

Abschlussarbeit
zur Erlangung der Magistra Artium im Fachbereich 10
Neuere Philologien
der
Johann Wolfgang Goethe- Universität
Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Kochsendungen im deutschen Fernsehen

-

Zur medialen Inszenierung von Alltagskompetenz

vorgelegt von: Dorrit Voigt
Geburtsort: Herne

Betreuender Gutachter: Prof. Dr. Burkhardt Lindner
Zweite Gutachterin: Prof. Dr. Heide Schlüpmann

Einreichungsdatum: 30.06.2008

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	4
1.1	THEMA	4
1.2	VORGEHENSWEISE	7
2	WANDEL DER ESSKULTUR	12
2.1	ARBEIT UND FREIZEIT	12
2.1.1	<i>Auflösung der Mahlzeitenstrukturen</i>	16
2.1.2	<i>Die neue Freizeit</i>	20
2.2	DIE ROLLE DER FRAU	24
2.2.1	<i>Die Erosion des Mahlzeitenideals</i>	27
2.2.2	<i>Verlust der Kochkenntnisse</i>	30
2.3	GESUNDHEIT	34
2.3.1	<i>Wellness als symbolischer Schlüsselbegriff</i>	38
2.3.2	<i>Von der „Health-Society“ zu „Lohas“ und „Foodies“</i>	43
3	KOCHSENDUNGEN – INSZENIERUNG VON ALLTAGSKOMPETENZ ..	50
3.1	ENTWICKLUNG DER KOCHSENDUNGEN IN DEUTSCHLAND	50
3.2	„BITTE IN 10 MINUTEN ZU TISCH“ – CLEMENS WILMENROD	53
3.2.1	<i>Sendungsablauf</i>	56
3.2.2	<i>Kochen als traditionelle Handwerkskunst</i>	57
3.2.3	<i>Wirkung und Ausblick</i>	59
3.3	„ALFREDISSIMO !“ – ALFRED BIOLEK	60
3.3.1	<i>Sendungsablauf</i>	63
3.3.2	<i>Kochen als situativer Rahmen zur Kommunikation</i>	64
3.3.3	<i>Wirkung und Ausblick</i>	66
3.4	„SCHMECKT NICHT, GIBT`S NICHT“ – TIM MÄLZER.....	68
3.4.1	<i>Sendungsablauf</i>	70
3.4.2	<i>Der Koch als Popstar – medial wie privat</i>	72
3.4.3	<i>Wirkung und Ausblick</i>	76
3.5	„KERNERS KÖCHE“ – JOHANNES B. KERNER	79
3.5.1	<i>Sendungsablauf</i>	81
3.5.2	<i>Köche für jedes Lebensgefühl</i>	82
3.5.3	<i>Wirkung und Ausblick</i>	85

3.6	„DAS PERFEKTE DINNER“ - HOBBYKÖCHE	90
3.6.1	<i>Sendungsablauf</i>	93
3.6.2	<i>Die Kochsendung als Teil des performativen Realitätsfernsehens...</i>	95
3.6.3	<i>Wirkung und Ausblick</i>	100
4	AUSWERTUNG	107
4.1	ZUSAMMENFASSUNG.....	107
4.2	KOCHSENDUNGEN ALS VERMITTLER VON ALLTAGSKOMPETENZ?	109
5	FAZIT UND AUSBLICK	116
6	LITERATURVERZEICHNIS	123
7	ANHANG	133
	SENDUNGSDATEN.....	133

1 Einleitung

1.1 Thema

Kochen liegt im Trend, je edler und aufwändiger, umso besser. Zumindest könnte man den gegenwärtigen Boom an Kochsendungen und Ernährungsratgebern, den immensen Umsatz an Kochbüchern und die kaum zu befriedigende Nachfrage nach Kochkursen so verstehen. Etwa 90 Kochsendungen werden im deutschen Fernsehen insgesamt ausgestrahlt und im Jahr 2007 ist erstmals die Kategorie „beste Kochshow“ mit dem deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet worden.

Kochsendungen sind allerdings kein neues Phänomen, ganz im Gegenteil, Fernsehköche gibt es bereits seit Beginn des Fernsehens. Anfangs ausschließlich als nützliche Ratgebersendung für die Hausfrau zu Hause konzipiert, wandelten sich die Kochsendungen im Laufe der Zeit und die Unterhaltung rückte in den Vordergrund. Standen die Köche früher überwiegend bei ARD, ZDF und den dritten Programmen am Herd, haben seit 2003 die Privatsender die Kochsendungen und das damit verbundene Feld für sich entdeckt.

Die Themen der verschiedenen Kochsendungen erstrecken sich dabei über ein weites Feld: Gelernte Köche versuchen, das Essen unrenommierter Restaurants zu verbessern („Die Kochprofis - Einsatz am Herd“), der Hamburger Koch Tim Mälzer propagiert die schnelle und unkomplizierte Küche für jeden Tag („Schmeckt nicht, gibt's nicht“), Alfred Biolek nutzt das Kochen als Rahmen für ein Gespräch mit prominenten Gästen („alfredissimo!“). Und in Sendungen wie „Das perfekte Promi Dinner“, „Unter Volldampf“ und „Das perfekte Dinner“, in denen Privatpersonen oder Kochlaien, teilweise bekannt aus Funk und Fernsehen, ihre Kochkenntnisse unter Beweis stellen, verlagert sich das Geschehen aus dem Fernsehstudio in die Küchen realer Menschen in ihren privaten Wohnungen. Besonders die letztgenannten Formate, in denen Privatpersonen und selbsternannte Hobbygastrosophen ihre Kochfähigkeiten präsentieren, haben seit 2007 im Fernsehprogramm stark zugenommen.

Essen hat sich zu einem absoluten Trendthema und Ausdruck von Lebensart entwickelt. Immer mehr Jugendliche träumen davon, Koch zu werden, da lässige

Köche wie der Brite Jamie Oliver oder der Hamburger Tim Mälzer Popstar-Status erhalten haben und zu Idolen geworden sind, wodurch sich das Handwerk des Kochs zum Beruf mit „Glamour-Image“¹ gewandelt hat, was auch die ständig steigende Zahl an Kochlehrlingen zeigt. Kochen ist ‚in‘, denn es wird als Ausdruck von Leidenschaft und Kreativität angesehen.

Bei der zunehmenden Kochbegeisterung erfreuen sich vor allem die zahlreichen Kochartikel und das Zubehör großer Beliebtheit: Ob teure Produkte wie japanische Messer, spezielle Olivenöle oder ausgefallene Essigsorten als modernes Mitbringsel zur Einladung, Benimmschulen und Kochkurse für Kinder und Erwachsene, Gourmetrezepte anstatt Alltagsküche oder das Bekenntnis zu Bio-Lebensmitteln. Kochen und Essen sind heute Teil eines internationalen Lifestyles und mehr als nur Ernährung: Es ist Inszenierung und Ausdruck der Identität. Für viele Menschen ist Kochen daher von der alltäglichen, selbstverständlichen Tätigkeit zu einer distinktiven Freizeitbeschäftigung geworden, mit der bestimmte Werte verbunden sind und durch die zunehmend der eigene Status demonstriert wird. So besetzen Kochbücher oft monatelang Spitzenplätze auf der Sachbuch-Bestsellerliste und das Bücherregal erlangt zunehmend Bekenntnischarakter.

Neben der kontinuierlich steigenden Anzahl jener Kochbegeisterten nimmt allerdings auch die Menge derjenigen alarmierend zu, deren Kochkenntnisse und Wissen über Lebensmittel zunehmend abhanden kommen und die sich überwiegend von Fast Food, Fertiggerichten und vorgefertigten Produkten ernähren. Die Fähigkeit, selbst Kochen zu können wird somit auf widersprüchliche Art für immer weniger Menschen zur Selbstverständlichkeit.

Diejenigen aber, für die Kochen und Essen zu einem wesentlichen Bestandteil ihres Lebensstils und Kennzeichen der Lebensqualität geworden sind, eignen sich durch den Konsum von Kochsendungen, Besuchen in Kochkursen und das Studieren von Fachliteratur und Küchenratgebern ein stetig wachsendes Fachwissen an und beginnen den Fernsehköchen im Privaten als erklärte Hobbyköche nachzueifern. Um die erlernten Kenntnisse zu demonstrieren, wird vielfach vor einem Pub-

¹ Anne Kathrin Reiter: Koch im Visier, in: Focus Schule, Sonderheft Ernährung, 2007/2008, S. 24–27, hier S. 24.

likum bestehend aus Familie, Freunden oder Bekannten gekocht und das Essen und die Mahlzeit werden aufwändig inszeniert. Die Befriedigung und Bestätigung, die viele dann beim Kochen erleben, führt soweit, dass immer mehr Privatpersonen ihr Können auch im Fernsehen beweisen und mit anderen Gleichgesinnten in Wettstreit treten wollen.

Dieser Trend zur privaten wie auch öffentlichen Inszenierung der individuellen Kochkenntnisse wurde mit der Kochsendung „Das perfekte Dinner“ im März 2006 ausgelöst und schlagartig derart populär, dass kein Ende des Publikums- und Partizipationserfolges abzusehen ist. Im Gegenteil, immer mehr Menschen avancieren zu erklärten Hobbyköchen und wollen ihr Können inszenieren, wodurch das Angebot an Partizipationsmöglichkeiten beständig steigt. Denn auch eine wachsende Anzahl gelernter Köche zeigt ihre Künste nun nicht mehr ausschließlich im Fernsehen oder Restaurant. Darüber hinaus finden beinahe täglich allorts Ereignisse wie Schaukochen und ‚Live-Cooking‘ sowie Ess- und Kulturveranstaltungen und Ernährungsmessen statt, zu denen sich unzählige Zuschauer einfinden, die sich aktiv beteiligen, um ihre persönlichen Kochkompetenzen zu beweisen und zu erweitern.

So gesehen ist die Geschichte der Kochsendungen und ihrer jeweiligen Fernsehköche auch immer ein Sinnbild des Zeitgeists und lässt sich anhand gesellschaftlicher Veränderungen und Entwicklungen verfolgen und herleiten. Um den unglaublichen Erfolg der Kochsendungen und ihre gesellschaftlichen Auswirkungen nachvollziehen und analysieren zu können, ist es notwendig, den damit zusammenhängenden Bedeutungswandel innerhalb der Ess- und Kochkultur vor dem Hintergrund einiger einschneidender gesellschaftlicher Veränderungsprozesse zu betrachten, die das alltägliche Ernährungshandeln in besonderem Maße beeinflusst haben.

Da sehr viele Aspekte teils unabhängig voneinander, teils im Zusammenspiel, Einfluss auf das veränderte Ernährungsverhalten und die daraus hervorgehende inflationäre Kochbegeisterung haben, beschränkt sich diese Arbeit auf drei wesentliche Veränderungen in der Gesellschaft: Der Wandel der Arbeitswelt und des Freizeitverständnisses, die Veränderung der Geschlechterverhältnisse und –beziehungen sowie das gesteigerte Gesundheits- und Körperbewusstsein.

Am Beispiel von fünf ausgewählten Kochsendungen soll anschließend die Veränderung der medialen Inszenierung des Kochens aufgezeigt und deren gesellschaftliche Auswirkungen im Hinblick auf den Bedeutungsverlust der Kochtätigkeit als selbstverständliche Alltagskompetenz bewertet werden. Darüber hinaus soll die daraus resultierende Stilisierung und Abgrenzung durch individuelle Kochfähigkeiten und Ernährungsweisen erörtert werden. Anhand dieser Entwicklung soll abschließend eine mögliche Prognose abgegeben werden, ob der Höhepunkt der diversen Formate von Kochsendungen bald bevorsteht oder ob diese ihr höchstes Ausmaß an Wirkung überhaupt schon erreicht haben.

1.2 Vorgehensweise

Um diese Frage zu ergründen, ist die Arbeit in drei Teile unterteilt, die sich in zwei Hauptteile und eine abschließende, kurze Zusammenfassung aufgliedern. Der erste Teil umfasst drei Hauptabschnitte, in denen nacheinander die gesellschaftlichen Veränderungsprozesse innerhalb der Arbeitswelt, der Geschlechterverhältnisse und des Stellenwerts der Gesundheit hinsichtlich ihres jeweiligen Einflusses auf den Bedeutungswandel des Kochens im Alltag thematisiert werden.

