

3.4 »Wir sind eben Gourmets« – Globalisierter Lebensstil

Das Konzept des Lebensstils ist eine zentrale Kategorie für die Analyse der Zugehörigkeiten von Marina. Lebensstile entsprechen zum einen dem Individualitätsbedürfnis des postmodernen Menschen. Zum anderen ermöglichen sie ihm, sich über gemeinsame Wertvorstellungen in sozialen Gruppen zu verorten. Indem sie Komplexität reduzieren, schaffen sie Orientierung in einer unübersichtlichen, globalisierten Welt (vgl. 1.2.3 *Zugehörigkeiten*).²⁷⁷ In Auseinandersetzung mit anderen Lebensstilen zeichnen sich Zugehörigkeit und Abgrenzung sowie der bewusste oder unbewusste Anspruch auf Anerkennung ab. Dabei dienen symbolisch besetzte Konsumgüter zur Stilisierung des Lebens. Sie werden mit Bedeutungen versehen und zu Zeichen gemacht, die ein emotionales bzw. soziales Verlangen erfüllen können. Somit erfüllt Konsum eine zugehörigkeitsstiftende und -sichernde Funktion.²⁷⁸

Welche Nahrungsmittel versahen Marina und Pavel mit welchen Bedeutungen? Welchen emotionalen und sozialen Anliegen entsprachen diese? Was erfahren wir dadurch über ihre Zugehörigkeiten? Bei der beobachtenden Teilnahme ist mir deutlicher als bei den anderen Fallbeispielen aufgefallen, dass Marina und Pavel sich größte Mühe bei ihrer Selbstdarstellung gaben.²⁷⁹ Anhand verschiedener Beispiele veranschaulichten sie mir ihr Qualitätsbewusstsein und ihren Geschmack, die damit zusammenhängende Bereitschaft, hin und wieder mehr Geld für Lebensmittel auszugeben, sowie ihre Weltläufigkeit, die an Kenntnissen diverser Speisen und Nahrungsmittel illustriert wurde. Die Selbstdarstellung spiegelt sich in der titelgebenden Aussage dieses Teilkapitels zu Marina. Es handelt sich dabei um einen aus dem empirischen Material gewonnenen *in-vivo*-Code (siehe unten).²⁸⁰

Selbstdarstellung ist Bestandteil einer jeden sozialen Situation. Ob im Alltagsgespräch, im Beruf oder in einer Forschungssituation überlegen wir uns, wer wir sind, was wir von uns preisgeben wollen, wer der Adressat ist, wie er auf das Mitgeteilte reagieren könnte und was mit den Daten und Informationen geschehen wird. Insofern ist Selbstdarstellung zudem adressatenabhängig. Als solche ist sie in der qualitativen Forschung zu reflektieren. In den Kontext der Selbstdarstellung eingeordnet sind es ebenso zu analysierende Daten.²⁸¹

Die Selbstdarstellung kristallisierte sich von Beginn an meiner Beobachtungen als zentrale Kategorie in diesem Fallbeispiel heraus. Als wir uns das erste Mal persönlich trafen, erzählte Marina mir von den Freizeitaktivitäten ihrer Familienmitglieder. Ihre Tochter Polina besuche eine Musikschule. Sohn Borja werde regelmäßig zum Sport gebracht. Zudem ging Borja zur Samstagsschule. Dies sei Voraussetzung dafür, auf die beste Grundschule in Barnaul zu kommen. Dort lerne er Mathematik, russische Literatur, Umweltkunde und Walzer tanzen. Ehemann Pavel treibe ebenfalls viel Sport und

277 Vgl. Hirschfelder 2015, S. 3.

278 Vgl. ebd.; Katschnig-Fasch 2004, S. 302; Trummer 2015, S. 70f.; Althanns 2009, S. 187f.; Kleinhückelkotten 2011, S. 134; Hannerz 1995, S. 72.

279 Vgl. Goffman 2016, S. VIII, S. 3.

280 Vgl. Feldtagebuch 23.3.2015; Böhm 2013, S. 477f.; Mey, Mruck 2011a, S. 25; Muckel 2011, S. 340.

281 Vgl. Jürgen Bortz, Nicola Döring: Forschungsmethoden und Evaluation. Berlin u.a. 1995, S. 212.

nehme an Wettkämpfen teil.²⁸² Marina gehe keiner Sportart nach, äußerte mir gegenüber aber die Absicht, »gegen ihren Bauch« Sport treiben zu wollen.²⁸³ Damit ordnete sie ihre Schönheitsvorstellungen in den internationalen Fitnesshype ein. In diesem Zusammenhang ist auch Pavels scherzhafter Ausdruck »Agro-Fitness« (»арпо-фитнес«) zu sehen, wenn er davon sprach, im Sommer den Großeltern mit ihrer Subsistenz- bzw. Landwirtschaft zu helfen (vgl. 3.5 *Subsistenzwirtschaft*).²⁸⁴ Die harte körperliche Arbeit, die der Sicherstellung der Nahrungsmittelversorgung dient, wurde spielerisch mit dem Narrativ »Gesundheit/Sport/Fitness« überschrieben bzw. neu gerahmt und mit einem internationalen Trend kompatibel gemacht.²⁸⁵

Marina und Pavel aßen gerne Farn (*напоротник*). Ende Mai, bevor er zu blühen beginne, werde dieses Gemüse in Salzlake eingelegt. Nach etwa einem Jahr werde das Salz ausgespült, indem man den Farn vier Stunden in Wasser einlege. Damit sei der Farn verzehrfertig. Das habe man von den Japanern übernommen, da er ein Mittel gegen Radioaktivität sei (vgl. 3.7 *Gesundheitsbewusstsein*). Marina räumte allerdings ein, dass ihn nicht jeder, »vielleicht zwei von 100« Menschen, essen würde. Sie seien eben Gourmets. Pavel esse Farn am liebsten angebraten mit Zwiebeln, Pflanzen- oder Olivenöl sowie Pilzen.²⁸⁶ Olivenöl hätten sie allerdings selten, da es sehr teuer sei (vgl. 3.6 *Sparsamkeit*).²⁸⁷ Ihre Kinder würden das Gericht nicht essen.²⁸⁸

Durch die Betonung der geringen Anzahl an Personen, die dieses Gericht zu schätzen wüssten, stilisierten Marina und Pavel sich als Kenner, als Menschen mit Geschmack. Gleichzeitig grenzten sie sich von Menschen ohne diesen distinktierten Geschmack ab (siehe unten).²⁸⁹ Die Abgrenzung kann sogar so weit gehen, dass andere Lebensstile unter einem moralischen Gesichtspunkt als minderwertig abgetan werden, während für sich selbst ein »gutes Leben« reklamiert wird.²⁹⁰ Die Erwähnung von Olivenöl als Bestandteil der als hochwertig angesehenen mediterranen Küche unterstützt die Stilisierung, ohne dass ein solches konsumiert worden wäre. Während meiner beobachtenden Teilnahme wurde der Farn zweimal von Pavel zubereitet.²⁹¹ Dabei wies die zweite Zubereitungs- und Verzehrssituation einen unübersehbaren Inszenierungscharakter auf (vgl. 3.3 *Geschlechterrollen*).

Eine weitere Delikatesse, die mir vorgesetzt wurde, war Rothirschfleisch (*марал*). Ein entfernter Verwandter habe es der Familie mitgebracht. Wenn er sie nicht belogen habe, sei es qualitativ hochwertiges Fleisch, weil es viel Eiweiß enthalte.²⁹² Marina bereitete es auf Pavels Wunsch selbst zum ersten Mal zu. Er habe gemeint, sie solle das

282 Vgl. Feldtagebuch 18.3., 23.3., 27.3., 29.3.2015.

283 Vgl. Feldtagebuch 24.3.2015.

284 Vgl. Feldtagebuch 9.4.2015.

285 Vgl. Franken, Hirschfelder 2016, S. 22; Dolinga 2016, S. 43.

286 Vgl. Feldtagebuch 23.3., 13.4.2015.

287 Vgl. Feldtagebuch 7.4.2015.

288 Vgl. Feldtagebuch 13.4.2015.

289 Vgl. Althanns 2009, S. 21.

290 Vgl. Johannes Pennekamp: Gutes Leben für alle. Ein Meinungsbeitrag. In: Ulrike Ackermann, Hans Jörg Schmidt (Hg.): Genuss – Askese – Moral. Über die Paternalisierung des guten Lebens. Frankfurt a.M. 2016, S. 18–22, hier S. 19; Barlösius 2011, S. 234, S. 273ff.

291 Vgl. Feldtagebuch 13.4., 19.4.2015.

292 Vgl. Feldtagebuch 30.3.2015.

Fleisch während meiner Feldforschung bei ihnen kochen, damit ich es kennenlernen könne.²⁹³ Die Zubereitung dieses Leckerbissens ist einerseits als Wohlstandsdemonstration und andererseits als Erfüllung der selbst auferlegten Mission der Akteure zu interpretieren, nach der sie mir – der deutschen Ethnografin – die »russische Küche« näherbringen wollten (vgl. 2.4 *Methodenreflexion*).

