

Take Away Essay - Walter Leimgruber

Ohne Essen kein Leben, weder physiologisch noch kulturell. Die gemeinsame Mahlzeit ist ein wichtiger Integrations- und Bindemechanismus auf allen gesellschaftlichen Ebenen, alleine essen galt und gilt in vielen Kulturen als undenkbar. Am Beispiel der Tischsitten hat der Soziologe Norbert Elias aufzuzeigen versucht, wie sich in der westlichen Gesellschaft im Laufe der Zeit bestimmte Muster herausgebildet haben, die einhergingen mit einem allgemeinen „Zivilisationsprozess“, der äusserliche Umgangsformen, z.B. das Essen mit Messer und Gabel, ebenso betraf wie emotionale Selbstkontrolle und Disziplinierung der Affekte.¹⁾ Kinder durchlaufen diesen Lernprozess vom Essen mit den Fingern und vom Kleckern zum Gebrauch des Bestecks und zu den Tischmanieren ebenso wie die Gesellschaft ihn kollektiv durchlebt hat. Noch im Mittelalter essen Bettler, Bauern und Könige mit den Fingern, meist aus einer gemeinsamen Schüssel, und tun alles, was uns heute als absolut unschicklich erscheint. Gerade in der bürgerlichen Ideologie nimmt die Mahlzeit eine zentrale Rolle ein, Ernährung und Sozialisation gehen Hand in Hand oder Mund in Mund. Essen ist deshalb bei vielen Menschen auch mit Gefühlen wie Angst, Zwang und Kontrolle verbunden.

Take away in seinen unterschiedlichsten Formen löst sich von den Vorgaben bürgerlich-zivilisierter Kultur. Ganz allgemein kann man unter Take away jede Form von Essen verstehen, die nicht an einen fixen, primär für das Essen bestimmten Ort gebunden ist und die sich auch nicht an den an

diesem Ort gültigen Regeln orientiert. Take away bedeutet als Form der Nahrungsaufnahme meist: transitorisch, ambulant, schnell, öffentlich. Man nimmt das Essen quasi im Vorbeigehen auf, stellt es nicht in den Mittelpunkt, unterbricht häufig nicht einmal eine andere Tätigkeit dafür. Oft bleibt man stehen, nutzt vielleicht einen Stehtisch oder den Gehweg, verzichtet auf Geschirr und Besteck. Der Essraum ist nicht privat wie in der eigenen Wohnung oder abgegrenzt wie in einem Restaurant, sondern in mehrfacher Hinsicht öffentlich: die Zubereitung findet in der Regel vor den Augen der Kunden statt, die Räume sind von aussen leicht einsehbar oder man befindet sich ohnehin draussen, im öffentlichen Raum.

Es geht hier, so scheint es zunächst, primär um die blosser Nahrungsaufnahme, nicht um soziale Aktion und Kommunikation. Es erstaunt deshalb nicht, dass manche im Take away einen zivilisatorischen Rückfall, eine Kommunikationsverweigerung oder eine Art Regression sehen. Adäquater scheint aber eine Sichtweise, die sich an gesellschaftlichen Entwicklungen und Bedürfnissen orientiert.

Unterwegs

Es gab aber immer schon Gruppen, die sich nicht an der zivilisierten Form der Nahrungsaufnahme orientierten. Da sind zunächst einmal mobile Menschen, von denen es auch in der Frühen Neuzeit viel mehr gegeben hat als die Rede vom heutigen Zeitalter der Mobilität uns glauben macht. Händler, Handwerker und Tagelöhner, Studierende, Söldner und Soldaten, Fahrende, Bettler und Diebe, Pilger, Prediger und Mönche essen in Gasthöfen und Kneipen oder einfach irgendwo am Wege, wie es sich ergibt und wie es



Picnicbox „Pic Boll“ - Polypropylen, SAN, PMMA
S.T.G. Studio Tecnico Guzzini, 1977
Fratelli Guzzini spa, Recanati, IT

Ein Klassiker, der zitiert wird, wenn es gilt, die Einflüsse des Pop- und Space-
designs auf das Geschirr zu belegen. Tassen, Behälter und Tablett des bis
Ende der 1980er-Jahre produzierten Picnicsets lassen sich in zwei grossen
Schalen zu einer Kugel (der beliebtesten Form seiner Zeit) stapeln.