Im Zusammenhang mit Arbeit und Freizeit im ersten Abschnitt werden die Veränderungen in der Arbeitswelt betreffend der Flexibilisierung von Arbeitsverhältnissen und Zeitmustern sowie die Individualisierung und Pluralisierung von Lebensphasen und Wertorientierungen aufgezeigt. Anschließend wird ihr Einfluss auf das tägliche Ernährungshandeln in der Familie als auch jedes einzelnen beschrieben und zu der gegenwärtig zunehmenden öffentlich beklagten Auflösung traditioneller Mahlzeitenstrukturen Stellung genommen. Der Themenabschnitt endet mit der Darstellung des aus dem Bedeutungsverlust der Arbeitswelt resultierenden neuen Freizeitverständnisses und der Freizeitgestaltung.

Der zweite Abschnitt über die Veränderung der Geschlechterverhältnisse und -beziehungen fokussiert den Wandel der Rolle der Frau in ihrem neuen Selbstverständnis und ihrer Zunahme an Einfluss in der Gesellschaft. Weiterhin wird erörtert, wie diese spezifischen Änderungen sich auf den Lebens- und Ernährungsall-

tag in der Familie ausgewirkt haben und so zur Erosion tradierter Muster der Weitergabe ernährungsrelevanter Kompetenzen geführt haben. Aus dieser Abhandlung soll hervorgehen, dass sich eine Umdefinition beziehungsweise Neudefinition des Begriffs Kochen entwickelt hat.

Im dritten und letzten Abschnitt wird der veränderte Wertewandel zu einem gesteigerten Gesundheitsbewusstsein behandelt. Nach der Darstellung des neuen Gesundheitsverständnisses erfolgt die Begriffsdefinition von Wellness. In diesem Zusammenhang werden dessen Entwicklung sowie das derzeitige Ausmaß der Wellness-Bewegung und deren Einflussnahme auf das Körperbewusstsein und Ernährungsverhalten untersucht. Diesbezüglich werden abschließend die drei Prototypen der Ernährungsstile vorgestellt und beschrieben.

Die Auswirkungen der in Teil eins behandelten Aspekte werden in Teil zwei der Arbeit auf die ausgewählten Kochsendungen übertragen, um zu untersuchen und aufzuzeigen, inwiefern sich dieser gesamtgesellschaftliche Wandel hinsichtlich der Ess- und Kochkultur in den verschiedenen Formaten der Kochsendungen niedergeschlagen beziehungsweise deren Entstehung mitbedingt hat.

Der zweite Teil der Arbeit besteht aus der Analyse fünf verschiedener Formate von Kochsendungen. Vor dem Hintergrund der in Teil eins behandelten Themen und mit Blick auf die Veränderung der leitenden Köche der Sendungen, sollen die Verlagerung des Schwerpunkts des Konzepts sowie die gesellschaftlichen Auswirkungen untersucht werden. Als Einstieg erfolgt ein kurzer historischer Überblick über die Geschichte der Kochsendungen im deutschen Fernsehen von ihren Ursprüngen bis zur heutigen Situation. Anschließend werden die fünf ausgewählten Kochsendungen chronologisch untersucht.

Die Wahl der Kochsendungen basiert darauf, dass jede einzelne einen Wendepunkt innerhalb der Geschichte der Kochsendungen und ihres Erfolgs markiert. Die Erörterung der einzelnen Kochsendungen erfolgt stets anhand des gleichen Musters. Nach einer Beschreibung der Entstehung und des Werdegangs der Sendung und der Hauptperson beziehungsweise -personen erfolgt eine kurze Darstellung des Ablaufs einer Sendung. Anschließend werden das distinktive Merkmal und die individuelle Besonderheit der jeweiligen Kochsendung aufgezeigt und

ihre Auswirkungen auf den Ernährungsalltag in der Gesellschaft betrachtet. Jede Analyse schließt mit einem Resümee der jeweiligen Wirkung der Kochsendung und einem Überblick auf die anschließende Entwicklung innerhalb des Angebots der Kochsendungen bis zur Entstehung der nächsten thematisierten Sendung.

Zu Anfang wird die erste Kochsendung des Deutschen Fernsehens behandelt. In „Clemens Wilmenrod bittet zu Tisch“ übermittelt der erste deutsche Fernsehkoch Clemens Wilmenrod in Zeiten der so genannten ‚Fresswelle‘ wissenswerte Informationen und ausgefallene Kochrezepte für die Hausfrau zu Hause. Bei dieser Sendung, die von 1953 - 1964 im NDR gesendet wurde, handelt es sich um eine klassische Art der Kochsendung, wie sie lange Zeit im Fernsehprogramm vertreten war und in ihren Grundzügen sogar bis heute immer noch ist. Mit dem Schwerpunkt auf der Speisenzubereitung und Wissensvermittlung standen das Kochen und der traditionell männliche Koch in weißer Schürze im Vordergrund.

Bei der zweiten Kochsendung handelt es sich um Alfred Bioleks Koch-Talk-Show „alfredissimo!“, die von 1994 - 2007 in der ARD ausgestrahlt wurde. Hier spielte besonders der Zusammenhang von Kochen, Essen und Unterhaltung mit einem prominenten Gast eine wesentliche Rolle. Neuer Impuls war, dass es sich bei Alfred Biolek um keinen gelernten Koch, sondern einen ‚Hobbygastrosophen‘ und erklärten Genussmenschen handelt. Die Sendung „alfredissimo!“ beschreibt ein vollkommen neues Format der Kochsendung, bei dem der Kochvorgang durch die Unterhaltung überlagert und in den Hintergrund gedrängt wird.

Die dritte Kochsendung „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“ wurde gewählt, weil ihr Koch Tim Mälzer allgemein als Auslöser des heutigen Booms der Kochsendungen im deutschen Fernsehen gilt. Sein Auftreten ist gilt als bestimmend für die gesteigerte Kochbegeisterung sowie die intensive Beschäftigung mit Ernährungsthemen und Kochempfehlungen aller Art in der Presse und den Medien. Durch diese Kochsendung, die von Dezember 2003 bis Oktober 2007 auf dem Privatsender VOX gesendet wurde, avancierte Tim Mälzer zum beliebtesten Fernsehkoch und verschaffte dem Handwerk Kochen sowie dem Image des Kochs ‚Popstar-Status‘. Durch diese Tatsache fühlten sich plötzlich besonders Männer zum Kochen ermutigt, ein Aspekt, der in diesem Zusammenhang genauer untersucht werden soll.

Die vierte Kochsendung ist „Kerners Köche“ mit Johannes B. Kerner als Moderator und jeweils vier bis fünf wechselnden Profiköchen, die seit Dezember 2004 im ZDF zu sehen ist. Bei dieser Sendung ist besonders ihre Entstehung interessant, da es kein geplantes Format war, sondern aus einem Zufall hervorging und sofort zu einem Ausnahmeerfolg wurde. Die Sendung „Kerners Köche“ ist während des Aufschwungs der Kochsendungen im Fernsehen entstanden und steht daher exemplarisch für die neue Generation der Kochsendungen, in denen das Handwerk des Kochens zugunsten der Unterhaltung vollständig in den Hintergrund rückt und zur Nebensache wird. Die verschiedenen Köche wurden durch ihr Mitwirken überaus erfolgreich, was zu eigenen Kochsendungen, Kochbüchern und diversen Merchandisingprodukten geführt hat. Zusätzlich bieten sie in ihrer jeweils unterschiedlichen Charakterausprägung und Selbstinszenierung verschiedene Identifikationsmöglichkeiten für jede Zielgruppe, wodurch die zunehmende Popularisierung der Ernährungsweisen ersichtlich wird, auf die an der betreffenden Stelle näher eingegangen wird.

Bei der fünften und letzten Kochsendung handelt es sich mit „Das perfekte Dinner“ um die derzeit beliebteste Sendung im Fernsehen, die in jeder Hinsicht eine Neuheit beschreibt. Seit März 2006 bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt wird sie täglich auf dem Privatsender VOX gezeigt. Die Hauptpersonen dieser Sendung sind keine gelernten Köche, sondern ausschließlich Privatpersonen, die in ihren eigenen Wohnungen im Wettstreit mit anderen erklärten Hobbyköchen um den Titel des perfekten Gastgebers kämpfen. Das Format entspricht daher einer Kochdokumentation und ist Bestandteil des Sendungsangebots des Reality TV. Auf diese Tatsache und ihre Bedeutung wird hierbei besonders eingegangen.

An die Analyse der Kochsendungen schließt sich der dritte und letzte Teil der Arbeit an, in dem die wichtigsten Entwicklungen und Ergebnisse zusammengefasst und die Aussage der Qualifikation der Kochsendungen zur erfolgreichen Vermittlung von Alltagskompetenz auf ihren Wahrheitsgehalt geprüft werden.

Die Untersuchung der gesellschaftlichen Veränderungsprozesse hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf das Ernährungs- und Kochverhalten sowie die anschließende Auseinandersetzung mit den Kochsendungen und ihrer Wirkung sollen letztlich folgende Fragen beantworten: Worin liegt die Faszination für die Zuschauer?

Welche Ursachen haben zu dem seit einigen Jahren anhaltenden und nicht enden wollenden Publikums- und neuerdings auch Partizipationserfolgs der Kochsendungen im deutschen Fernsehen geführt? Weiterhin gilt es zu ergründen, ob es sich bei der Vielzahl an unterschiedlichen Formaten der Kochsendungen im Programm nur um eine kurzweilige Erscheinung handelt oder um einen lang anhaltenden Trend, dessen verschiedene mediale Formen und Ausprägungen ihr Höchstmaß noch längst nicht erreicht haben.

2 Wandel der Esskultur

2.1 Arbeit und Freizeit

Die Veränderungen der Arbeitswelt hängen mit vielen verschiedenen Faktoren zusammen und haben im Zusammenwirken zu einem radikalen Umbruch im Essverhalten und allgemeinen Nahrungsverständnis geführt. Wurde der Arbeitsalltag vormals von den Tischzeiten geprägt und mit dem Essen als wesentlichem Ordnungsfaktor strukturiert, so hat die Esskultur in der heutigen Arbeitswelt einen entscheidenden Bedeutungsverlust erlitten.

In den 1950er und 60er Jahren war das System der Mahlzeiten noch unverändert und regelmäßig. Es wurde zusätzlich durch das Läuten der Kirchenglocken morgens, mittags und abends gekennzeichnet. Die Art und Weise der Nahrungszubereitung und -aufnahme mit dem zentralen Aspekt der Kommunikation bei der Mahlzeit, war stets gleich bleibend. Zwar kam es mit dem Einzug des Fernsehens in den Haushalten zu einer Auflockerung der Sitzordnung und Tischkultur, aber den heutigen gravierenden Bedeutungswandel der Esskultur bedingten erst die Umbrüche im Arbeitsleben ab den siebziger Jahren.²

Geprägt ist diese Veränderung in der Arbeitswelt durch den Rückgang der Vollzeit-Arbeitsplätze. Waren 1970 noch über 80 Prozent in unbefristeten Vollerwerbsarbeitsplätzen tätig, so sind dies heute in den europäischen Ländern kaum noch 60 Prozent. Bis 2020 soll der Anteil der klassischen Arbeitsplatzinhaber sogar auf unter 40 Prozent sinken.³ Dafür entstehen vermehrt Teilzeitarbeitsstellen und befristete Arbeitsverhältnisse. Die Arbeitsverträge sind überwiegend temporär, projektorientiert und an klar definierte Zielvorgaben gebunden. Zur gleichen Zeit steigt die Anzahl der Selbstständigen, die in Anbetracht der globalen Vernetzung und der damit zusammenhängenden Zeitverschiebung arhythmischen Arbeitszeiten und Tagesabläufen unterworfen sind.

² Vgl. Gunther Hirschfelder: Vom Hunger zur Fresswelle und zurück. Deutsche Esskultur seit der Nachkriegszeit zwischen Tradition, Europa und Globalisierung, in: Thomas Hauer (Hg.): Das Geheimnis des Geschmacks. Aspekte der Ess- und Lebenskunst, Berlin 2005, S. 124–144, hier S. 138.

³ Vgl. Matthias Horx: Megatrend Dokumentation. Kapitel 8: New Work, Zukunftsinstitut (Hg.), Kelkheim 2002, S. 1-40, hier S. 22.

