

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.

---

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

### 6.4.1.1 »Geschmacksingenieure«: Wurstwissen, -kompetenz und -technologien

Zunächst lohnt ein Blick darauf, wie die NGOs die Zusammenarbeit mit Firmen legitimieren, die vorrangig tierliches Fleisch produzieren. Eine Strategie, die ich hier identifizieren kann, ist der Hinweis auf das besondere Wissen, die Kompetenzen und weitere Ressourcen, über die die Firmen verfügen würden. Zwei NGO-Vertreter\*innen begründen so, warum die Fleischindustrie auch gute Fleischalternativen machen könne:

B: Und da haben natürlich die Fleischkonzerne einfach irgendwo einen Vorteil, weil die haben damals schon, wie sie Fleisch produziert haben, verschiedene Zutaten in Maschinen zusammengemischt und diese Ressourcen können sie jetzt auch nutzen. (Explnt\NGO\_01: 9)

In einem weiteren Interview heißt es:

B: Es sind die gleichen Werkzeuge. Die Leute, die das herstellen, haben letztendlich das Know-how für Wurst. Und deswegen macht es für sie keinen Unterschied. (Explnt\NGO\_03: 16)

In beiden Interviewpassagen wird keine Grenze bezüglich der Produktionspraxen und des Produktionswissens zwischen Wurst und Wurstalternativen gezogen. Vielmehr wird die Annahme vertreten, dass die Produktion von Fleischalternativen und Fleisch, zumindest im Fall von Wurst, ein sehr vergleichbares, wenn nicht sogar das gleiche Verfahren darstellen. Ausgehend davon wird erklärt, warum Fleischproduzent\*innen auch gute fleischfreie Würste produzieren könnten: Dies liege daran, dass die Fleischkonzerne über die notwendigen Ressourcen, also die Maschinen und die Kompetenzen, auch zur Produktion von Fleischalternativen verfügen. Sie haben diesen Darstellungen zufolge durch die Produktion von fleischhaltiger Wurst auch einen Wissensvorsprung darüber, wie nicht-fleischhaltige Würste hergestellt werden könnten. Denn auch die fleischfreie Wurst soll ja so schmecken und eine ähnliche Textur haben, wie die Wurst aus Fleisch (vgl. 6.2.1.2). In den Schilderungen der Vertreter\*innen der NGOs wird eine produktions- und wissenstechnische Nähe zwischen Fleischwurst und veganer Wurst hergestellt. Auf dieser Grundlage wird ökonomisch argumentiert, dass es sinnvoll sei, dann diese Ressourcen und Kompetenzen auch für die Produktion von beidem einzusetzen. Da die Produktion von verschiedenen Würsten sich so ähneln würde, wird denjenigen, die mit dem »Original« bereits länger arbeiteten, sogar ein »Vorteil« bezüglich der Qualität zugeschrieben.

Die Orientierung an der Produktionstechnologie des »Originals«, also der Fleischwurst, wird auch in der Darstellung des Produktionsprozesses durch rein vegane Produzent\*innen dargestellt. So schreibt die Firma »Wheaty« in einem Prospekt: »Bei Wheaty sieht's aus wie in einer Metzgerei – dabei ist alles vegan« (FeldMat|Wheaty\_Ihm geht es um die Wurst: 1). Auf der Titelseite dieses Prospekts ist ein Mann abgebildet, der einen weißen Kittel und ein Haarnetz trägt. Er hält dabei zwei Würste in der Hand und im Hintergrund sind weitere Würste zu sehen, die an dafür vorgesehenen Gerätschaften hängen. Im Inneren der Broschüre sind dann weitere, große Maschinen abgebildet; die Maschinen und der Produktionsprozess werden im Text wie folgt beschrieben:

Das Herzstück der Produktion, der sogenannte Kutter, läuft derweil reibungslos. Die Maschine, die normalerweise in Metzgereien steht und 750 Liter Inhalt fasst, verketnet Weizengluten, Wasser, Öl und Gewürze zu ›Brät‹. Das wird nebenan zu ›Bauern-Knackern‹ verarbeitet. Eine Anlage presst das Brät dafür in ›Därme‹ aus Viskose. Dann kommen die Knacker in den Rauch-Koch-Automaten, werden dort dampfgegart, getrocknet und geräuchert. Äußerlich und geschmacklich sind sie ihren nicht veganen Vorbildern dann zum Verwechseln ähnlich. (FeldMat|Wheaty\_Ihm geht es um die Wurst: 4)

Der hier beschriebene Produktionsprozess lehnt sich explizit an die Produktion von Wurst aus Fleisch an. Der »Kutter« wird als Gerät beschrieben, das in dem Produktionsprozess eine ganz wesentliche Rolle einnimmt und als eine üblicherweise in Fleischereibetrieben verwendete Maschine bezeichnet. Durch die Beschreibung der fleischlosen Wursterstellung, wonach nur in den Zutaten der Unterschied zur Herstellung von »normaler« Wurst bestehe, wird eine möglichst große Nähe zu dieser hergestellt. Die Fleischwürste werden als die Vorbilder der Produktion benannt, das Wissen und die Kompetenz dazu sind sehr ähnlich. Die Fleischalternativen sollen in Geschmack, Konsistenz und Aussehen möglichst nicht von Fleischwürsten zu unterscheiden sein.

Die Wurstmaschinen müssen von bestimmten Akteur\*innen bedient werden, die dazu über die entsprechende Wurstkompetenz verfügen. Damit werden bestimmte Subjektpositionen verbunden, die in der diskursiven Praxis der veganen Produzent\*innen eine wichtige Rolle einnehmen. Die Personen, die mit diesen Maschinen vegane Würste produzieren, werden in der oben bereits benannten Werbebroschüre gleich zu Beginn wie folgt beschrieben:

Große Männer in weißen Gummischürzen und -stiefeln laufen umher, lange Wurstketten hängen an Gestellen, der Duft von Geräuchertem liegt in der Luft. Doch der Schein trügt. Auch wenn hier Metzgermeister die Produktion steuern, sind wir nicht in einer Metzgerei, sondern in einer veganen Wurstschmiede. (FeldMat\Wheaty\_Ihm geht es um die Wurst: 2)

In dieser Äußerung fällt erstens die Benennung der Akteure auf, die in der »veganen Wurstschmiede« arbeiten. Es seien »große Männer«, die hier in der für Metzgereien typischen Arbeitskleidung tätig seien. Der Einstieg in die Darstellung der Produktion verweist auf Geschlecht als eine relevante Markierung der Arbeiter\*innen. Bei der Herstellung der Würste handelt es sich demnach um eine Tätigkeit, die eine gewisse physische Erscheinung und körperliche Stärke sowie ein bestimmtes Geschlecht brauche. Die Männer werden neben der physischen Präsenz aber auch mit der notwendigen Kompetenz zum Wurstmachen beschrieben: Diejenigen, die die Verantwortung für die Produktion haben, seien »Metzgermeister«. Die starken Männer haben also die institutionell anerkannten Fähigkeiten und das verbriegte Wissen zum Wurstmachen, was auch für die Verarbeitung nicht-tierlicher Rohstoffe eine wichtige Arbeitsvoraussetzung zu sein scheint.

Die Vertreter\*innen der NGOs argumentieren in den eingangs zitierten Passagen, die Fleischproduzent\*innen könnten gut Wurst produzieren, da sie die entsprechende Erfahrung und die Maschinen hätten. Die Fleischalternativenproduzent\*innen verweisen in ihrer Darstellung in dem Werbeprospekt auf genau die gleichen Wissensbestände und damit verbundenen Technologien: Es sind technisch die gleichen Produktionsverfahren und die Arbeiter\*innen haben die gleiche Ausbildung bzw. explizit eine Ausbildung im Fleischereihandwerk und können damit eben auch institutionell abgesichert auf das Wissen und »Know-how für Wurst« verweisen, wie es Fleischproduzent\*innen können. Die Produktion von Fleischalternativen wird durch diese symbolischen Verweise auf die Produktionstechnik tierlicher Fleischprodukte als ebenso gewöhnliche Praxis dargestellt, die sich von dieser gar nicht unterscheiden würde. Als »normale« Produktionspraxis, so folgere ich, werden hier Legitimitätsgewinne beansprucht. Die Grenzziehungen finden auf einer anderen Ebene als dem Produktionswissen und den Wissensobjekten statt. Im Folgenden untersuche ich daher die Grenzen, die auf der Ebene der Wissenssubjekte gezogen werden.