Hot Dog Verpackung „Unitray“ - Karton
 Dubs Konzepte AG, 1997 (Idee)
 Thomas Egloff (Eyekon AG), 1997 (Grafik)

Auf der Suche nach einer Hot-Dog-Verpackung für die Drive-In-Take-Away Bar „hobo's high wayfood no. 1“ in Zürich fiel Balz Dubs die seit 1964 bekannte Apfelverpackung auf. Ihr Mittelsteg, ursprünglich zum Schutz des Obstes, lässt sich falten und macht so aus der Selbstbedienungsverpackung eine hygienische Servicehülle.



ihre finanziellen Möglichkeiten erlauben. Auf den Märkten, Kirmessen und Volksfesten und später den Rummelplätzen findet sich zudem seit jeher ein reiches kulinarisches Angebot, das sich beim Zuschauen und im Schlendern geniessen lässt und zum Teil bis heute zu finden ist: Würste und Käse, Brezeln und Kringle, Mehlspeisen und Zuckerwerk.

Zwänge der Arbeit

Mit dem Einsetzen der Industrialisierung ändert sich der Rhythmus der Menschen. Nun sind es die Maschinen, die den Takt vorgeben, ein neues Zeitverständnis breitet sich aus. Das Arbeitstempo verschärft sich. Die Arbeiterinnen und Arbeiter verpflegen sich häufig gleich in den Fabriken, verzehren von zu Hause Mitgebrachtes, kaufen fliegenden Händlern etwas ab, lassen sich von den Angehörigen im Henkelmann Essen bringen oder nutzen die nach und nach entstehenden Betriebskantinen. Oft gibt es keine speziellen Essräume, man steht oder sitzt in den Fabrikräumen, und die Kantinen sind Vorläufer späterer Fast-Food-Einrichtungen, häufig mit „Self-Service“, einer Durchreiche, an der man sein Essen holt.

Die Arbeitszeiten und -wege sind lang, so dass die Arbeitenden oft 14 bis 16 Stunden am Tag von zu Hause abwesend sind. Meist müssen Männer und Frauen arbeiten, um eine Familie durchzubringen. Es fehlt die Zeit für das Kochen, man weicht auf billige und schnelle Energiespender wie Kaffee, Schnaps oder Süßigkeiten aus, bekämpft den Hunger mit „Junk Food“ und Alkohol. Die Industrie beginnt, Nahrungsmittel zu entwickeln, die sich schnell zubereiten lassen. Fertigsuppen, wie wir sie von Maggi und Knorr kennen, kommen gegen Ende des 19. Jahrhunderts auf den Markt. In Würfel

gepresst oder als Pulver getrocknet, pasteurisiert, homogenisiert, gefroren, gefriergetrocknet oder in Dosen eingeschweisst füllen im 20. Jahrhundert immer mehr Fertig- und Halbfertigprodukte die Regale und bilden auch die Basis des Take away.

Mit dem Beginn des Autozeitalters weitet sich die industrielle Verpflegung auf die Freizeit aus. Wer reist, möchte sich schnell und bequem ernähren, am liebsten gleich an der Strasse und möglichst so, dass sogar im Fahren gegessen werden kann. Bereits in der Zwischenkriegszeit entstehen in den USA an Strassenkreuzungen, zentralen Plätzen, Bahnhöfen und Busstationen Verpflegungsstätten, die einfache und ganz auf die Bedürfnisse der Reisenden abgestimmte Speisen anbieten. Mit der Zeit müssen die Autofahrer nicht einmal mehr aussteigen, sondern werden in den „Drive-in“ direkt im Wagen bedient.

