

bung und -analyse unterteilt werden können, und drittens wurden Expert*inneninterviews durchgeführt. Mit den jeweiligen Erhebungen sind bestimmte primäre Erhebungsziele verbunden, die in verschiedener Weise auf Wissenspraxen, Materialisierungen und Vergeschlechtlichungen gerichtet sind. Auf das Wissen und die symbolische Ordnung gerichtet, können primär die Interviews mit Expert*innen und Konsument*innen betrachtet werden. Auf die Materialisierungen zielten teilnehmende Beobachtungen bei Ernährungsmessen. Kochbücher und Felddokumente können direkt an der Schnittstelle von Wissen und Materialisierungen angesiedelt werden. Geschlecht ist als zentrale Analysekategorie quer zu den anderen beiden zu betrachten und wird an jeder Stelle als Analysekategorie eingesetzt. Das bedeutet nicht, dass an jeder Stelle intensiv nach Vergeschlechtlichungen gesucht wird, sondern stets darauf geachtet wurde, wo Geschlecht als Kategorie im Material relevant gemacht wird. Die jeweiligen Erhebungsmethoden sind in der empirischen Forschung für die Untersuchung der jeweiligen Ausgangsdimensionen bewährt und werden daher hier in der beschriebenen Kombination eingesetzt, um so die Relationen zwischen den Dimensionen in der jeweiligen Ergänzung sichtbar machen zu können. Keine der Erhebungsmethoden kann aber auf eine der Dimensionen reduziert werden, da die jeweiligen Entitäten als wechselseitig zueinander hervorgebracht verstanden werden. Im Folgenden werden nun die einzelnen Erhebungs- und Auswertungsschritte *en détail* dargestellt.

4.2 Erhebungsverfahren

Eine sorgfältige Reflexion und theoretische Begründung der Erhebungsmethoden (ebenso wie der dann folgend dargestellten Auswertungsverfahren) ist als zweite Säule des Prinzips der Befremdung, wie es oben mit Bezug auf Amann und Hirschauer (1997) dargestellt wurde, ein wesentliches Fundament für den Forschungsprozess. In der Erhebung kommen verschiedene Methoden zum Einsatz, die hier dargestellt und begründet werden. Ich werde die Erhebungsmethoden einzeln darstellen, aber die Auswertung anschließend zusammenfassend beschreiben, da alle Datentypen gemeinsam analysiert wurden. Zunächst stelle ich den explorativen Zugang der Kochbuchanalyse vor, danach folgen die beiden Hauptuntersuchungsstränge der fokussierten Ethnografien und der Expert*inneninterviews.

4.2.1 Analyse von Kochbüchern

Kochbücher können als ein Zugang zum Wissen über Ernährung im Allgemeinen und die Lebensmittel und deren Beschaffenheit im Besonderen angesehen werden, denn sie stellen ein vielschichtiges Wissen über Lebensmittel für Konsument*innen bereit:

In Kochbüchern wird das in einer Gesellschaft gültige kulturelle Wissen darüber aufgezeichnet und tradiert, was als essbar und schmackhaft gilt, welche verdaulichen Stoffe als Nahrungsmittel angesehen werden und in welcher Kombination, welcher Bearbeitung und welcher Reihenfolge (und unter Umständen auch: zu welcher Gelegenheit) sie verzehrt werden dürfen oder müssen. (Ehlert 2008, 248)

Dieses Wissen lässt sich darüber hinaus noch weiter zuspitzen und spezifizieren, wenn die Kochbücher eine bestimmte Ausrichtung (z.B. als dezidiert veganes Kochbuch) haben und in bestimmter Weise positioniert werden. Kochbücher können für die vorliegende Analyse als ein Zugang zu Wissenssprachen in der Zubereitung und zu Materialisierungen angesehen werden. Dazu werden diese auch im Sinne von Anleitungen gelesen, wie mit den Lebensmitteln *technisch* umzugehen ist. Dem Forschungsinteresse entsprechend wurden hier zur Felderkundung verschiedene vegane Kochbücher aus alternativ-subkulturellen (Pierschel, Hermans und Kästner 2010)² und an den *mainstream* gerichteten Richtungen (Hildmann 2011; Dahlke 2014; Moschinski 2015)³ analysiert. Der Schwerpunkt der Untersuchung liegt damit in einem an ein möglichst großes Publikum gerichteten Bereich, da dieser auch der Ausrichtung der dann besuchten veganen Messen, wie im folgenden Unterabschnitt ausgeführt, entspricht (vgl. zu diesen Überlegungen auch Winter 2019). In der weiteren Analyse wurden daneben omni- bzw. karnivore Kochbücher, die sich