Ende der neunziger Jahre hatten bereits drei Viertel aller Beschäftigten flexible Arbeitszeiten.⁴ Zudem arbeiten immer mehr Menschen für mehrere Arbeitgeber, nicht nur nacheinander, sondern auch gleichzeitig. Deshalb sind Erst-, Zweit- und Drittberufe in der Arbeitsbiographie keine Seltenheit mehr. Viele machen auch ihr Hobby zum Beruf und umgekehrt. Mobilität und Flexibilität werden zunehmend zu Schlagworten der Zeit. Aufgrund dessen verschiebt sich die subjektive Wahrnehmung, was als regelmäßiger beziehungsweise unregelmäßiger Tagesablauf zu gelten hat immer mehr. Die Gesellschaft ist zu einer „Rund-um-die-Uhr-Gesellschaft“⁵ geworden: „Man gewöhnt sich an einen beschleunigten, diskontinuierlichen Lebenswandel, an häufige berufsbedingte Ortswechsel und sieht dies zunehmend als normal an.“⁶

In Folge dieses Struktur- und Wertewandels in der Arbeitswelt hat sich die Suche nach Identität und Lebenssinn maßgeblich verändert. Häufige Berufswechsel und nicht mehr der „Beruf fürs Leben“ werden zur Normalität. Die Berufsarbeit sorgt zwar weiterhin für den Lebensunterhalt, ermöglicht neue Kontaktchancen, bringt Abwechslung und zuweilen auch Spaß, aber sie bildet nicht mehr den Lebensmittelpunkt und zentralen Identifikationsbereich. Die Arbeit gehört zwar immer noch zum Leben, „aber steht nicht mehr im Zentrum [des] Lebens“⁷. Immer weniger Menschen empfinden ihre Arbeit als sinnstiftend und Möglichkeit zur Selbstverwirklichung, sondern ausschließlich als Mittel zur Sicherung von Erwerbs- und Konsumchancen.

Arbeiten gegen Geld als ganz persönliche Herausforderung zwischen Glücksempfinden und Lebenserfüllung ist eher ein Privileg, das nur noch wenigen vorbehalten bleibt – am ehesten noch den Selbstständigen und Freiberuflern (41%), am wenigsten den Arbeitern (20%).⁸

⁴ Vgl. Claudia Freidl: Wellnessboom. Erholung – oder zu viel des Guten?, Düsseldorf 2004, S. 56.

⁵ Ebd., S. 56.

⁶ Hanni Rützler: Future Food. Die 18 wichtigsten Trends für die Esskultur der Zukunft, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2003, S. 28.

⁷ Horst W. Opaschowski: Deutschland 2010. Wie wir morgen arbeiten und leben. Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft, BAT Freizeit-Forschungsinstitut (Hg.), 2. Neubearb. d. Ausg. Hamburg 1997, Hamburg 2001, S. 77.

⁸ Ebd.

Da persönliche Bestätigung, Erfolgserlebnisse und Möglichkeiten, eigene Ideen und Ziele zu verwirklichen für viele eher Wunsch denn Wirklichkeit darstellt, verlagern immer mehr Menschen ihre Vorstellungen zur Selbstverwirklichung in außerberufliche Lebensbereiche wie Familie, ehrenamtliches Engagement oder Hobby und Sport. Die Arbeit verliert zugunsten der Freizeit an Bedeutung und rückt in den Hintergrund. „Die Abnabelung von der Arbeit als alleinigem Zentrum des Lebens ist in vollem Gange“⁹, begründet Horst W. Opaschowski die neuen außerberuflichen Sinnorientierungen in Deutschland und Westeuropa. „Die Freizeit wird mittlerweile von den Berufstätigen als genauso sinnvoll angesehen (51%) wie die Arbeit (52%). Teilweise übertrifft sie schon die Arbeit an Lebensbedeutung.“¹⁰ Diese Tendenz wird zusätzlich von dem sukzessiven Rückgang der Arbeitszeit begünstigt, wodurch die freie Zeit immer länger geworden ist.

Doch nicht nur die tägliche Arbeitszeit hat sich verringert, sondern auch der Anteil der Berufsarbeit an der Lebenszeit. Aufgrund der ständig steigenden Lebenserwartung, verlängerten Ausbildungsphasen und frühen Verrentung macht die hauptberufliche Lebensphase nur noch annähernd die Hälfte des Lebens aus.¹¹ War das Leben früher im Wesentlichen durch lineare Abläufe wie der Ausbildung, Arbeit, Heirat, Familie und Ruhestand strukturiert, so stellen diese aufgrund der veränderten Arbeitsverhältnisse immer seltener lineare, aufeinander folgende Lebensabschnitte dar.

Bestand das Leben noch bis in die 1960er Jahre im Wesentlichen aus einem dreiteiligen, arbeitszentrierten Orientierungs- und Lebensmusters – Jugend und Ausbildung, Erwerbs- und Familienleben, Ruhestand – lassen sich heute eine Vielzahl von beliebig, wenn auch nicht jederzeit freiwillig, variierbarer Lebensphasen differenzieren. Aufgrund dieser Neudefinierung der eigenen Biographie hat sich eine

⁹ Vgl. Horst W. Opaschowski/ Michael Pries/ Ulrich Reinhardt (Hg): Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft, Hamburg 2006 (Buchreihe: Zukunft. Bildung. Lebensqualität, BAT Freizeit-Forschungsinstitut (Hg.), Bd. 2), S. 18.

¹⁰ H. W. Opaschowski: Deutschland 2010, S. 85.

¹¹ Vgl. C. Freidl: a. a. O., S. 57.

5-Phasen-Logik gebildet, in der das klassische 3-Phasen-Modell um die Lebensabschnitte der Postadoleszenz und des zweiten Aufbruch erweitert wurden.¹²

Nach der Jugend- und Ausbildungsphase folgt eine deutlich ausgeprägte „Episode der Ich-Findung“ (Postadoleszenz), die den Übergang zur Phase der Familiengründung hinausschiebt. Die ehemals stark identitätsbildende Phase des Erwerbs- und Familienlebens stellt sich ihrerseits kaum mehr als eine eherne Konstante dar, sondern splittet sich oft in weitere Phasen auf, die durch Orts-, Berufs- und Branchenwechsel, temporäre Arbeitslosigkeit, Weiterbildung, Ehescheidung und Neuvermählung, Elternschaft etc. gekennzeichnet sind. Dies führt zu einem oder mehreren Neuanfängen im privaten und beruflichen Leben, die sich mitunter sehr stark voneinander unterscheiden. Sogar die Phase des Ruhestands wird immer differenzierter, gekennzeichnet durch neue Lebenspartnerschaften, Ortswechsel, diverse Studien und temporäre Berufstätigkeit.¹³

Aufgrund dieses Trends zu ausdifferenzierten Lebensphasen ist für eine ständig wachsende Anzahl von Menschen der Beginn einer neuen Karriere oder einer alternativen Ausbildung nach vielen Jahren im Beruf längst genauso Bestandteil der Normalität, wie eine zweite Familiengründung, eine dritte Hochzeit oder eine mehrjährige berufliche Auszeit im späteren Alter.

Dieser gesellschaftliche Wandel des letzten Jahrhunderts hat den Spielraum für die individuelle Lebensgestaltung stark vergrößert. Menschen lösen sich zunehmend von der Vorstellung, dass ihr Leben von sozialer Herkunft oder Schicksal bestimmt wird, sondern betrachten es nun als bewusst gestalt- und entfaltbar.

[...]’Selbst-Kompetenz’, also die Fähigkeit des Individuums, dieses Potenzial zu nützen, sein Leben selbst zu steuern und zu verändern, [wird] zu einer Schlüsselqualifikation der modernen Gesellschaft.¹⁴

Die unterschiedlichen Karrieren, die Menschen gegenwärtig im Laufe ihre Lebens durchlaufen in Verbindung mit dem Trend zur Individualisierung und der damit verbundenen bewussten Lebensgestaltung und Erprobung alternativer Lebensstile haben große Auswirkungen auf das individuelle Essverhalten. Nicht mehr einmal angenommene Ernährungsweisen bestimmen das Leben, sondern verschiedene, den jeweiligen Lebensphasen angepasste Essstile. Die unterschiedlichen Ar-

¹² Vgl. Matthias Horx: Die acht Sphären der Zukunft: Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts, 4. Aufl., Wien (u.a.) 2002, S. 66.

¹³ H. Rützler: Future Food, S. 36f.

¹⁴ Ebd., S. 14.

beitsorte, verfügbaren Zeitmuster und individuellen Beziehungskonstellationen stellen dabei die größten Einflussfaktoren dar.

2.1.1 Auflösung der Mahlzeitenstrukturen

Aufgrund des Anstiegs der Berufe mit unregelmäßigem Arbeitsalltag und der damit einhergehenden Flexibilisierung der Zeitmuster kommt es zusehends zu einer Auflösung des klassischen Tagesablaufs, der sich am Rhythmus der Mahlzeiten orientiert und somit lange Zeit das Essverhalten wesentlich geprägt hat.

Ausschließlich Menschen der älteren Generation versuchen noch, sich nach dem früheren Rhythmus zu richten und das Mittagessen als Hauptmahlzeit gegen 12 Uhr einzunehmen. Bei den jüngeren hingegen wird das Essen mehr und mehr als Nebentätigkeit ausgeübt oder erfolgt erst im Anschluss an wichtige Aufgaben. Dieses gleichzeitige Be- und Verarbeiten mehrerer Aufgaben, auch als Multitasking bezeichnet, hat massive Auswirkungen auf das alltägliche Essverhalten. So können oder wollen viele Menschen mit flexiblen Tages- und Arbeitsabläufen sich nicht mehr nach strikten Essenszeiten richten, wodurch eine Vergleichzeitigung von Essen und Arbeiten gefördert wird.¹⁵ Hierbei wird immer weniger in einem deutlichen Rahmen als Mahlzeit gegessen, sondern vielmehr alles, was mundgerecht portioniert und mit nur einer Hand simultan zur Arbeit konsumiert werden kann.

In Folge dieses permanenten ‚Nebenbei-Essens‘ erstreckt sich die Essenszeit über den gesamten Tag. Die Hauptmahlzeit wird daher entweder vollständig ausgelassen oder auf den Abend verschoben. Folglich hat sich das Abendessen zusehends zur Hauptmahlzeit aufgewertet, da es die einzige Mahlzeit des Tages ist, die noch von 50 Prozent aller Haushalte gemeinsam eingenommen wird.¹⁶ Denn selbst Menschen mit regelmäßigen Arbeitszeiten passen sich mehr und mehr den Zeit-

¹⁵ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 32.

¹⁶ Vgl. Kirsten Schlegel-Matthies: Liebe geht durch den Magen. Die Tischgemeinschaft vor dem Aus? Mahlzeit und Familienglück im Wandel der Zeit, in: Landeszentrale für Politische Bildung Baden-Württemberg (Hg.): Der Bürger im Staat. Nahrungskultur. Essen und Trinken im Wandel, 52. Jahrgang Heft 4/2002, Filderstadt 2002, S. 208-212, hier S. 210.

verhältnissen der flexiblen Arbeiter an und verlegen die Hauptmahlzeit auf den Abend, um gemeinsame Mahlzeiten im Familien- oder Freundeskreis ermöglichen zu können. Neben dem Abendessen gewinnen zudem die Zwischenmahlzeiten stärker an Bedeutung, wodurch das Essen immer weniger zeitlicher Orientierungspunkt im Alltag ist.

