

*Materialisierung*, die mit den Kochpraxen verbunden ist. Ziel ist hier nicht unbedingt die Gesundheit oder Gesunderhaltung der Körper, sondern eine positive Erfahrung beim Essen – dem guten Geschmack. Es geht nicht um universale Eigenschaften von Lebensmitteln, sondern um Eigenschaften, über die sich auch debattieren lässt – beispielsweise sagt der oben erwähnte Koch, dass er die Konsistenz von Tofu im Gegensatz zu vielen anderen selber nicht möge. Dennoch handelt es sich bei Geschmack und Konsistenz nicht um individualisierte Empfindungen, sie sind eng mit gesellschaftlichen Strukturen verwoben, was sich hier am Fall von Geschlechterverhältnissen zeigt. Mit dem Blick auf die *kulinarische Wissenspraxis* wird es an dieser Stelle möglich, Brüche und Konfliktlinien zwischen ernährungswissenschaftlichem Wissen, damit verbundenen Wissensobjekten und Empfehlungen und den beschriebenen *kulinarischen Materialisierungen* mit ihren sensorisch-affektiven Qualitäten zu beschreiben. Das bedeutet in erster Linie, dass die Qualitäten Geschmack und Konsistenz als materielle Eigenschaften und Realitäten von Lebensmitteln mit dieser Wissenspraxis verbunden sind. Die kulinarisch materialisierten Lebensmittel sind dementsprechend in Geschlechterverhältnisse verwoben, in denen die Subjekte der Produktion und des Konsums jeweils spezifisch vergeschlechtlicht werden: Auf der Seite der Produktion lassen sich Unterschiede bezüglich der Kommodifizierung ausmachen. Professionalisiertes Kochen ist im Gegensatz zum häuslichen und privaten Kochen eher männlich besetzt, was sich auch mit der unterschiedlichen Orientierung des häuslichen Kochens zeigt, während das alltägliche Versorgungskochen eher weiblich besetzt ist und sich an einem männlich kodierten Geschmack orientiert.

### 6.3 Wissenskulturen des Veganismus

In den beiden bisher betrachteten wissens- und technikkulturellen Ernährungspraktiken ging es in verschiedener Weise um veganes Essen und vegane Ernährung. Allerdings wurde dabei die Frage, was vegane Lebensmittel von nicht-veganen unterscheidet, nur ansatzweise berührt. Der Ansatzpunkt, vegane Lebensmittel als Abweichung zu ›normalen‹ Lebensmitteln zu untersuchen, hat in den vorangegangenen Unterkapiteln verschiedene Relationen von veganen zu nicht-veganen Nahrungsmitteln aufgemacht. Es konnten verschiedene Grenzziehungen zwischen Vegan und Nichtvegan identifiziert werden. Die Frage, was vegane Lebensmittel von nicht-veganen unterscheidet, werde ich hier nochmals fokussiert herausgreifen. Denn Ausgangspunkt die-

ser Analyse sind die vegan/vegetarischen NGOs, die als Interessenvertretung für diesen Ernährungsstil auftreten und dadurch eine spezifische Position in der Frage einnehmen, was veganes Essen ist und was nicht. Diese Rolle kommt den Verbänden auch historisch zu, da es Diskussionen innerhalb dieser Vereine waren, die schließlich die begriffliche Unterscheidung von veganer und vegetarischer Kost herbeigeführt haben (Leneman 1999). In der Analyse war die Wissenspraxis der veganen NGOs dabei der primäre Zugang, in der die Relation der Lebensmittel zu Tieren hervorgehoben wird. Hier werden darüber hinaus die Messen, die Konsument\*innen und auch Feldmaterialien in die Analyse miteinbezogen, wo sich ähnliche Relationierungen finden lassen. In einem ersten Schritt untersuche ich die Auszeichnung von Lebensmitteln mit dem »Vegan-Siegel« durch die NGOs und mit welchen Wissenssprachen dies verbunden ist. Anschließend werde ich herausarbeiten, wie Tierlichkeit oder Tierleid als ein Inhaltsstoff von Lebensmitteln hervorgehoben wird, durch den das einzelne Lebensmittel eine eigene Herkunft aus oder von einem Tier bekommt. Hierin gehen die Lebensmittel aber nicht auf, da es darüber hinaus Auswirkungen auf Umwelt, Tiere und menschliche Körper hat. Ich beziehe mich dabei auf die Breite des vorliegenden Datenkorpus, da diese Unterscheidungen sowohl bei den Konsument\*innen, in den Feldmaterialien zu den Lebensmitteln und in den Interviews mit den NGOs auftauchen. Letztere werden in den folgenden Abschnitten auch nochmals gesondert thematisiert. In diesem Unterkapitel werde ich also darstellen, wie NGOs, Konsument\*innen und Lebensmittelproduzent\*innen wissen, was vegane Lebensmittel sind. Ich fokussiere hier nun auf Wissenssprachen zur Unterscheidung veganer und nicht-veganer Kost.