Darüber hinaus erklärte Marina, ihre Tochter Polina gehe gerne auswärts essen. Sie liebe Pizza. Lasagne bereite Polina gelegentlich selbst zu. Für Borja wurde Sushi zubereitet, weil er es sehr gerne esse (vgl. 3.2 *Familie und Beruf*).²⁹⁴ Die Zubereitung von Sushi zu Beginn meiner beobachtenden Teilnahme verweist ebenfalls auf die Selbstpräsentation und Distinktion angesichts meiner Anwesenheit. Dass sie die globalisierten Speisen Lasagne, Pizza und Sushi nicht nur kannten, sondern auch mehr oder weniger regelmäßig verzehrten, veranschaulicht die kulinarischen Kenntnisse der Familie, die über die eigene russländische Lebenswelt hinausgehen. Mittels deren Verzehr partizipierten sie an der globalisierten Konsumgemeinschaft. Die kaum noch national bzw. regional rückgebundenen *global lifestyle*-Gerichte symbolisieren eine Orientierung am westlichen Lebensstil.²⁹⁵ Gleichzeitig illustriert dieser Befund, dass Esskultur und Geschmackspräferenzen wandelbar sind.²⁹⁶

In der folgenden Interviewpassage wird nachvollziehbar, inwiefern diese Orientierung am globalisierten Konsum mit der Sparsamkeit konfligierte:

[...] Рыбу мы едим редко. Сын любит только солёную рыбу, поэтому... [...] И наверное суши, роллы, да?! Сын очень любит рыбу, соответственно роллы, да?! Всё что, вот именно такую вот солёную рыбу. [...] То есть, а солёную, вот, как он мне говорит... (überlegt) забыла название ... Из лососовых, да?! Сёмга, например. Форель. Что-то как-то я хочу форель (lachen). Но она дорогая вообще-то. А рыбу мы едим редко. Ну, вместо рыбы мы можем, например, покупать, какие-то другие морепродукты. Ну, тоже не часто. Например, морскую капусту. Ну знаешь, раз в месяц, не часто. Иногда папоротник покупаем. То есть, чего хочется, да?! Поэтому...²⁹⁷

[...] Fisch essen wir selten. Mein Sohn mag nur gesalzenen Fisch, deshalb... [...] Und wahrscheinlich Maki, Nigiri, ja?! Mein Sohn mag sehr gerne Fisch bzw. Sushi, ja?! Alles, was, also so gesalzenen Fisch. [...] D.h., gesalzenen, also, wie sagt er zu mir... (überlegt) ich habe die Bezeichnung vergessen ... Von den Lachssorten, ja?! Seelachs bspw. Forelle. Irgendwie habe ich jetzt Lust auf Forelle (lachen). Aber sie ist überhaupt teuer. Fisch essen wir selten. Nun, anstelle von Fisch können wir z.B. irgendwelche anderen Meeresfrüchte kaufen. Also, auch nicht oft. Z.B. Blatttang. Also weißt du, einmal im Monat, nicht oft. Manchmal kaufen wir Farn. D.h., worauf wir Lust haben, ja?! Deshalb...

293 Vgl. Feldtagebuch 1.4.2015.

294 Vgl. Interview 19.3.2015; Feldtagebuch 23.3.2015.

295 Vgl. Hirschfelder 2007, S. 151.

296 Vgl. Karolin Höhl: Geschmack ist mehr als schmecken. Zusammenfassende Betrachtung, weiterführende Fragen und Ausblick. In: Dr. Rainer Wild-Stiftung (Hg.): Käsebrod mit Marmelade – Geschmack ist mehr als schmecken. Heidelberg 2013, S. 171-189, hier S. 183.

297 Interview 19.3.2015.

Obwohl Fisch und andere Meeresfrüchte wiederholt als teuer beschrieben wurden und daher selten eingekauft wurden, verzichtete Marinas Familie nicht gänzlich darauf. Stattdessen würden teurere durch günstigere Meeresfrüchte ersetzt.²⁹⁸ Neben dem Preis spielte auch der Appetit auf ein Lebensmittel eine wichtige Rolle, wie die Aussage »worauf wir Lust haben« (»чего хочется«) illustriert. Einmal im Monat würden sie sich eine Delikatesse gönnen. In der Interviewpassage präsentierte Marina sich mir als Mensch mit Geschmack. Es findet also eine stete Aushandlung zwischen Genuss und Sparsamkeit statt (vgl. 3.6 *Sparsamkeit*).

Zumindest in der Selbstdarstellung schien die Notwendigkeit zur Sparsamkeit nicht existenziell. Marina und ihre Familienmitglieder hatten nicht nur vielfältige Konsumerfahrungen. Sie versuchten ihren Präferenzen auch nach Möglichkeit nachzugeben.²⁹⁹ Somit grenzten sie sich von anderen Russen ab, denen es an Geschmack, Geld oder beidem fehlte. Fisch und Meeresfrüchte generell stehen hier symbolisch für soziale Distinktion.³⁰⁰ Der Geschmack liegt dem Lebensstil zugrunde und durch ihn erhalten Praktiken und Dinge einen distinktiven Charakter. Die jeweiligen Lebensumstände wirken sich auf die Ausbildung des Geschmacks aus. Dabei sind insbesondere das zur Verfügung stehende Einkommen sowie das kulturelle Kapital relevant. Der Geschmack ist somit durch die Lebensumstände geschaffen. In diesem Kontext gilt, je höher die soziale Klasse ist, desto mehr Stilisierung findet statt.³⁰¹ Als Akademiker verfügten Marina und Pavel über das kulturelle Kapital, einen distinktierten Geschmack auszubilden und sich als höhere Klasse zu positionieren. Außerdem liege ihr Verdienst leicht über dem regionalen Durchschnitt.³⁰²

Nichtsdestotrotz kauften sie überwiegend im Discounter Maria-Ra (*Мария-Ра*) ein. Dort gebe es Spaghetti in verschiedenen Preislagen. Normalerweise bevorzuge Pavel die teureren, »echten italienischen«. In dieser Aussage liest sich erneut die Orientierung am *global lifestyle*. Beim letzten Mal habe er aber die günstige Hausmarke gekauft.³⁰³ Bis auf Kaffee und Tee würden sie alles in dem nahe gelegenen Discounter einkaufen. Zwischen den Zeilen sollte das heißen, dass sie bei diesen Heißgetränken Wert auf Qualität legten.³⁰⁴ Gelegentlich kaufte die Familie in anderen Geschäften ein (vgl. 3.6 *Sparsamkeit*). Einmal schlug Marina vor, in dem Verbrauchermarkt Bachelé (*Бахетле*) einen Salat für Polina zu kaufen.³⁰⁵ Ferner wurde des Geschmacks und der Qualität wegen zuweilen ein Konditoreigeschäft angesteuert oder teurere Schokolade eingekauft.³⁰⁶

Marina äußerte Qualitätsunterschiede bei CHALVA (*чалва*), als ich welche mitbrachte.³⁰⁷ Über die von mir aus Deutschland mitgebrachte Milka-Schokolade freute sich vor allem Polina, da die in Russland produzierte einen anderen, schlechteren Geschmack

298 Vgl. Hahlbrock, Belaya 2016, S. 7.

299 Vgl. Althanns 2009, S. 106, S. 207f.

300 Vgl. ebd., S. 21.

301 Vgl. Bourdieu 1982, S. 283f., S. 289f., S. 355; ders. 1983; Hirschfelder, Schreckhaas 2017, S. 130.

302 Vgl. Feldtagebuch 28.3.2015.

303 Vgl. Feldtagebuch 9.4.2015.

304 Vgl. Feldtagebuch 3.4.2015.

305 Vgl. Feldtagebuch 7.4.2015.

306 Vgl. Feldtagebuch 10.4.2015.

307 Vgl. Feldtagebuch 8.4.2015.

habe.³⁰⁸ Marina vermisse in Barnaul süße Backwaren, wie sie sie in Deutschland kennengelernt habe.³⁰⁹ Zu Zeiten der Sowjetunion wurden Importprodukte grundsätzlich positiver wahrgenommen als im Inland produzierte Waren. Das ging mit der Zuschreibung höherer Qualität einher. Insbesondere in Europa und Amerika hergestellte Waren wurden als qualitativ hochwertig angesehen. Die Wahrnehmung der Waren kann inzwischen als ausgeglichener bezeichnet werden.³¹⁰ In einigen Situationen wird allerdings offenbar weiterhin den ausländischen Produkten eindeutig der Vorzug gegeben.

In dem Kontext der Stilisierung des Lebens ist auch der Besitz von Apple MacBooks und der Konsum amerikanischer Serien wie »Breaking Bad« und »Game of Thrones« zu sehen.³¹¹ Ferner ließ mich die Familie wissen, dass sie einen Schreibtisch und einen Drehstuhl von IKEA besaß. Polina möge Shampoo der deutschen Drogeriekette dm. Eine Zeitlang habe sie gerne bei dem amerikanischen Fast-Food-Systemgastronomieunternehmen Kentucky Fried Chicken gegessen. Das sei für Russen allerdings nicht so günstig und inzwischen möge sie es auch nicht mehr. Pavel habe Bekannte, die immer Fair-Trade-Schokolade kaufen würden. Den Begriff nutzte er zwar nicht. Nachdem er die Situation beschrieben und ich ihm im Internet das Emblem gezeigt hatte, erkannte er es jedoch wieder.³¹² An all diesen Einzelbeispielen zeigt sich, dass Marina und ihre Familienmitglieder sich mir gegenüber als über Geschmack verfügende, qualitätsbewusste Akteure inszenierten, die fremdländische, »westliche« Marken und Waren kannten und schätzten. Sie orientierten sich an internationalen Trends und Marken und konnten es sich leisten (oder leisteten es sich), an ihnen zu partizipieren. Somit sahen sie sich als Teil einer globalen Konsumgemeinschaft und intendierten, dass ich dieses Selbstbild von ihrem Lebensstil erfasse.

Lifestyle-Getränk: Kaffee

Die oben skizzierten Verzehrsituationen stehen allerdings nicht im Zentrum dieses Teilkapitels. Aus der Feldforschung kristallisierte sich heraus, dass Genuss in erster Linie nicht mit dem Essen, sondern mit dem Trinken verbunden wurde. Bestimmte Getränke waren symbolisch aufgeladen. Dabei repräsentierten die einen die Orientierung am »westlichen« Lebensstil, während andere mit der eigenen Herkunft verknüpft waren (siehe unten). Im Gegensatz zu Speisen erforderten die Getränke keine aufwändige Zubereitung. Für die Getränke wurde gleichsam wesentlich häufiger vom Sparregime abgerückt. Zunächst gehe ich auf die Getränke ein, die einen *global lifestyle* indizieren: Kaffee und Bier.