2 Die zitierten Kochbücher finden sich im Literaturverzeichnis in einem eigenen Abschnitt ab S. 210.

3 Das Kochbuch von Attila Hildmann wird hier aufgrund der Wichtigkeit, die es für den veganen Diskurs hatte, trotz der mittlerweile bekannt gewordenen rechtsextremen Positionen, die der Kochbuchautor öffentlich vertritt, behandelt. Von den Positionen Attila Hildmanns distanzieren mich selbstverständlich auf das Schärfste. Es ist derzeit nicht davon auszugehen, dass zwischen den hier analysierten Kochbüchern und Hildmanns rechtsextremen Positionen ein systematischer inhaltlicher Zusammenhang besteht.

dezidiert an Männer richten, als Kontrastfall einbezogen (Evans, Haddow und O'Meara 2013; Krause 2017a, 2017b).

4.2.2 Fokussierte Ethnografien bei Ernährungsmessen

Ernährungsmessen eignen sich aus mehreren Gründen für die soziologische Analyse von Ernährungskulturen. Erstens ist bei Messen eine unvergleichliche Heterogenität an Akteur*innen in großer Zahl anzutreffen. Zweitens sind die Messen auf bestimmte Weise positioniert und richten sich damit nicht an beliebige Interessent*innen, sondern an eine definierte Zielgruppe, wodurch die Praxen auf der Messe mit konkreten Ernährungspraxen verbunden sind. Sie bilden einen Schnittpunkt von Produktion, Konsumtion und Regulation. Drittens stehen bei den Messen zum Großteil die Lebensmittel im Vordergrund. Sie sind in ihrer Materialität präsent und werden gleichzeitig durch Darstellungen auf den Messeständen und in Dokumenten repräsentiert. Viertens lassen sich auf diese Lebensmittel verweisende Dokumente in Form von Werbung und Informationsmaterialien auf den Messen in großer Ergiebigkeit erheben.

Insgesamt eignen sich Ernährungsmessen sehr gut für die Analyse ernährungskultureller Wirklichkeiten, da sie von sich aus bereits extrem verdichtet und forschungspragmatisch günstig sind. Im Zentrum der Messeethnografie stehen dabei die Produkte und ihre ernährungskulturelle Einbettung, die auf der Messe zu untersuchen ist, und nicht die Praxis des Messeverkaufs und -besuchs. Es geht also nicht um die Frage, was auf der Messe passiert und was spezifisch für die soziale Praxis der Messen ist, sondern um die Frage, wie ernährungskulturelle Gegenstände (für andere Praxen, z.B. den privaten Konsum) hervorgebracht werden. Die zentrale Aufgabe der Erhebung und der Auswertung ist damit, die zugrundeliegenden Ordnungen in spezifischer Weise zu entschlüsseln. Dazu werden die Ethnografien mit weiteren Materialien verglichen und kontrastiert, um hier Aussagen über die jeweiligen Reichweiten und die Feldkonstituierung machen zu können.

Der Feldzugang zu den Messen gestaltete sich wie folgt: Für Publikumsmessen konnten Eintrittskarten entweder vor Ort oder im Vorverkauf käuflich erworben werden und ich konnte als gewöhnlicher Besucher an der Messe teilnehmen. Für Fachmessen musste dagegen entweder ein (in meinem Fall: wissenschaftliches) Interesse an der Messe bei der Anmeldung angegeben und in einem Fall (»ANUGA«) auch im Vorfeld schriftlich bestätigt werden. Bei der einzigen Kombimesse, der »VeganFach«, bei der ein eigener be-

grenzter Zeitraum nur für Fachbesucher*innen ausgewiesen war, konnte über Feldkontakte ein ›VIP‹-Zugang erreicht werden, durch den nicht nur der für Fachbesucher*innen reservierte Zeitraum zugänglich war, sondern auch eine Art ›Backstage‹-Raum für Besprechungen und Ähnliches. Das bedeutet, dass Publikumsmessen als öffentliche Orte angesehen werden können, wo entsprechend der jeweiligen Marketingstrategie eine möglichst große Anzahl an Besucher*innen angesprochen werden soll. Bei Fachmessen wird dagegen eher darauf geachtet, dass der Zugang qua Zugehörigkeit zu einer Profession, die mit dem Bereich der Lebensmittelproduktion verbunden ist, beschränkt wird.