[...] Essen und Trinken [haben] ihre alltagsstrukturierende Funktion verloren. Es gibt kaum mehr 'Mahlzeiten', für die wir bewusst innehalten; unser Essen ist spontaner, situativer und individualisierter geworden. Im Alltag verkommt es häufig zur Nebensache.¹⁷

Die Veränderung des kulinarischen Konsums hinsichtlich einer impulsiven aber „hoch bewusst, komplex getroffenen Entscheidung¹⁸“ hat ein verstärktes Auswärts-Essen zur Folge. Dies wird noch zusätzlich dadurch bedingt, dass viele Tätigkeiten immer weniger an einen bestimmten Ort wie das Büro gebunden sind. Das Außer-Haus-Essen wird somit für viele vom Luxus bzw. der Besonderheit zur zwingenden Notwendigkeit und dementsprechend zur Normalität. Die kontinuierlich ansteigenden ‚to-go‘ und ‚take-away‘ Essens-Angebote der Gastronomiebetriebe, Fast Food Restaurants, Bäckereien, Imbisse und Cafes sind ein Resultat dieser Entwicklung. Wird derzeit 30 Prozent des täglichen Verzehrs außer Haus vorgenommen, so wird es in wenigen Jahren bereits etwa 50 Prozent sein.¹⁹ Damit gleicht sich das Essverhalten zunehmend den Vereinigten Staaten an, in denen bereits mindestens eine vollständige Mahlzeit täglich außer Haus eingenommen wird.²⁰

Eine weitere grundlegende Veränderung hinsichtlich der Ernährungsgewohnheiten stellt auch der zunehmende Zeitdruck beim Essen dar. Weil der Alltag nicht mehr um die traditionellen Essenszeiten Frühstück, Mittag- und Abendessen organisiert wird, werden die Mahlzeiten den Verpflichtungen und Annehmlichkeiten des Alltags angepasst, wodurch vielen weniger Zeit zum Essen bleibt. Wann und wo gegessen wird bestimmen weitgehend die vorgegebenen Terminpläne von

¹⁷ Hanni Rützler: So essen wir morgen, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie Nr. 06/2007, S. 82-88, hier S. 82.

¹⁸ Katrin Schendekehl: Das neue Zeit-Gefühl, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie Nr. 06/2007, S. 48-58, hier S. 50.

¹⁹ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 30.

²⁰ Vgl. Delf Neumann: Wie geht's weiter?, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie Nr. 06/2007, S. 100-104, hier S. 103.

Arbeit, Studium und Schule: auf dem Weg zum Büro, zwischen den Vorlesungen und während einer spontanen Freistunde. Ein weiterer Grund für den Zeitdruck ist auch die unzureichende Planbarkeit der individuellen Zeit von Personen, die in einem Haushalt zusammenleben. So sind die fehlende Abgestimmtheit von Unterrichtszeiten und Arbeitszeiten beziehungsweise Mittagspausen erwerbstätiger Eltern eine weitere Ursache für den zunehmenden Verlust der gemeinsamen Mahlzeiten in der Familie. Diese werden durch die so genannte ‚Snack- und Kühlschrankskultur‘ abgelöst, wobei sich jeder einfach nimmt, was und wann immer er es will. Als Folge wird immer häufiger alleine und vor allem spontan gegessen. Ausgefallene Essenszeiten rund um die Uhr werden zum normalen Bestandteil des Alltags.²¹

Die wenige Zeit, die noch für Haushalt und Kochen investiert wird, geht mit der verstärkten Nachfrage von Convenience-Produkten²² einher, deren Hauptaufgabe darin besteht, die Zubereitung des Essens zu vereinfachen und zu verkürzen. Durch die vermehrte Verwendung derartiger teil- und vorgefertigter Produkte hat sich die Zeit des Mahlzeitenvorgangs - Kochen, Servieren und Essen - gravierend verkürzt. Wo eine Hausfrau in den dreißiger Jahren annähernd 2,5 Stunden benötigte, so sind es heute teilweise nur noch wenige Minuten.²³

Da das Essen möglichst wenig Zeit in Anspruch nehmen soll, verkümmert auch die klassische 3-Gang-Abfolge einer Mahlzeit.²⁴ Dies verschärft nicht nur den zunehmenden Bedeutungsverlust der klassischen drei Hauptmahlzeiten, sondern auch ihre Zusammenstellung. Besonders jüngere Menschen kochen und essen nicht mehr Vor-, Haupt- und Nachspeise, sondern vorzugsweise ein Gericht, das aus unterschiedlichen Komponenten besteht.²⁵ Die Gastronomie hat sich diesen Veränderungen angepasst und derartige Kombinationen als festen Bestandteil in ihr Angebot integriert.

²¹ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 30.

²² Als Convenience-Produkte oder auch Convenience-Food bezeichnete Lebensmittel gelten ganz oder teilweise vorgefertigte Komponenten (geputzter Salat) oder auch vollständige Fertigmahlzeiten (Tiefkühlprodukte, Mikrowellengerichte). Der Begriff leitet sich von dem englischen Wort „convenience“ ab, das Bequemlichkeit bedeutet.

²³ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 31.

²⁴ Vgl. Ebd., S. 32.

²⁵ Meist werden Elemente der Vorspeise und des Hauptgang miteinander kombiniert wie Salat mit gebratenem Fleisch oder Fisch oder Nudeln mit Gemüsesauce und Rucola-Salat.

Mit der Esskultur der vergangenen Jahrzehnte hat diese aktuelle Entwicklung nur noch sehr wenig gemein. Das veränderte Konsum- und Ernährungsverhalten, das besonders jüngere Menschen verkörpern, bringt einen voranschreitenden Bedeutungsverlust der Familie und ihrer Essrituale mit sich. Nur noch sehr wenige Familien essen regelmäßig zusammen. Gekocht und gegessen wird, wann immer man hungrig ist und was Spaß macht: mal Fast Food, mal Hausmannkost, mal Sterne-küche.

Tatsächlich nimmt die deutsche Durchschnittsfamilie nur noch eine einzige gemeinsame Mahlzeit pro Woche ein, wobei diese meist am Wochenende stattfindet.²⁶ Zwar ist das Essen symbolisch immer noch untrennbar mit Gesellschaft, Geborgenheit und vor allem Genuss verbunden, aber in der Praxis zeigt sich ein anderes Bild: Kochen und ernährungsrelevantes Wissen zählen immer weniger zur selbstverständlichen Allgemeinbildung.²⁷ Hingegen wird die Kochtätigkeit zunehmend an Spezialisten delegiert und aus dem Alltag verdrängt: „Es wird mittlerweile entweder als lästige Notwendigkeit wohl oder übel verrichtet oder als Freizeitspaß missverstanden.“²⁸ Mit dem Zerfall der häuslichen Tischgemeinschaft geht aber eine Institution verloren, die wesentliche sozialkommunikative und erzieherische Aufgaben in der Gesellschaft erfüllt.

Den Hunger stillen kann man heute überall, aber das Gemeinschafts-Familiengefühl verschwindet. Durch die familiäre Tischgemeinschaft wurden jahrhundertlang bestehende Wert- und Orientierungsmuster fortgeführt und stabilisiert. In der Tischgemeinschaft erlebte das Kind Geborgenheit; erfuhr, wo es hingehört und welche Rolle die ihm vertrauten Menschen in der Gesellschaft einnehmen.²⁹

Allen Auflösungserscheinungen zum Trotz scheinen das Ideal Heim und Herd als Orte der Geborgenheit untrennbar miteinander verbunden. Kaum ein Mythos ist so nachhaltig in unserer Idealvorstellung von Familie verankert wie der des gemeinschaftlichen Essens.³⁰ Auch wenn die Zunahme des individuell bestimmten

²⁶ Vgl. Ullrich Fichtner: Tellergericht. Die Deutschen und das Essen – eine kritische Bestandsaufnahme, 4. erw. Auflage, 1. Taschenbuchausg., München 2006, S. 25.

²⁷ Vgl. Barbara Esser: Krümelmonster lernen Tischsitten, in: Focus Schule, Sonderheft Ernährung, 2007/2008, S. 50-54, hier S. 54.

²⁸ U. Fichtner: a. a. O., S. 21.

²⁹ Annelies Furtmayr-Schuh: Postmoderne Ernährung. Food-Design statt Esskultur. Die moderne Nahrungsmittelproduktion und ihre verhängnisvollen Folgen, Stuttgart 1993, S. 40.

³⁰ Vgl. B. Esser: a. a. O., S. 51.

Essens und des Außer-Haus-Verzehrs unweigerlich zu Lasten der gemeinsamen Mahlzeiten in der Familie gehen, sind diese noch keiner vollständigen Auflösung unterworfen wie aktuelle Untersuchungen zeigen. Sie verdeutlichen wie die individuellen Vorlieben und Ansprüche an die Ernährung mit den Anforderungen von Arbeitswelt und Beruf sowie den Bedürfnissen und Wünschen der restlichen Familienmitglieder bzw. des Partners, der Partnerin bei der Organisation des Ernährungsalltags miteinander verknüpft werden.

So führt der Wandel des täglichen Ernährungshandelns trotz einer vermehrten Flexibilisierung der Mahlzeiten und ihrer Verlagerung außer Haus keinesfalls zu einer vollständigen Auflösung fester Mahlzeitenentwürfe oder dem Verlust einer kommunikativen Ess- und Kochkultur. Vielmehr zeigt sich eine Vielfalt verschiedener Handlungsmuster: So werden beispielsweise die verpassten gemeinsamen Mahlzeiten in der Freizeit nachgeholt und durch die Verlagerung der Hauptmahlzeit auf den Abend, dem gemeinsamen, zelebrierten Frühstück am Sonntag oder allgemein den Mahlzeiten am Wochenende kompensiert. Diese in der Regel immer häufiger ganz besonders ausgiebig inszenierten Mahlzeiten können demnach als deutliche Hinweise auf die Entwicklung neuer gemeinschaftlicher Ernährungsrituale gewertet werden.³¹ Obendrein ist sogar teilweise ein Festhalten an tradierten Mustern bis hin zu einer „Retraditionalisierung des Ernährungsalltags“³² zu beobachten.

2.1.2 Die neue Freizeit

Aufgrund des Bedeutungswandels in der Arbeitswelt hat die Berufsarbeit ihre dominante Prägestkraft für das Leben verloren. Zwar bleibt ein gewisser Teil ihrer sinnstiftenden Funktion weiterhin erhalten, aber die Prägung des Menschen durch die Freizeit nimmt deutlich zu. Wurde die Freizeit in den fünfziger Jahren noch primär als Gegenteil zur Arbeitszeit, als Regenerationszeit von der Arbeit, defi-

³¹ Vgl. Immanuel Stieß/ Doris Hayn: Ernährungsstile im Alltag. Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung, Diskussionspapier Nr. 5, Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) (Hg.), Frankfurt am Main 2005, [pdf-file 523 kb](#), zuletzt aufgerufen am 20.04.2008, S. 1-98, hier S. 94.

³² Ebd., S. 94.

niert, so sind die Menschen heute der Ansicht, dass sie in der Freizeit so leben können, wie sie selbst möchten:

[B]ietet sie [die Freizeit; Anm. d. Verf.] doch dem Menschen die Möglichkeit, den eigenen Wünschen und Neigungen zu folgen, unbedrängt von aufgezwungenen Verpflichtungen und vorgeschriebenen Regeln, in der Freizeit, selbst über die Freizeit verfügen zu können.³³

Der Bedeutungswandel der Arbeit hat demzufolge zu einem veränderten Freizeitverständnis beigetragen und die freie Zeit mit neuen Attributen und Werten belegt. „In der Freizeit versichert sich das Individuum seiner Selbst, seiner Emotionalität, aber auch seiner Individualität.“³⁴ Sie bietet den Raum für eine individuelle Lebensgestaltung, in dem sich bevorzugt eine Vielfalt von individuellen Lebensstilen verwirklichen lässt. So wird die freie Zeit nicht mit Nichtstun gleichgesetzt, sondern wiederum mit Arbeit ausgefüllt.³⁵ Dieses aktive Freizeitverhalten äußert sich in gänzlich unterschiedlichen Tätigkeiten wie Sport, sozialem Engagement oder dem ‚Do-it-yourself‘ Grundsatz, in dem Arbeit als Hobby betrieben wird. Hierzu zählen neben notwendigen Renovierungsarbeiten an Haus, Wohnung oder Garten, Pflege von Autos und Fahrrädern auch alle kreativen Tätigkeiten wie fotografieren, malen oder kochen.³⁶

Die Arbeiten in der Freizeit werden, sogar wenn sie körperlich anstrengend sind, als Freude und Befriedigung empfunden, da sie freiwillig und in einem selbst bestimmten Freiraum ausgeübt werden. Die häufig mangelnden Entfaltungsmöglichkeiten im Berufsleben werden so zunehmend durch die eigene Freizeitgestaltung ausgeglichen. Dementsprechend gewinnen diese selbstbestimmten Handlungsmöglichkeiten und Hobbys vermehrt an identitätsstiftender Funktion und werden zum Lebenssinn aufgewertet.