### 6.3.1 Die veganen Siegel

Für vegane Messen ist die Unterscheidung von veganen und nicht-veganen Lebensmitteln wesentliche Grundlage für die Durchführung und das Angebot auf der Messe. Es ist eine Voraussetzung, dass die Unternehmen dort nur vegane Lebensmittel anbieten. Dies erläutert mir eine Person, die in der Messeorganisation tätig ist, in einem Interview:

I: Und gibt es noch etwas, worauf Sie achten bei der Zusammenstellung der Stände? Was ist Ihnen wichtig dabei?

B: Da kann jede Firma kommen, die vegane Produkte hat, das ist die Voraussetzung. Man muss nicht zertifiziert sein. Der Markt, der hat sehr viele

Zertifikate, ist da auch noch im Aufbau. Also die sind noch nicht so etabliert, die Zertifikate. Also deswegen, das muss man nicht haben. Ist auch nicht erforderlich, weil die Verbraucher kennen sich so gut aus. Die fragen ganz genau nach: »was ist da drin?« Und wenn da irgendwas wäre, was da nicht vegan wäre, müsste es weggepackt werden. Also die Aussteller müssen eben selber nachweisen können, dass die Produkte vegan sind. Es dürfen nur vegane Produkte dort präsentiert werden. (ExplInt\MesseOrga\_01: 28-29)

In dieser Interviewsequenz werden drei Aspekte der mit der Unterscheidung von vegan und nicht-vegan verbundenen Wissenspraxis angesprochen. Erstens wird für die veganen Messen von vornherein klargestellt, dass dort nur vegane Produkte ausgestellt werden dürfen und dass die Aussteller\*innen dafür die Verantwortung tragen. Es müssen also vegane von nicht-veganen Produkten von vornherein unterschieden werden. Vonseiten der Messeorganisator\*innen müsse da auch nicht eingegriffen werden, da, zweitens, die Konsument\*innen das Wissen hätten, welche Produkte vegan seien und welche nicht. Darüber hinaus würden diese die entsprechend richtigen Fragen an die Produzent\*innen stellen können, um vegane von nicht-veganen Produkten zu unterscheiden. Drittens werden Zertifikate angesprochen, die direkt anzeigen würden, ob ein Produkt vegan sei oder nicht: Unternehmen können damit ihre Produkte als vegan oder vegetarisch auszeichnen.

Die angesprochenen veganen Siegel stehen entsprechend der Darstellung in dem Interview in einem gewissen Stellvertreterverhältnis zu dem Wissen der Konsument\*innen. So sei eine Zertifizierung, also ein institutionell abgesicherter Nachweis, dass ein Produkt vegan sei, nicht notwendig, da die Konsument\*innen ja die Kompetenzen hätten, die richtigen Fragen zu stellen, um so selbst herauszufinden, ob ein Produkt vegan sei oder nicht. Die Siegel, die von den NGOs vergeben werden, versprechen unter anderem, den Konsument\*innen dieses Nachfragen und weitere Praktiken zu ersparen und so das Erkennen, ob ein Produkt vegan ist oder nicht, wesentlich zu erleichtern bzw. überflüssig zu machen. In einer Broschüre, die sich an Produzent\*innen richtet, ist Folgendes als Statement einer Konsumentin abgedruckt:

Für mich ist das V-Label eine leicht verständliche Orientierungshilfe und klare Erleichterung im Alltag. Es erspart mir viel Mühe und Zeit beim Einkauf, weil ich keine Zutatenlisten mehr studieren muss und auf den ersten Blick erkenne, ob ein Produkt für mich infrage kommt. (FeldMat\V-Label\_In 5 Schritten AT: 3)

In dieser Broschüre wird damit geworben, dass das Label für die Konsument\*innen den Einkauf vereinfache. Das Label verrate auf »den ersten Blick«, ob ein Produkt vegan sei oder nicht. Das Label ersetzt damit die hier erwähnte Praxis des »Studierens« der Zutatenliste. Um herauszufinden, ob ein Produkt vegan sei oder nicht, gibt es entweder die Möglichkeit, sich dieses Wissen mittels kompetenter Fragen an die Hersteller\*innen oder Durchlesen der Zutatenliste auf der Verpackung selbst als Konsument\*in zu verschaffen oder mit einem Blick auf ein eventuell vorhandenes Siegel unmittelbar zu wissen, ob es sich um ein veganes Lebensmittel handelt. Hinter den Siegeln verbirgt sich also eine bestimmte Wissenspraxis, die dadurch abgekürzt und institutionell verankert wird.

Die verschiedenen veganen Siegel sind allerdings in dem, was sie darstellen, nicht einheitlich. In einem Vortrag zu veganen Siegeln auf der »ANUGA« werden insgesamt sechs verschiedene vegane Siegel vorgestellt. Zwei dieser sechs Siegel gibt es laut diesem Vortrag neben der veganen Variante auch in einer vegetarischen Ausführung. Daneben gibt es auch unter den sechs Siegeln, die Lebensmittel als vegan auszeichnen, Unterschiede: Ein Siegel zeichnet so Lebensmittel nur unter der Bedingung als vegan aus, dass in der Fabrik, in der das Lebensmittel produziert wird, keine tierlichen Lebensmittel verarbeitet werden, während andere dies zulassen und so die Möglichkeit von sogenannten »Kreuzkontaminationen« veganer Lebensmittel mit tierlichen Inhaltsstoffen nicht ausschließen. Dieses Siegel schließt dann auch die Verpackung des Lebensmittels mit ein und zeichnet nur Lebensmittel als vegan aus, deren Verpackung gleichzeitig einen tierproduktfreien Kleber verwenden, während andere Siegel diesen Punkt nicht überprüfen und in die Zertifizierung einbeziehen. Die Siegel unterscheiden sich also darin, wie sie bewerten, ob ein Produkt vegan ist oder nicht (ANUGA\Vortrag: Zukunft der Siegel: 8).

Ziel der Siegel ist es also, die Unterscheidung zwischen Produkten mit und solchen ohne tierliche Inhaltsstoffe zu übernehmen, wie in einer Broschüre des EcoVeg-Siegels (ein kombiniertes »bio«- und »vegan«-Siegel) erklärt wird:

Es soll den europäischen Verbrauchern als verlässliches und klar definiertes Kennzeichen für Lebensmittel ohne tierische Inhaltsstoffe dienen. (Feld-Mat\EcoVeg\_Gütesiegel: 2)

Die Siegel beanspruchen dementsprechend, das Kennzeichen für die Unterteilung der Lebensmittel in solche mit und solche ohne »tierische Inhaltsstof-

fe« zu sein. Die NGOs, die hinter der Vergabe dieser Siegel stehen, erklären die Relevanz der Siegel wie folgt:

I: Und was glaubst du, warum das für Firmen wichtig ist, dieses Zertifikat zu haben? Und warum die nicht einfach draufschreiben, es ist vegan?