Im Zeitraum von 2016 bis 2018 wurden von mir insgesamt zwölf Messen auf diese Weise ethnografisch besucht. Die Messen wurden ausgehend von einer Recherche, welche Messen es für den Bereich Ernährung im deutschsprachigen Raum gibt, ausgewählt.⁴ Die ausgesuchten Messen waren unterschiedlich ausgerichtet und fanden in Deutschland, Österreich und der Schweiz statt, siehe Tabelle 3.

4 Gesucht wurde über das Portal www.messen.de

Tabelle 3: Übersicht über ethnografisch untersuchte Messen

Messe	Thema der Messe	Messtyp	Orte	Datum
Veggie Planet	Vegane Ernährung	Publikums-messe	Graz	09.04.2016
Veggienale NBC	Vegane Ernährung	Publikums-messe	Nürnberg	26.03.2017
JustVShow & FreeFrom-Show	Vegane Ernährung und »free from«	Publikums-messe	Berlin	17.06.2017
Veggieworld	Vegane Ernährung	Publikums-messe	Düsseldorf	10.09.2017
ANUGA	Ernährung allgemein	Fachmesse	Köln	09.10.2017
XOND	Vegane Ernährung	Publikums-messe	Stuttgart	21.10.2017
Süffa	Fleischproduktion	Fachmesse	Stuttgart	22.10.2017
VeganFach	Vegane Ernährung	Kombimesse	Köln	03.11.2017 04.11.2017
Food Ingredients International	Lebensmittelproduktion allgemein	Fachmesse	Frankfurt a.M.	29.11.2017
Tier&Technik	Fleischproduktion	Fachmesse	St. Gallen	25.02.2018
Anuga Food Tec	Lebensmittelproduktion allgemein	Fachmesse	Köln	20.03.2018
Kochbuch-messe	Ernährung allgemein	Publikums-messe	Graz	29.04.2018
Veggienale FFM	Vegane Ernährung	Publikums-messe	Frankfurt a.M.	27.10.2018
Health Ingredients Europe	Lebensmittelproduktion allgemein	Fachmesse	Frankfurt a.M.	27.11.2018

Quelle: Selbstgestaltet.

Die untersuchten Messen können in verschiedene Bereiche aufgeteilt werden. Zunächst ist die beim Feldzugang bereits eingeführte Unterscheidung in Fach- und Publikumsmessen anzuführen, wovon sich Erstere an professionelle Produzent*innen und Händler*innen richten, Letztere an die allgemeine Öffentlichkeit, also Konsument*innen. Inhaltlich sind die Messen einerseits in dezidiert auf das Thema vegane Ernährung und omni- bzw. karnivore Ernährung zugeschnittene zu unterteilen, andererseits in Messen für Lebensmittel und in solche für die Lebensmittelproduktion. Entsprechend der oben eingeführten Vorgehensweise, wurden die »abweichenden«, veganen Messen zum Ausgangspunkt der Untersuchungen gemacht. Es wurden hier alle im deutschsprachigen Raum tourenden veganen Messen an mindestens einem Standort besucht, zudem alle stationären, aber überregional angekündigten veganen Messen. Als dezidierte Kontrastfälle und Orte dominanter Ernährungskultur wurden Messen für Agrartechnologien, Tierzucht und Schlachtereien einbezogen. Einen Sonderfall stellte die »ANUGA« als größte allgemeine Ernährungsmesse dar, die einen sehr guten Gesamtüberblick bot und in ihrer Zusammensetzung als repräsentativ für den Bereich der Lebensmittelindustrie angesehen werden kann. Die Messen für Inhaltsstoffe und Ernährungstechnik wurden als Kontrastfälle gewählt, die zunächst keine explizite Zuordnung zu einem Ernährungsstil zulassen und so eine andere, kontrastive Perspektive auf Lebensmittel versprochen haben, da sie in ihren Marketing- und Positionierungsstrategien nicht an Konsument*innen gerichtet waren.