In seinem Hobby ist jeder der Experte. Das Gefühl der eigenen Kompetenz, die Anerkennung der eigenen Fähigkeit durch Familie und Nachbarschaft verleihen eine Befriedigung, die manche Frustrationen des Arbeitslebens aufhebt.³⁷

³³ Ursula A. J. Becher: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen, Wohnen, Freizeit, Reisen, München 1990, S. 153.

³⁴ Heide Tebbich: Strukturwandel in der Freizeit Jugendlicher, in: Bewegte Zeiten. Arbeit und Freizeit nach der Moderne, Sabine Gruber/ Klara Löffler/ Klaus Thien (Hg.), München/Wien 2002, S. 47-54, hier S. 48.

³⁵ Vgl. H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg): a. a. O., S. 24.

³⁶ Vgl. U. A. J. Becher: a. a. O., S. 194.

³⁷ Ebd., S. 195.

Unter diesen Bedingungen wird die Freizeit zur Möglichkeit der Bereicherung und Sinnerfüllung des eigenen Lebens. „Fast jeder zweite Bundesbürger hofft, in Zukunft im eigenen Hobby eine neue Lebenserfüllung zu finden“³⁸.

Die Freizeitaktivitäten werden mit Werten wie Lebensfreude, Spaß und Spontaneität verknüpft und als direkter Ausdruck von Lebensqualität angesehen. Zudem gehen die individuellen Freizeitgestaltungen vielfach über den Status eines bloßen Hobbys hinaus und werden zum zentralen Identifikationsobjekt und zur Arbeit an der eigenen Identität.³⁹ Die individuelle soziale Positionierung erfolgt somit zunehmend nicht mehr ausschließlich über die Bildungskarriere und den finanziellen Status, sondern auch und vor allem über die eigene Freizeitgestaltung.

Der Bedeutungszuwachs und „soziale Leitbild-Charakter“⁴⁰ der individuellen Freizeitaktivitäten zeigt sich auch in finanzieller Hinsicht. Die gesamten Freizeit Ausgaben haben sich in den letzten zwanzig Jahren beinahe verfünffacht und ein Ende des Wachstums ist noch nicht abzusehen: „Freizeitkonsum gehört zum Leben. Hobby, Sport oder Urlaubsreise werden als persönliche Lebensqualität empfunden, auf die niemand mehr verzichten will.“⁴¹ Der Konsum in der Freizeit vermittelt sowohl soziale Erlebnisse durch Unterhaltung und Geselligkeit, dient der sozialen Orientierung für Menschen mit gleichem oder ähnlichem Lebensstil (beispielsweise Wohnungseinrichtung, Kleidung, Freizeitgestaltung) und fördert den sozialen Status durch demonstrative, gewollte oder zufällige Formen der Differenzierung (beispielsweise Automarke, Mode, Reiseziel, Hobby):⁴² „Für die eigene Profilierung ist die private Lebensgestaltung, insbesondere der Freizeitkonsum, fundamental. Hieraus leiten immer mehr Menschen ihr Selbstwertgefühl und ihre Identität ab.“⁴³

Obwohl der Freizeitkonsum auf sozialer Ebene ein Zugehörigkeitsgefühl zu einer Gemeinschaft bedeutet, lässt sich durch die Wahl der eigenen Freizeitgestaltung

³⁸ H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg): a. a. O., S. 58.

³⁹ Vgl. H. Tebbich: a. a. O., S. 49.

⁴⁰ Horst W. Opaschowski: Konsum in der Freizeit. Zwischen Freisein und Anpassung, BAT Freizeit-Forschungsinstitut (Hg.), Hamburg 1987 (Schriftenreihe zur Freizeitforschung, Bd. 7), S. 7.

⁴¹ Ebd., S. 16.

⁴² Vgl. H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg): a. a. O., S. 35.

⁴³ Ebd., S. 66.

dennoch Individualität ausdrücken. Die spezifische Kombination von Verhaltensweisen und besondere Produktpräferenzen geben dem eigenen Handeln eine persönliche Note und ermöglichen eine bewusste Differenzierung.⁴⁴ Dienten der Mehrheit der Bevölkerung früher Leitfiguren der Berufs- und Arbeitswelt zur Entwicklung des eigenen Stils, wird sich heute immer mehr an Vorbildern im Umfeld der Freizeit orientiert.

Die Motive für die Wahl der eigenen Freizeitaktivitäten und Hobbys sind dabei ganz unterschiedlich. Während es einigen überwiegend wichtig ist ‚in‘ zu sein und ‚dazuzugehören‘, streben andere nach mehr Lebensqualität und möchten mit mehr persönlicher Lebensart und ganz individuellem Lebensstil ihr Leben aufwerten und verschönern. Oder sie sehen ihre Freizeitgestaltung als Verdienst und Ausgleich verantwortlicher beruflicher Tätigkeiten und entschädigen bzw. belohnen sich mit anspruchsvollen, teuren Aktivitäten. Wieder andere richten ihre Freizeitbeschäftigung hauptsächlich nach der Befriedigung des eigenen Geltungsbedürfnisses und suchen durch demonstrativen und häufigen Erwerb neuer Waren sowie außergewöhnlichen, unalltäglichen Erlebnissen nach Bestätigung.⁴⁵

Dieses neue Freizeitverständnis hat auch den Stellenwert des Kochens in der Gesellschaft wesentlich beeinflusst und, wie bereits die Veränderungen in der Arbeitswelt, zu dessen Bedeutungswandel beigetragen. Während das Kochen im Alltag immer häufiger als Pflicht und Belastung angesehen wird und möglichst wenig Zeit in Anspruch nehmen soll, so kommt ihm in der freien Zeit eine gänzlich andere Bedeutung zu. Hier wird es bewusst freiwillig ausgeübt und besonders zeitaufwendig und ausgefallen inszeniert. Es wird nicht länger als Notwendigkeit angesehen, sondern zur Vergnügen bereitenden Freizeitgestaltung und „Pol der Identifikation“⁴⁶.

Im Gegensatz zum Arbeitsalltag wird dem Kochen und Essen in der Freizeit viel mehr Raum zugesprochen und der Geschmack wieder in den Mittelpunkt gerückt.

⁴⁴ Vgl. H. W. Opaschowski: Konsum in der Freizeit, S. 10.

⁴⁵ Vgl. H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg): a. a. O., S. 45.

⁴⁶ Jean-Claude Kaufmann: Kochende Leidenschaft. Soziologie vom Kochen und Essen, übers. v. Anke Beck, Konstanz 2006, S. 237.

Deshalb werden häufig besonders aufwändige und ausgefallene Rezepte zubereitet. Kochen als bewusst gewählte Freizeitaktivität findet daher hauptsächlich am Wochenende statt bzw. zu besonderen Gelegenheiten auch abends unter der Woche. „Wenn man kocht, dann tut man das, um den anderen [...] eine Freude zu machen. Am Wochenende zum Beispiel hat man das Bedürfnis, sich selbst zu übertreffen.“⁴⁷ Das Kochen wird hierbei eindeutig mit Freude, Kreativität und Leidenschaft verbunden, während die alltägliche Kochbeschäftigung diesen Anspruch nicht erfüllt, sondern zur Haushaltspflicht verkommt.

2.2 Die Rolle der Frau

Ein weiterer zentraler Faktor der gegenwärtigen Veränderungen des Ernährungsverhaltens und des damit einhergehenden Bedeutungswandels der Esskultur besteht in der veränderten Stellung der Frau in der Gesellschaft. Durch die Emanzipation und die steigende Erwerbstätigkeit der Frau, sowohl in traditionellen, männlichen Berufen als auch allmählich in Führungsebenen, lösen sich konventionelle Rollenverteilungen auf. Der Einfluss der Frauen auf Werte, Arbeitswelt und Konsum wächst ständig weiter an, weshalb vielfach bereits von einem „Megatrend Frauen“⁴⁸ gesprochen wird.

Der Einfluss des weiblichen Geschlechts auf Kultur, Gesellschaft und Politik nimmt massiv zu. Der Vormarsch der Frauen in die Erwerbsarbeit ist nicht aufzuhalten, auch in den Chefetagen der westlichen Welt steigt ihr Anteil.⁴⁹

Ursache dieser Entwicklung ist das ständig wachsende Bildungsniveau der Frauen, das nicht nur in Deutschland, sondern weltweit festzustellen ist. Lag in Deutschland der Anteil der Frauen mit Abitur im Jahr 1950 noch bei 32,8 Prozent,⁵⁰ sind mittlerweile weit mehr als die Hälfte der Abiturienten weiblich, bei besseren Abschlussnoten als Männer. Und nicht nur hinsichtlich der Hochschul-

⁴⁷ J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 302.

⁴⁸ Matthias Horx/ Oona Horx-Strathern/ Claudia Gaspar: Was ist Wellness? Anatomie und Zukunftsperspektiven des Wohlfühl-Trends, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), in Zsarb. m. d. GfK Marktforschung, Kelkheim 2002, S. 14.

⁴⁹ Matthias Horx: Megatrend Dokumentation. Kapitel 3: Neue Frauen, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2002, S. 1-36, hier S. 1.

⁵⁰ Ebd., S. 2.

reife haben Frauen die Männer überholt, die gleiche Entwicklung vollzieht sich ebenso bei den europäischen Universitäten. Vor 100 Jahren waren diese für Frauen noch überwiegend verschlossen. Während im Jahr 1920 erst 9,5 Prozent der Frauen studierten, waren es 1950 bereits doppelt so viele. Von da an stieg der Anteil der weiblichen Studentinnen bis ins Jahr 2000 auf 48 Prozent an.⁵¹ Im Jahr 2005 verzeichnete das Statistische Bundesamt dann erstmals eine höhere Anzahl weiblicher als männlicher Hochschulabsolventen und hielt fest, „dass in allen [Bundes-]Ländern die Frauen gegenüber den Männern ‚aufgeholt‘ bzw. diese sogar ‚überholt‘ haben.“⁵² Mit dem ansteigenden Bildungspotenzial nahm auch der Anteil erwerbstätiger Frauen zu. Dieser wuchs von einst 44,4 Prozent im Jahr 1950⁵³ auf gegenwärtig über 60 Prozent⁵⁴ an. Damit einher geht der Anstieg der Erwerbstätigkeitsquote der Frauen im Vergleich zu Männern, die sich immer mehr annähert. Infolge der vermehrten Besetzung von Führungspositionen, Unternehmensgründungen und steigenden weiblichen Einkommen nimmt der Einfluss der Frauen auf Konsumententscheidungen weiter zu.⁵⁵

Die beruflichen Veränderungsprozesse der Frauen in den vergangenen Jahrzehnten hatten erhebliche Rückwirkungen auf ihre Lebensführung, ihr Verhalten, ihre Interessen wie auch Bedürfnisse. Nicht nur die Erziehung der Kinder hat sich in diesem Zuge immer stärker von den traditionellen Wertvorstellungen entfernt, sondern auch und vor allem die Ehe. Anstatt des patriarchalischen Familienmodells der „Versorgungseinrichtung“⁵⁶ wurde die Ehe auf einer partnerschaftlichen, gleichberechtigten Basis angestrebt und zunehmend neue Formen des Zusammenlebens getestet:

Neue Lebensformen, in denen der Karriere der Vorrang vor festen Partnerschaftsbedingungen gegeben wird, oder die bewusste Entscheidung für ein Zusammenleben ohne Trauschein sind soziales Spiegelbild einer mobilen und flexiblen Welt.⁵⁷

⁵¹ M. Horx: Megatrend Dokumentation. Kapitel 3: Neue Frauen, S. 2.

⁵² Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hg.): Internationale Bildungsindikatoren im Ländervergleich, 2007, <https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur.vollanzeige.csp&ID=1020947>, zuletzt aufgerufen am 05.06.2008, S. 1-128, hier S. 34.

⁵³ U. A. J. Becher: a. a. O., S.66.

⁵⁴ Hans Böckler Stiftung (Hg.): WSI-FrauenDatenReport 2005, Dezember 2005, http://www.boeckler.de/pdf/pm_wsi_frauendaten_2005_12_19.pdf, zuletzt aufgerufen am 02.06.2008, S. 1-25, hier S. 7.