Der Genuss von Kaffee ist in Marinas Fall wohl eine der wichtigsten Alltagspraxen. Unser erstes Treffen fand in Marinas Lieblingscafé statt. Dort trank sie einen Espresso.³¹³ Jeder Tag beginne bei Marina mit einer Tasse Kaffee, wie sie im Interview erklärte:

308 Vgl. Feldtagebuch 23.3.2015.

309 Vgl. Feldtagebuch 25.3.2015.

310 Vgl. Althanns 2009, S. 190, S. 194, S. 207f.

311 Vgl. Feldtagebuch 23.3., 26.3.2015.

312 Vgl. Feldtagebuch 23.3.2015.

313 Vgl. Feldtagebuch 18.3.2015.

I: А ты сегодня [...] одна ела обед?

M: Да, я обедала одна. Нет, получилось, что когда я пришла [домой], муж уже успел поесть. Он варил уже себе кофе. Или дочь ему варила кофе. У нас такая кофейная машина небольшая, которая только варит, но зёрна мы сами перемалываем, отдельно. И каждый день всегда начинается с того, что утром я – неважно в каком настроении, с полужакрытыми глазами – подхожу, варю кофе и читаю в интернете новости. Я просыпаюсь и тогда я уже начинаю думать, чем я буду кормить.³¹⁴

I: Und hast du heute [...] allein zu Mittag gegessen?

M: Ja, ich habe allein zu Mittag gegessen. Nein, es kam so, dass als ich [nach Hause] kam, hatte mein Mann schon gegessen. Er hatte sich schon Kaffee gekocht. Oder unsere Tochter hatte ihm Kaffee gekocht. Wir haben so eine kleine Kaffeemaschine, die nur kocht, aber die Bohnen mahlen wir selber, separat. Und jeder Tag beginnt immer damit, dass ich morgens – egal, wie ich gelaunt bin, mit halb geschlossenen Augen – an die Kaffeemaschine trete, einen Kaffee koche und im Internet die Nachrichten lese. Ich werde wach und dann fange ich schon an zu überlegen, womit ich meine Familie beköstigen werde.

Dass Marina den Kaffeekonsum ausführte, obwohl ich sie nach dem letzten Mittagessen fragte, verdeutlicht den alltäglichen Stellenwert des Kaffeegenusses sowie seinen Demonstrationswert. In dieser täglich wiederholten Praxisform schlägt sich der Habitus nieder – d.h. das System von unbewussten Wahrnehmungs-, Denk-, Bewertungs- und Handlungsschemata – der damit einhergehend auch immer wieder angeeignet wird (vgl. 1.2.2 *Kultur als Praxis*).³¹⁵ Das Morgenritual des Kaffeetrinkens stellte die einzige Konstante in Marinas Tagesablauf dar und bot ihr einen etablierten Rahmen, in dem sie ihre jeweilige Agenda, insbesondere die Ernährungsversorgung, planen konnte (vgl. 3.2 *Familie und Beruf*). Alle Tätigkeiten wurden dem sich täglich anders darbietenden Tagesablauf angepasst und geplant. Zudem diente der Kaffee als Wachmacher und die Leistungskraft steigerndes Heißgetränk.³¹⁶

Früher (wann genau blieb unklar) habe Marina relativ viel Kaffee getrunken. Inzwischen habe sie den Konsum aber reduziert.³¹⁷ Nicht nur Marina konsumierte gerne und viel Kaffee. Beide Eheleute tranken vor dem Frühstück einen Espresso, wahlweise mit oder ohne Zimt oder Zucker. Marina, Pavel und Tochter Polina bereiteten sich regelmäßig Kaffeegeränke zu.³¹⁸ Marina und Pavel waren sich einig, dass Polina den besten Kaffee mache. Sie sei ein »wahrer Barrista«.³¹⁹ Die Familie besaß einen Kaffeevollautomaten mit integriertem Milchaufschäumer und eine elektrische Kaffeemühle (vgl. 3.2 *Familie und Beruf*, vgl. Abb. 2). Die kostspielige Anschaffung der Geräte von aus-

314 Interview 19.3.2015.

315 Vgl. Bourdieu 1982, S. 278; Meier 2004, S. 63.

316 Vgl. Annerose Menninger: Genuss im kulturellen Wandel. Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16.-19. Jahrhundert). (Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 102). Stuttgart 2004, S. 314, S. 326, S. 346.

317 Vgl. Feldtagebuch 19.4.2015.

318 Vgl. Feldtagebuch 26.3., 27.3., 29.3., 19.4.2015.

319 Vgl. Feldtagebuch 29.3.2015.

ländischen Herstellern (Philips und Bosch) offenbart, dass Marina und Pavel in Sachen Kaffee Wert auf gute Qualität legten.

Danach gefragt, ob sie Festtagsgeschirr besitze, entgegnete Marina:

Нет, у меня специальной посуды нет такой. У меня есть праздничный набор ложек, вилка с ножами одинаковыми. Разные бокалы, которые я не достаю – у меня есть кофейный набор, но ещё не было случая, чтобы сесть – несколько человек кроме нас, чтобы много пили кофе. То есть там такие маленькие, маленькие кофейные кружки... подарок тоже подруги. Вот. [...] ³²⁰

Nein, ich habe kein solches spezielle Geschirr. Ich habe ein Feiertags-Set gleicher Löffel, Gabeln und Messer. Verschiedene Gläser, die ich nicht herausnehme – ich habe ein Kaffeeservice, aber bisher gab es noch keine Gelegenheit, Platz zu nehmen – ein paar Personen außer uns, sodass viele Kaffee trinken würden. D.h. da so kleine, kleine Kaffeetassen... auch ein Geschenk einer Freundin. So. [...]

Zwar wurde das Kaffeeservice bisher noch nie benutzt, doch der Kaffeefüllautomat sowie die elektrische Kaffeemühle waren täglich in Gebrauch. Marina und Pavel seien bereits an frischen Kaffee gewöhnt und würden daher keinen fertig gemahlene kaufen. Sie hätten zunächst eine günstige Kaffeemühle gekauft, doch nach kurzer Zeit zurückgegeben und eine der Marke Bosch gekauft. ³²¹ Auch bei der Kaffeesorte griffen sie auf eine deutsche Marke zurück. Zunächst konsumierten sie Kaffee der Marke Paulig. Die sei verhältnismäßig teuer. Nachdem sie die Hausmarke des Verbrauchermarktes Lenta (*Лента*) ausprobiert hatten, kauften Marina und Pavel dort Tchibo-Kaffee. ³²² Da bereits deutschen Süßigkeiten eine höhere Qualität zugesprochen worden war als russischen, zeugt auch hier der Rückgriff auf deutsche Marken von Qualitätsbewusstsein ausländischer Produkte und von Orientierung am westlichen Konsum. Pavel ließ sich von Marina sogar frisch gemahlene Kaffeepulver in einen Plastikbeutel füllen, um es mit zur Arbeit zu nehmen. ³²³

Wenn die Familie Frischmilch von den Großeltern bekommen hatte, bereitete sie sich mit dem Kaffeefüllautomaten Latte Macchiato zu. ³²⁴ Pavel meinte einmal, es fehle eigentlich nur noch ein Herz auf dem Schaum, wie man es aus Cafés kenne. Prompt kramte Marina entsprechende Förmchen aus dem Küchenoberschrank hervor. Sie habe sie einmal in einem Haushaltswarengeschäft gekauft. Pavel habe sie aber noch nie benutzt und tat es auch dieses Mal nicht. ³²⁵

Das Vorhandensein diverser Gerätschaften ermöglichte nicht nur den Kaffeekonsum, sondern wies ihm außerdem einen besonderen Stellenwert zu. Mithilfe des Kaffeefüllautomaten konnten diverse Kaffeevariationen zubereitet werden. Mit den Förmchen konnte der Kaffeegenuss darüber hinaus ästhetisch stilisiert werden. Für Marina stand Kaffee somit symbolisch für die Zugehörigkeit zu einer globalen, distinktierten

320 Interview 8.5.2015.

321 Vgl. Feldtagebuch 27.3.2015.

322 Vgl. Feldtagebuch 30.3., 14.4.2015.

323 Vgl. Feldtagebuch 3.4.2015.

324 Vgl. Feldtagebuch 6.4., 7.4., 14.4.2015.

325 Vgl. Feldtagebuch 6.4.2015.

Konsumgemeinschaft, die weiß, welche Variationen es gibt, was gut schmeckt und was gute Qualität bedeutet. Am Fallbeispiel *Katja* (Kap. 4.) sehen wir ebenso, dass Kaffee etwas Besonderes ist. Er wurde von der Akteurin nur einmal zubereitet, und zwar als es frische Milch von der Familie auf dem Land gab.

Die hohe Wertigkeit des Kaffees ist auf seinen althergebrachten Status als prestigeträchtiges Modegetränk zurückzuführen.³²⁶ Ebenso wie Tee etablierte Kaffee sich im 17. und 18. Jahrhundert zunehmend in der bürgerlichen Oberschicht, dann in der Mittelschicht. Er wurde erschwinglicher und bahnte sich seinen Weg von den Kaffeehäusern in den privaten Raum und wurde regelmäßig zu verschiedenen Tageszeiten als stimulierendes Getränk konsumiert.³²⁷ Seine Karriere verdeutlicht, dass Nahrungsmitteln einhergehend mit Genuss soziales Prestige zugeschrieben wird. Somit verband Kaffee diejenigen, die sich seinen Genuss leisten konnten.³²⁸ Insofern kann der Kaffeekonsum ebenfalls als distinguierende Alltagspraxis interpretiert werden. Während nämlich Kaffee in Deutschland ein typisches Getränk ist – statistisch betrachtet werden vier Tassen pro Kopf und Tag getrunken³²⁹ –, gilt in Russland Tee, vor allem schwarzer Tee, als Standardgetränk (vgl. 4. *Katja*, vgl. 5. *Familie Müller*).³³⁰

Der Kochbuchautor Pochlëbkin bezeichnet Tee als »Produkt grundlegender Notwendigkeit« (»продукт первой необходимости«³³¹). Über die Seidenstraße hat Tee von Asien auch nach Russland gefunden.³³² Im Laufe des 19. Jahrhunderts wurde Tee für alle Gesellschaftsschichten erschwinglich. Davor wurde insbesondere schwarzer Tee nur in höheren gesellschaftlichen Kreisen getrunken.³³³ Vor diesem Hintergrund grenzten Marina und Pavel sich offensichtlich von ihren Landsleuten bzw. dem Lebensstil in Russland ab. Dass Kaffee als Symbol für einen *global lifestyle* zu lesen ist, belegen ferner die zahlreichen, stetig expandierenden Café-Ketten, wie z.B. das internationale Franchise-Unternehmen Starbucks, aber auch kleinere Café-Ketten sowie das Kaffeeangebot in praktisch jedem gastronomischen Betrieb.³³⁴

Normalerweise trinke Marina viel mehr Kaffee als nun in meiner Anwesenheit, gestand sie mir einmal. Meine Präsenz veränderte augenscheinlich das Ausmaß des Kaffee- und Teekonsums. Als Ethnografin wirke ich unbeabsichtigt auf das Feld und die Akteure ein und verursache im weitesten Sinne Störungen (vgl. 2.4 *Methodenreflexion*).