### 6.4.1.2 Die Vegan-Pionier\*innen und ›normale‹ Produktentwicklung

In der Gruppe der Produzent\*innen von Fleischalternativen werden symbolische Grenzen zwischen jenen Akteur\*innen gezogen, die auch Fleisch produzieren, und jenen, die rein vegetarisch sind. Hier finden sich in den Darstellungen der veganen und vegetarischen Produzent\*innen analoge Konstruktionen, wie ich sie oben bei den Köch\*innen dargestellt habe: Die Produktion von veganen Würsten wird ebenso wie das Kochen als »Experimentieren« bezeichnet und die Produzent\*innen sehen sich als »Pionier\*innen«. Im Produktprospekt von »Wheaty« heißt es über den Firmengründer und seine ersten Produktionen: »Nächtelang tüftelte er in seiner Küche an den Rezepten.« (FeldMat\Wheaty\_Ihm geht es um die Wurst: 2) Diese Darstellung, die Praxis der Produktentwicklung als Tüftelei zu beschreiben, wird auch in einem Interview mit einer Vertreter\*in eines veganen Fleischalternativenherstellers gleich nach der Einstiegsfrage benannt und direkt mit der Entstehung des Unternehmens in Verbindung gebracht:

- I: Ich würde auch gerne mit einer ganz allgemeinen Frage beginnen. Können Sie mir einmal die Haupttätigkeitsfelder von [Fleischalternativenhersteller] erläutern, und wie sich diese in den letzten Jahren entwickelt haben?
- B: [...] Und [wir] haben vor dreißig Jahren damit angefangen, ganz klein. Da waren es ein paar Leute, die irgendwie so ein bisschen experimentiert haben [...]. Und dann ist es immer größer geworden. (Explnt\Prod\_02: 4-5)

In beiden Aussagen ist eine ähnliche Darstellung zu finden: Fleischalternativen seien entwickelt und erfunden worden, indem eine oder mehrere Personen »getüftelt« oder »experimentiert« hätten. Mit dieser Art der Produktentwicklung wird der Grundstein für die jeweilige Firmengründung beschrieben. Das hier verwendete Narrativ verbindet den Anspruch, gute Fleischalternativen herzustellen, mit einem Ursprung im Experimentieren einzelner Personen. Diese diskursive Strategie der Positionierung ist damit vergleichbar mit dem Beanspruchen der Position als Pionier\*in beim Kochen. Sie wären es gewesen, die ›unbekannte Wege‹ gegangen seien und dabei neue Dinge erfunden und hervorgebracht hätten. Diese Darstellungen ähneln jenen, die ich oben in Bezug auf das professionelle vegane Kochen beschrieben habe. Analog dazu lässt sich auch bei der veganen Lebensmittelproduktion eine männliche Konnotation dieser Darstellungen nachzeichnen. In den Werbebrochüren für die veganen Produkte bekommt diese Männlichkeitskonstruktion der ›Erfinder‹ deutliche Konturen. In zwei Werbebrochüren werden die Gründer der jeweiligen Firmen auf bestimmte Weise beschrieben. Als Erstes

finden sich Ausführungen dazu in der bereits mehrfach zitierten Broschüre von »Wheaty«:

Mut, Dickköpfigkeit und eine Prise Verrücktheit, das sind Eigenschaften, die bestimmt dazu beitragen, dass der Charakterkopf [...] heute zu den größten Seitanproduzenten Europas zählt. (FeldMat\Wheaty\_Ihm geht es um die Wurst: 2)

In einer sehr ähnlichen Weise wird auch der Chef von »Berief« beschrieben:

Schon immer waren wir von Berief ein Pionier in Sachen pflanzlicher Genusseideen. Es gehörte eine Menge unternehmerischer Mut dazu, als Hermann Berief 1985 einen mittelständischen Betrieb gründete. (FeldMat\Berief\_QualitätGenuss: 2)

In beiden Beschreibungen der Gründerfiguren werden diese auf eine vergleichbare Art charakterisiert: Das Experimentieren und das (Selbst-)Vertrauen auf die ›Erfindungen‹ von Produkten und diese zu verkaufen, wird auf den besonderen »Mut«, der die beiden Figuren ausmachen würde, zurückgeführt. In beiden Fällen werden die Gründer mit dieser Eigenschaft beschrieben. Darauf wird dann der Erfolg der Firmen zurückgeführt. In diesen Aussagen wird die Figur des »mutigen Pioniers« gezeichnet, der durch geniale Tüfteleien und Experimente erfolgreich vegane Lebensmittel produziert. Es wird hier also eine Subjektposition gezeichnet, die sich als ›mutiger Pionier‹ beschreiben lässt. Zentrale Eigenschaft dieser Subjektposition ist, dass diese mit einer *Efinderpraxis* verknüpft ist, die als »Tüfteln« oder »Experimentieren« beschrieben wird und nicht in einer Anwendung von Rezeptwissen besteht. Damit, so lässt sich daraus ableiten, wird die Produktentwicklung mit einer spezifischen Form von Männlichkeit verbunden, über die eine legitime Position im Bereich der Wurstproduktion beansprucht wird. Ähnlich wie ich oben beim Kochen beschrieben habe, besteht diese männliche Konnotation des Experimentierens in dem Bezug auf eine Form männlicher Leidenschaft des »tinkering« (Mellström 2004) bzw. »Tüfteln« (Prietl 2016, 62-63). Es lässt sich daraus schließen, dass mit der Figur des ›mutigen Pioniers‹ Männlichkeit als Ressource ins Feld geführt wird, um einen ernährungskulturellen Bereich für sich zu beanspruchen. Sie haben durch ihre Experimente unbekanntes kulinarisches Terrain betreten und reklamieren es damit für sich. Auf diese Weise verläuft eine zentrale Grenzziehung zwischen den rein veganen und den omnivoren Hersteller\*innen von Fleischalternativen über die Beanspruchung dieses »Terrains« als »Pioniere« für sich, was zum einen durch einen

zeitlichen Kontext und zum anderen durch eine männlich konnotierte *Erfinderpraxis* begründet wird. Der zeitliche Kontext wird in der Argumentation deutlich, die »Pionier\*innen« würden dieses Terrain bereits seit langer Zeit bearbeiten. Diese Form der Abgrenzung zu den Fleischfirmen wird in folgender Interviewsequenz deutlich. Ein\*e Vertreter\*in eines veganen Fleischalternativenproduzenten positioniert die Firma als »Bio-Pioniere« (wodurch auch ein Gegensatz zwischen ökologisch produzierten Lebensmitteln und konventionellen Produktionsweisen betont wird, der hier aber nicht mein Fokus ist):

I: Es gibt ja jetzt auch immer mehr Firmen, die eigentlich aus der Fleischindustrie kommen, die auch vegane und vegetarische Fleischalternativen herstellen. Wie positionieren Sie sich dazu?

B: Ja (überlegend), wie positionieren wir uns dazu? Wir sehen uns eigentlich gar nicht so im Wettbewerb irgendwie mit denen. Natürlich sind die auch/sind die in gewisser Art und Weise Mitbewerber, weil sie ja in der gleichen Sparte irgendwie spielen. [...] Ich finde es ein bisschen schwierig, wenn es nur darum geht, irgendwo auf einer Welle mitzureiten. Und aber eigentlich ja gar nichts ideologisch dahintersteckt. Also das ist einfach der große Unterschied auch zu uns und anderen Bio-Pionieren. Andere vegetarische Pioniere, die von Anfang an bio und vegetarisch waren. Oder vegan waren. Die immer schon aus Überzeugung solche Produkte hergestellt haben. Anders als ein [Fleischproduzent A], der sagt, ah da ist ein Markt. Und da so draufspringt. (ExpInt\Prod\_02: 63-64)

In dieser Interviewsequenz wird eine umfassende Abgrenzungsbewegung auf zwei Achsen gegenüber Fleischproduzent\*innen vorgenommen, die auch Fleischalternativen herstellen. Die erste Grenzachse, die sich identifizieren lässt, verläuft zwischen ideologischer Überzeugung und kapitalistischem Kalkül. Im Gegensatz zur oben (5.3.1) beschriebenen ›Entideologisierung‹ wird die Produktion von Fleischalternativen hier also dezidiert mit einer inhaltlichen Überzeugung zugunsten biologischer Landwirtschaft und vegetarischen Produkten verbunden. Die zweite Grenzachse, die ich hier identifiziere, hat den Bezug auf die Figur der Pionier\*innen. Es ist bemerkenswert, dass die Firmen, die auch Fleisch produzieren, gar nicht als (direkte) Konkurrenz gesehen werden. Das eigene Produktfeld wird neben der Kategorie vegan/vegetarisch auch mit der Ökologie-Bewegung verbunden und so gegen die Neuen verteidigt. Die legitime Produktion von Fleischalternativen speist sich also aus der gelungenen Reklamation einer Pionierfigur,

die als mutiger Experimentator das Terrain erobert hat und damit legitimen Anspruch auf eine Position darin hat.