⁵⁵ Vgl. M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar, Claudia: a. a. O., S. 14.

⁵⁶ U. A. J. Becher: a. a. O., S.67.

⁵⁷ M. Horx: Megatrend Dokumentation. Kapitel 3: Neue Frauen, S. 13.

Seitdem ist der Anteil verheirateter Frauen beständig gesunken. Dies wurde zum einen durch ein immer späteres Eintrittsalter in die Ehe und hohe Scheidungsquoten begünstigt, als auch durch die bewusste Entscheidung für ein Zusammenleben ohne Trauschein. Infolge dessen steigt der Anteil nichtehelicher Lebensgemeinschaften und besonders der ‚Single-Haushalte‘.⁵⁸ Da die Kleinfamilie längst nicht mehr das einzige Orientierungsmodell darstellt, ist auch die Kinderzahl pro Frau rapide gesunken. Mehr Frauen sind berufstätig und möchten erst spät ein Kind oder bleiben aus Karrieregründen kinderlos. Zwar zeigt der steigende Anteil erwerbstätiger Frauen mit Kindern unter drei Jahren einerseits, dass sich Arbeit und Kindererziehung nicht mehr zwangsweise ausschließen, andererseits verdeutlicht es aber auch, dass immer weniger Frauen bereit sind, sich ausschließlich als Mutter und Hausfrau zu definieren.⁵⁹

Nur noch in einem Drittel aller europäischen Haushalte bleibt die Frau zu Hause, während der Mann arbeiten geht.⁶⁰ „Die Frauen finden sich nicht mehr damit ab, dass sie auf eine Rolle beschränkt statt als Persönlichkeiten wahrgenommen werden und dass der Horizont ihrer Existenz sich auf die vier Wände einer Küche beschränken soll.“⁶¹ Das neue Selbstbewusstsein der Frauen bescheinigt auch eine Studie im Auftrag des Magazins „Brigitte“, in der die diversen Veränderungen im Leben der Frauen innerhalb der letzten 30 Jahre aufgezeigt und beschrieben werden: von dem Aufschwung des weiblichen Bildungspotenzials über die geänderte Einstellung zu Partnerschaft und Kindern bis zu dem neuen Selbstverständnis, dass eine Mutter auch berufstätig sein kann.⁶²

Insbesondere die 17-jährigen können sich kaum noch vorstellen, ausschließlich Hausfrau zu sein. Nur bei 13 Prozent steht die Familie noch klar im Vordergrund. [...] Ein Abgesang auf die Familie wird [dennoch] nicht angestimmt. Nur die Zeit des Entweder-Oder ist vorbei. Jetzt zählt das Und.⁶³

⁵⁸ Vgl. M. Horx: Megatrend Dokumentation. Kapitel 3: Neue Frauen, S. 12.

⁵⁹ Vgl. Ebd., S. 31.

⁶⁰ Vgl. M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 71.

⁶¹ J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 113.

⁶² Nähere Informationen siehe: Christa Thelen: Frauen auf dem Sprung. Die Brigitte-Studie. Teil 1-4, in: Brigitte, Nr. 8-11/2008.

⁶³ Christa Thelen: Frauen auf dem Sprung. Die Brigitte-Studie. Teil 1: Das neue Selbstbewusstsein, in: Brigitte, Nr. 8/2008, 26.03.08, S. 76-83, hier S. 80.

Begünstigt wurde die Befreiung der Frau aus ihrer Rolle als Haushaltsführerin, die den Großteil ihres Tages einnahm, zudem mit Hilfe der Entwicklung zahlreicher technischer Haushaltsgeräte und neuen Tiefkühl- und anderen Fertigprodukten, die das Kochen stark vereinfachten. Dadurch hat sich innerhalb der letzten 50 Jahre die tägliche Arbeitszeit in der Küche von ehemals 2,5 Stunden in der Hälfte aller Haushalte auf weniger als 20 Minuten verringert.⁶⁴ Diese Veränderungsprozesse hinsichtlich der Rolle der Frau haben nicht nur die Zeitbudgets für die Hausarbeit, Kochen inbegriffen, grundlegend verändert. Sie haben ebenso zu dem Wandel der Ernährungsgewohnheiten, als auch dem Bedeutungsverlust der gemeinsamen Mahlzeit in der Familie beigetragen.

2.2.1 Die Erosion des Mahlzeitenideals

Die Mahlzeit in der bürgerlichen Familie im 19. Jahrhundert wird bis heute als das Sinnbild für Familie angesehen. In dieser Zeit bedeutete das Essen und die gemeinsame Mahlzeit in der Familie wesentlich mehr als reine Nahrungsaufnahme, sie verkörperten ein soziales und kommunikatives Ereignis, das die Familie am gemeinsamen Esstisch, dem „Architekten des Familienlebens“⁶⁵ zusammenführte:

Früher versammelte sich die Familie regelmäßig bei Tisch, um gemeinsam zu essen. Dies konnte nur so sein, weil die Frau, mit ihren Töpfen bewaffnet und an ihren Herd gefesselt, sich mit Leib und Seele diesem Hausfrauenwerk widmete.⁶⁶

Das Engagement der Frau bei der Zubereitung der Mahlzeiten für die Familie ließen das Essen zu einem direkten Liebesbeweis werden als Zeichen der Sorge und Fürsorge für die Familienmitglieder; das Kochen war eine „Ersatzsprache der Liebe.“⁶⁷ Die Ernährung, das Kochen und vor allem die selbst gemachten, liebevoll zubereiteten Mahlzeiten nahmen im Bürgertum des 19. Jahrhundert einen vorrangigen Platz in der familiären Kultur ein. Nicht umsonst wird der Ausspruch ‚mit

⁶⁴ Vgl. J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 117.

⁶⁵ Ebd., S. 302.

⁶⁶ Ebd., S. 56.

⁶⁷ Ebd., S. 306.

Liebe gekocht' denn auch seit jeher mit der Familienmahlzeit in der bürgerlichen Familie verbunden und gilt allgemein als Sinnbild der Familie überhaupt.⁶⁸

Auch in der heutigen Zeit besteht noch eine ganz bestimmte Erwartungshaltung an eine warme Familienmahlzeit, die hauptsächlich auf diesem vergangenen Ideal ‚mit Liebe gemacht‘ beruht. In diesem Zusammenhang symbolisiert das Essen dann mehr als nur Nahrung, es erzeugt Bilder fröhlicher Tischgemeinschaften und ist tief mit Sinneseindrücken, Genuss bei Tisch sowie Gefühlsempfindungen wie der Liebe zur Familie verbunden.

Doch die klassische Familie mit Vater, Mutter und zwei Kindern, die jahrzehntelang das Ideal für Kochen und Essen sowie die Vorstellung davon verkörpert hat, entspricht immer weniger den derzeitigen realen Gegebenheiten. Nur noch beinahe ein Drittel der deutschen Haushalte setzt sich aus drei oder mehr Personen zusammen, wobei Wohngemeinschaften bereits mit inbegriffen sind. Die übrigen zwei Drittel der Haushalte bestehen aus kinderlosen Paaren, Alleinerziehenden mit einem Kind und Singles.⁶⁹ Die sinkende Personenzahl im Haushalt und deren andere Konstellation im Vergleich zum traditionellen Familienmodell, haben große Auswirkungen auf das Ess- und Kochverhalten der Frauen. Nicht nur führt es zu einer sinkenden Bereitschaft und Notwendigkeit zu Kochen, es bringt auch die Funktion der Köchin und des Kochens als „heiliges Amt“⁷⁰ vollkommen zum Verschwinden.

Das Ende der bürgerlichen Küche steht bevor: Die klassische bürgerliche Küche, wie sie sich im 19. und 20. Jahrhundert in (Zentral-)Europa – wenn auch mit unterschiedlichen Facetten – herausgebildet und lange unsere Vorstellungen vom Essen geprägt hat, basiert auf einer bestimmten Haushalts- bzw. Küchenökonomie, die auf Ein- oder Zweipersonenhaushalte nicht übertragbar ist. D. h. sie verliert in der Alltagsküche massiv an Bedeutung.⁷¹

Durch die Änderungen der Rahmenbedingungen des Familien-Idylls, gehört eine kochende Mutter immer mehr zu einem Bild der Vergangenheit. Ähnliches gilt für heutige Familienbilder, aus denen das Erlebnis von Tischgemeinschaften als we-

⁶⁸ Vgl. K. Schlegel-Matthies: a. a. O., S. 208.

⁶⁹ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 44.

⁷⁰ J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 226.

⁷¹ H. Rützler: Future Food, S. 44.

sentlicher Ort der sozialen Begegnung immer mehr verschwindet. Die Arbeit in der Küche und das Kochen stellen für immer mehr Frauen zunehmend nur noch ein Moment unter vielen weiteren innerhalb ihres Tagesablaufs dar. Frauen wollen nicht mehr ausschließlich durch ihre Haushalts- und Kochtätigkeit definiert werden, „[s]ie haben noch ein anderes Leben als autonome Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens.“⁷²

Besonders berufstätige Hausfrauen, Singles und Frauen in Doppelverdiener-Haushalten greifen daher verstärkt auf das steigende Angebot der Fertiggerichte und Convenience-Produkte zurück, das ihnen ermöglicht, eine annehmbare Mahlzeit zuzubereiten, und das meist in nur wenigen Minuten. Aufgrund dessen haben sich die Art und Weise des Kochvorgangs einschneidend gewandelt und die Kenntnisse über Nahrung und vor allem ihrer Zubereitung in gravierendem Maße abgenommen.

Das Individuum, das sich auf diese [...] Art des Kochens einlässt, die sich durch Einfachheit und schnelle Zubereitung auszeichnet, erteilt der Rolle der traditionellen Köchin eine ziemlich deutliche Absage.⁷³

Waren vormals der Lebensmitteleinkauf, die richtige Auswahl und Zusammenstellung sowie Zubereitung der Gerichte für die gemeinsame Mahlzeit wesentlicher Bestandteil des Kochprozesses, so beschränkt sich das Kochen in Zeiten steigender weiblicher Erwerbstätigkeit und ständig zunehmender Auswahl an Fertigprodukten immer häufiger ausschließlich darauf, die Mahlzeiten zusammenzustellen und fertig zuzubereiten oder einfach nur zu erwärmen.⁷⁴ Dies hat langfristig eine Umdefinition des Begriffs Kochen zur Folge, da zukünftig die Zubereitung von Mahlzeiten mittels Convenience-Produkten zunehmend als ‚selbst gemacht‘ und selbst gekocht angesehen werden.

Das neue Synonym für ‚gut Kochen‘, wird die ‚Verwendung von guten Convenience-Produkten‘, die ‚gute Köchin, der gute Koch‘ wird zur ‚Anwenderin bzw. zum Anwender guter Markenprodukte‘. Der entsprechende Status (‚gute Köchin/guter Koch‘) wird nicht mehr über handwerkliche Fähigkeiten erworben, sondern durch den Kauf bestimmter Produkte.⁷⁵

⁷² J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 117.

⁷³ Ebd., S. 226.

⁷⁴ Vgl. K. Schlegel-Matthies: a. a. O., S. 208.

⁷⁵ H. Rützler: Future Food, S. 47.

Darüber hinaus stehen auch nicht mehr selbst hergestellte Produkte wie Saucen, Marmeladen, Kuchen, etc. im Ansehen der Konsumenten an vorderster Stelle, sondern entsprechende Marken-Produkte garantieren für Qualität.⁷⁶

2.2.2 Verlust der Kochkenntnisse

Die verringerten Zeitbudgets für den Ernährungsbereich in den Familienhaushalten, haben zur Folge, dass nur noch in einem Drittel der Haushalte täglich gekocht wird. Aufgrund der zunehmenden Neudefinition des Begriffs Kochen besteht das Essen zu Hause zudem immer häufiger aus kalter Küche, vorgefertigten Produkten oder schnell zubereiteten Fertiggerichten.