326 Vgl. Menninger 2004, S. 83, S. 345ff.

327 Vgl. ebd., S. 332f.

328 Vgl. Becher 1994, S. 144.

329 Vgl. Hirschfelder, Schönberger 2005, S. 186.

330 Vgl. Grigorieva 2005, S. 369f.

331 Vil'jam Vasil'evič Pochlëbkin: Tee. 2. Aufl. Moskau 2015, S. 8. [Вильям Васильевич Похлёбкин: Чай. 2-е издание. Москва 2015.]

332 Vgl. Schütz 1986, S. 3; Irina Carl: Russisch kochen. Gerichte und ihre Geschichte. St. Gallen u.a. 1993, S. 14, S. 24.

333 Vgl. Robert E.F. Smith, David Christian: Bread and salt. A social and economic history of food and drink in Russia. Cambridge 1984, S. 235.

334 Vgl. Starbucks Investor Relations: Starbucks Reports Q1 Fiscal 2019 Results, 24.1.2019. URL: <https://investor.starbucks.com/press-releases/financial-releases/default.aspx> (13.3.2019). Vgl. Felddagebuch 7.5.2015: Ein neu eröffneter Sandwich-Imbiss in Barnaul warb mit einem Sonderangebotspreis, wenn man ein Sandwich zusammen mit einem Kaffee kaufte.

Weil ich Teetrinkerin bin und Marina mir Gesellschaft leisten wollte, machte sie meiner wegen regelmäßig Tee.³³⁵ Polina trank in der Regel industriell portionierten Beuteltee. Für uns Erwachsene bereitete Marina so oft wie möglich einen Aufguss in einer kleinen Kanne zu. Sie füllte Teeblätter in die Kanne und übergoss sie mit kochendem Wasser. Einen Wasserkocher gab es nicht. Das deutet auf den seltenen Teeegenuss hin. Dann schenkte man sich Tee und weiteres gekochtes Wasser in seine Tasse, damit der Tee nicht zu stark wurde.³³⁶ Gelegentlich wurden zum Tee auch frische Zitronenscheiben gereicht.³³⁷ Wenn die Zeit nicht für einen Aufguss genügte, gab Marina die Teeblätter direkt in die einzelnen Tassen, schüttete Wasser hinein und deckte die Tassen mit Untertassen ab.³³⁸ Die Teezeremonie illustriert die mir zugewiesene Rolle als Gast. Auch wenn in der Familie eindeutig dem Kaffee der Vorzug gegeben wurde, stilisierten die gastgebenden Akteure den traditionellen Teeegenuss aufgrund der Anwesenheit einer Feldforscherin.

Lifestyle-Getränk: »Feierabendbier«

Als weiteres Lifestyle-Getränk kann das Feierabendbier bezeichnet werden, auf das noch genauer eingegangen wird. Zunächst möchte ich eine Passage aus dem zweiten Interview mit Marina anführen, die einen Überblick über ihren selbst eingeschätzten Alkoholkonsum bietet. Ich fragte Marina, ob und welche alkoholischen Getränke sie konsumiert:

M: Да, пью иногда.

I: Какие [алкогольные напитки]?

M: Ну, пиво. Ты видела (lacht). Пиво. По праздникам, по каким-то, это может быть вино. Но просто так редко. Бывает тоже редко глинтвейн, когда болит горло или что-то заболел. Довольно редко, то есть раза может быть три, четыре в год, глинтвейн. Может быть это водка или коньяк. То есть...

I: На праздниках или на какие события?

M: ...ну, одна я не пью (schmunzelt). Без события соответственного. Ну, может быть, да?! ,какой-то... Событие, это как правило день рождения, да?! Или какой-то большой праздник, не знаю... Ещё бывает, вот скажем, свёкор, допустим, мы собрались, да?! И вот он наливал – но Павел вообще не пил. То есть пили там я, свёкор, свекровь. Втроём. Всё.³³⁹

M: Ja, manchmal trinke ich.

I: Welche [alkoholischen Getränke]?

M: Nun, Bier. Du hast es gesehen (lacht). Bier. An Feiertagen, an irgendwelchen, kann es Wein sein. Aber einfach so selten. Selten kommt auch Glühwein vor, wenn der Hals oder etwas Anderes wehtut. Ziemlich selten, d.h. vielleicht drei-, viermal im Jahr Glühwein. Vielleicht Vodka oder Cognac. D.h. ...

335 Vgl. Feldtagebuch 2.4.2015.

336 Vgl. Feldtagebuch 23.3., 28.3., 9.4., 17.4.2015.

337 Vgl. Feldtagebuch 16.4., 18.4.2015.

338 Vgl. Feldtagebuch 3.4., 8.4., 13.4.2015.

339 Interview 8.5.2015.

I: An Feiertagen oder zu welchen Anlässen?

M: ...also allein trinke ich nicht (schmunzelt). Ohne entsprechenden Anlass. Nun, es kann sein, ja?!, irgendein... Ein Anlass, das ist in der Regel ein Geburtstag, ja?! Oder irgendein großer Feiertag, ich weiß nicht... Vielleicht noch, sagen wir einmal, mein Schwiegervater, nehmen wir an, wir haben uns versammelt, ja?! Und dann hat er eingeschenkt – aber Pavel hat überhaupt nicht getrunken. D.h. es tranken ich, mein Schwiegervater, meine Schwiegermutter. Zu dritt. So.

Marina trinke gelegentlich Bier, Wein, Glühwein, Vodka und Cognac. Über den Glühwein sprach sie am meisten. Dieser diene als Arznei bei Halsschmerzen bzw. nicht näher beschriebener Krankheit (vgl. 3.7 *Gesundheitsbewusstsein*). Generell trinke Marina »manchmal« Alkoholisches. Zum Bier machte sie keine Häufigkeitsangabe, sondern verwies stattdessen auf meine eigenen Beobachtungen. Damit überließ sie implizit eine Bewertung oder Einschätzung der Häufigkeit der Ethnografin. »An Feiertagen« könne sie Wein trinken, doch »selten« würde sie alkoholische Getränke »einfach so«, d.h. ohne bestimmten Anlass, zu sich nehmen. Noch seltener, »vielleicht drei-, viermal im Jahr« trinke sie Glühwein, aber eben aus einem konkreten, medikalen Grund. Offen blieben die Häufigkeit und die Umstände des Vodka- und Cognacgenusses. Marina legte somit in absteigender Reihenfolge dar, welche alkoholischen Getränke sie konsumierte und zum Teil auch, in welchen Situationen.

Die gewählte Reihenfolge kann damit begründet werden, dass Marina mit dem ihr naheliegenden, weil am häufigsten konsumierten Getränk begann und zum Schluss Alkoholika aufzählte, die selten getrunken wurden. Nicht auszuschließen ist aber auch eine absteigende Reihenfolge, um Marinas Alkoholkonsum bewusst herunterzuspielen und so etwaige verunglimpfende Schlussfolgerungen der Feldforscherin auszuschließen (vgl. 2.4 *Methodenreflexion*). Indikatoren für eine solche Lesart sind die zunächst ungefragt thematisierten Häufigkeiten und Marinas dreimalige Wiederholung des Wortes »selten« in der Interviewpassage.

Die Nachfrage zu den Anlässen des Alkoholkonsums schien Marina leicht zu provozieren. Sie stellte klar, alleine nicht zu trinken, sondern nur zu einem »entsprechenden Anlass« in geselliger Runde. Damit wurde unterschwellig die Angemessenheit des Alkoholkonsums klargestellt. Als Anlass definierte sie unbestimmt einen Geburtstag oder »irgendeinen großen Feiertag«. Außerdem führte Marina eine bestimmte Zusammenkunft mit den Schwiegereltern als Anlass an. Wahrscheinlich handelte es sich dabei um den bereits erwähnten letzten Besuch bei ihnen, als Kartoffeln gepflanzt wurden (vgl. 3.5 *Subsistenzwirtschaft*). Dabei betonte Marina, dass Pavel nicht getrunken habe. Dies erweckt den Eindruck einer Ausnahme oder eines Herunterspielens. Ferner erwähnte Marina nicht, welches Getränk eingeschenkt wurde und wie sich die Situation zugetragen hatte.

Das Feierabendbier, das sich das Ehepaar gelegentlich in meiner Anwesenheit genehmigte, steht diesen Aussagen gewissermaßen entgegen, da es sich nicht um feiertagsäquivalente Anlässe handelte. Dieser Widerspruch kann jedoch dahingehend er-

klärt werden, dass im Interview meist ein positives Selbstbild gezeichnet werden soll.³⁴⁰ Alkoholkonsum wird daher anlassbezogen und typisiert geschildert, zumal Alltagspraxen selten reflektiert werden.³⁴¹ Überdies kann ein gewöhnlicher Tag oder Abend mittels des Genusses von alkoholischen Getränken zu einem besonderen Anlass aufgewertet werden.³⁴² Dadurch kann z.B. der Zusammenkunft der Akteure und der Ethnografin eine höhere Wertigkeit zugewiesen werden (vgl. 1.2.2 *Kultur als Praxis*).