All diese Entwicklungen haben eines gemeinsam: sie betreffen vor allem die Unterschichten. Wer es sich leisten kann, isst „gesitteter“; die bürgerliche Familie am heimischen Tisch das von der Hausfrau oder der Köchin zubereitete Mahl, die Angestellten, Beamten und Vorgesetzten im Restaurant das herkömmlich gekochte und servierte Menü.

Lüste der Freizeit

Doch es gibt noch einen zweiten Strang in der Geschichte des Take away, bei dem das Essen, das man mitnimmt und unterwegs verzehrt, nicht mit der Notwendigkeit, sondern mit dem Vergnügen und den Lüsten der Freizeit zusammenhängt. Schon der Adel der Renaissance und des Barock,

Abwechslung suchend von den üppig-monotonen Banketten und Gelagen, verlagert das Essen ins Freie, inszeniert „bäuerliche Mahle“ oder „Hirtenidyllen“ am Wasser, im Wäldchen und auf der Wiese. Diener tragen Essen und Geschirr mit, breiten es im Grünen aus, zelebrieren in opulenter „Einfachheit“ ein Picknick. Hier genießt man die Musse, wie man sie von Gemälden holländischer und französischer Maler kennt.

Das Bürgertum des 19. Jahrhunderts eifert dem Vorbild nach, romantische Fahrten zu zweit, sonntägliche Familienpartien und feucht-fröhliche Gruppen- und Vereinsausflüge kulminieren in einem einfachen Essen an schönen, oft Aussicht bietenden Plätzen. Da man über keine Diener verfügt, bieten Picknickkörbe und -ausstattungen Platz für das Notwendige. Der aufkommende Tourismus verstärkt den Trend zum ambulanten Essen. Plastikgeschirr, Gaskocher, Kühlboxen und Tupperware erleichtern nach dem Zweiten Weltkrieg den Naturgenuss der „Frigoboxtouristen“, wie sie etwa in Belgien heissen.

Mobilität als Lebensform

Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts fließen die beiden Formen ambulanten Essens, die unterschichtliche, industrialisierte, beruflich bedingte schnelle Nahrungsaufnahme und das wohlhabend-luxuriöse, freizeitorientierte Geniessen, zunehmend ineinander. Industriell produziertes Essen wird im Zeichen des Technik- und Fortschritts Glaubens der 1950er-Jahre von immer breiteren Kreisen akzeptiert, steht für Wohlstand und Modernität. Die Dame des Hauses darf ihren Gatten nun mit Konserven verwöhnen und Fertigprodukte verwenden. Die Verpflegungsstätten, die entspre-

chende Gerichte anbieten, werden zuerst in den USA von einer immer heterogeneren Kundschaft frequentiert. Die Fast-Food-Ketten, allen voran McDonald's und in der Schweiz die architektonisch wegweisende Systemgastronomie der Silberkugel, schaffen es, den Eindruck des Schmutzigen und Billigen, der manchen Imbissbuden anhaftet, loszuwerden, sie setzen bewusst auf Sauberkeit, Freundlichkeit und Transparenz, entwickeln die offene Chromstahl-Küche, damit der Gast die Hamburger auf dem Grill brutzeln sieht. Zunehmend holen sich auch die White-Collar-Workers, die Büroangestellten, insbesondere auch Frauen, ihr Essen hier. 1970 kaufen Amerikaner für etwa sechs Milliarden Dollar Fast Food, im Jahr 2000 für über 110 Milliarden. Das ist mehr, als sie für höhere Bildung, Computer, Software oder Autos aufwenden, mehr als sie für Filme, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Videos und Musikaufnahmen zusammen ausgeben.²⁾