Außerhalb des Bereichs der rein veganen und vegetarischen und mit der Ökologie-Bewegung verbundenen Produzent\*innen von Fleischalternativen wird die Produktion auch anders dargestellt und nicht als Experiment beschrieben. In einem Interview mit einem Entwickler für Fleischalternativen, deren Produktion im Schnittfeld von akademisch situierter technikwissenschaftlicher Innovation und industrieller Forschung positioniert ist, wird die Arbeit anders beschrieben:

I: Wie kann ich mir das ungefähr vorstellen, wenn sie an diesem Fleischersatz arbeiten? Wie läuft das ab?

B: Ähm, also Sie können mal in die Mediathek gehen. Bei [Sendung]. Da ist ein kleiner [Beitrag], so circa vier Minuten über das Labor gelaufen. Auch über uns, ja. Wo wir dann [...] bis hin zur Wurst alles erklärt haben.

I: Mhm (...) Das heißt, Sie suchen dann auch irgendwie verschiedene Mixturen zusammen? Schmecken das ab? Und ähm.

B: Jaja, ja. Das ist ganz normale Produktentwicklung. (lacht)

I: Was heißt normale Produktentwicklung? Das ist (lacht)

B: Naja (lacht). Also man muss sich das vorstellen. Man hat ein Pulver und daraus will man was machen und eh klar. Da beschäftig' ich [mich] mein ganzes Leben lang schon mit. Ja und dann ist immer Applikation und so und so ist das.

I: Ah, okay. (ExplInt\Prod\_01: 15-22)

In dieser Interviewpassage wird zunächst Unverständnis der Interviewperson darüber sichtbar, dass ich mich für den Produktionsprozess interessiere. Es scheint so, als würde die Person eigentlich nicht darüber reden wollen, in der Interviewsituation scheint es äußert uninteressant zu sein. So werde ich auf eine Sendung verwiesen, wo alles erklärt werde. Eine weitere Nachfrage wird mit dem Verweis auf »normale Produktentwicklung«, »eh klar« und »immer Applikation« abgewiegt. Aus dieser auf den ersten Blick misslungenen Interviewsituation schließe ich Folgendes: Es ist schlicht nichts Besonderes für diese Person, an einer Fleischalternative zu arbeiten und diese zu entwickeln. Der Verweis auf die langjährige Expertise deutet darauf hin, dass es um die Anwendung von formalisiertem Wissen geht, was hier als Beleg für die »Normalität« der Tätigkeit angesehen werden kann. Es sei im Prinzip die gleiche Tätigkeit, eine Fleischalternative zu entwickeln, wie die Entwicklung jedes beliebigen anderen Produkts. Bei dieser Aussage handelt es sich im vorliegenden

Sample um einen Einzelbefund und sie lässt keine allgemeinen Schlüsse auf das gesamte Feld der Fleischalternativenproduktion zu. Allerdings deckt sich dieser Einzelbefund mit einer Differenzierung der Ingenieurstätigkeit, auf die Bianca Prietl (2017) im Feld der erneuerbaren Energien hinweist: Es werde beansprucht, so Prietl, dass die Tätigkeit in einem alternativen Feld eine ganz normale Ingenieur\*innenarbeit darstellt. Prietl arbeitet heraus, dass es zu einer Feminisierung und damit verbundenen Abwertung *alternativer* Ingenieur\*innenarbeit kommt. Diese konnte ich in meinem Sample nicht entdecken, allerdings ist in diesem Kontext zu sehen, dass im Fall der reinen Fleischalternativenproduktion gegen die ›normale Produktentwicklung‹ mit der Männlichkeitskonstruktion des »mutigen Pioniers« eine Referenz auf Männlichkeiten stark gemacht wird, mit der um den legitimen Anspruch für die ›richtige‹ Produktion von Fleischalternativen gekämpft wird.

#### **6.4.1.3 Fleischalternativen: Geschmack, Konsistenz und Nährwerte**

In den beiden vorangegangenen Unterabschnitten habe ich mich mit dem Wissen und mit den Wissenssubjekten in der Produktion von Fleischalternativen beschäftigt. Im folgenden Unterabschnitt werde ich näher auf die produzierten Lebensmittel eingehen. Wie werden diese veganen Lebensmittel in der Praxis als Wissensobjekte hervorgebracht? Diese Frage werde ich anhand von Aussagen in einem Interview beschreiben, in dem sich sowohl *nutritionale* als auch *kulinarische Materialisierungen* rekonstruieren lassen.

Es finden sich zunächst die Kategorien des Geschmacks und der Konsistenz, wie ich sie in 6.2.1.1 in Bezug auf die Kochpraxen beschrieben habe. Ein\*e Interviewpartner\*in eines Fleischalternativenproduzenten beschreibt dies wie folgt:

- I: Können Sie noch einmal vielleicht darauf eingehen, was so die unterschiedlichen Blickrichtungen sind von Ihnen in der Produktentwicklung?
- B: Ja. Also zum Beispiel, was bei den Produkten wichtig ist, ist, dass die Konsistenz stimmt. Also das ist [...] ein wichtiger Punkt. Neben dem Geschmack ist die Konsistenz, Mundgefühl wichtig. (Explnt\Prod\_02: 19-20)

In dieser Sequenz werden zwei Kategorien beschrieben, nach denen zunächst die Qualität der entwickelten Produkte bewertet wird: Es werden mit der Konsistenz und dem damit verbundenen und als sinnlich markierten »Mundgefühl« und dem Geschmack affektive Kriterien genannt. Eine ähnliche Information erhalte ich an einem Messestand für Fleischalternativen auf die Nachfrage, wie das Produkt, das als ›neu‹ angepriesen wird, entstanden sei: Der

Leiter der Firma habe mit einem renommierten deutschen Forschungsinstitut zusammengearbeitet und »so lange geforscht, bis es Querfasern« gegeben hätte (Veggienale FFM\Protokoll: 2). Diese »Querfasern« werden als das Ziel der technikwissenschaftlichen Forschung zur Entwicklung dieses Fleischimitats beschrieben und das Erreichen dieses Ziels markiert den beschriebenen Erfolg dieser Forschung, womit dieses Produkt jetzt am Markt angeboten wird. Diese Existenz von »Querfasern« betrachte ich als einen Aspekt, der sich dem Kriterium der Konsistenz zuordnen lässt. Als ein spezifisches Wissensojekt der Lebensmittelproduktion sind dies objektivierbare Faktoren, die als Grundlage für die Konsistenz ausgemacht werden und das Ziel der Produktentwicklung darstellen. Der sinnliche Aspekt der Konsistenz wird damit objektiviert und als ein technikwissenschaftliches Objekt hervorgebracht.

Andererseits sind die kulinarischen Kriterien nicht die einzigen, die in der Produktentwicklung relevant sind. Denn in der gleichen Interviewsequenz, die ich oben zitiert habe, wird auch beschrieben, dass in der Produktentwicklung die Nährwerte der Produkte betrachtet werden:

B: Ernährungswissenschaftliche Aspekte spielen auch eine Rolle. Welche Nährwerte sind da drin? Ist es ein ausgeglichenes Produkt? Wenn man zum Beispiel, also unsere Produkte haben ja viel Eiweiß. Sojabohnen haben halt sehr viel Eiweiß. Wenn man die mit Getreide kombiniert, zum Beispiel Reis in ein Produkt mit reinbringt, dann kann der menschliche Körper das Eiweiß besser aufnehmen. Ist auch ein wichtiger Punkt. (Explnt\Prod\_02: 20)

In diesem Interviewausschnitt wird darauf eingegangen, dass auch »Ernährungswissenschaftliche Aspekte« in der Produktentwicklung berücksichtigt werden würden. Mit dem expliziten Hinweis auf den wissenschaftlichen Kontext wird die Anwendung von Wissen aus einem anderen Bereich benannt. Eiweiß kommt als Wissensojekt eines anderen Spezialdiskurses ins Spiel. Das ernährungswissenschaftliche Wissen darüber, wie Kombinationen von Inhaltsstoffen die Verarbeitung von Nährstoffen im Metabolismus positiv beeinflussen können, führt dazu, dass Lebensmittel auf bestimmte Weise entwickelt würden.