Ferner verlangt es die »russische Gastfreundschaft«, dass Gastgeber sich um das leibliche Wohl der Gäste kümmern³⁴³ – auch wenn ich mich bemühte, nicht als solcher angesehen zu werden (vgl. 2.4 *Methodenreflexion*). Damit wäre der soziale Aspekt von Essen und Trinken in Erinnerung gerufen. Das Ehepaar demonstrierte einen selbstbewussten, regelmäßigen Konsum von Feierabendbier. Es schien nicht darauf bedacht zu sein, ihn vor der Feldforscherin zu verbergen. Im Gegenteil wurde er zelebriert. Dies verweist auf die recht vertrauensvolle Beziehung der Akteure zur Forscherin. So führte das zwanglose Verhältnis zum Feierabendbier häufig zu Gesprächen über die bundesrepublikanische und russländische Lebenswelt. Dies kann einerseits im Rahmen der Erfüllung der selbst auferlegten Mission der Akteure und andererseits als Demonstration ihrer Kenntnisse deutscher Kultur und somit ihrer transnationalen Orientierung hinsichtlich ihres Lebensstils interpretiert werden (siehe oben).

Bemerkenswert ist in diesem Kontext allerdings der merkbare Kontrast zwischen Reden und Handeln in dem vorliegenden Fallbeispiel. Während Marina eher ungenutzte Worte über ihren Alkoholkonsum verlor, war sie gegenüber seinem Genuss in ihrer Alltagspraxis wesentlich gelassener eingestellt. An dieser Stelle soll keine Bewertung oder Einschätzung der Häufigkeit vorgenommen werden. Vielmehr geht es um die persönliche Haltung Marinas und Pavels gegenüber dem Genuss von alkoholischen Getränken als alltägliche Praxis sowie um die Einbettung ihres Alkoholkonsums in den präsentierten Lebensstil mit dem Ziel, sich ihrer Lebenswelt anzunähern.³⁴⁴

Marina äußerte mir gegenüber ihr Bedauern, dass es im Russischen kein Pendant zu dem Ausdruck »Feierabendbier« gibt. Sie und Pavel tranken gerne Bier. Als Pavel einmal von einem Einkauf wiederkam, brachte er unter anderem Bier der Marke Baltika (Балтика) mit. Er erklärte – ohne dass ich gefragt hätte –, eigentlich sei russisches Bier nicht so gut. Er habe es bloß wegen der 20 Prozent Rabatt gekauft. Normalerweise würden sie Bier in der kleinen Brauerei Pivovarov (Пивоваров) kaufen. Dort gebe es deutsche Technologie. Das Bier dort schmecke besser, sei aber auch teurer.³⁴⁵

Während meiner Feldforschung bin ich des Öfteren auf Bars und Restaurants im Stadtbild Barnauls aufmerksam geworden, die einen deutschen Namen trugen (Hans, Regatter, Bladbacher) und mit deutscher Herstellungstechnik warben.³⁴⁶ Bereits am Namen sollte erkennbar sein, dass es dort gutes, weil »deutsches« Bier gibt.

340 Vgl. Bortz, Döring 1995, S. 212.

341 Vgl. Soeffner 2004, S. 401.

342 Vgl. Metzo 2009, S. 190f.; Tolksdorf 1976.

343 Vgl. Metzo 2009, S. 191f.

344 Vgl. Hitzler, Eisewicht 2016, S. 12; Schmidt-Lauber 2007b, S. 169.

345 Vgl. Feldtagebuch 23.3.2015.

346 Vgl. Feldtagebuch 23.3., 3.5., 6.5.2015.

In dieser Situation inszenierte Pavel sich als Kenner, eben als »Gourmet«, der sich durchaus das teurere Bier leistete. Er demonstrierte seine soziale Stellung und seinen Lebensstil nicht nur dadurch, dass er um die Qualitätsunterschiede wusste, sondern behauptete, das höherwertige Bier ebenfalls zu konsumieren. Es fungierte somit als »image-maker«³⁴⁷. Im Beobachtungszeitraum war dies jedoch nicht der Fall. Pavel kaufte aufgrund der Rabattkarte stets im Discounter Bier ein und variierte lediglich die Marken. So kaufte er neben Baltika Bier der Marken Žigulëvskoe (Жигулёвское), Heineken, Efes und Weißbirg (Баўбурз).³⁴⁸ Der Preis war in diesen Fällen somit für die praktizierte Kaufentscheidung ausschlaggebender als die verbal herausgestellte Qualität und der präsentierte Lebensstil.

Obwohl Pavel zunächst die Qualität russischen Biers infrage stellte, erklärte er zu dem Kauf des Žigulëvskoe-Biers, es handele sich um eine bekannte russische Marke. Auch Staatspräsident Vladimir Putin und Ministerpräsident Dmitri Medvedev würden es trinken.³⁴⁹ Mit dieser Aussage relativierte Pavel die Kritik an russischem Bier. Unter den russischen Marken gab es gleichsam Positivbeispiele, wofür die Autoritätspersonen aus der Politik Gewähr leisteten. Auf diese Weise wurde »Konsumpatriotismus«³⁵⁰ präsentiert und möglicherweise auch gefordert. Er kam bereits kurz nach dem Zerfall der Sowjetunion als Bewältigungsstrategie der kulturellen Umbrüche zum Tragen.³⁵¹

»[...] so lässt sich Konsumpatriotismus auf nationaler wie regionaler Ebene als eine natürliche Reaktion auf Krisen- und Umbruchsituationen deuten. Ein solcher Konsumpatriotismus wurde und wird oftmals von politischen und ökonomischen Akteuren und gesellschaftlichen Eliten bewusst forciert.«³⁵²

Die Orientierung der Verbraucher an Waren aus dem Westen zu Beginn der 1990er Jahre kehrte sich im Laufe der folgenden Jahre ins Gegenteil. Man besann sich aus geschmacklichen und emotionalen Gründen wieder auf russische Konsumgüter, darunter auch Nahrungsmittel.³⁵³ Die besondere Verbundenheit mit als einheimisch empfundener Kost spiegelt ihre zugehörigkeitsstiftende Funktion wider, doch sind in Lebensstilen gebündelte Imaginationen ebenso konstitutiv für individuelle und kollektive Zugehörigkeiten (vgl. 1.2.2 *Kultur als Praxis*). Insofern illustriert diese Begebenheit zwei konträre Deutungsrahmen, derer Pavel sich im Zusammenhang mit Bierkonsum bedient: den *global lifestyle* und den Konsumpatriotismus.

Nach unserem ersten »Biergespräch« hatte Pavel Lust darauf bekommen und bot seiner Frau und mir ebenfalls ein Glas Bier an. Daraufhin stellte Marina mir demonstrativ eine Maß auf den Tisch. Sie hatte sie von einem Deutschlandaufenthalt mitgebracht.³⁵⁴ Offensichtlich stellte Marina ihr kulturelles Kapital, ihre Kenntnis des »richtigen«³⁵⁵ Biergenusses zur Schau, die sie bei einem Auslandsstudienaufenthalt erworben

347 Hirschfelder, Schönberger 2005, S. 193.

348 Vgl. Feldtagebuch 26.3., 29.3., 10.4., 16.4., 17.4.2015.

349 Vgl. Feldtagebuch 16.4.2015.

350 Vgl. Althanns 2009, S. 214.

351 Vgl. ebd., S. 209.

352 Ebd., S. 216.

353 Vgl. ebd., S. 259.

354 Vgl. Feldtagebuch 23.3.2015.

355 Vgl. Pennekamp 2016, S. 19.

hatte. Damit signalisierte sie mir ihre Zugehörigkeit zur globalen Konsumgemeinschaft und beanspruchte die meinerseitige Anerkennung ihres Status.³⁵⁶ Die Biergläser standen auf dem Küchenoberschrank oberhalb der Spüle, während die Weingläser auf dem anderen Küchenoberschrank verstaut waren und sich in einem Pappkarton befanden. Die Biergläser waren folglich häufiger in Gebrauch als die Weingläser. Das touristische, stereotype Mitbringsel entsprach im Alltag der Vorliebe für Bier und diente nicht bloß zu Dekorationszwecken.

In Russland geht Alkoholkonsum in der Regel mit gleichzeitigem Snacken einher.³⁵⁷ So verzehrten Marina und Pavel zu ihrem Bier wahlweise geräucherte Fischstreifen, geräucherten Käse, gesalzene Würstchen, Pistazien, Erdnüsse oder Chips.³⁵⁸ Pavel kommentierte, die Fischstreifen seien im Vergleich zum Bier relativ teuer.³⁵⁹ Als ich aus Erkenntlichkeit für die Teilnahme an meiner Forschung einmal geräucherten Käse mitbrachte, erklärte Pavel, er möge geräucherten Käse lieber als Fischstreifen.³⁶⁰ Wahrscheinlich kaufte er ihn wegen des höheren Preises nicht so häufig (vgl. 3.6 *Sparsamkeit*).

Trotz der beschriebenen Feierabendbiere und der angenehmen Atmosphäre dabei stellte das Thema Alkoholkonsum während meiner gesamten Feldforschung einen neuralgischen Punkt für die Akteure dar (vgl. 2.4 *Methodenreflexion*). Dies liegt in der Tatsache begründet, dass es sich vor dem Hintergrund der hohen Alkoholmissbrauchs- und Mortalitätsraten gleichermaßen um ein gesellschaftliches Problem wie Tabuthema handelt. Die Brisanz von hochprozentigem Alkohol in der russländischen Lebenswelt geht aus der folgenden Interviewpassage eindrücklich hervor:

M: [...] Да и вечер, потому что ограничения плюс несомненно то, что можно – даже ночью – пойти и купить, что ты хочешь, где хочешь. Захотела, поехала в Ленту, она работает круглосуточно. Ну, ограничения есть на спиртные напитки, на пиво там, да?!...