Für ein ethnografisches Vorgehen sind einige Modifikationen der »üblichen« Vorgehensweise zu machen, denn diese sieht einen Feldaufenthalt und eine Teilnahme an den Feldaktivitäten über einen längeren Zeitraum vor, um so ein tiefes Eintauchen in die jeweilige Realität des untersuchten Feldes zu ermöglichen. Dies war für die Ernährungsmessen so nicht möglich und auch nicht zielführend, da nicht die Messe als solche im Fokus stand. Darüber hinaus stellen die Messen ein zeitlich begrenztes Event dar, welches nur für kurze Zeit an einem Ort ist, weshalb es auch nicht möglich ist, einen längeren Aufenthalt bei der Messe durchzuführen (auch wenn einige Messen touren und nacheinander an verschiedenen Orten stattfinden). Aus diesen Gründen werden die Feldaufenthalte als »fokussierte Ethnografien« (Knoblauch 2001, 2002) angelegt. Diese Art der soziologischen Ethnografie unterscheidet sich von der »herkömmlichen« dadurch, dass sich die Feldforscher*innen

nicht langfristig *im* Feld aufhalten.⁵ Zweitens bedeutet dies, dass die Beobachtung immer auf bestimmte Aspekte der Praxis zielt und so mit bestimmten, verhältnismäßig engen Fragen in die Beobachtung geht: »Es ist diese Konzentration auf bestimmte Aspekte von Feldern, die hier als Fokussierung bezeichnet werden soll.« (Knoblauch 2001, 126) Allerdings wurden im Sinne der methodologischen Grundlegung auch kurze offene, explorativ-erkundende Phasen eingelegt. So wurden die einzelnen Messen über mindestens einen ganzen Tag besucht und es wurde hier während des Feldaufenthalts sowohl offen als auch mit spezifischem Fokus teilnehmend beobachtet. Außerdem ist eine »fokussierte Ethnografie« durch den gezielten Einsatz technischer Hilfsmittel (Foto-, Audio- und Videoaufzeichnungen aller Art) und die ausgiebige Erhebung von Feldartefakten charakterisiert.

Bei allen Messen wurden im Sinne dieses fokussierten Vorgehens drei Erhebungsmethoden umfassend angewendet, wodurch verschiedene Datenmaterialien entstanden sind, deren Erhebung und Analyse im Folgenden separat näher betrachtet wird: Erstens wurden durch teilnehmende Beobachtungen bei den Messen ausführliche Beobachtungsprotokolle erstellt, in diese wurden Foto-, Audio- und Videoaufnahmen integriert. Zweitens wurden im Rahmen der Aufenthalte ethnografische Interviews durchgeführt. Die ethnografischen Interviews zeichnen sich dadurch aus, dass sie fließend zwischen einer »freundlichen Unterhaltung« und einem formalen Interview liegen (Spradley [1979] 2016): Aus einem für das jeweilige Feld »normalen« Gespräch wird während der Unterhaltung ein Interview, indem es auf die Ziele der Feldforscher*innen ausgerichtet wird und diese entsprechend durch gezielte Fragen die Gesprächsführung übernehmen. Drittens wurde eine große Anzahl an Feldmaterialien eingesammelt und erhoben. Diese drei Erhebungsmethoden sollen nun näher vorgestellt werden. Bei jeder Messe habe ich die Fokusse im Vorfeld sorgfältig geplant und vor Ort im Zuge von Rückzugsphasen ad-hoc angepasst. Folgende Fragen waren dafür leitend: Welche Praxen sollten beobachtet werden? Welche Akteur*innen werden befragt? Welche Dokumente

5 Wegen dieses nicht auf einen dauerhaften Feldaufenthalt zielenden Charakters wird der »fokussierten Ethnografie« der Status als Ethnografie abgesprochen (Breidenstein und Hirschauer 2002). Aufgrund der methodologisch offenen und auf Befremdung angelegten Ausrichtung ist hier dennoch von Ethnografie und nicht übergreifend von »teilnehmender Beobachtung« die Rede (vgl. hierzu auch Lüders 2007). Diese ist vielmehr ein Aspekt (wenn auch ein essentieller) der »fokussierten Ethnografie«.

sollten gezielt gesammelt werden? Welche Programmpunkte der Messe sollten mitgeschnitten werden?

4.2.2.1 Teilnehmende Beobachtungen im Feld

Meine Anwesenheit bei der jeweiligen Messe war der Ausgangspunkt für die weiteren, dort durchgeführten Erhebungsschritte. Ziel der teilnehmenden Beobachtungen war es darüber hinaus, die im Kontext der Messe beobachtbaren Materialisierungen von Lebensmitteln und Körpern zu erheben. In Form von »Kostproben« wurden Speisen angeboten, zum Teil vor Ort zubereitet und von Besucher*innen konsumiert. Als Teilnehmer der Messen war ich (sofern ich es nicht in ethnografischen Interviews offengelegt habe) nicht als Ethnograf zu erkennen. Bei Fachmessen war ich durch den Hinweis auf die Affiliation »Technische Universität Darmstadt« auf einem Namensschild als Wissenschaftler zu erkennen.

