige und gleichermaßen Selbstverantwortliche den Einzelnen in seiner Verselbstgewissung. Der Weight-Watchers-Diskurs kennt nur zwei Dinge: den Einzelnen in seinem heldenhaften Kampf gegen das Fett sowie die Unterstützung einer Gemeinschaft von Gleichen, von Betroffenen, von Gleichgesinnten. Wer hat das Schicksal in der Hand, und wer betreibt Sabotage? Der Einzelne, das Individuum! Die Gesellschaft als Ganzes oder strukturelle Bedingungen existieren nicht, keine Politik und auch keine wirtschaftlichen Interessen. Es gibt keine Lebensmittelindustrie, die die Waren mit Zucker anreichert, damit der Appetit wächst; es gibt keine wirtschaftlichen Interessen, die dahinter stehen, dass Leute dick werden; es gibt natürlich auch keine politischen Interessen, die es gern sehen, dass Menschen all ihre Energie auf ein anscheinend individuelles Leiden konzentrieren und damit beschäftigt sind – und sich dadurch mit nichts Anderem beschäftigen (etwa ihren politischen und ökonomischen Interessen). Da passt es ganz gut, dass im Weight-Watchers-Buch *Dining Out* sämtliche Fast-Food-Ketten aufgelistet sind und sich jemand die Mühe gemacht hat, jedes Produkt von McDonalds, Burger King, Dennys, Wendys, IHOP und wie die Ketten alle heißen, mit Punkten zu versehen. Dass diese Geschäfte aufgelistet werden, sagt viel über das amerikanische Verständnis von Gesundheit, Nahrungsmitteln und Markenhörigkeit, aber auch über die Not der Armen, die sich hier relativ preiswert sättigen können.

Dass Fettleibigkeit personalisiert und ent-gesellschaftlicht wird, ist typisch für das heutige Texas und Amerika als Ganzes, denn dort kennt – und konstruiert – man keine Gesellschaft mehr, keine Machtverhältnisse und keine Zuckerindustrie, ja, ihre Existenz und ihre Wirkmacht wird durch vielsagendes Beschweigen negiert. Du hast es in der Hand, Du, einzelner Held. Denn ein zentrales Motiv der amerikanischen Kultur ist das des Helden. Man muss etwas bezwingen, sei es in der Siedlungszeit die feindliche Natur, böses Viehzeug oder gefährliche Indianer – und in erster Linie die Ambivalenz in sich selbst. Heute ist der Appell an das Heldentum inflationär veralltägtlicht und fester Bestandteil des Diskurses im öffentlichen Raum: Die Supermarkt-Kette HEB wirbt mit dem Slogan »Buy HEB, go home as a hero«, Werbe-

schilder der Privatwirtschaft und der Armee an den Highways benutzen den Topos und wenn es heldisch wird im Film liefert eine traurig-solemn Militärtrompete die Untermalung – sicherlich haben Sie die schon einmal bemerkt. Heute ist jeder Feuerwehrmann automatisch ein Held, nur weil er diesen Beruf ausübt – früher dagegen war Feuerwehrmann nur ein Beruf und ein Held war man nur dann, wenn man etwas Besonderes geleistet hat, etwas Herausragendes.

Die Freiheit der Wahl ist ein Auftrag und Kernbestand amerikanischer und insbesondere texanischer Identifikation. Amerikaner sind das, was sie wählen, wie der Ethnologe Bill Beeman (1986: 59) es formuliert:

»[T]hrough exercise of original choice, people not only demonstrate their uniqueness, they also recognize and actualize their integration with others. They do this by making, acknowledging, and perpetuating social ties based solely on the affinity that arises through making the same choice.«

Dabei ist das populäre amerikanische Verständnis von kultureller Identität (Kuper 1999: 238) auf doppelte Weise essentialistisch:

»Man besitzt eine wesenhafte Identität, und diese leitet sich vom wesenhaften Charakter der Gemeinschaft ab, zu der man gehört. Die Mitgliedschaft in einer Gruppe mag nur durch einen langen Prozess der Selbstbefragung hergestellt werden, aber man kann seiner Identität nicht entkommen. Sie ist durch etwas festgelegt, das mehr ist als nur wesenhaft: nämlich durch die eigene Natur.«

Man wählt, was man im Wesenskern bereits ist; dieser Wesenskern muss entdeckt, enthüllt, in einem Bekenntnis bezeugt und geteilt werden.

Vielleicht ist die Zunahme der Heldentrunkenheit in der amerikanischen Gesellschaft nicht nur jenem Auftrag an den Einzelnen geschuldet, dass er sein Geschick selbst meistern soll, sondern vor allem der Tatsache, dass er als Konsument und als Bürger ständig mehr und mehr Entscheidungen treffen muss. Im sozialen Bereich wählen sie zumeist die Zugehörigkeit zu einer Gruppe Gleichartiger. Individualismus und Konformität sind im amerikanischen Kontext also keine Widersprüche – sie existieren auch

nicht nur gleichzeitig und nebeneinander, sondern sie bestärken sich gegenseitig.

Daher ist der Besuch bei den Weight Watchers erhellend für die allgemeine Beziehung, in der in den USA Körper, Individuum und Gemeinschaft stehen: Die Kräfte des Einzelnen werden beschworen und inszeniert, hervorgehoben und provoziert, der Einzelne als Grundeinheit des Gemeinschaftlichen wird einer Reaffirmation unterworfen, also erneut ins Recht gesetzt, indem die Existenz einer Verantwortung, die außerhalb der Gemeinschaft und seiner selbst liegt – also etwa im Bereich der Gesellschaft – in Abrede gestellt wird. Der Einzelne kann nicht nur handeln, er muss, und er *muss* zum Helden werden, durch den Erfolg auf der Wage und der Objektifikation durch rote Pappstreifen und Anstecknadeln – unterstützt von einer frei gewählten Gemeinschaft Gleichgesinnter, der man seine Konformität versichert. Dissidenz und Widerspruch sind nicht präsent. Insofern sind die Kämpfer gegen das Fett typisch amerikanisch, weil sie Helden sind.