An diesem Interview lässt sich folgende These entwickeln: Für diese Firma spielen kulinarische wie nutritionale Wissenspraxen eine Rolle. Es werden die Lebensmittel sowohl als Ganzes in der sensorisch-affektiven Dimension hervorgebracht und bewertet, als auch in ihre biochemischen Bestandteile molekularisiert und auf die Wirkung im Metabolismus hin optimiert. Die Produktentwicklung von Fleischalternativen ist also mit *beiden* in den vor-

gen Unterkapiteln herausgearbeiteten Materialisierungen verbunden. Während im Bereich des Kochens die *kulinarische* und im Bereich der Ernährungswissenschaften die *nutritionale Materialisierung* dominieren, liegt hier die Annahme nahe, dass es im Bereich der Produktentwicklung zur Hervorbringung beider Materialisierungen und womöglich auch zu starken Überschneidungen kommt. Über das genaue Verhältnis lassen sich aufgrund der vorliegenden Daten keine tiefergehenden Analysen an dieser Stelle machen. Es kann aber von der These ausgegangen werden, dass in der Lebensmittelproduktion beide Materialisierungen vorkommen. Darüber hinaus zeigt die Aussage aus der Beobachtungssequenz, dass die Grenze zwischen nutritionaler und kulinarischer Materialisierung nicht zwischen Wissenschaft auf der einen und Konsum und Produktion auf der anderen Seite verläuft. Vielmehr deutet sich durch die Hervorbringung eines objektivierbaren Wissenobjektes im Bereich der Textur an, dass diese Materialisierung auch mit technikwissenschaftlichen (akademischen) Wissenspraktiken verbunden ist.<sup>14</sup>

#### 6.4.2 Fleischproduktion

Nachdem es im letzten Unterkapitel um die Produktion von Fleischimitaten ging, werde ich nun zu einzelnen Aspekten der Produktion von ›richtigem‹ Fleisch übergehen. Die Produktion von Fleisch zum Zweck des menschlichen Verzehrs ist ein komplexer Prozess. An ihm sind unterschiedliche Akteur\*innen beteiligt, die an verschiedenen Stellen der Produktionskette das Endprodukt, also das Fleisch, bearbeiten und damit beeinflussen. Zu diesen Produktionsschritten gehören die Zucht von Tieren, die Produktion von Futtermitteln, die Haltung, der Transport, die Schlachtung, die Weiterverarbeitung, die Verpackung und der Verkauf. In meinem Sample der besuchten Messen sind einige dieser Aspekte enthalten. Teile dieses »Verwertungsprozesses« werde ich hier analysieren und greife dazu besonders exemplarische Aspekte heraus, um das mit dem Produktionsprozess verbundene Wissen und die Techniken zu untersuchen. Ich werde an ausgewählten Beispielen beschreiben, wie die Produktion von Fleisch technikkulturell eingebettet ist. Zudem werde ich aufzeigen, wie diese Einbettungen und damit auch die jeweiligen biofaktischen Materialisierungen entlang des Prozesses von der Futtermittelproduktion und Zucht bis zum Teller hergestellt werden. Bei der nun folgenden

---

<sup>14</sup> Ob und wie die Grenze zwischen nutritionaler und kulinarischer Materialisierung in den Wissenschaften verhandelt wird, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden.

Analyse der Produktion von Fleisch beziehe ich mich auf Materialien von den Messen, in denen es um die Produktionspraxen von Fleisch vor der Entstehung des eigentlichen Endprodukts geht.

### 6.4.2.1 Tierzucht und -produktion

Ich beginne an dieser Stelle mit einem Blick in die Tierzucht und wie die Haltung von Tieren zum Zweck der Fleischproduktion ernährungskulturell zu betrachten ist. Diese Praktiken rund um die Produktion von Tieren mit dem Ziel, diese zu Fleisch zu verarbeiten, konnte ich insbesondere auf der Messe »Tier & Technik« in St. Gallen beobachten. Die Tiere wurden auch auf der auf Tier- und Fleischverarbeitung ausgerichteten Messe »Süffä« als Produkte angeboten. Es handelt sich bei den folgenden Ausführungen um Darstellungen, die auf diesen Beobachtungen und dem dort eingesammelten Feldmaterial beruhen. Auf dieser Messe nehmen Agrarmaschinen wie Traktoren und Ähnliches den meisten Platz ein. In einer Halle sind auf dieser Messe aber auch lebende Rinder ausgestellt. Die meisten Tiere sind nebeneinander am Hals an einer langen Stange gebunden. Über den Tieren sind auf einer Tafel der Name des Tieres, die Rasse und verschiedene Maßzahlen (Größe, Alter und Gewicht) angegeben. In der gleichen Halle befindet sich noch ein weiterer Bereich, der von Zuschauer\*innentrüben umgeben ist. Hier werden manche Tiere dann einem Publikum und einer Jury vorgeführt. Bei einigen Tieren hängen neben den beschriebenen Tafeln auch gelbe Schleifen, die es als eine Auszeichnung bei so einer Veranstaltung für die Tiere und Züchter\*innen zu gewinnen gibt (Tier&Technik\Protokoll: 5; Foto: Tierausstellung).

Die Beschreibungen der Tierausstellung zeigen, dass die Tiere anhand von bestimmten, quantifizierbaren Kriterien miteinander verglichen werden. Es gibt hier aber auch einen nicht quantifizierbaren Teil, der im Wettbewerb durch eine Jury bewertet wird. Daraus folgt zunächst, dass die Produktion von Zuchttieren ein kompetitives Feld ist. Tierzucht ist folglich von der Massenproduktion zu unterscheiden. Es geht hier um die Produktion bestmöglicher, einzelner Tiere, anhand derer die Leistung der Züchter\*innen gemessen wird. Dies zeigt sich auch daran, dass durch die Namensgebung den Tieren eine Individualität zugeschrieben wird. Diese Individualität der Tiere verweist auf bestimmte einzigartige Produktionseigenschaften der Tiere. Diese Produktionsfaktoren sind als technische Eigenschaften für die Produktion von Rindern mit dem Ziel der Fleischproduktion zu betrachten. Diese Rinder sind Instrumente zur Produktion von Tieren mit bestimmten Eigenschaften für

die weitere Fleischproduktion, das heißt, die Zuchttiere selbst sind nicht für die Weiterverarbeitung vorgesehen. Ein Beispiel für die mit einem individuellen Rind verbundenen Produktionsfaktoren finden sich in einem Katalog, der die Samen von Stieren für die weitere Tierproduktion anbietet. Hier werden die Stiere mit Namen und Bildern, bestimmten Kennziffern und einer Beschreibung angeboten. Ein Beispiel ist das Angus-Rind mit dem Namen »Garth«:

Der Stier Te Mania GARTH ist ein hervorragender Stier für den Einsatz auf Rinder. Er vererbt eine kurze Trächtigkeitsdauer mit tiefen Geburtsgewichten. Trotz tiefen GG wachsen die Kälber schnell und erreichen überdurchschnittliche Tageszunahmen. Die Schlachtkörper seiner Nachkommen sind von hoher Qualität mit guter Marmorierung. Er hat einen ruhigen Charakter. Im Exterieur befindet er sich im mässig grossen Bereich mit einer guten Länge. (FeldMat\Swisgenetics\_Toro Beef: 7)

Diese Beschreibung und die verschiedenen Kennwerte, die angegeben werden, zeigen, was für die Produktion von Rindern zur Fleischproduktion wichtig ist und sich in der Form in vielen Beschreibungen von Zuchttieren wiederfindet. Zum einen ist es die »Tageszunahme«, die hier als überdurchschnittlich angepriesen wird. Für die Auswahl der Samen für die Aufzucht von Rindern und Kühen ist die Geschwindigkeit des Wachstums der nachkommen den Tiere eine steuerbare und vor allem auch zu maximierende Größe. Zum anderen wird mit der hohen Qualität und »guten Marmorierung«, die das Fleisch der Nachkommen habe, eine geschmacklich-ästhetische Komponente benannt, die beim Verzehr ins Spiel kommt, aber bereits bei der Herstellung der Kühne und Rinder eine relevante Kategorie darstellt. Jedes Rind unterscheidet sich von anderen und die zu erwartende Fleischqualität und das Aussehen dieses Fleisches lässt sich schon durch die Auswahl der Samenquellen beeinflussen.

Auch bei der Tierhaltung sind ähnliche Ziele in der Produktion relevant. So zeigt sich, dass die Fütterung der Tiere eine weitere Stellschraube ist, um das Wachstum der Tiere zu beeinflussen. Hier steht der »Tageszuwachs« im Vordergrund, wie folgendes Zitat aus einem Katalog für Tierfutterergänzungsmittel zeigt:

Aufzucht und Mast: Tageszuwachs und Futterverwertung sind entscheidend für die Wirtschaftlichkeit sowohl in der Aufzucht wie auch in der Mast. Lanthanoide (»Seltene Erden«) sind Spurenelemente, die in der Umwelt und in

der Nahrung natürlicherweise vorhanden sind. Werden diese Elemente dem Futter ergänzend zugesetzt, können sie sowohl den Tageszuwachs wie auch die Futterverwertung deutlich verbessern. (FeldMat\Zehentmayer\_Vitalstoffe: 5)

In dieser Beschreibung für einen Zusatzstoff für die Schweinefütterung finden sich einige Aspekte, die darauf deuten, was bei der Tierhaltung zur Fleischproduktion wichtige Ziele und Faktoren sind. Zunächst wird hier die Wirtschaftlichkeit hervorgehoben und als Zusammenhang von »Tageszuwachs« und »Futterverwertung« bestimmt: Mit möglichst effizientem Futtereinsatz soll möglichst viel Fleisch produziert werden. Das hier beworbene Produkt verspricht den Tierhalter\*innen, durch eine Verbesserung der Verdauung von Schweinen zu einer stärkeren Zunahme durch das gegebene Futter beizutragen. Die Tiere werden hier als ökonomische Größen benannt: der Prozess des Wachstums der Tiere ist durch ökonomische Optimierungs- und Effizienzimperative wesentlich beeinflusst.