Masse

Die amerikanischen Fast-Food-Restaurants und Take aways werden nach den Regeln der industriellen Massenproduktion betrieben. Um eine gleichbleibende Qualität und Rentabilität zu ermöglichen, sind die Bestandteile des Essens ebenso wie die Arbeitsabläufe normiert. Umfangreiche Regelwerke legen die Dicke der Pommes frites, die Menge und Zusammensetzung des Fleisches, die Bratdauer, die Zutaten der Sauce und jedes noch so kleine Detail fest. Auch die Produktionsseite wird neu gestaltet, entspricht nicht mehr dem herkömmlichen landwirtschaftlichen Anbau, sondern industrieller Erzeugung. Um den Verzehr an den unterschiedlichsten Orten zu ermöglichen, entfällt das klassische Geschirr, Wegwerfverpackungen er-

lauben das Mitnehmen. Aus Zeitungspapier und einfachen Tüten entwickelt sich im Laufe der Zeit eine vielfältige Palette an Transportbehältern. Deren Ästhetik ist ebenso einfach und funktional wie das Essen und die Architektur der Restaurants und Buden. Das Prinzip des Fließbandes dominiert Küche, Service und Konsum. Nahrungsmittel, Angestellte und Kunden bewegen sich in normierten und genauestens kontrollierten Abläufen als Teil eines Systems, das nichts dem Zufall überlässt und keine Abweichungen toleriert. Die Menschen unterwerfen sich nun freiwillig auch in der Freizeit den von Maschinen und Effizienzdenken bestimmten Verhaltensweisen. Die Rationalisierung der Gesellschaft ist perfekt, nachdem in Charlie Chaplins „Modern Times“ die groteske Endstufe der automatisierten Ernährung noch gescheitert war.

Global

Im Prozess der Globalisierung spielen Nahrungsmittelindustrie und Fast-Food-Ketten eine Pionierrolle, und es ist kein Zufall, dass McDonald's und Coca-Cola heute als weltweit bekannteste Marken gelten, für viele zugleich abschreckendes Beispiel für die Ausbreitung eines bestimmten Lebensstils, des American Way of Life, für eine neue Form des Imperialismus und für eine zunehmende Uniformierung der Lebensweisen. Gegner dieses Prozesses suchen sich mit Vorliebe Filialen entsprechender Firmen aus, um ihren Protest kundzutun. Häufig sind aber auch komplexe Formen der Hassliebe anzutreffen, in der die Abneigung gegen den westlichen Stil ohne weiteres kombiniert wird mit einem Faible für dessen Konsum- und Essgewohnheiten. Fast Food und Take away haben damit die Kulturgrenzen ebenso überwun-

den wie die Grenzen der sozialen Schichten. Millionäre verpflegen sich im Burgerlokal ebenso wie Tagelöhner, westliche Familien ebenso wie Teens in China oder in Brasilien erwecken damit einen pseudodemokratischen und pseudoegalitären Eindruck. Alle essen heute mit den Händen, auch wenn die Sauce trieft, unter freiem Himmel, auf der Strasse, im Bus, im Opernhaus und in der Pause der VR-Sitzung. Längst wird auch bei eleganten Empfängen Finger Food gereicht. Die im Zivilisationsprozess überwunden geglaubten Verhaltensformen kehren zurück, sprengen die bisherigen Konventionen. Fast Food und Imbissbude erscheinen deshalb auch in der Literatur, im Kino und im Fernsehkrimi als Inbegriff des Essens, und die Kunst zelebriert seit Warhol immer wieder moderne Nahrung.