Das Bedürfnis nach Vereinfachung und Entlastung hat zur Folge, dass die Zubereitung der Nahrung zunehmend außer Haus verlagert wird [...]. Der Privathaushalt ‚produziert‘ immer weniger selbst, er delegiert die ersten Stufen der Nahrungsherstellung an Handwerk und Industrie.⁷⁷

Das ständig steigende Angebot an Fertiggerichten und Convenience-Produkten erfordert jedoch zunehmend zusätzliche Kompetenzen für die Bewertung der Methoden der industriellen Lebensmittelherstellung und deren Kennzeichnung. Während die Anforderungen zur Organisation des Ernährungsalltags also ständig steigen, sinken auf der anderen Seite das Wissen über Lebensmittel und die Kochfähigkeiten. „Ernährungskompetenz beinhaltet neben Kenntnissen über die Zusammensetzung der Nahrung unter anderem auch das Wissen über die richtige Aufbewahrung und Zubereitung von Lebensmitteln.“⁷⁸

Dieser steigende Kompetenzverlust wurde neben den bereits genannten Einflüssen ebenfalls zu einem sehr großen Teil dadurch bedingt, dass immer weniger junge

⁷⁶ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 47.

⁷⁷ Claudia Müller/ Maïke Groeneveld/ Margret Büning-Fesel: Kulinarische Kompetenzen entwickeln. „Food Literacy“ als Querschnittsaufgabe für die Erwachsenenbildung, 2007, http://www.gutessen.at/uploads/downloads/DIE_3_2007Food%20Literacy.pdf, zuletzt aufgerufen am 10.04.2008, S. 1-3, hier S. 1.

⁷⁸ Ebd., S. 1.

Frauen ihren kochenden Müttern nacheifern und ihre Nachfolge antreten.⁷⁹ Die steigende Unzufriedenheit der Frauen in ihrer Rolle als Hausfrau spiegelt sich ebenfalls in einer Umfrage des Institutes für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung vom Mai 2001, die besagt, dass „nur 23% der Frauen in Westdeutschland und 12% der Frauen in Ostdeutschland [...] mit ihrem Leben als Hausfrau zufrieden [sind].“⁸⁰

Besonders jüngere Personen sind von ihren Kochkompetenzen insgesamt weniger überzeugt als ältere Generationen. Nur noch 60 Prozent der unter 25-jährigen bewerten ihre Kochkünste als gut oder sehr gut, 30 Prozent waren der Auffassung, dass sie weniger oder gar nicht gut kochen können.⁸¹ Die nach eigener Auffassung guten Köchinnen sind dabei vor allem Frauen im mittleren und höheren Lebensalter. Eine Analyse der Alterstruktur ergab außerdem, dass Frauen wie auch Männer bis 30 Jahre allgemein über schlechte Kochfähigkeiten verfügen und daher auch vermehrt Convenience-Produkte einsetzen. Weiterhin zeigt sich, dass je weniger Personen in einem Haushalt leben und je jünger die Leute sind, desto seltener wird gekocht und desto mehr nehmen die Kochkompetenzen ab. Neben den jüngeren Menschen sind ebenso die sozial benachteiligten Personengruppen von der Abnahme der Ernährungskompetenzen betroffen.⁸²

Offensichtlich behindern die eingeschränkten Zeitbudgets, aber auch die veränderten Rollenmuster die Weitergabe von ernährungsrelevanten theoretischen Kenntnissen und praktischen Fähigkeiten zwischen den Generationen und werden durch „neue medial vermittelte Formen der Ernährungskommunikation überlagert und zum Teil auch ersetzt“⁸³. Dies liegt zum Teil auch darin begründet, dass sich der Übergang zum Erwachsenwerden heutzutage nicht mehr ausschließlich durch die Übernahme von festgelegten Rollen vollzieht, Geschlechterrollen im Speziellen.

⁷⁹ So heißt es bei K. Schlegel-Matthies: „Sie sehen ihre Lebensaufgabe eben nicht mehr in einem Dasein als Hausfrau und Mutter und verfügen deshalb kaum über entsprechende Kenntnisse und Fertigkeiten.“ Siehe: K. Schlegel-Matthies: a. a. O., S. 209.

⁸⁰ Angelika Meier-Ploeger: Kulturlandschaft genießen - Natur im Kontext der Ernährungskultur, Bundesamt für Naturschutz (Hg.), 2003, <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/bitstream/urn:nbn:de:hebis:34-2006112215850/1/kulturlandschaft-mp.pdf>, zuletzt aufgerufen am 11.04.2008, S. 1-15, hier S. 4.

⁸¹ Vgl. I. Stieß/ D. Hayn: a. a. O., S. 79.

⁸² Vgl. C. Müller/ M. Groeneveld/ M. Büning-Fesel: a. a. O., S. 1.

⁸³ I. Stieß/ D. Hayn: a. a. O., S. 9.

Vielmehr sind die Jugendlichen primär Persönlichkeiten, die lernen, ihr Leben unabhängig und selbstbestimmt zu leben. Sie imitieren keine vorgeschriebenen Lebensweisen, sondern legen Wert auf Selbsterfindung und Neuerprobung. Daher orientieren sie sich beim Kochen immer weniger an den Erfahrungen der Mutter, sondern weichen auf andere Informationsquellen und -medien aus, wie Kochsendungen, Kochbücher, Ernährungszeitschriften und andere Leitfiguren aus ihrem Lebensumfeld.⁸⁴

Nur noch 60 Prozent haben die Grundlagen des Kochens und die Kenntnisse über die Verwendung von Lebensmittel von den Eltern oder Großeltern gelernt. Annähernd die Hälfte hat das Kochen anhand von Kochbüchern autodidaktisch erlernt, während die Vermittlung über Schule und Partner oder Partnerin je etwa mit 12 Prozent zum Tragen kommen.⁸⁵ Bei der Suche nach Informationen über Ernährung und Kochkenntnisse nehmen Printmedien und Fernsehen eine immer größere Rolle ein. So informieren sich gegenwärtig immer mehr Menschen „durch Tageszeitungen (41%), TV-Ratgebermagazine (40%), Zeitschriften bzw. Magazine (34%), Fernsehnachrichten (26%), TV-Kochsendungen (24%) und durch Sendungen im Radio (19%) [...]“⁸⁶ Darüber hinaus stellt das, in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegene Angebot an Ernährungswissen im Internet eine zusätzliche Informationsquelle da, die zunehmend genutzt wird.

Obwohl bewiesenermaßen eine steigende Anzahl junger Frauen „das Erbe ihrer kochenden Mutter nicht mehr antritt“⁸⁷, so bleiben in vielen Haushalten die patriarchalischen Rollenmuster weiter bestehen und die Frauen sind hauptsächlich für die Hausarbeit, einschließlich des Kochens und Lebensmitteleinkaufs zuständig.⁸⁸ Trotz dieser Gegebenheiten nähern sich männliche und weibliche Ernährungs- und Arbeitsweisen mehr und mehr an. Hatten bekanntlich früher die Männer aufgrund ihrer ökonomischen Position als Ernährer der Familie einen bestimmenden Einfluss auf die Mahlzeitenzusammenstellung, so entscheiden heute stärker die Frauen darüber, was in der Familie gegessen wird. Der weibliche Geschmack un-

⁸⁴ J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 286.

⁸⁵ Vgl. I. Stieß/ D. Hayn: a. a. O., S. 79.

⁸⁶ Ebd., S. 83.

⁸⁷ Vgl. U. Fichtner: a. a. O., S. 102.

⁸⁸ Vgl. A. Meier-Ploeger: a. a. O., S. 4.

terscheidet sich dabei deutlich vom männlichen; wo Männer eher fleischhaltige Speisen bevorzugen, geben Frauen leichten, gemüse- und getreidereichen Gerichten den Vorzug.⁸⁹ Die Verringerung des Anteils schwerer körperlicher Arbeit, bewirkt bereits eine Veränderung des männlichen Geschmacks, was sich beispielsweise im stetig sinkenden Fleischkonsum zeigt.

Was in höheren sozialen Schichten schon statistisch signifikant nachzuweisen ist, wird sich in Zukunft auch auf andere soziale Schichten ausweiten: Dass sich die männliche der weiblichen Ernährungsweise anpasst.⁹⁰

Die ‚Feminisierung des Alltags‘ bringt also gesündere Ernährungsformen mit sich. Die Aufwertung des weiblichen Geschmacks und dessen Einfluss auf den Essalltags fördern den Anteil an Gemüse- und Getreideprodukten einer Mahlzeit. Allgemein bevorzugen Frauen gemüsereiche Gerichte sowie pflanzliche Fleischersatzprodukte wie Soja und stärken den Trend der fettärmeren Zubereitung wie in der mediterranen oder der asiatischen Gemüseküche. Besonders in der jüngeren Generation ist der weibliche Einfluss auf die Ernährung und die daraus resultierende Angleichung der Ernährungsweisen signifikant bemerkbar. Dies belegen diverse Studien über das jugendliche Essverhalten und ihre Lieblingsgerichte. Diese sind auch in Zentraleuropa fleisch- und fettärmere Pizza- und Nudelgerichte, und zwar sowohl bei männlichen wie auch weiblichen Jugendlichen.⁹¹

Durch die zunehmende Angleichung des männlichen an den weiblichen Geschmack, rücken die Ernährungswünsche von Frauen auch immer stärker in den Fokus der Gastronomie. „Anspruchsvoller und kritischer als Männer legen sie mehr Wert auf Ambiente, Frische und Vielfalt und sorgen auch für den Aufstieg von gesundheitsorientierten Produkten wie Salat & Co.“⁹² Und nicht nur im Hinblick darauf setzt sich der weibliche Einfluss dominant durch, denn auch im Bezug auf ein nachhaltiges Gesundheitsverhalten nehmen Frauen eine Vorreiterrolle ein, wie sich im Folgenden zeigen wird.

⁸⁹ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 22.

⁹⁰ Ebd., S. 24.

⁹¹ Vgl. Ebd.

⁹² Barbara Mecke: Brot & Spiele – frisch, schnell, schön, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie 06/2007, Frankfurt am Main 2007, S. 62-72, hier S. 72.

2.3 Gesundheit

Bei dem dritten in dieser Arbeit behandelten gesellschaftlichen Veränderungsprozess, der die heutige Esskultur und das Kochverhalten maßgeblich beeinflusst hat und noch zunehmend stärker beeinflussen wird, handelt es sich um die neue Bedeutungszuweisung der Gesundheit für den einzelnen Menschen als auch für die Gesellschaft insgesamt.

Viele Umfragen zum Thema Wertewandel und Ängste veranschaulichen einen rasanten Bedeutungszuwachs des Aspekts der Gesundheit seit Mitte der neunziger Jahre. Gegenwärtig löst das gesundheitliche Wohlbefinden die Themen Arbeit, Umwelt und Krieg ab. Dies gilt nicht nur für den steigenden Anteil älterer Menschen, auch Jugendliche geben hinsichtlich ihrer Ängste und Wünsche immer häufiger den Begriff der Gesundheit an.⁹³ „Die Gesundheit gehört heute zu den wichtigsten Aspekten im Leben eines Menschen“⁹⁴, beschreibt Opaschowski im Jahr 2006 ihren Stellenwert. Für mehr als 95 Prozent der Menschen stellt das gesundheitliche Wohlbefinden den wichtigsten Wert dar und wird als bedeutsamstes Lebensgut angesehen. Dies gilt gleichermaßen für West- wie Ostdeutsche, als auch in verschiedenen Alters-, Sozial- und Berufsgruppen.⁹⁵

Darüber hinaus ist die gesundheitliche Verfassung auch von großer Bedeutung für die Gesamtgesellschaft. Hinsichtlich einiger ökonomischer Tatsachen lässt sich erkennen, dass die Gesundheit auch als materieller Faktor einen rasanten Bedeutungszuwachs erlebt. So nimmt beispielsweise der prozentuale Anteil der Investition für Krankheitsbekämpfung und Gesundheitserhaltung überproportional zum Bruttosozialprodukt zu. In Deutschland wird bereits mehr als 10 Prozent des Bruttoinlandsprodukts für die Gesundheit ausgegeben, Tendenz steigend. Nur die USA und die Schweiz investieren bisher noch mehr in das Wohlergehen der Bevölkerung.⁹⁶ Parallel dazu wächst der Stellenwert der gesellschaftlichen Ausgaben von

⁹³ Vgl. M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 110.

⁹⁴ H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg): a. a. O., S. 78.

⁹⁵ Vgl. Horst W. Opaschowski: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, 2. erw. Aufl. d. Ausg. Wiesbaden 2004, Wiesbaden 2006, S. 62.