Die Wirtschaftlichkeit ist bei der Fütterung der Tiere zur Fleischproduktion aber nicht der einzige relevante Faktor. Denn, wie schon bei der Zucht, sind bei der Fütterung auch das Aussehen und der Geschmack des Fleisches wichtig. Bei einem Vortrag, der für ein High-End-Produkt im Schweinesektor auf der »Süffa« wirbt, steht auf einer Folie:

Die Anforderungen wären eine feine Faserstärke, Vermeidung von Fehlreifung, ein hoher intramuskulärer Fettgehalt und eine Fütterung, die Fehlaromen vermeidet. (Süffa|Foto High-End-Schwein)

In diesem Vortrag wird ein Fleischprodukt beworben. Es wird dargestellt, was dieses hochwertige Fleisch von einem weniger hochwertigen in der Produktion unterscheidet. Die Fütterung ist hier ein wesentlicher Aspekt, der den Geschmack des Fleisches beeinflusst, und daher müsse diese für ein entsprechend hochqualitatives Segment darauf ausgerichtet sein, einen nicht gewollten Geschmack – »Fehlaromen« – zu vermeiden.

Die Tiere sind an beiden Stellen des Produktionsprozesses auf die Produktion des Endproduktes hin ausgerichtet und zielen hier vor allem auf die sensorischen Qualitäten des Fleisches. Geschmack, Aussehen und Struktur sind die wesentlichen Aspekte, auf die hingearbeitet wird. Die Produktion von Tieren zielt bereits ab der Zeugung darauf, ein bestimmtes Fleischprodukt herzustellen. Tiere kommen dabei in zwei Varianten vor: Einmal als zu produzierendes (Zwischen-)Produkt für die weitere Verarbeitung zu Fleisch-

produkten und einmal als Zuchtmittel zur Produktion der Tiere. Neben den sensorischen Qualitäten, die das Fleisch der geschlachteten Tiere haben soll, spielt in der Produktion der Tiere der ökonomische Faktor eine große Rolle. Für die Produktionspraxis der Agrarunternehmen sind die Tiere ökonomische Faktoren, die mit möglichst wenig und zu optimierendem Mitteleinsatz möglichst effizient gute Ergebnisse in Bezug auf das Endprodukt erzielen sollen. Das bedeutet, dass das Tier in der Fleischproduktion noch vor der materiellen Existenz als ökonomische Größe existiert.<sup>15</sup>

#### **6.4.2.2 Fleisch, Tiere, Natur und Männlichkeiten**

Nachdem ich mich mit der Produktion von Tieren zum Zweck der Fleischproduktion beschäftigt habe, soll es darum gehen, wie Tiere und Fleisch symbolisch zueinander positioniert werden. Ich untersuche in diesem Unterabschnitt exemplarisch bildhafte Darstellungen von Tieren, die auf Messen mit Fleischbezug an verschiedenen Ständen zu finden waren. Der erste Befund ist, dass Tiere in verschiedenen Formen bei Produzent\*innen, die Fleisch oder Fleischverarbeitung anbieten, präsent sind und damit eine symbolische Verbindung zwischen Fleisch und Tieren hergestellt wird. Welche Verbindungen werden hier also gezogen?

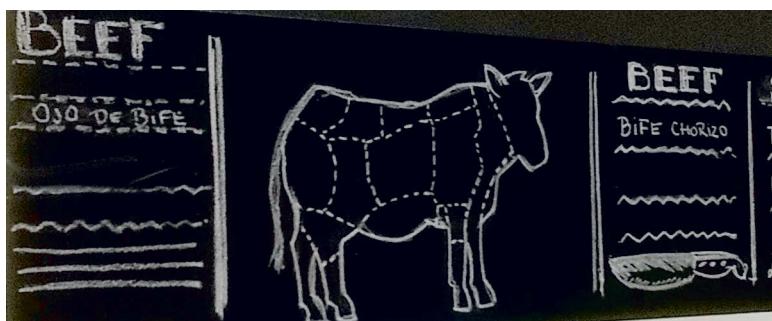
Die erste Form, in der Tiere mit Fleisch in Verbindung gebracht werden, und die ich nun herausgreifen möchte, ist eine abstrakte Darstellung, die diese Verbindung sehr direkt herstellt. Diese Abbildung findet sich über einer Essensausgabe eines sehr großen Messestandes einer Firma, die Fleisch aus Südamerika nach Europa importiert. Hier bekommen potenzielle Geschäftspartner\*innen ein Essen serviert. Das dazugehörige Bild, siehe Abb. 1, ist eine Zeichnung eines Rinds, welches durch gestrichelte Linien unterteilt ist. Die so abgeteilten Bereiche stellen die verschiedenen Fleischstücke dar, die man von einem Rind klassischerweise kaufen und essen kann; in diese Teile werden die Tiere nach der Schlachtung üblicherweise zerlegt. Eine derartige schematische Darstellung, so meine Interpretation, deutet an, dass die Fleischform im Tier bereits angelegt ist, das in diese einzelnen Bereiche unterteilt

---

<sup>15</sup> Dies deutet darauf hin, dass es nicht so ist, dass das »Subjekt Tier [...] offenbar auf[hört] zu existieren, sobald es auf dem Markt als Ware getauscht wird.« (Sauerberg und Wierbitza 2013, 74) Das Tier ist zu jedem Zeitpunkt, d.h. bereits in der Planungsphase vor der eigentlichen, also physisch-materiellen Existenz, warenförmig. Gerade hieran ließe sich zeigen, wie Subjektivität relational verliehen wird.

wird und damit von »Natur aus« auch so zum Verzehr vorgesehen ist: Umgekehrt verortet es die einzelnen Fleischstücke als Teil eines vormals Ganzen, sprich eines lebendigen Tieres. Das Stück Fleisch, welches die (potenziellen) Kund\*innen hier bekommen, lässt sich demnach direkt auf ein Tier zurückführen.

Abb. 1: ANUGA|Foto: Unterteiltes Rind



Während das Tier hier abstrakt dargestellt ist, findet sich eine fotografische Abbildung eines Tieres in der Broschüre von »Butcher's Pig«, eines Fleischproduzenten (FeldMat\ButchersPig\_Info: 2). Diese Firma verkauft gezüchtete Schweine und steht zwischen Tierzucht und Schlachtung. Im Zentrum einer Darstellung steht das Foto eines Schweins, das allein im Freien steht. Die Abbildung zeigt ein Tier, das durch einen schemenhaft sichtbaren Baum im Hintergrund in der Natur platziert wird. Die weiteren Abbildungen in der Broschüre sind entweder eine schemenhafte Darstellung eines Schweins, das auch im Firmenlogo vorkommt, oder es sind Fotografien von Fleisch in Vitrinen und Auslagen. In dieser Broschüre, die sich an Fleischfachverkäufer\*innen richtet, wird also symbolisch ein direkter Bezug zwischen konkreten Tieren, die hier in einer idealisierten Weise als in der ›freien‹ Natur lebend dargestellt sind, und Fleisch hergestellt. Ich interpretiere diese Darstellung, die sich in dieser Weise weit verbreitet auf den Messeständen für Fleischprodukte findet, als »idealisierte Natürlichkeit«. Diese drückt sich dadurch aus, dass keine Gegenstände der Haltungspraxen, wie zum Beispiel Zäune, Ställe oder Stricke, zu sehen sind.