И: Какие ограничения?

M: После девяти вечера нельзя купить спиртные напитки. До девяти утра по моему. Это хорошо. Чтобы меньше было соблазнов. И кстати завтра наверняка тоже не будет продаваться спиртные напитки. [...] Слышала, да?! Ну, так было раньше.³⁶¹

M: [...] Ja und am Abend, weil es Beschränkungen gibt plus zweifellos, dass man – sogar nachts – gehen und kaufen kann, was du willst, wo du willst. Wenn du willst, fährst du in den Lenta, der arbeitet rund um die Uhr. Nun, es gibt Beschränkungen auf Spirituosen, auf Bier da, ja?!...

I: Was für Beschränkungen?

M: Nach neun Uhr abends darf man keine Spirituosen kaufen. Bis neun Uhr morgens, meine ich. Das ist gut. Damit es weniger Versuchungen gibt. Und übrigens werden

356 Vgl. Katschnig-Fasch 2004, S. 302; Trummer 2015, S. 70f.

357 Vgl. Metzo 2009, S. 191.

358 Vgl. Feldtagebuch 6.4., 10.4., 16.4., 17.4.2015.

359 Vgl. Feldtagebuch 10.4.2015.

360 Vgl. Feldtagebuch 13.4.2015.

361 Interview 8.5.2015.

morgen wahrscheinlich auch keine Spirituosen verkauft. [...] Du hast davon gehört, oder?! Nun, so war es früher.

Als ich Marina nach Veränderungen in der Ernährung seit dem Zerfall der Sowjetunion fragte, führte sie die Warenvielfalt und die Verfügbarkeit von mehr oder weniger exotischen Waren aus, erwähnte aber auch die Einschränkung des Verkaufs von Alkoholika. Aufgrund des nach wie vor in Russland verbreiteten Problems von Alkoholmissbrauch ist der Verkauf staatlich reglementiert.³⁶² In diesem Zusammenhang erzählte ein Akteur mir im Vorfeld des TAGS DES SIEGES (*день победы*), an dem Feiertag würden in der Stadt überall Betrunkene herumlaufen. Am Vormittag könne man sich noch die Veranstaltungen ansehen. Danach werde er selbst aber nicht mehr vor die Tür gehen.³⁶³ Das massenhafte Betrinken bis zur schieren Besinnungslosigkeit ordnete er nicht verharmlosend in den Kontext des Feiertags ein. Vielmehr sah er den Tag des Sieges zum Vorwand genommen, um ein großes gesellschaftliches Problem zu verharmlosen. Indem er in die Feierlichkeiten eingebettet wird, wird der Alkoholmissbrauch als solcher verschleiert. Alkoholkonsum an sich ist zwar verpönt, wird aber – wie bereits dargelegt – durch den Anlass legitimiert.

Ein Blick in Studien und Statistiken hilft, die Größenordnung des »russischen Alkoholproblems« einzuschätzen. Während in Russland der Anteil vom Alkoholkonsum an Schnaps bei zwei Dritteln liegt, beläuft sich der Anteil in Deutschland auf ein Fünftel. »Der Anteil unregistriert produzierten Alkohols, vor allem illegal hergestellten ›Selbstgebrannten‹ (russ.: ›Samogon‹), wird auf ein Viertel des Gesamtkonsums geschätzt.«³⁶⁴ Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) werden circa vier Liter schwarzgebrannter Schnaps pro Person getrunken. Viele Russen trinken Alkohol anders als andere Europäer nicht als Genussmittel, sondern als Narkotikum und daher in großen Mengen.

Vollrauschtrinken von Spirituosen hat zur Folge, dass in Russland Herzkreislauf-erkrankungen die häufigste Todesursache darstellen. In den 1990er und frühen 2000er Jahren starben pro Jahr mehr als 300.000 Menschen an den Folgen dieser Erkrankungen. Aktuell sterben etwa 500.000 Personen pro Jahr direkt oder indirekt an Alkoholmissbrauch.³⁶⁵ »Die Prävalenz für episodisches Rauschtrinken (›episodic binges‹) lag 2010 bei 19 Prozent bei der Gesamtbevölkerung und bei 28 Prozent bei Alkoholikern [Herv. i.O.].«³⁶⁶ Auch wenn offizielle Statistiken laut Nemtsov unzuverlässig seien, könne davon ausgegangen werden, dass einer von zwei Todesfällen bei Männern und jeder dritte Todesfall bei Frauen auf exzessiven Alkoholkonsum zurückgeführt werden kann. Frauensterblichkeit steht in Russland seltener im Zusammenhang mit Alkoholmissbrauch

362 Vgl. Walther 2016, S. 4.

363 Vgl. Feldtagebuch 6.5.2015.

364 Walther 2016, S. 2; vgl. Metzo 2009, S. 198: »Throughout the first half of the twentieth century, in rural areas, approximately 80 percent of the per capita consumption of alcohol came from *samogon*. In the early part of this century, approximately 50 percent of alcohol consumed was either industrial alcohol or *samogon* [Herv. i.O.].«

365 Vgl. Ruth Müller, Reiner Klingholz: Russland neu gezählt. Was die jüngsten Zensusergebnisse über Russlands Bevölkerungsentwicklung verraten. (Discussion Paper, 15). Berlin 2014, S. 14f.; Walther 2016, S. 2; Metzo 2009, S. 198f.

366 Walther 2016, S. 2.

als Männersterblichkeit.³⁶⁷ Der Anteil alkoholkonsumbedingter Todesfälle liegt insgesamt bei rund 30 Prozent.

Der Konsum unregistrierten Alkohols ist zwar in der vergangenen Dekade stark gesunken. Für Personen mit niedrigem Einkommen und Hochrisikotrinker im ländlichen Raum ist er aber immer noch relevant.³⁶⁸ »Der Alkoholismus stellt demnach einen der Hauptfaktoren der demografischen und sozialen Krise in Russland und eine nationale Gefährdung auf der Ebene der Persönlichkeit, der Familie, der Gesellschaft und des Staates dar.«³⁶⁹ Die Lebenserwartung in Russland liegt derzeit bei durchschnittlich 65 Jahren. Ein Viertel der Männer erreicht nicht sein 55. Lebensjahr. Frauen sterben durchschnittlich mit 75 Jahren. Im Jahr 2005 unterschied sich die Lebenserwartung von Männern in den alten EU-Staaten im Vergleich zu Russland um 16 Jahre. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein 15-jähriger Junge sein 60. Lebensjahr erreicht, lag im Jahr 2010 bei gerade einmal 50 Prozent. Damit weist Russland eine geringere Quote auf als Pakistan, Indien, Bangladesch und Kenia. Die hohe Sterberate beschleunigt bei einer gleichzeitigen geringen Geburtenrate den demografischen Wandel in Russland. So ist die Bevölkerungszahl Russlands seit 1991 von 149 auf 143 Millionen Einwohner geschrumpft.³⁷⁰

Als Begründung für den exzessiven, folgenreichen Alkoholmissbrauch in Russland wird in erster Linie der Zusammenbruch der Sowjetunion angeführt.³⁷¹ Zahlreiche Menschen verloren ihren Arbeitsplatz. Einhergehend mit Armut und Perspektivlosigkeit in einer stagnierten Gesellschaft nahmen Alkohol- und Drogenmissbrauch stetig zu.³⁷² Nemtsov zufolge stieg der Alkoholkonsum in Russland seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs an und erreicht heute ein nie dagewesenes Niveau. Zum einen konnten und können sich die Menschen Alkoholkonsum zunehmend finanziell leisten. Zum anderen beeinflussen fundamentale politische und soziale Entwicklungen wie Stagnation, Perestrojka, Systemzusammenbruch sowie der Übergang in die Marktwirtschaft den Willen zu und die Möglichkeiten von Alkoholkonsum als Bewältigungsstrategie, Business-Praktik oder Vergnügung. Dabei wird der Anstieg des Alkoholkonsums während der Zeit zunehmender Armut als unerwartet eingeschätzt.³⁷³ Die hohe alkoholbedingte Mortalität lasse sich nicht allein durch den Pro-Kopf-Verbrauch erklären. Gründe dafür könnten in dem Trinkverhalten und dem Konsum speziell von Spirituosen liegen.³⁷⁴

Eine verhältnismäßig wirkungsvolle Maßnahme von politischer Seite gegen den Alkoholmissbrauch und die letzte zu Sowjetzeiten war die 1985 von Michail Gorbatschow lancierte Kampagne, die Züge einer »Semiprohibition« aufwies. In deren Folge stieg 1987

367 Vgl. Aleksandr Nemtsov: A contemporary history of alcohol in Russia. (Södertörn academic studies, 43). Huddinge 2011, S. 25f., S. 36.

368 Vgl. Walther 2016, S. 3.

369 Ebd., S. 3; vgl. Nemtsov 2011, S. 24.

370 Vgl. Walther 2016, S. 2; Müller, Klingholz 2014, S. 4f., S. 13; Nemtsov 2011, S. 13, S. 25, S. 41; Julie Knoll Rajaratnam et al.: World wide mortality in men and women aged 15-59 from 1970-2010. A systematic analysis. In: The Lancet 375 (2010), S. 1704-1720.