Doch gleichzeitig bekommt das Bild des uniformierten, eintönigen Fast Food und Take away Risse. Immer mehr Lokale tauchen auf, die andere Geschmäcker bedienen. Neben den älteren Betrieben, in Deutschland etwa die Würstchen- und Bulettenbuden, in England die Fish-and-Chips-Shops, in Belgien die Friteries, trifft man zunehmend auf neue Angebote: Dönerkebab, Börek, Köfte, Falafel, Cevapcici, Souvlaki, Gyros, Tacos, Törtillas, Bagels, Sushi, Dim Sum. Denn Globalisierung funktioniert nicht als Einbahnstrasse. Migration und Tourismus hinterlassen im Bereich des Essens und der Küche ihre Spuren. Kulturkontakt verläuft häufig zuerst einmal durch den Magen. Die Beschwörer der Multikulti-Gesellschaft sehen im vielfältigen kulinarischen Angebot den Beweis für das friedlich-fröhliche Nebeneinander der Kulturen, ein etwas kurzer Schluss freilich.

Restaurants und Buden besetzen zunehmend Gehwege, öffentliche Plätze und verkehrsfreie Strassen. Die Nutzungsbestimmungen der öffentlichen

Hand werden gelockert, bieten privaten Angeboten Raum, geben dem Drang nach mediterran anmutendem Strassenleben, nach Piazza, Sonne und Dolce Vita nach. Was an vielen Orten als subkultureller Protest und alternatives Angebot begann, hat sich zum Kommerzfaktor und Trendbarometer der Städte entwickelt.

Mit der Vergrößerung der Reiseradien legen sich auch neue Essringe um die Städte, der mediterranen folgt die asiatische und karibische Küche. Ethno-Feeling und Lifestyle finden in den unterschiedlichsten Kombinationen zusammen: einfach und deftig, aber zunehmend auch aufwändig und luxuriös, gesund und ökologisch.

Hybride Kultur

Und schliesslich erobert sich Take away jenen Raum, der bisher der klassischen Mahlzeit vorbehalten war: die eigenen vier Wände. Nun wird das Essen nicht mehr selbst gekocht, sondern als Convenience Food einfach in die Mikrowelle oder den Backofen geschoben, vom Kurier fertig geliefert oder vom Caterer vor Ort zubereitet. Ist die totale Verfügbarkeit schneller, industriell verarbeiteter Speisen Zeichen des grenzenlosen Wohlstands oder eher Signum des Zerfalls, wie manche Kritiker meinen? Deren Klagen über den Verlust der Esskultur wirken etwas einseitig. Denn einerseits ist das Angebot an lieferbaren Speisen vielfältiger als das, was jemand selbst zubereiten könnte. Andererseits ruft der Trend zum Schnellen, Ambulanten und Standardisierten auch Gegenbewegungen hervor, bestärkt Menschen, die genug haben vom normierten und damit häufig jeder individuellen Geschmacksnote entbehrenden Essen, im Versuch, andere Wege zu gehen.

Slow Food nennt sich eine internationale Bewegung, die bewusst auf regionale und saisonale Produkte und Küche setzt, sich für Artenschutz in der Nahrung und Qualität und Vielfalt auf dem Tisch einsetzt. Aber auch unterschiedlichste Restaurantkonzepte mit bio-authentisch-traditionellen Angeboten feiern Erfolge. Gastrokritiker sind mancherorts die letzten Überlebenden der Feuilletonredaktionen, Köche werden als Stars vermarktet. In den Buchhandlungen stapeln sich reich bebilderte und edel ausgestattete Kochbücher. Noch nie wurde Ernährung in allen Varianten und Facetten so ausgiebig zelebriert. Die scharfen Trennlinien beginnen sich aufzulösen: selbst Öko-, Health- und Luxuslokale kommen als Salatbars, Saftläden und Feinschmecker-Snacks im Self-Service-Theken-Stil daher.

Jene Form, die häusliche und mobile Formen am perfektesten miteinander verbindet, ist das Grillen im Garten oder auf dem Balkon. Hier fließen die unterschiedlichen Ernährungstraditionen zusammen und bilden die Quintessenz des neuen Lebensstils: Archaik des Feuers, der Jagd und des Bratens – Luxus des Fleischkonsums, Ungezwungenheit der Outdoor-Freizeitgesellschaft – Service des eigenen Haushaltes, Piazza-Atmosphäre – eigener Garten, ein bisschen Öffentlichkeit – Abgrenzung des privaten Raums.