Der Ablauf war bei allen Messen vergleichbar. Nach der Ankunft habe ich eine offene »Erkundungsrunde« durchgeführt, um mir einen Gesamteindruck, einen Überblick über die Stände und ihre Anordnung und die Besucher*innen zu verschaffen und einen Zeitplan für die offiziellen (von der Messe jeweils zentral organisierten) und auch die inoffiziellen (von einzelnen Aussteller*innen organisierten) Programmpunkte wie Produktvorstellungen, Vorträge, Diskussionsrunden, Kochshows und Ähnliches zu erstellen. Nach diesem Eindruck wurde unter Rückgriff auf die vorab definierten Untersuchungsfokusse entschieden, wo, wann und wie diese auf der jeweiligen Messe erhoben werden. Die Beobachtungen von Messen wurden auf drei unterschiedliche Weisen erhoben: Feldnotizen, Fotografien und Audio- und Videomitschnitte. Diese Erhebungstechniken sollen nun detailliert dargestellt werden.

Den Rahmen für die jeweiligen teilnehmenden Beobachtungen bilden die handschriftlichen *condensed notes* (Spradley 1979, 69), in denen das beobachtete Geschehen entweder direkt parallel zum Geschehen oder in einer Rückzugsphase nach dem Geschehen im Notizbuch festgehalten wird. Dabei geht es in erster Linie darum, der »Flüchtigkeit« des Sozialen zu begegnen und eine Erinnerungsstütze in Form einer »Mnemotechnik« (Breidenstein et al. [2013] 2015, 87) zu bekommen. So bald wie möglich nach der Beobachtung im Feld werden die handschriftlichen Notizen in einem *expanded account* (Spradley 1979, 70) ausführlich digitalisiert, ausformuliert und zu einem (auch für andere u.a. für Interpretationssitzungen) nachvollziehbaren Protokoll ausge-

arbeitet, welches dann auch als Grundlage für die Auswertungen dient. Während die *condensed notes* zwangsläufig von Auslassungen und einer Komplexitätsreduktion in der Übersetzung des Sozialen ins Schriftliche geprägt sind (Kalthoff 2003, 78-9), nehmen die *expanded accounts* und die Auswertungen in weiterer Folge die Form von »Kompositionen« (Breidenstein et al. [2013] 2015, 75-6, 105) an, in denen das Beobachtete verdichtet wird. In den Schreibprozess werden darüber hinaus *analytical notes* (Breidenstein et al. [2013] 2015, 103) oder Memos eingefügt, die den Auswertungsstand festhalten und hier Thesen und theoretische Verknüpfungen herstellen.

Auch wenn es vermeintlich technisch weit »fortgeschrittenere« Mittel zur Erhebung gibt und diese hier auch eingesetzt wurden, ist das handschriftliche Notieren im Feld dennoch ein zentraler Aspekt dieses Forschungsprojektes. Denn:

Das, was ethnografische Notizen und Protokolle festhalten, sind Spuren des Sozialen in der Wahrnehmung und Erinnerung der Ethnografin; es sind ferner selektive Aufzeichnungen, die Vollständiges unvollständig wiedergeben und die das Unübersichtliche und Ungeordnete ordnen und strukturieren. (Kalthoff 2003, 79)

In der sozialwissenschaftlichen Methodenforschung wird damit verdeutlicht, dass die jeweiligen Forscher*innen als Ethnograf*innen mit ihrer Ausbildung als Soziolog*innen unmittelbar verkörperte Forschungsinstrumente darstellen (was auch als wissenskulturelle Säule des Befremdungsprozesses im Sinne von Amann und Hirschauer zentral ist). Dies hat den Effekt, dass das in den Notizen Abgebildete, methodologisch gewendet, keine objektive »Repräsentation« der Realität, sondern eine Konstruktionsleistung in der Forschung ist. Entgegen einer Kritik, dass das ethnografische Protokoll damit weniger zur Erkenntnisgewinnung taugt, da es durch die Forschenden über alle Maßen verzerrt und subjektivistisch sei, argumentiert Hirschauer, dass »etwas zur Sprache gebracht wird, das vorher nicht Sprache war.« (Hirschauer 2001, 430) Um dieses *Zur-Sprache-Bringen* systematisch einzusetzen, ist es notwendig, die in den *extended account*-Protokollen verwendeten Sprachen möglichst zu differenzieren (vgl. Spradley 1979, 65-6): Was ist eine konkrete Beschreibung einer Situation? Wo wird auf Feldsprache rekuriert? Was ist analytische Sprache? Gerade weil die Protokolle diese Versprachlichung des Sozialen enthalten und diese nicht durch andere (technische) Methoden ersetzbar ist, sind diese Protokolle ein wesentlicher Aspekt in der gesamten Forschungsanlage und werden so auch in der Auswertung behandelt. Die verschriftlichten Beobach-