B: Naja, erstens einmal sind die Begriffe vegetarisch und vegan gar nicht gesetzlich definiert. Und es gab in der Vergangenheit viele Falschkennzeichnungen. Also Firmen haben Produkte auf der Zutatenliste anders deklariert, also dann mit einem selbst gestalteten Gütesiegel. Oder Firmen haben auf ihrer Webseite vegan draufgeschrieben und dann war es aber gar nicht so. Und die Konsumenten und Konsumentinnen sind da dementsprechend skeptisch. Besonders auch bei großen Firmen. Denen vertraut man nicht so recht. Und Firmen wissen, dass unser Gütesiegel eine gewisse Glaubwürdigkeit hat und Firmen steigen vielleicht auch in dem Bereich neu ein. Das heißt, die haben vielleicht gar nicht das Fachwissen. Also die wissen zwar im Prinzip: was verstehe ich unter vegetarisch? Aber sie wissen nicht: was versteht die Zielgruppe unter vegetarisch? Und auf was muss ich achten? Und was gibt es vielleicht sonst noch so zu beachten. Und sie holen sich so auch Know-how. Weil sie nicht riskieren wollen, dass sie da irgendwas Selbstgestricktes machen. (ExpInt\NGO\_01: 14-15)

In dieser Interviewsequenz wird problematisiert, dass es keine klare gesetzliche Definition von »vegan« gibt. Außerdem sei es zu »Falschkennzeichnungen« durch verschiedene Unternehmen gekommen. In der Interviewsequenz wird darauf aufbauend argumentiert, dass es dadurch zu einem Glaubwürdigkeitsproblem komme und großen Unternehmen auch nicht das Know-how zugeschrieben wird, zu wissen, was die Konsument\*innen unter vegan verstehen. Gleichzeitig gebe es auch Firmen, die von sich aus das Bewusstsein haben, nicht über das entsprechende »Fachwissen« zu verfügen, und die daher die NGOs mit der Zertifizierung beauftragen. Hier lässt sich eine Grenze zwischen der Kompetenz der Fleischfirmen und der Autorität der vegan/vegetarischen NGOs erkennen. Während oben die Firmen der Fleischindustrie mit der besonderen Kompetenz zur Produktion von richtiger Wurst beschrieben wurden, wird ihnen hier nun die Kompetenz aberkannt, glaubwürdig zu wissen, was die Grenze zwischen vegan und nicht-vegan ist. Es zeigt sich, dass das Herstellen von Vertrauen zu Kund\*innen (eines der zentralen Anliegen der Ernährungswirtschaft und -technologie (Zachmann und Østby 2011)) eine große Herausforderung im Bereich von Fleischalternativen zu sein scheint.

Mit den veganen Siegeln positionieren sich die NGOs als Akteur\*innen, die die Grenze zwischen veganen und nicht-veganen Lebensmitteln durch die Zertifizierung und damit einem deutlichen Signal auf den Produkten ausweisen. Sie stehen so quasi zwischen Produktion und Konsumption und positionieren sich in beide Richtungen als glaubwürdige Wissensträgerinnen. Die NGOs sind die Akteurinnen mit der entsprechenden Glaubwürdigkeit und Autorität zu wissen, was vegan ist. Auf der Seite der Konsument\*innen ist dies mit einer bestimmten Verknüpfung von tierlichen Inhaltsstoffen und Lebensmitteln verbunden, die ich im folgenden Unterabschnitt analysieren werde.

### 6.3.2 Der »Inhaltsstoff« Tierleid

Auch wenn die NGOs hier als Garant des Wissens, was vegan ist und was nicht, auftreten, so ist doch nach wie vor umstritten, was genau vegan ist und was nicht und wo die Grenze gezogen wird. Unstrittig ist dabei aber, dass in der Frage, ob ein Nahrungsmittel vegan ist, die Grenze zumindest darin gezogen wird, ob in der Produktion Inhaltsstoffe tierlichen Ursprungs eingesetzt werden. Eine Konsumentin, die oben bereits zitiert wurde, beschreibt ihre Entscheidung für Fleischalternativen wie folgt:

B: Und wenn ich immer höre: ›Öhh, essen Sie vegane Ersatzprodukte, Fleischersatz?‹ Dann muss ich sagen: Hallo, die Leute essen, trinken alkoholfreies Bier, koffeinfreien Kaffee, zuckerfreie Limonade. Und ich esse tierleidfreie Eiweißspender und was anderes ist es nicht. (FeldInt\XOND\_01: 6)