371 Vgl. Nemtsov 2011, S. 21.

372 Vgl. Müller, Klingholz 2014, S. 5; Nemtsov 2011, S. 19.

373 Vgl. Nemtsov 2011, S. 19.

374 Vgl. Walther 2016, S. 3.

die Lebenserwartung von Männern auf 65 und von Frauen auf 74 Jahre an. Der Alkoholkonsum in diesem Jahr war vergleichbar mit dem in den 1950er Jahren.³⁷⁵ »It was a forceful and ruthless campaign, which included a variety of measures from the promotion of fruit juice drinking to price rises on vodka, the closing of vodka distilleries and the up-rooting of century-old vines in Georgia, amounting in fact to semiprohibition.«³⁷⁶

Gegenwärtig werden das nächtliche Alkoholverbot und die Verringerung von Verkaufsstellen als wirksame gesundheitspolitische Maßnahmen angesehen. Besonders wirkungsvoll wurden der Konsum sowohl von registriertem als auch von unregistriertem Alkohol sowie die alkoholbedingte Mortalität durch die rezente Preis- und Steuerpolitik und durch regulatorische, Markttransparenz schaffende Maßnahmen von 2006 gesenkt. So verringerte sich seitdem der Alkoholabsatz wahrnehmbar. Gleichwohl verbleiben der Alkoholkonsum und die alkoholbedingte Mortalität in Russland im internationalen Vergleich auf einem hohen Niveau.³⁷⁷

Wie sieht nun angesichts dieser Zahlen und Fakten Marinas Verhältnis zu Alkohol aus? Wenn wir den Blick nicht allein auf Bier, sondern auf hochprozentige Alkoholika richten, wird besser nachvollziehbar, wie widersprüchlich und gespannt auch Marinas Verhältnis zu Alkoholkonsum war. Die Beziehung zu Bier war ausschließlich positiv. Es ist gesellschaftlich akzeptierter als Spirituosen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Bier bis Anfang des Jahres 2013 als Lebensmittel und nicht als alkoholisches Getränk galt.³⁷⁸ Dagegen waren die Ansichten zu Hochprozentigem kontroverser.

Zunächst zum positiven Verhältnis zu Schnaps: An Ostern fuhr Marina mit ihrer Familie zu ihren Eltern auf das Land. Ich durfte mitkommen und war anwesend, als wir ihre Tante aus dem Nachbardorf abholten. Neben einer Menge Süßigkeiten packte sie selbstgebrannten Schnaps (*самогон*) ein. Dieser wurde später zusammen mit Vodka, Krimwein und weiteren nicht alkoholischen Getränken auf der Festtagstafel platziert. Alle stießen mit dem selbstgebrannten Schnaps auf das feierliche Ereignis der Familienzusammenkunft an.³⁷⁹ Ausschlaggebend für die Wertigkeit der Alkoholika ist demnach die soziale Situation.³⁸⁰

Als ich bei einer meiner Beobachtungssituationen in Marinas Wohnung zwei Gläser erblickte, die augenscheinlich Alkohol enthielten, fragte ich nach. Pavel zeigte mir eine alte Weinflasche. Er habe darin Goldwurz (*золотой корень*) mit Vodka aufgesetzt. Daraus entstehe Kräuterschnaps (*настойка*). Die Goldwurz sei gut für das Herz. Ich bekam etwas von dem selbst aufgesetzten Kräuterschnaps zu probieren und wir stießen auf den hoffentlich bald spürbaren Frühling an. Marina und Pavel bissen beide unmittelbar, nachdem sie den Schnaps getrunken hatten, in eine eingelegte Tomate.³⁸¹ Auf die dem Schnaps zugeschriebenen Auswirkungen auf die Gesundheit gehe ich in Kapitel 3.7 *Gesundheitsbewusstsein* weiter ein. Soweit ist aber nachvollziehbar, dass der

375 Vgl. ebd.; Nemtsov 2011, S. 20f.

376 Nemtsov 2011, S. 20.

377 Vgl. Walther 2016, S. 4.

378 Vgl. Müller, Klingholz 2014, S. 15.

379 Vgl. Feldtagebuch 12.4.2015.

380 Vgl. Tolksdorf 1976, S. 70.

381 Vgl. Feldtagebuch 1.4.2015.

Kräuterschnaps in der geschilderten Situation aufgrund seiner ihm zugeschriebenen gesundheitsfördernden Wirkung positiv besetzt war. Anlässlich familialer Zusammenkünfte an gesetzlichen Feiertagen und zur Gesundheitsförderung wurde Alkoholkonsum demnach als legitim betrachtet.

Nun zum kritischen Verhältnis zu Schnaps: Einmal entschied Pavel, dass wir erneut etwas von dem Kräuterschnaps trinken sollten. Marina meinte scherzend, ich würde aufschreiben, dass sie »wieder und wieder« Alkohol tranken. Wir sollten aber anstoßen, solange die Kinder noch nebenan gemeinsam spielten. Polina verstehe natürlich, was geschehe, aber Borja müsse das nicht mitbekommen, so Pavel. Marina und Pavel tranken einen Schluck Tomatensaft hinterher. Marina aß außerdem eine Gurkenscheibe. Pavel goss eine zweite Runde ein. Eine weitere Runde Schnaps lehnte ich ab, daher wollte Pavel auch nicht mehr weiter trinken. Daraufhin räumte Marina die Schnapsgläser augenblicklich ab.³⁸²

In dieser Situation waren die Akteure befangener. Marina fürchtete, ich könne sie in meiner Forschung als Alkoholiker präsentieren. Pavel fürchtete, dass seine Kinder unseren Schnapsgenuss mitbekommen könnten und sich dies mutmaßlich schlecht auf sie auswirke. Schnapstrinken ist demnach ein Tabu. Vor Kindern muss es verheimlicht werden.³⁸³ Darüber hinaus fürchtete ich, mehr als zwei Schnäpse nicht zu vertragen. Die Verzehrsituation ist somit zwar durch meine Handlung beendet worden, war aber von vornherein nicht so zwanglos abgelaufen wie der zuerst beschriebene, gesellschaftlich akzeptiertere Bierkonsum oder der Konsum von Kräuterschnaps des Probierens wegen.

Nichtsdestoweniger stellt sich die Frage, ob ich durch meine Ablehnung eines weiteren Glases Schnaps einen methodischen Fehler bei der beobachtenden Teilnahme begangen habe. Möglicherweise fühlte sich Marina in ihrer anfänglichen Unsicherheit noch weiter bestätigt, weswegen sie augenblicklich die Gläser wegräumte. Hier habe ich gegen das zehnte Gebot der Feldforschung nach Girtler verstoßen: »Du mußt eine gute Konstitution haben, um dich am Acker, in stickigen Kneipen, in der Kirche, in noblen Gasthäusern, im Wald, im Stall, auf staubigen Straßen und auch sonstwo wohl zu fühlen. Dazu gehört die Fähigkeit, jederzeit zu essen, zu trinken und zu schlafen.«³⁸⁴ Andererseits meine ich, diese Gebote stellen in erster Linie auszulegende Orientierungshilfen dar. Man sollte nicht um jeden Preis an seine Grenzen gehen und sich für die Feldforschung verbiegen, sondern seine Persönlichkeit authentisch einbringen.³⁸⁵

Festzuhalten ist jedenfalls, dass derselbe, angeblich gesundheitsfördernde Kräuterschnaps je nach Situation positiv oder negativ wahrgenommen werden konnte. Dies veranschaulicht die spannungsreiche, ambivalente Haltung der Akteure vor allem zu Spirituosen aufgrund der demografischen Implikationen.

382 Vgl. Feldtagebuch 3.4.2015.

383 Auch aus weiteren Situationen und Aussagen anderer Akteure ging hervor, dass Alkohol ein Tabuthema ist. Vgl. 2.4 *Methodenreflexion*; 4. *Katja*. Das Tabu ist so ausgeprägt, dass bei einer Ausstellungseröffnung im Goethe-Institut die Erwachsenen zum Sektempfang in einen anderen Raum gehen mussten, damit die anwesenden Kinder nicht dem Anblick des Alkoholkonsums ausgesetzt waren. Vgl. Feldtagebuch 28.4.2015.

384 Girtler 2001, S. 185.

385 Vgl. Lindner 1981, S. 65.

Lifestyle-Getränk: Milch

Bestimmte Getränke waren symbolisch aufgeladen. Dabei repräsentierten manche den westlichen Lebensstil, während die Präferenz für andere die eigene Herkunft und damit den Geschmackskonservatismus widerspiegelte. Nicht nur Genussmittel wie Kaffee, Tee und Alkoholika können in diesem Fallbeispiel als Lifestyle-Getränke bezeichnet werden. Vielmehr scheinen Getränke generell einen höheren Stellenwert als Indikatoren für den gelebten Lebensstil einzunehmen als Speisen. Wie aus dem bisher Dargelegten deutlich wurde, sind die Bewertungen von einzelnen Getränken sehr unterschiedlich bzw. können je nach Kontext variieren. Was machte Milch bei Marina inwiefern zu einem Lifestyle-Getränk? Welche Faktoren sind für ihre Wertigkeit relevant?