tungssituationen, also die Verschriftlichung der körperlichen und materiellen Ko-Präsenz in der jeweiligen Situation, ist damit der Zugang zu den gegenseitigen Hervorbringungen der jeweiligen Entitäten, die gemeinsam die zu entscheidenden Ordnungen und Realitäten bilden.

Eine weitere Funktion der Protokolle ist jene der zeitlich-analytischen Verfahrenssteuerung, um eine »dichte Kontinuität« (Breidenstein et al. [2013] 2015, 105) im iterativen Prozess des *theoretical samplings* zu erzielen: Mit den *extended accounts* werden immer auch Methodenmemos angefertigt: Welche Erhebungsschritte wurden gesetzt und aus welchem Grund? Welche davon haben sich als fruchtbar erwiesen, welche mussten modifiziert oder abgebrochen werden? Welche Schritte sind als Nächstes sinnvoll und wie können diese gesetzt werden? Beobachtungsprotokolle, *analytical notes* und Methodenmemos bilden so gemeinsam das *Forschungsjournal*.

Neben den Feldnotizen wurden auch eine große Anzahl an Fotografien und Audio- und Videomitschnitten angefertigt⁶, die im Wesentlichen zwei Funktionen erfüllen. Erstens wurden vor allem die Fotografien als Erinnerungsstütze eingesetzt (Breidenstein et al. [2013] 2015, 90) und sind bei der Ausarbeitung der *extended account*-Protokolle umfangreich berücksichtigt worden. Zweitens sind die Bild-, Ton- und Videodokumente auch selbst in die Analyse einbezogen worden, wurden also selbst neben den Protokollen ebenfalls ausgewertet. Für Ton- und Videodokumente wurde zum Teil (diese wurden im Sinne des *theoretical sampling* ausgewählt) ein vollständiges Transkript der gesprochenen Wortbeiträge angefertigt, um so Vorträge oder Diskussionen wortgenau analysieren zu können.

4.2.2.2 Ethnografische Interviews

Während der ethnografischen Feldaufenthalte wurden ethnografische Interviews (Spradley [1979] 2016) durchgeführt. Ziel war es hier, die Deutungen der verschiedenen auf der Messe anzutreffenden Akteur*innen zu erheben, um darüber Zugang zu den diesen Deutungen zugrundeliegenden Wissensordnungen zu erlangen. Grundsätzlich unterscheiden sich diese von anderen Interviews dadurch, dass sie nicht vorab vereinbart werden, sondern weitgehend spontan erfolgen. Die Rolle des Interviewenden tritt mitunter erst im Laufe des Interviews hervor, wenn sich der Charakter des Gesprächs von der

6 Der Einsatz eines Smartphones zu diesem Zweck ist ein auf Messen durchaus übliches Verhalten – insbesondere bei den Vorträgen, Diskussionen und Kochshows – und war daher problemlos möglich.

›normalen‹ Unterhaltung zum Interview wandelt. Der Leitfaden für die Interviews wurde anhand vorheriger Überlegungen im Notizbuch festgehalten und auf den Messen für die Gespräche unmittelbar vorbereitet. In der Durchführung der Interviews musste ich zwei Gruppen differenzieren, da aufgrund der strukturellen Position bei der Messe andere Interesselagen vorherrschen: Aussteller*innen und Besucher*innen. Herangehensweise und Dokumentation der Interviews unterscheiden sich hier erheblich.