In dieser Darstellung wird Tierleid ähnlich dargestellt wie andere Inhaltsstoffe, die aus verschiedenen Gründen aus anderen Lebensmitteln entfernt werden. In dieser Aussage wird Tierleid damit zu einem Inhaltsstoff, den ein Produkt hat oder nicht. Für die interviewte Konsumentin ist Tierleid ein unerwünschter Inhaltsstoff, der durch den Konsum einer Fleischalternative (oder eines »Eiweißspenders«<sup>11</sup>) ausgetauscht oder weggelassen wird, in einer vergleichbaren Art und Weise wie andere unerwünschte Stoffe wie Alkohol, Koffein oder Zucker in anderen Lebensmitteln substituiert werden. Ähnliche Darstellungen lassen sich in Werbebroschüren (und auch auf den Verpackungen) von veganen Lebensmitteln finden. Tierleid wird hier wie ein

11 Auf die gemeinsame Kategorie von Fleisch und Fleischalternativen als Proteinlieferanten komme ich im Detail in 7.2.1 zu sprechen.

unerwünschter Inhaltsstoff neben anderen aufgezählt, wie folgendes Beispiel zeigt:

VEGAN · GLUTEN FREE · SOY FREE · LACTOSE FREE · PRESERVATIVE  
FREE · CRUELTY FREE · (FeldMat\NaturesCharm\_innovativeProducts: 2,  
Großschreibung im Original)

In dieser Auflistung, die sich in ähnlicher Weise auf vielen veganen Produkten findet, wird »Tierleid« wie ein Inhaltsstoff oder Bestandteil der Lebensmittel dargestellt, die aus verschiedenen Gründen von einigen Konsument\*innen nicht konsumiert werden. Tierleid ist folglich etwas, das mit diesen veganen Lebensmitteln nicht mitkonsumiert wird, während es bei nicht-veganen Produkten dann im Umkehrschluss mitkonsumiert wird. »Tierleid« wird auf einer Ebene und in einer Reihe mit anderen nicht erwünschten Lebensmitteleigenschaften benannt, die einerseits in den Inhaltsstoffen oder anderen (zum Beispiel allergenen) Bestandteilen und andererseits in den Auswirkungen der Produktion begründet liegen.

### 6.3.3 Veganismus als »Problemlöser«

Die vegan/vegetarischen NGOs haben eine eigene Wissenspraxis in Bezug auf Lebensmittel, die mit einem normativen Ziel verbunden ist. Die Vegane Gesellschaft Österreichs präsentiert sich auf der Veggie Planet in Graz mit einem prominent im Eingangsbereich platzierten Aufsteller als Anlaufstelle für die Themen »Gesundheit, Ernährung, Umwelt, Tierethik, vegetarisch/vegane Lebensweise« (VeggiePlanet\Foto: Aufsteller VGÖ). Die veganen NGOs verstehen ihr Handlungsfeld also als wesentlich breiter, als nur auf Ernährung oder Tierrechte konzentriert. Ein\*e Vertreter\*in beschreibt diese Ausrichtung auf ein breites Feld als Abschluss der Ausführungen auf die Einstiegsfrage, was denn die Handlungsfelder der NGO seien:

B: Dadurch, dass wir den Tierkonsum verringern, helfen wir natürlich den Tieren in der Massentierhaltung. Wir helfen aber auch der Umwelt. Weil weniger Treibhausgase [...] ausgestoßen werden, der Gesundheit, weil viele Herz-Kreislauf-Krankheiten sind halt einfach ernährungsbedingt [durch] zu viel tierische Produkte. Dann für die Gerechtigkeit. Damit die Veredelungsverluste sozusagen in der Produktion, ja, einen gewissen Anteil haben, dass wir nicht Tierfutter in Afrika anbauen [...] und dann an unsere Tiere füttern, um dann wieder das Fleisch zu essen. (Explnt\NGO\_o2a: 6-8)