Happy End?

Fast ein hollywoodsches Happy End also: Take away wird domestiziert, globalisiertes Fast Food und lokales Angebot gleichen sich an, Kulturen und Lebensstile verschmelzen. Die Unterscheidung zwischen herkömmlichem,



Pizzaschachtel „Es geht auch anders“ - Karton bedruckt
Oyecomm, Zürich, CH (Konzept), 2004
BfG - Büro für die Gleichstellung von Mann und Frau der Stadt Zürich

Werbeinstrument aus der Sensibilisierungskampagne 2004 des BfG zu
Lohngleichheit/Lohntransparenz/Frauenkarriere

Besteck „Trinacria“ - Kunststoff
Kazuyo Komoda, 2004
Pandora Design, Mailand, IT

Italien ist nicht nur als Herstellerland von One-way-Geschirr von europäischer Bedeutung, sondern überrascht in dieser Sparte immer wieder auch mit wirklich innovativen Designlösungen.



qualitativ hochwertigem Essen zuhause und im traditionellen Restaurant und minderwertigem Fast Food wird in der Tat verschwinden, weil Take away in seinen unterschiedlichsten Formen immer mehr Ernährungsbedürfnisse der mobilen, flexiblen und konsumorientierten Gesellschaft der Zukunft abdeckt. Das schnelle Essen wird zum generellen Kennzeichen der Ernährung und verliert das Stigma des Billigen und Ungesunden. Unterscheidungsmerkmal der Zukunft wird in viel stärkerem Masse als bisher der Ort und die Art der Herstellung und der Verarbeitung sein, die Differenzierung zwischen industriell produziert und global normiert auf der einen und lokal, ökologisch und individuell erzeugt auf der anderen Seite. Die totale Verfügbarkeit funktioniert nur mit einer noch stärkeren Standardisierung des Angebots, der Zucht der gleichen Tomaten und Kartoffeln, der Mast der gleichen Rinder und Hühner weltweit. Dieser globale Einheitsbrei droht sich den monotonen internationalen Einkaufsstrassen anzugleichen, die in allen Weltstädten die gleichen Produkte der gleichen Marken in gleich aussehenden Shops anbieten, den Zimmern der Business-Hotels, deren Teppich- und Tapetenmuster nicht verrät, ob man gerade in New York, Mumbai oder Peking ist, und den Nachrichtensendern mit ihren universellen Newshäppchen. Berechenbarkeit, Kontrolle, Vorhersagbarkeit und Vertrautheit bilden die Fundamente dieser Welt der gleichförmigen Produkte und starren Technologien, der standardisierten Arbeitsabläufe und automatisierten Kunden.

Das Lokale, Eigenwillige, in kleinen Mengen Produzierte, Ausgereifte, Ungespritzte, Unbestrahlte, nicht hormonell Behandelte und nicht gentechnisch Veränderte hingegen wird seinen Preis haben, selbst wenn es sich dabei um einen im Take away angebotenen profanen Hamburger, hergestellt mit

Fleisch aus artgerechter Haltung und biologischem Brötchen, handelt. Das Spezielle aus der Nachbarschaft lockt, die Alltagsnahrung von früher wird zum Luxus von morgen. In der globalisierten Gesellschaft wird das Nahe zum Distinktionsmerkmal – egal ob mit den Fingern oder mit Messer und Gabel, stehend oder sitzend, zuhause oder auf der Strasse genossen.

1) Norbert Elias, Über den Prozeß der Zivilisation: soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen, 2 Bde., Frankfurt a. M. 1984 (1939).

2) Zahlen aus Eric Schlosser, Fast-Food-Gesellschaft. Die dunkle Seite von McFood & Co, München 2002, S. 11, 13.