Es lassen sich symbolische Verknüpfungen von Fleisch, Tieren und Natürlichkeit identifizieren. Diese werden auch mit Männlichkeit zusammen-

Abb. 2: ANUGA|Foto: Fleisch und Reiter



gebracht. Ein Beispiel dafür ist die Symbolisierung eines hochpreisigen Fleischanbieters auf der »ANUGA«. Auf drei zusammenhängenden Bildern werden Fleisch, Tiere und ein Mann auf spezifische Weise abgebildet, siehe Abb. 2: Die drei aufgehängten Rahmen sind jeweils in zwei Hälften geteilt, wobei die obere Hälfte bei allen dreien durch die Abbildung eines unzubereiteten Fleischstücks besetzt ist. Im unteren Teil sind dann Tiere in einer suggerierten Naturlandschaft zu sehen, ohne einen Stall oder andere Haltungseinrichtungen. Bei zwei der Abbildungen ist die symbolische Verknüpfung zwischen abgebildetem Fleisch und Tier klar: Lammfleisch kommt von Lämmern, Rindfleisch kommt von Rindern. Die Tiere sind dabei stimmungsvoll in Sonnenuntergängen fotografiert und es sind auch hier keine Tierhaltungsvorrichtungen zu sehen, es wird also ebenfalls angedeutet, dass die abgebildeten Tiere in der ›freien Natur‹ leben. Das dritte und mittlere Bild bricht mit dieser Systematik, denn anstelle der direkten Tier-Fleisch-Verbindung ist hier ein Pferd mit einem Reiter abgebildet. Fleisch wird also symbolisch mit

Tieren in der Natur einerseits verbunden und andererseits mit einem Reiter auf einem Pferd. Die Darstellung des Reiters kann als eine Referenz auf die Darstellungen eines »Marlboro Man« gelesen werden. Damit meine ich hier eine prototypische Männlichkeit, die auf Unabhängigkeit, Freiheit und Selbstständigkeit aufbaut. Der alleinreitende Mann isst Steak. Männlichkeit, Freiheit, Natur und Fleisch werden folglich von der Verbindung umfasst, die hier gezeichnet wird.

Diese Verbindung findet sich in ähnlicher Weise im Kochbuch »Echte Küche für echte Kerle« (Evans, Haddow und O'Meara 2013). Dort wird dargestellt, dass »echte Kerle« ihr Essen draußen »in der Natur« selber angeln und selber weiterverarbeiten. Auf einer der ersten Seiten sind die drei Autoren beim Angeln abgebildet (Evans, Haddow und O'Meara 2013, 8). Vor allem hochwertiges Fleisch wird symbolisch mit einer in der Natur verhafteten Männlichkeit verbunden, die auf Qualität Wert legt und vieles dabei selber macht. In diesem Kochbuch findet sich damit auch eine explizite Verbindung von Fleisch, Natur und Männlichkeit. Die Verbindung Männlichkeit und Natur drückt dabei einen gewissen Freiheitsdrang und Unabhängigkeit aus, der sich im Kochbuch sehr stark durch ein Selbermachen auszeichnet, das keine weiteren Personen benötigt. Die konzeptuelle Ähnlichkeit zum oben skizzierten »Marlboro Man« zeigt sich damit in der Betonung der Unabhängigkeit und einer spezifischen Platzierung in der Natur. Es deutet sich hierin, so würde ich dies interpretieren, eine Darstellung einer »männlichen Herrschaft über die Natur« an, indem das Fleisch symbolisch für diese Verbindung von Männlichkeit und Macht steht. Auf diese Verbindung hat auch Nick Fiddes (1993) mehrfach hingewiesen.

Ein Kontrastbeispiel zu den bisherigen Ausführungen bieten die symbolischen Referenzen, die auf dem Stand von Wiesenhof, einem der größten deutschen Geflügelproduzenten, auf der »ANUGA« gemacht werden, siehe Abb. 3. Auf dem Stand von Wiesenhof finden sich zwei große Darstellungen. Auf dem Bild im Vordergrund ist das Foto eines Tieres, das aber im Gegensatz zu den vorigen in der Hand eines Bauern und damit im jeweiligen Produktionskontext gezeigt wird und nicht in einer »freien« Natur. Das Fleisch wird also mit einer direkten symbolischen Referenz auf ein Tier angeboten, das gemeinsam mit einem Bauern abgebildet ist. Die zweite Abbildung, hier im Hintergrund, ist der deutsche Schauspieler und Comedian Atze Schröder. Atze Schröder trägt ein weißes T-Shirt mit Schwarz-Rot-Goldenen Querstreifen, das als deutliche Referenz auf die deutsche Fußball-Nationalmannschaft zu deuten ist und eine Identifikation mit dieser versinnbildlicht. Der dazuge-

Abb. 3: ANUGA|Foto: Messestand Wiesenhof



hörige TV-Werbespot von Wiesenhof mit Atze Schröder<sup>16</sup> zeichnet sich durch sexistische Anspielungen und Doppeldeutigkeiten aus (eine entsprechende Analyse eines Vorgängerspots findet sich bei Wilk 2013). Atze Schröder steht hier symbolisch für eine Massentauglichkeit durch seinen Bekanntheitsgrad und die Referenz auf die Fußball-Nationalmannschaft. Darüber hinaus wird damit (wenn man die Spots kennt) eine Männlichkeitskonstruktion aufgerufen, die auf Heterosexismus und Abwertung von Frauen beruht.

Damit unterscheidet sich diese Männlichkeitskonstruktion deutlich von der naturverhafteten »Marlboro-Männlichkeit«. Letztere zeichnet sich durch einen Freiheit überhöhenden Individualismus in Zusammenhang mit einer Naturbeherrschung aus, die auch damit veranschaulicht wird, dass die Tiere, die als Fleisch konsumiert werden, symbolisch in dieser Natur platziert sind.

16 Siehe <https://www.youtube.com/watch?v=C1RjYLonlsw> [01.09.2022]

Damit gehen auch Qualitätsansprüche einher und massenindustriell gefertigtes Fleisch wird deutlich abgewertet, wie es zum Beispiel in dem erwähnten Kochbuch gemacht wird:

Sie werden nicht nur fasziniert sein, wie viel besser sie schmecken als die Supermarktware, sondern auch feststellen, dass die Methoden der Lebensmittelindustrie vor allem auf eines abzielen – Profit. (Evans, Haddow und O'Meara 2013, 9)

In dieser Abwertung von »Supermarktware« wird argumentiert, dass die durch direkte Naturbeherrschung produzierten Lebensmittel besser seien als jene der Lebensmittelindustrie. An diesem Beispiel mache ich die These fest, dass sich zwischen diesem oben skizzierten Männlichkeitsmodell der Naturbeherrschung und der von Wiesenhof ins Feld geführten eher mackerhaften Männlichkeit eine symbolische Distinktionslinie qua Klassenposition ausmachen lässt. Der Aufwand der Naturbeherrschung stellt eine symbolische Abgrenzung gegenüber Massenware dar, die mit bestimmten Männlichkeitsmodellen verbunden ist. Die Herkunft des Essens zwischen einer symbolischen Natur und der industriellen Massenfertigung ist nicht nur eine Frage der finanziellen Ressourcen, sondern lässt sich als Distinktion zwischen verschiedenen Männlichkeiten bewerten. An dieser Stelle ist darüber hinaus weiterführend, dass neben dem Geschmack auch die Produktionskontakte ins Spiel kommen, die als Bewertungskriterium geführt werden und in den symbolischen Referenzen eine wichtige Rolle spielen.

#### **6.4.2.3 Die Herstellung von »hand-« und »homemade«-Produkten**

Nachdem ich mich jetzt mit einigen symbolischen Referenzen von Fleisch auseinandergesetzt habe, die mit dem Lebensmittel Fleisch verbunden sind, werde ich nun den Fokus auf die Materialität der Lebensmittel richten. Ich beziehe mich dazu exemplarisch auf die Beobachtung bei der Messe »ANUGA FoodTec«, da auf dieser Messe die technischen Verfahren zur Produktion von Fleisch besonders sichtbar waren. Ich konzentriere mich auf technische Lösungen, die in einem großen Maßstab Produkte mit dem Ziel produzieren, dass sie »hand-« oder »homemade« aussehen. So gibt es hier einen Produzenten für Fleischpressen aus Metall, die es ermöglichen, Schinken zu produzieren, der optisch so aussieht, als wäre er zur Reifung mit Fäden zusammengebunden worden. Ein Vertreter dieser Firma nennt dazu als Referenz, es solle »handmade« aussehen, wie eine »traditionelle« Fertigung. Ein weiteres technisches Gerät, das in eine ähnliche Richtung geht, wurde mit ei-

ner sogenannten »Pseudopfanne« vorgestellt, siehe Abb. 4. Hier wurde vom Vertreter dieses Gerätes gesagt, die mit dieser Maschine hergestellten Frikadellen sollten »homemade« aussehen. Während einer geführten Besichtigung dieses Standes fragt eine weitere Standbesucherin nach den Grillstreifen, die auf den Plastikfrikadellen des Ausstellungsgeräts deutlich zu sehen sind, und der Vertreter der Firma bejaht, dass es Ausführungen der Maschine gibt, die die Produktion von Frikadellen mit diesen Grillstreifen ermöglichen würde. Er sagt: »Die Kunden wollen es ja so« (ANUGA\Protokoll: 5-8).