Mit diesem Selbstverständnis wird ein sehr breites Feld aufgemacht, auf das die Praxis zielt, denn durch die »Verringerung des Tierkonsums« soll eine große und weit verteilte Palette an Problemen bearbeitet und die Entwicklung in eine günstigere Richtung gelenkt werden. Dadurch wird der Tierkonsum gleichzeitig auch für diese Probleme verantwortlich gemacht. Dazu gehören hier Tierleid, Umweltverschmutzung und -probleme, gesellschaftliche Gesundheitsprobleme und globale Ungerechtigkeiten. Eine Reduktion des Konsums und der Produktion dieser Produkte würde, so die Position, diese genannten Probleme reduzieren oder sogar lösen. Der Konsum von Tieren, also direkt durch Fleischverzehr oder durch Milchprodukte und Ähnlichem, wird mit verschiedenen problematisierten Auswirkungen zusammengebracht. Was in diesem Zusammenhang ein Nahrungsmittel ausmacht, sind der sehr breite Kontext und die weitere Umwelt, in die es platziert ist, aus der es kommt und auf die es durch seine Produktion wiederum Einfluss hat. Auf veganen Messen finden sich im Rahmenprogramm dementsprechend immer wieder auch Vorträge über die Folgen der industrialisierten Landwirtschaft, insbesondere der Milchproduktion und der Fleischproduktion. So wird in einem Vortrag eines Vertreters einer NGO etwa der Wasserverbrauch angeprangert, der für die Produktion eines Steaks um ein Vielfaches höher sei als für vegetarische Alternativen (Veggiele NABU/Foto: Vortrag NGO).

### 6.3.4 Zwischenbetrachtung: Ökologische Materialität

Mit den drei thematisierten Aspekten, den Siegeln, dem »Inhaltsstoff Tierleid« und dem Selbstverständnis der NGOs als »Problemlöserinnen« geht eine Wissenspraxis einher, in die Lebensmittel und Körper auf eine bestimmte Art und Weise eingebunden sind. Eine zentrale Grundlage dieser Wissenspraxis ist, dass die Produktion von Fleisch und anderen tierlichen Lebensmitteln problematisiert wird. Allerdings ist die normative Ausrichtung nicht als Ausgangspunkt dieser Wissenspraxis zu verstehen. Vielmehr, so möchte ich hier argumentieren, werden Lebensmittel und Körper in dieser Wissenspraxis in einer bestimmten Art und Weise hervorgebracht, die sich von den zuvor analysierten Materialisierungen unterscheidet und die diese kritische Bewertung ermöglicht.

An der Wissenspraxis, die ich hier nachgezeichnet habe, ist auffällig, dass die einzelnen Lebensmittel in dem, was sie sind, mit Konsequenzen verbunden werden, die weit über den Metabolismus oder sinnlich-affektive Effekte hinausgehen, also nicht nur in der Relation zwischen Lebensmittel und



Körper bestehen. Vielmehr bewegen sich die Konsequenzen auf sehr unterschiedlichen Ebenen und in mehreren Dimensionen: So geht es einerseits um mit der Produktion von Lebensmitteln verbundene Umweltfolgen bis zur Dimension des globalen Klimas, es geht um Verteilungsfragen und soziale Ungleichheiten auf verschiedenen Ebenen. Das Lebensmittel wird auch in einem Zusammenhang mit seinen eigenen Produktionsbedingungen gesehen. Damit ist jedes Essen nicht nur auf sich selbst und die Effekte im Körper der Essenden verwiesen, sondern es hat eine Geschichte und eine Zukunft. Die Lebensmittel werden also in Verbindung mit verschiedenen Entitäten positioniert, die auch entlang einer zeitlichen und räumlichen Achse entfernt sind. Worum geht es dabei? Die Geschichte eines Lebensmittels betrifft vor allem die Produktion: Ist ein Tier die Quelle für dieses Lebensmittel und wurde auf eine bestimmte Art und Weise produziert, die mit Gewalt verbunden ist? Mit dieser Geschichte ist das Essen untrennbar verbunden, ebenso mit den weiteren in der Zukunft liegenden und räumlich verteilt potenziellen Folgen dieser Produktion: Welche Auswirkungen hat die Größendimension der Produktion für das Klima? Hat das Produkt möglicherweise unerwünschte Folgen für den aufnehmenden und verarbeitenden Körper, die mit dem tierlichen Ursprung und dessen Produktion in Zusammenhang stehen (und nicht mit bestimmten biochemischen Stoffen)? Da die Lebensmittel vor allem in ein Netz aus Relationen mit räumlich und zeitlich verteilten Entitäten eingebettet hervorgebracht werden und so in einem globalen Zusammenhang zwischen Menschen, Tieren und Umwelt platziert sind, bezeichne ich dies als *ökologische Materialisierung*.<sup>12</sup>