Bei den Aussteller*innen wurden die Interviews so durchgeführt, dass ich erst im Laufe des Gesprächs mein Interesse als Sozialforscher offengelegt und mich bis dahin als *normaler* Interessent auf der Messe verhalten habe. Viele Befragte haben, nachdem ich mein wissenschaftliches Interesse offengelegt habe, das Interesse an einem weiteren Interview verloren⁷, da andere Interessen (Kund*innengewinnung, Networking) im Vordergrund standen. Die kurzen Situationen der Gespräche über die Produkte mussten daher möglichst zielgenau genutzt werden, weshalb ich mir im Vorfeld konkrete Fragen zu den Produkten (Produktionswissen und Konsument*innenorientierungen, Marketingstrategien und die Geschichte eines Produkts oder Unternehmens) überlegt und diese dann gestellt habe. Aufgrund der Zeitknappheit habe ich entschieden, die Interviews mit den Aussteller*innen nicht mitzuschneiden, sondern immer direkt im Anschluss zu protokollieren und möglichst viel im Wortlaut (Spradley 1979, 76) wiederzugeben. Diese sind dann in die oben beschriebenen *extended account*-Protokolle eingearbeitet worden.

Anders konnten ethnografische Interviews mit Besucher*innen der Messe angelegt werden. Diese habe ich direkt in meiner Rolle als Sozialforscher angesprochen und ein Interview ad-hoc vereinbart, welches im Einverständnis mit den Befragten auch mitgeschnitten und vollständig transkribiert wurde. Diese Interviews wurden auf zwei veganen Messen durchgeführt (XOND Stuttgart und *VeganFach* Köln). Als sinnvoll hat sich hier die Strategie erwiesen, die Besucher*innen zu befragen, nachdem diese an einem Messestand z.B. eine Fleischalternative probiert hatten, um diese zum Ausgangspunkt des Gesprächs zu machen. Darüber hinaus wurde nach den Ernährungsgewohnheiten gefragt und wie das Umfeld auf die jeweiligen Ernährungsstile reagiere.

7 Ein Vertreter eines Fleischkonzerns antwortete mir etwa, nachdem ich mein Forschungsinteresse offenlegte, dass auf der Messe an dem Tag der »Hauptverkaufstag« sei, sodass er keine weitere Zeit habe, sich mit mir zu unterhalten.

4.2.2.3 Dokumentenerhebung

Der dritte Baustein der Ethnografien war die ausgiebige Erhebung von Textartefakten (Breidenstein et al. [2013] 2015, 92-4). Diese Felddokumente lagen an den Ständen der Messen zur Entnahme aus oder wurden mir im Laufe oder als Abschluss der ethnografischen Interviews überreicht (häufig erschien mir dies als Strategie, das Interview mit dem Hinweis zu beenden, ich könne in den Broschüren alle Informationen nachlesen). Im Fall von kommerziellen Aussteller*innen handelt es sich um Broschüren, Produktkataloge oder Werbemittel, im Fall von NGOs waren dies auch politische Pamphlete und Informationen zur Organisation. Auf Fachmessen gab es darüber hinaus vielfältiges Material der Markt- oder Trendforschung. Nach den ersten Messebesuchen konnte dieses Material insgesamt als sehr reichhaltig identifiziert werden, da hier sehr zugespitzte diskursive Praxen zu erkennen sind, die sich unmittelbar auf die Positionierung und Hervorbringung der Lebensmittel beziehen. Aus diesem Grund wurde im Verlauf der Untersuchung großer Wert auf das Auflesen von Textartefakten gelegt, sodass nach einer thematischen Vorauswahl im Sinne des theoretischen Samplings insgesamt 167 Dokumente in die Analyse eingegangen sind.

4.2.3 Interviews mit Expert*innen

Der zweite Hauptforschungsstrang ist systematisch um die Ethnografie herum organisiert. Insgesamt neun leitfadengestützte Expert*inneninterviews wurden mit dem Ziel durchgeführt, die Deutungen von Akteur*innen mit spezifischen Positionen im Feld zu generieren. Ethnografien und Expert*inneninterviews haben sich gegenseitig befruchtet, so wurden Aspekte aus den Beobachtungen in die Interviewleitfäden eingebracht und umgekehrt. Die befragten Expert*innen wurden vor allem in Bereichen ausgewählt, die um den Kernbereich des Forschungsinteresses herum positioniert werden können und diesen aus unterschiedlichen Perspektiven mitgestalten. Die Perspektiven wurden im Bereich der Ernährungswissenschaften, der veganen und vegetarischen NGOs, der Produktion von Fleischalternativen und der Messeorganisation gewählt (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4: Übersicht Expert*inneninterviews