Abb. 4: ANUGA|Foto: »Pseudopfanne«



Die Massenproduktion von Fleischprodukten ist also in diesen Beispielen mit dem Ziel verbunden, die Produkte so aussehen zu lassen, als würden sie in anderen Kontexten gefertigt werden, entweder zuhause oder in »traditionellen« Fertigungsstätten. Beide Maschinen haben also das Ziel, eine Herstellungsassoziation zu wecken. Ich deute die Aussage, die Kund\*innen würden es so wollen, dass davon ausgegangen wird, dass die Konsument\*innen beim Zubereiten und beim Verzehr der Fleischprodukte nicht den Eindruck haben wollen, dass eine Maschine es gefertigt hat. Vielmehr werden mit dieser Optik andere Produktionskontakte adressiert: Mit »homemade« wird potenziell

auf das Selbermachen für sich und andere im privaten Rahmen abgehoben. Symbolisch wird damit auch auf die jeweiligen Strukturen verwiesen, in die die private Essensproduktion eingebunden ist. Konkret meine ich damit familiäre Zusammenhänge und damit verbundene Geschlechterverhältnisse in der Arbeitsteilung. Mit »handmade« wird dagegen auf die Distinktionslinie verwiesen, die ich oben zwischen industrieller und handgemachter Fertigung beschrieben habe. Die Produkte aus der Massenfertigung sollen also nicht so aussehen, als wären sie aus der Massenfertigung. Im oben zitierten Kochbuch (Evans, Haddow und O'Meara 2013) wurden selbstgemachte Produkte als geschmacklich der »Supermarktware« überlegen positioniert. »Handmade« steht damit für einen gewissen Qualitätsbereich, dessen Produktionsverfahren hier zumindest optisch imitiert werden sollen.

Ausgehend von der Beschreibung dieser Geräte lassen sich zwei Punkte festhalten. Für den engeren Kontext der von mir vorgestellten Fälle ist es ein Anliegen (neben anderen) in der Produktion von Fleisch in großem Maßstab, dass dieses eine Optik hat, die auf einen bestimmten Produktionskontext verweist. Mit diesem Produktionskontext könnten potenziell die symbolischen Konnotationen dieser Produktionsweisen aufgerufen werden. Damit argumentiere ich nicht dafür, dass der *wahre* Produktionskontext verschleiert oder unsichtbar gemacht wird. Vielmehr lege ich diese Praxis dahingehend aus, dass in der Produktion von Fleischwaren (und wahrscheinlich auch darüber hinaus) die visuelle Assoziation von und mit Produktionsweisen ein Faktor in der Produktgestaltung ist. Daraus folgt über den Bereich der Fleischherstellung eine zweite wichtige These. In der hier verfolgten Produktionstechnologie zielt die Produktion auf das Qualitätskriterium des Aussehens. Es wird das Lebensmittel als Ganzes hervorgebracht und reiht sich damit in die *kulinarische Materialisierung* ein. Neben Geschmack und Textur kommt hier also auch die ästhetische Komponente des Aussehens hinzu.

#### 6.4.3 Spezialfall: Vegane Lebensmittel von und für Sportler\*innen

Ein Spezialfall der Lebensmittelproduktion, der sich in der Wissenspraxis von anderen veganen Lebensmitteln unterscheidet, ist die Produktion und Entwicklung von Nahrungsmitteln, deren Zielgruppe in erster Linie (Leistungs-)Sportler\*innen sind und die von (Leistungs-)Sportler\*innen (mit)entwickelt werden. Professionelle vegane Sportler\*innen, die an der Produktentwicklung beteiligt sind oder als Marketingfiguren für Sportnahrungsmittel fungieren, treten häufig auf veganen Messen im Rahmenprogramm auf und ha-

ben auf einigen auch eigene Stände bzw. sind an diesen Ständen anzutreffen. Insbesondere die Wissenspraxis dieser Sportler\*innen, die in die Produktion eingebunden sind, werde ich hier an einem exemplarischen Fall demonstrieren. Es lässt sich ein von den vorigen Fällen zu unterscheidendes Produktionswissen erkennen und analysieren. Die Sportler\*innen präsentieren bei den Auftritten im Gegensatz zu den professionellen Köch\*innen nicht in erster Linie ein Wissen, das auf den technischen und kulinarischen Aspekt der Herstellung von Lebensmitteln bezogen ist. Es geht in diesem Fall gerade nicht um das Imitieren von Fleisch oder anderen »im Original« tierlichen Produkte, sondern um die Entwicklung und Produktion von veganer Spezialnahrung für (Leistungs-)Sportler\*innen. Es handelt sich hierbei um eine Wissens- und Produktionspraxis, die sich zwar vordergründig an Leistungssportler\*innen richtet, aber auch in einem engen Zusammenhang mit diskursiven Strategien steht, die vegane Ernährung insgesamt als eine gesunde Form der Ernährung positionieren und dabei sehr stark mit Referenzen auf den (Leistungs-)Sport arbeiten (vgl. 5.2.2). Der hier diskutierte exemplarische Fall eines Sportlers, der auf mehreren Messen eine von ihm entwickelte vegane Sportnahrung vertreibt, ist für diese Wissenspraxis besonders illustrativ. Ich werde anhand dieses Falles in diesem Unterabschnitt zeigen, wie ein Wissen über Ernährung vorgebracht wird, das mit einem funktional-leistungsorientierten und erfahrungsbasierten Körperwissen und -empfinden zusammengeht, und dieses mit den Nährwerten und anderem naturwissenschaftlichem Ernährungswissen zusammenbringen.

Der Sportler berichtet bei einer Vorstellung seiner Produkte von der üblichen Verpflegung bei Wettkampfveranstaltungen. Hier werde oft durch Veranstalter\*innen eine Verpflegung bereitgestellt, die seiner Erfahrung nach für Sportler\*innen ungeeignet sei. Zum Beispiel gab es bei einem Wettbewerb in Frankreich Buttercroissants, die seine Leistung behindert hätten, da sie »schwer im Magen lagen«. Diese Erfahrungen hätten ihn dazu gebracht, sein eigenes Essen in Form von selbstgemachten Müsliriegeln oder -kugeln anzufertigen und zu den Wettkämpfen mitzubringen. Diese produziere er nun mit einem Produktionspartner und verkaufe sie. Er berichtet, es sei insgesamt sinnvoll, sich als Ausdauersportler vegan und nährstoffreich zu ernähren, dann würde man nach zwei bis drei Wochen »einen Unterschied merken«. Er fasst seine Aussagen damit zusammen, dass das Essen vor allem »basisch« sein müsse (XOND\Protokoll: 8).

Am Fall dieses Sportlers lassen sich einige Besonderheiten im Gegensatz zu den anderen Wissenspraxen ausmachen. Zunächst ist hier eine Proble-

matisierung nicht-veganer und konventioneller (also nicht für Sportler\*innen gemachter) Lebensmittel zu identifizieren, die auf einer konkreten körperlichen Erfahrung des Sportlers selbst beruht. Das »Schwer-im-Magen-Liegen« des gestellten, nicht veganen, nicht ›basischen‹ Frühstücks habe ihn bei seinem sportlichen Erfolg behindert. Dieses Problem habe ihn dazu gebracht, eigene vegane Nahrungsmittel zu produzieren und seiner Erzählung nach haben diese Müsliriegel für ihn so gut funktioniert, dass er diese nun im größeren Maßstab produziere und verkaufe. Er sei also mit seiner Produktionspraxis von der privaten Selbstversorgung in die professionelle Produktionsphäre gewechselt. Die Autorität, dass er das Wissen und die Kompetenz für diese Lebensmittel habe, beziehe er dabei aber eben gerade nicht aus seinen Koch- oder Backkompetenzen, sondern aus seinem eigenen körperlichen Erfahrungswissen. Er selbst habe mit diesen Nahrungsmitteln bei sportlichen Wettkämpfen gute Erfahrungen gemacht und könne – so seine Darstellung – bessere Leistungen als mit konventionellen Lebensmitteln erzielen.

Körper und Lebensmittel werden in dieser Darstellung in ein bestimmtes Verhältnis zueinander gebracht. Die gegessenen Lebensmittel haben einen Einfluss auf die (sportliche) Leistungsfähigkeit des Körpers, die kurzfristig (das Croissant vor dem Wettkampf) und mittelfristig (drei Wochen bis zur Wirkung) durch die Nahrungsmittel beeinflusst wird. Diese Wissenspraxis wird in weiterer Folge auch »als Experiment« in einer Diskussionsrunde thematisiert (XOND\Protokoll: 12). Ein weiterer Sportler berichtet, er habe einmal vegetarische Ernährung ausprobiert und sei dann durch Patrick Baboumian auf vegane Ernährung gekommen. Die Bezeichnung der Ernährungs-umstellung als Experiment erschließt hier weiterführend die interdiskursive Verbindung mit dem naturwissenschaftlichen Ernährungsspezialdiskurs: Als »Experiment« mit Bezug auf den eigenen Körper ist es nicht die (ethische) Überzeugung, sondern einem wissenschaftlichen Versuch gleich wird der eigene Körper instrumentell bearbeitet. Dieses experimentell-somatische Wissen setzt also auf den Körper als zugleich erkennendes und zu bearbeitendes Objekt. Der eigene Körper wird als ein Messinstrument inszeniert, mit dem sich die richtige Ernährung (für sportliche Aktivitäten) bestimmen lässt. In einem reflexiven Selbstbezug wird der Körper als eine Art ›Seismograf‹ durch den Sportler eingesetzt, um zu ›merken‹, ob ein Lebensmittel für die sportliche Aktivität geeignet sei. Dies ist das wichtige Kriterium, nach dem Nahrung bewertet wird. Die Glaubwürdigkeit des sportlichen Erfolgs verleiht dem Sportler die Autorität, die Lebensmittel zu bewerten und in weiterer Folge auch entsprechende Produkte zu entwickeln.