Ein wesentlicher Aspekt dieser *ökologischen Wissenspraxis* ist die Institutionalisierung der Unterscheidung zwischen vegan und nicht-vegan. Mit den Zertifikaten positionieren sich die NGOs als die legitime Instanz in dieser Frage. Sie beanspruchen hierbei auch, das Vertrauen und damit die Autorität zugesprochen zu bekommen, in dieser Frage die entscheidenden Kompetenzen zu haben. Aus der vorliegenden Analyse geht eine spezifische Autorität für die vegan/vegetarischen NGOs mit der Frage, ob ein Lebensmittel vegan sei, einher und ist durch die verschiedenen Zertifikate entsprechend

---

12 Mit »ökologisch« wird hier folglich mehr als Umwelt- und Klimafolgen adressiert. Eine gewisse Ähnlichkeit und auch Bezüge zu sozial-ökologischer Forschung, im weiten Sinne von »Gesellschaft-Natur-Interaktionen« (Fischer-Kowalski und Weisz 1998, 145), ist in dieser Wissenspraxis durchaus erkennbar.

institutionalisiert. Diese Wissenspraxis und die damit verbundene ökologische Materialisierung sind ebenfalls mit Bewertungen und normativen Positionen gegenüber der Ernährung verbunden. Es sind hier ethische, moralische und gesellschaftspolitische Überzeugungen, die an diesem Wissen und dieser Materialisierung ansetzen. Überzeugungen, dass vegane Lebensmittel und schließlich auch vegane Ernährungsstile die *richtige* Ernährung seien, setzen an der Kritik an, dass Tierproduktion und -konsum negative Folgen für Umwelt und Klima habe, Tierleid verursache und mit globalen Ungerechtigkeiten verbunden sei, was in den damit verbundenen diskursiven Praxen zu einem inhärenten Bestandteil des Lebensmittels wird.<sup>13</sup>

## 6.4 Technikkulturen der Lebensmittelproduktion

Ich werde in diesem Unterkapitel die Fertigung von Fleischalternativen, von Fleisch und die Entwicklung veganer Speziallebensmittel für Sportler\*innen als Kontrastfall untersuchen. Die Analyse basiert auf den ethnografischen Untersuchungen der Ernährungsmessen und Expert\*inneninterviews. Auf dieser Grundlage werde ich an die in diesem Kapitel bisher formulierten Thesen anknüpfen und im folgenden Unterkapitel herausarbeiten, wie sich in den verschiedenen Praxen der Lebensmittelproduktion kulinarische, nutritionale und ökologische Wissenspraxen nachzeichnen lassen und wie diese in Machtkämpfe eingebunden sind.

### 6.4.1 Produktion von Fleischalternativen

In diesem Unterabschnitt werde ich das Wissen in der technikkulturellen Produktion von Fleischimitaten analysieren. Eine weitreichende Beobachtung im Forschungsprozess ist, dass es zu einer ausgiebigen Zusammenarbeit zwischen vegan/vegetarischen NGOs und der Fleischindustrie kommt, die ich in Hinblick auf Entwicklungen im Veganismus und damit verbundenen Subjektivierungen bereits analysiert habe (5.3.2). Daran anknüpfend analysiere ich das Wissen, das in Zusammenhang mit der Produktion veganer Fleischalternativen thematisiert wird, und wie mit diesen Praktiken Lebensmittel, Körper und Geschlecht zusammenhängen.

13 Die in der Tierrechtsbewegung verbreitete Parole »Fleisch ist Mord« steht beispielsweise in kondensierter Form für diese Wissensform und Materialisierung.