Interview	Kurzbeschreibung	Interviewort
ExpInt\NGO_01	Mitarbeiter*in einer NGO	Büro der Interviewperson
ExpInt\NGO_02	Mitarbeiter*in einer NGO	Messe
ExpInt\NGO_03	Mitarbeiter*in einer NGO	Büro der Interviewperson
ExpInt\Wiss_01	Ernährungswissenschaftler*in	Institut der Interviewperson
ExpInt\Wiss_02	Ernährungswissenschaftler*in	Messe
ExpInt\Wiss_03	Ernährungswissenschaftler*in	Institut der Interviewperson
ExpInt\Prod_01	Lebensmittelentwicklung, Forschung	Messe
ExpInt\Prod_02	Lebensmittelentwicklung, Vertrieb	Telefon
ExpInt\MesseOrga_01	Organisator*in von Lebensmittelmessen	Messe

Quelle: Selbstgestaltet.

Die Interviews sind als »theoriegenerierende« Expert*inneninterviews angelegt (Bogner, Littig und Menz 2014, 25). Das bedeutet, dass es das Ziel der Interviews ist, das Deutungswissen der Akteur*innen zu erfragen, womit eben »nicht nur im engeren Sinne ›Fachwissen‹« gemeint ist, »sondern eben all jenes Wissen, das für den professionellen Handlungsrahmen, für den wir uns interessieren, relevant ist« (Bogner, Littig und Menz 2014, 25). Also gerade auch das in den Interviews zur Sprache kommende Alltagswissen ist hier gemeint. Die Expert*innen wurden in den Interviews als Expert*innen angesprochen, sie werden aber nicht als »neutrale« Auskunftspersonen betrachtet. Vielmehr werden diese in der hier vorgenommenen Auslegung als Akteur*innen verstanden, die in ihrer Praxis an der Hervorbringung des Gegenstandes beteiligt sind. Die im Interview gemachten Aussagen sind also als Teil materiell-diskursiver Praktiken und Strategien zu betrachten, durch die Wissenobjekte und Wissenssubjekte hervorgebracht werden.

Die Expert*inneninterviews wurden leitfadengestützt durchgeführt. Die Leitfäden bestanden aus insgesamt acht Themenblöcken mit jeweils einem oder mehreren Frageblöcken. Zum Einstieg wurden immer Fragen zur Orga-

nisation (also zu der eigenen Tätigkeit der Expert*innen) und wie sich diese entwickelt hat gestellt, um von hier aus den Relevanzsetzungen der Interviewperson zu folgen. Das bedeutet, die weiteren Themenblöcke wurden nicht streng nach Leitfadenreihenfolge – im Sinne einer »Leitfadenbürokratie« (Hopf 1978) – abgearbeitet. Vielmehr wurden die Interviews offen gestaltet. Der Leitfaden deckte in allen Interviews folgende über die jeweiligen Organisationskontexte hinausgehenden Themen ab:

- Ernährungswandel und »Veggie-Boom«
- Lebensmittel: Fleisch/Fleischalternativen
- Körper und Gesundheit
- Ethik
- Politik, politische Akteur*innen
- Wissen und Wissenschaft
- Soziale Ungleichheiten: Klasse und Geschlecht

Die Interviews dauerten zwischen 30 und 90 Minuten und fanden zum Teil in den Büros der Interviewten, zum Teil im Rahmen der Messen (wurden aber im Vorfeld formal vereinbart, entsprechend vorbereitet und sind daher von den ethnografischen Interviews zu unterscheiden) und eines per Telefon statt. Alle Interviews wurden vollständig wörtlich transkribiert.

4.3 Auswertungsverfahren: Theoretisches Kodieren

Die erhobenen Daten wurden in einem gemeinsamen Auswertungsprozess analysiert. Dieser Prozess kann zeitlich in zwei Phasen unterteilt werden: zum einen war dieser in die iterativ vorgehenden Erhebungen des *theoretical samplings* integriert, zum anderen war er nach Abschluss der Erhebungen angesiedelt. Die Auswertung orientiert sich ebenfalls an den *essentials* der *grounded theory* (s.o., vgl. Strauss 2011), hier nun im Speziellen am Prinzip des theoretischen Kodierens.

4.3.1 Methodologie des Kodierprozederes

Das von Strauss und Corbin vorgeschlagene dreistufige Verfahren des offenen, axialen und selektiven Kodierens führt ein sozialtheoretisches Handlungsmodell mit (Strauss und Corbin 1996, 78), das mit dem hier verfolgten