Neben diesem verkörperten Wissen und der Experimentalpraxis findet sich in den Äußerungen der Verweis auf naturwissenschaftlich fundiertes ernährungswissenschaftliches Wissen. Das dargestellte Körperwissen wird nahtlos mit diesem Wissen verknüpft, indem gesagt wird, dass das Essen »nährstoffreich« und »basisch« sein müsse. Das hiermit angedeutete naturwissenschaftliche Wissen, das die Zusammensetzung der Sport-Lebensmittel begründe, und das praktische Körperwissen stützen sich gegenseitig. Der Körper des Leistungssportlers gilt als direkter, quasi empirischer und auch in der Situation der Messe unmittelbar erfahrbarer Beweis einerseits für dieses Wissen und andererseits für die Wirksamkeit der Nahrungsmittel. Körper werden durch diese Wissenspraxis als durch die Ernährung in ihrer Leistungsfähigkeit manipulier- und vor allem optimierbar hervorgebracht, da sich die sportlichen Leistungen durch eine entsprechende Ernährung steigern lassen. Die Lebensmittel bauen auf einem proto-empirischen, selbstreferenziellen Zugang auf, der mit einem Verweis auf ernährungswissenschaftliches Wissen gestützt wird. Die Wirkungen der Lebensmittel werden in diesem Rahmen ausgelegt und funktional zur Leistungssteigerung der Körper eingesetzt. In diesem Kontext findet sich also eine in der Lebensmittelproduktion umgesetzte *nutritionale Materialisierung* der Lebensmittel, deren Wissenspraxis aber an einem Körpererfahrungswissen ansetzt und nicht im Labor.

#### 6.4.4 Zwischenbetrachtung: Kulinarische, nutritionale und ökologische Materialisierungen

In diesem Unterkapitel habe ich Diskursivierungen der Lebensmittelproduktion mit dem Fokus auf die Wissenspraktiken in drei Bereichen analysiert: die Produktion von Fleisch, die Produktion von Fleischalternativen und die Produktion von Sportnahrungsmitteln. Letztere betrachte ich als Spezialfall der Lebensmittelproduktion, der als Kontrastfolie einige aufschlussreiche Vergleiche ermöglicht. In der Analyse und im Vergleich der drei Stränge zeigt sich, dass sich in der Lebensmittelproduktion unterschiedliche Formen des Wissens rekonstruieren lassen. Mit einem Fokus auf die Frage, was Lebensmittel in der Lebensmittelproduktion sind, lässt sich zusammenfassen, dass es hier nicht nur zu einer Materialisierung kommt, sondern dass sich mehrere ausmachen lassen. In dieser Zwischenbetrachtung werde ich diese zusammenfassen.

Das Wissen in der Produktion von Fleischalternativen ist einerseits dadurch charakterisiert, dass die Technologie zur Herstellung dieser Produkte als sehr nah oder sogar identisch zu der Produktion von Fleisch dargestellt wird. Firmen, die nur vegan oder vegetarisch produzieren, weisen explizit darauf hin, dass ihre Mitarbeiter\*innen eine Expertise in der Fleischverarbeitung haben, und Firmen, die Fleischalternativen neben Fleischprodukten herstellen, wird alleine dadurch, dass sie Fleisch herstellen, auch die Kompetenz zugeschrieben, gute Fleischalternativen produzieren zu können. Fleisch und Fleischalternativen erscheinen hier, als hätten sie identische Produktionsweisen. Andererseits heben sich Firmen, die weit vor dem sogenannten *Veggie-Boom* anfingen, diese Produkte herzustellen, als »Pionier\*innen« von den Produzent\*innen ab, die auch Fleisch herstellen. Mit der Position als »Pionier\*innen« wird um die technische Autorität gekämpft, »gute« Fleischalternativen zu produzieren. Während die »Pionier\*innen« die männlich kodierte Position der »genialen Tüftler« besetzen, lässt sich daneben die Position der »gewöhnlichen Geschmacksingenieure« finden.

Vergleicht man die drei oben analysierten Bereiche auf der Ebene der Lebensmittel und fragt, was in den hier nachgezeichneten Wissenspraxen die jeweiligen Lebensmittel sind, so lassen sich einige Unterschiede ausmachen. So findet sich analog zu dem, was ich oben bei den Kochpraxen beschrieben habe, dass die Lebensmittel einen Geschmack und eine Konsistenz haben, die als Qualitätskriterium geführt werden. Zusätzlich kommt beim Fleisch der ästhetische Faktor Aussehen ins Spiel. Damit lässt sich hier eine *kulinarische Wissenspraxis* identifizieren. Ergänzend ist noch der Fall anzuführen, der eine technikwissenschaftliche Operationalisierung und Objektivierung der Konsistenz sichtbar macht, womit deutlich wird, dass es auch zu technikwissenschaftlicher Forschung in diesem Bereich kommt. Gleichzeitig wird in einem Interview davon berichtet, dass in der Entwicklung von Fleischalternativen auch ernährungswissenschaftliche Überlegungen eine Rolle spielen, und die Frage, wie die in den Lebensmitteln enthaltenen Nährstoffe für den Metabolismus optimiert werden können, beachtet wird. Die Lebensmittel werden in der Entwicklung also auch in ihre biochemischen Bestandteile zerlegt und bauen auf die *nutritionale Wissenspraxis und Materialisierung* auf. Eine interdiskursiv gebrochene Verknüpfung dieser Materialisierung mit einer speziellen Wissensform zeigt sich am Fall der Sportnahrungsmittel, wo die Lebensmittelproduktion einerseits an das nutritionale Wissen anknüpft, aber gleichzeitig auf ein verkörperte Erfahrungswissen setzt.

In den symbolischen Verknüpfungen, die sich am Beispiel von Fleisch zeigen lassen, wird ein Beispiel sichtbar, wie ein Lebensmittel mit einem bestimmten Produktionskontext und seiner Herkunft verbunden wird. Dies geht in eine Richtung, die ich oben als ökologische Materialisierung beschrieben habe, auch wenn es sich vornehmlich um eine symbolische Ebene handelt. Fleisch wird mit einer ‚Natürlichkeit‘ verbunden, die auch mit einer männlich konnotierten Dominanz über diese Natur verbunden ist. Diese symbolische Naturbeherrschung besteht in der Verknüpfung von Fleischkonsum mit dem Konsum von Tieren, die in dieser Natur platziert werden. Die Lebensmittel werden also mit einem Produktionskontext und einer Geschichte der Herkunft verbunden. Fleisch wird hier demnach als Lebensmittel als Teil der Natur hervorgebracht, die durch den Konsum kontrolliert und dominiert wird. Im Marketing für Fleischprodukte lässt sich diese Form der dominanten Abenteur-Männlichkeit als vergeschlechtlichter Gegenentwurf zu den ethischen und politischen Motivationen lesen, die ich oben mit der Wissenspraxis der NGOs beschrieben habe.

## 6.5 Einschub: Materialisierungen und der Kampf um Ernährungsautorität

Bevor ich in diesem Kapitel zu einem Fazit komme, soll hier eine markante Äußerung in einem Interview mit einer\*r Ernährungswissenschaftler\*in thematisiert werden. Diese Äußerung deutet auf Spannungen zwischen den in diesem Kapitel analysierten Wissenspraxen und damit verbundenen Materialisierungen hin. Ein\*e von mir interviewte\*r Ernährungswissenschaftler\*in problematisiert eine Konzentration auf Aussehen und Geschmack in der Produktion von (Käse-)Alternativprodukten scharf als zu einseitig:

B: Und ich kenne ja die Ersatzprodukte, die man früher hatte. Die schlecht waren. Geschmacklich immer besser wurden. Aber dann inhaltlich/ich habe mir das einmal angeschaut. Inhaltlich eher schlechter. Das heißt also, das hat mich SEHR enttäuscht. [...]

I: Okay, warum?

B: Weil die eben blind nur danach gehen, dass da kein, also dass es vegan ist. Vegan ist es dann schon alles. Dann haben die [eine NGO, Anm.] da auch so einen Käsehersteller ausgezeichnet mit ihren Award, oder was das da ist. Damit werben die dann auch. Und diesen Käse habe ich mir mal genauer