Der Stellenwert von Milch und Milchprodukten wird ebenfalls in Kapitel 3.5 *Subsistenzwirtschaft* thematisiert. An dieser Stelle werden sie jedoch aus anderer Perspektive beleuchtet, da Marinas Familie nicht allein von den Milchprodukten vom Lande zehrte, sondern darüber hinaus weitere hinzukaufte. Dabei handelte es sich nicht nur um Milch, welche dem jüngeren Sohn zu jeder Mahlzeit vorgesetzt wurde. Zusätzlich wurden für die Kinder Milchmischgetränke sowie Joghurts und für die ganze Familie Sauermilchprodukte erworben.³⁸⁶ Damit waren sie von alltäglicher Bedeutung. Durch Marinas Vater hatte die Familie Ayran und Biotan kennengelernt. Letzterer sei nicht so sauer wie Ayran. Da er aber teurer sei, würde die Familie nicht so häufig Biotan kaufen. Wenn es ihn gebe, werde er stets schnell ausgetrunken. Einmal stritten sich die Kinder um das Getränk.³⁸⁷

Dass es für Marina mehr als ein einfaches Lebensmittel war, wurde eindrücklich anhand ihrer eigenen Reflexion deutlich. Sie erklärte mir, dass sie Biotan wahrscheinlich deshalb so gerne trinke, weil er sie an einen Geschmack aus der Kindheit erinnere, und zwar an die nach dem Butterschlagen übrig bleibende Molke.³⁸⁸ Der Geschmack von Milch und Milchprodukten gab Marina offenbar ein Gefühl von Geborgenheit aus ihrer Kindheit, daher drückte sich darin ein besonderer Genuss aus. Das geht auch aus der folgenden Antwort auf die Frage hervor, welche Gerichte oder Lebensmittel sie an ihre Kindheit erinnern:

[...] Молоко, вот я пила недавно у свекрови молоко и наслаждалась, было такое наслаждение вкусом. Потому что здесь, вот я такого не могу попить, это действительно, это было ужасно приятно. (lachen)³⁸⁹

[...] Milch, ich trank ja kürzlich bei meiner Schwiegermutter Milch und habe es genossen. Ich habe den Geschmack so genossen. Weil hier, also so etwas kann ich nicht trinken, das ist wirklich, das war furchtbar angenehm. (lachen)

Bei der Milch vom Lande steht der Genuss im Vordergrund. Das Wort »Genuss« (»наслаждение«) wurde zweimal benutzt. Durch den Ausdruck »furchtbar angenehm« (»ужасно приятно«) und den Hinweis darauf, dass sie »hier [in der Stadt Barnaul]

386 Vgl. Feldtagebuch 23.3., 25.3., 26.3., 27.3., 28.3., 29.3., 30.3., 1.4., 5.4., 6.4., 7.4., 10.4., 13.4., 16.4.2015.

387 Vgl. Feldtagebuch 23.3., 30.3., 1.4., 7.4., 10.4.2015.

388 Vgl. Feldtagebuch 1.4.2015.

389 Interview 8.5.2015.

so etwas nicht trinken könne«, wird die Bedeutung verstärkt. Bevor Marina auf die Milch zu sprechen kam, zählte sie zunächst Chalva, Boršč und Frikadellen aus der Schulkantine auf. Milch und Milchprodukte wurden also nicht nur deswegen geschätzt, weil sie aus der Subsistenzwirtschaft der Eltern stammen und daher nicht vergeudet werden dürfen. Darüber hinaus stehen sie für den heimatlichen Genuss, für »comfort food«, indem sie Erinnerungen aus der unbeschwerten Kindheit hervorrufen, in der die Essozialisation stattfand. In der Kindheit internalisierte Gerüche, Geschmäcke und Verhaltensweisen werden weitgehend aufrechterhalten.³⁹⁰ Geschmackskonservatismus stellt hier einen bedeutenden Faktor für die Wertigkeit von Milch(-produkten) dar.³⁹¹ Er ist eng mit Genuss verknüpft und Genuss macht Essen und Trinken zu einer außeralltäglichen Erfahrung und Praxis. Vor einem solchen Hintergrund kann Ernährung stilbildend sein.³⁹²

Dabei fällt die emotionale Komponente besonders auf, die aus der Verknüpfung mit der Kindheit hervorgeht. Über das Lifestyle-Getränk Kaffee oder Bier wurde hingegen nicht dermaßen leidenschaftlich gesprochen. An Bourdieu anknüpfend müsste dieser »emotionale Geschmack« zwischen dem »Notwendigkeits-« und dem »Luxusgeschmack« eingeordnet werden.³⁹³ Er ist dadurch charakterisiert, mehr als nur die alimentäre Funktion zu erfüllen. Er kann aber keine Distinktionsfunktion bedienen, da die Wertigkeit entsprechender Getränke und Gerichte auf den individuellen Wissensbestand beschränkt bleibt (vgl. 1.2.2 *Kultur als Praxis*).

Zusammenfassend ist der globalisierte Lebensstil hier ein Mittel zur Selbstdarstellung und sozialen Distinktion. Mittels des Genusses bestimmter Lebensmittel, Gerichte und Getränke demonstrierten Marina und Pavel ihren guten Geschmack, ihr Qualitätsbewusstsein und ihre Orientierung am globalisierten Lebensstil. Diese können auf das soziale Milieu sowie auf transkulturelle Erfahrungen der Akteure zurückgeführt werden. Sie schlugen sich allerdings nicht zwangsläufig in tatsächlich realisierten Ernährungspraxen nieder, sondern konnten angesichts der weitgehenden Sparsamkeit der Akteure auf deklaratorischer Ebene verharren. Dem globalisierten Lebensstil und dem Markenbewusstsein entsprechende Abweichungen beim Einkauf konnten lediglich punktuell beobachtet werden. Eine konstante Ausnahme zugunsten der distinguierenden Alltagspraxis betraf den Kaffeeegenuss. Ein weiteres Lifestyle-Getränk war das »Feierabendbier«. Während die Akteure sich hierbei ebenfalls als Kenner »guten« Bieres stilisierten, griffen sie in der Alltagspraxis anders als beim Kaffee auf günstige Marken vom Discounter zurück. Dem deklarierten globalisierten Lebensstil stand somit ein praktizierter Konsumpatriotismus entgegen.

Den höchsten Stellenwert schien allerdings subsistenzwirtschaftlich erzeugte Milch innezuhaben. Sie wurde explizit mit Genuss und Emotionen assoziiert, da sie Marina an ihre Kindheit erinnerte, sodass ihr Konsum von Geschmackskonservatismus geprägt war. Doch warum standen Getränke tendenziell höher im Kurs als Gerichte und

390 Vgl. Hans Glatzel: Verhaltensphysiologie der Ernährung. Beschaffung – Brauchtum – Hunger – Appetit. München u.a. 1973, S. 241; Parkhurst Ferguson 2012, S. 122.

391 Vgl. Tolksdorf 1976, S. 69; ders. 1993, S. 188.

392 Vgl. Reitmeier 2013, S. 279.

393 Vgl. Bourdieu 1982, S. 285f.; Reitmeier 2013, S. 142.

Lebensmittel? Warum erschien angesichts des Geschmackskonservatismus die emotionale Bindung zu den »deutschen Dampfnudeln« lange nicht so eng wie zu Milchgetränken? Offenbar eignen sich Getränke besser zur Stilisierung des Lebens, da sie im Gegensatz zu Speisen keine aufwändige Zubereitung erfordern. Während nicht zuletzt aufgrund der Versorgung durch die Subsistenzwirtschaft an der althergebrachten Küche festgehalten wurde, bot der Bereich des Trinkens mehr Raum für Innovationen, Individualisierung und kulturellen Wandel, ohne dass dies dem Sparregime widersprechend wahrgenommen wurde.

3.5 »Wenn wir zu den Eltern fahren, versuchen sie uns ihre hausgemachte, frische und gute Milch zu geben« – Subsistenzwirtschaft

Subsistenzwirtschaft ist elementar für die alltägliche Versorgung von Marinas Familie. Neben der rein alimentären Funktion ist die Subsistenzwirtschaft zudem zugehörigkeitsstiftend. Dies möchte ich im Folgenden näher ausführen. Als Subsistenzwirtschaft wird »die Produktion von landwirtschaftlichen Gütern für den Eigenbedarf im Unterschied zur Markt-Produktion«³⁹⁴ bezeichnet. Im Kern geht es dabei um Strategien langfristigen Wirtschaftens. Ressourcen werden gebraucht (nicht verbraucht) und können daher immer wieder genutzt werden. Die auf den eigenen Lebensunterhalt abzielenden, subsistenzwirtschaftlichen Tätigkeiten werden in der häuslichen bzw. sozialen Gemeinschaft ausgeübt.³⁹⁵ Somit erfordert Subsistenzwirtschaft »Aushandlungsprozesse und Tauschbeziehungen, ist oft charakterisiert durch ein von Interessen geleitetes Handeln und schließt die Geld-Beziehung ein [...]«³⁹⁶. Die Produktionsformen Subsistenz- und Lohnarbeit stehen in einem wechselseitigen Verhältnis. Wenn die Lohnarbeit für den Lebensunterhalt nicht ausreicht, kann Subsistenzwirtschaft der Steigerung des Einkommens und der Lebensqualität dienen.³⁹⁷

Am Beispiel der Tschechischen Republik zeigt Decker auf, dass Kleinstlandwirtschaft in postsowjetischen Transformationsländern weiterhin eine verbreitete Praxis im ruralen Raum ist, um materiell zu überleben sowie »um in Zeiten des gesellschaftlichen Wandels Kontinuität zu bewahren und das alltägliche Leben zu strukturieren«³⁹⁸. Nach dem Ende des Sozialismus reduzierten viele Kleinstbauern ihre landwirtschaftlichen Tätigkeiten von der Erwirtschaftung eines Teileinkommens auf ein Subsistenzniveau,

394 Thomas Sokoll: Subsistenzwirtschaft. In: Friedrich Jaeger (Hg.): Enzyklopädie der Neuzeit, 13: Subsistenzwirtschaft – Vasall. Stuttgart u.a. 2011, S. 1-7, hier S. 1.

395 Vgl. Kerstin Poehls, Leonore Scholze-Irrlitz, Andrea Vetter: Strategien der Subsistenz. Neue prekäre, subversive und moralische Ökonomien. In: dies. (Hg.): Strategien der Subsistenz. Neue prekäre, subversive und moralische Ökonomien. (Berliner Blätter, 74). Berlin 2017a, S. 7-14, hier S. 8; Dieter Kramer: Strategien der Subsistenz und die Bedeutung kleiner Veränderungen. In: ebd., S. 122-135, hier S. 128.

396 Poehls, Scholze-Irrlitz, Vetter 2017a, S. 8.

397 Vgl. Lukas Silberbauer: Regionalwährung als Instrument subsistenzwirtschaftlicher Praxis. In: Poehls, Scholze-Irrlitz, Vetter 2017, S. 150-164, hier S. 150.

398 Anja Decker: Ein tschechischer Kleinstbauer zwischen Subsistenz- und Warenproduktion. Überlegungen zur Rolle der Kleinstlandwirtschaft im Kontext der Prekarisierung ländlicher Lebenswelten. In: ebd., S. 63-80, hier S. 66.