⁹⁶ Vgl. Anette Huesmann/ Anja Kirig/ Eike Wenzel: Gesundheitstrends 2010: Von der Symptom-Medizin zur neuen Gesundheitskultur, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2006, S.7.

Gesundheitsstörungen, die auf falsche Ernährung zurückzuführen sind wie beispielsweise Diabetes mellitus zunehmend an.⁹⁷

Hinzu kommt eine kontinuierlich steigende Nachfrage an Arbeitsplätzen im Gesundheitssektor. Die Anzahl der in Pflegeberufen Beschäftigten hat sich in den vergangenen zehn Jahren in Deutschland beinahe verdreifacht. Bedingt wurde dies zum einen durch die Alterung der Gesellschaft und der damit einhergehenden Vielzahl von unterschiedlichen Beschwerden und Krankheiten, als auch durch eine wachsende Zahl älterer Menschen, die sich vermehrt gesundheitsbezogene Dienstleistungen leisten können.⁹⁸

Das Gesundheitsbewusstsein nimmt im Zuge des Wertewandels nicht nur eine immer größere Rolle ein, es erfolgt auch eine Wandlung des Gesundheitsbegriffs an sich. Während ein Krankheitsgefühl oder Unwohlsein früher weitgehend auf ein deutliches Symptom einer Krankheit zurückzuführen war, so fühlt man sich mittlerweile krank, wenn konkrete Lebensqualitäten nicht stimmen. Infolge dessen erweitert sich der Krankheitsbegriff um Gefühle wie Unwohlsein als auch Defizite in Bereichen der körperlichen Fitness, Potenz und des Glücksgefühls.⁹⁹

Gesundheit wird längst nicht mehr nur aus medizinischer Perspektive als ‚Abwesenheit von Krankheit‘ verstanden, sondern zunehmend ganzheitlich, wobei soziale und psychische Aspekte an Bedeutung gewinnen.¹⁰⁰

Im Zuge dieser Verschiebung von der „Symptomkrankheit zur Wohlfühlkrankheit“¹⁰¹ erfolgte auch die Verlagerung von einem passiven zu einem aktiven Gesundheitsbegriff. An Stelle der Symptom-Medizin treten zunehmend ein proaktives Gesundheitsverhalten und alternative Heilmethoden, die weitgehend von dem Patient selbst bestimmt sind. Wendete noch in den siebziger Jahren ausschließlich eine kleine Minderheit derartige alternative Behandlungsformen an, so hat sich die Kritik an der Schulmedizin inzwischen bis zum Kern der Gesellschaft

⁹⁷ Vgl. M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 110f.

⁹⁸ Vgl. Ebd., S. 111.

⁹⁹ Vgl. M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar, Claudia: a. a. O., S. 12.

¹⁰⁰ H. Rützler: Future Food, S. 14.

¹⁰¹ M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar (Hg.): a. a. O., S. 12.

ausgebreitet.¹⁰² Beratung in Apotheken und Selbstmedikation durch rezeptfreie Mittel wie beispielsweise Kräutertee, Schüssler Salze oder homöopathische Mikroglobuli sind Teil des Alltags geworden.

„Die Mythologie der chemischen und mechanischen Therapie bricht derzeit in sich zusammen“¹⁰³, begründet Matthias Horx dieses Verhalten. Immer mehr Menschen entwickeln ein neues Körperverständnis und begreifen Heilung und Gesundheit zunehmend als einen aktiven Vorgang des Körpers, der durch die Einnahme von Medizin lediglich unterstützt werden kann. So wird der Erfolg der Genesung auch nicht mehr einem Arzt oder einer Tablette zugeschrieben, sondern einzig dem Immunsystem und den damit zusammenhängenden komplexen körpereigenen Prozessen. Infolge dessen haben besonders die Formen der psychosomatischen Medizin wie Akupunktur, Ayurveda und traditionelle chinesische Medizin verstärkt an Bedeutung gewonnen.¹⁰⁴ Somit schließen sich Schulmedizin und alternative Medizin zukünftig nicht mehr zwangsläufig aus, sondern es werden vermehrt komplementäre Behandlungsformen nachgefragt, in denen sich alternative und schulmedizinische Methoden auf sinnvolle Weise zu einer ganzheitlichen Medizin verbinden, die sich an Gesundheit anstatt an Krankheit orientiert.¹⁰⁵

Mit diesem ‚Inne-Horchen‘ der Menschen wandelt sich auch der Gesundheitsbegriff an sich. Während früher das materielle Wohlergehen im Vordergrund stand, so sind die Menschen durch den Wohlstand der letzten Jahrzehnte gemeinhin versorgt und sehnen sich nach neuen Idealen der Zwischenmenschlichkeit, des Allgemeinwohls wie auch Sinn und Lebensfreude.¹⁰⁶ Kurzum rückt gegenwärtig die Suche nach mehr Lebensqualität ins Zentrum:

¹⁰² Vgl. M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 112.

¹⁰³ Ebd.

¹⁰⁴ Der Lehre der Psychosomatik liegt der Glaube zugrunde, dass Körper und Seele in direkter Wechselwirkung stehen, wodurch Krankheit nicht als rein körperlicher Prozess verstanden wird, sondern als vielfach mitbedingt durch die psychische Auseinandersetzung mit der Umwelt. Vgl. dazu: Meyer-Lexikonredaktion des Verlages Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, Mannheim (Hg.): Der grosse Coron, Lachen 1988 (Bd. 14 Peck-Quel), S. 435.

¹⁰⁵ Vgl. M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 112.

¹⁰⁶ Vgl. H. W. Opaschowski: Deutschland 2020, S. 64.

Neue Bedürfnisse und neue Werthaltungen, neue Ansprüche und neue Dienstleistungen, vor allem mehr individuelles Wohlbefinden und höhere Lebenszufriedenheit. Auf einen Nenner gebracht: Suche nach Glück.¹⁰⁷

Diese Bedeutungsverschiebung resultiert aus dem Bedürfnis nach einem Ausgleich des zunehmenden Leistungsdrucks, der durch die wachsende Mobilität der Gesellschaft, respektive der veränderten Arbeitsbedingungen und Lebensumstände entsteht. Um eine Balance herzustellen und aufrechtzuerhalten vergrößert sich der Wunsch nach Techniken und Verhaltensweisen zur Entspannung, Ablenkung und Regeneration und es entsteht die Sehnsucht nach Ausgeglichenheit und Harmonie. Die Gesundheit wird hierbei als eine „unverzichtbare Voraussetzung“¹⁰⁸ für die eigene Lebensqualität angesehen, da diese in der persönlichen Wahrnehmung eng mit Wohlfühlen und subjektivem Wohlbefinden verbunden ist.¹⁰⁹

Eckpfeiler für das Wohlfühl sind Freiheit und Naturverbundenheit: Zwanglos und ohne Zeitdruck sein, das Gefühl der Weite im Sinne von Wahlfreiheit und eine immer mitschwingende Sehnsucht nach Naturnähe im übertragenden Sinn (In-sich-selbst-Ruhen, Eins-Sein mit der Natur).¹¹⁰

Daraus resultiert ein gesundheitsorientiertes Lebenskonzept, in dem ein proaktives Gesundheitsverhalten ins Zentrum gestellt wird, das sich der Vorsorge und einem „Krankheitsvermeidungs-Lebensstil“¹¹¹ verschrieben hat. Der aufkommende Religionscharakter der Gesundheit wirkt sich auch auf die Bedeutung des eigenen Körpers aus, der nun auf neue Weise wahrgenommen wird:

nicht mehr als ‚Hülle‘, sondern als ‚Sitz‘ der Identität. Nicht mehr als ‚Anhängsel‘, sondern als Mittelpunkt des Ich. Der Körper wird [...] das letzte Refugium, das man – scheinbar – kontrollieren und verändern kann.¹¹²

Der eigene Körper wird zum „Fels in der Brandung und Aushängeschild für die eigene Identität.“¹¹³ Jedoch reagiert er auch empfindlich gegenüber Alterung, Schwäche und Stress und muss daher ausreichend gepflegt werden. Die bewusste Beschäftigung mit dem eigenen Körper und dem eigenen Gesundheitszustand

¹⁰⁷ H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg.): a. a. O., S. 77.

¹⁰⁸ Ebd., S. 84.

¹⁰⁹ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 15.

¹¹⁰ H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg.): a. a. O., S. 82.

¹¹¹ M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar (Hg.): a. a. O., S. 12.

¹¹² Ebd., S. 11.

¹¹³ Ebd., S. 12.

verheißt nicht nur Wohlbefinden, sondern wird zunehmend zur Voraussetzung für beruflichen Erfolg und Zufriedenheit sowie befriedigende soziale Integration. Wobei diese sich nicht automatisch einstellen, sondern sich immer wieder aktiv dafür eingebracht werden muss.¹¹⁴ Wichtig ist die Orientierung an der modellhaft gesunden, leistungsfähigen sportlichen Figur. Der Titel einer erfolgreichen Zeitschrift dieser Jahre „Fit for Fun“ kann in diesem Zusammenhang exemplarisch für den neuen Zeitgeist gesehen werden, der die Menschen vom eigenen Körper als ‚Body‘ zu sprechen gelehrt hat, an dem zu arbeiten sich für eine gute ‚Performance‘ lohnt.

Die derart gesteigerte Bedeutung von Gesundheit wurde zum Teil nicht unwesentlich durch den Einfluss der zunehmenden Individualisierung der Gesellschaft und der damit verbundenen Auffassung mitbedingt, in der „das erwachsene, „allseits entwickelte“ Individuum [...] seines Glückes, seines Körpers und seiner Arbeitswelt „Schmied“ ist.¹¹⁵ Diese neue „Selbstwahrnehmungs-Intensität“¹¹⁶ mit dem Anspruch auf eigene Lebensgestaltung, Selbstvorsorge und Steigerung der Lebensqualität hat nicht nur Konsequenzen auf das Körperbild, sondern auch auf soziale Strukturen und das Konsumverhalten. Auch die Gesundheit wird zur „Frage an das Selbst“¹¹⁷, wodurch sie nun nicht mehr ausschließlich der medizinischen Seite entspricht, sondern sich zunehmend auf andere Bereiche wie Ernährung, Arbeit, Lebensstil, Sexualität und Liebe ausweitet.

2.3.1 Wellness als symbolischer Schlüsselbegriff

Infolge der Grenzüberschreitung und Ausdehnung des Gesundheitsbegriffs hat sich der Begriff „Wellness“ als magisches Zauberwort und „Mantra der neuen Gemeinde der Gesundheitszentrierten“¹¹⁸ entwickelt. Wellness ist heute überall in unserem Alltag. Ob Anti-Stress-Duschen, Aromabäder oder Aprikosen-Peelings,

¹¹⁴ Vgl. H. Rützler: Future Food, S. 15.

¹¹⁵ Matthias Horx: Megatrend Dokumentation. Kapitel 5: Gesundheit, Zukunftsinstitut (Hg.), Kelkheim 2002, S. 1-36, hier S. 13.

¹¹⁶ M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar (Hg.): a. a. O., S. 11.

¹¹⁷ M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 113.

¹¹⁸ Ebd., S. 116.

an Wellness-Sprays, Handcremes, Körperlotionen oder Massageölen herrscht kein Angebotsmangel. Ganz im Gegenteil, beinahe täglich werden neue Produkte unter dem Beinamen Wellness vorgestellt, die eine „professionelle Anleitung zum Körperdesign“¹¹⁹ bieten.

So inflationär wie dessen Wortgebrauch, ist auch die Vielzahl an unterschiedlichen Bedeutungen, weshalb sich die Aufgabe eine allgemeingültige Definition für Wellness zu finden, als unlösbar herausstellt. Obwohl auch über die Herkunft des Begriffs an sich Uneinigkeit herrscht, lässt sich doch hier immerhin eine Tendenz hinsichtlich eines bestimmten Ursprungs feststellen. Es existiert zwar einerseits die Meinung der Ausdruck Wellness stamme aus den USA, wo er als Gegenbegriff des englischen Wortes illness (Krankheit) entwickelt wurde,¹²⁰ die Mehrheit ist jedoch anderer Auffassung. Sie führt die Bezeichnung Wellness auf eine Weiterentwicklung des Wortes Fitness zurück¹²¹

Eine aktive körperliche Betätigung und Sportlichkeit tragen im Zuge des neuen Gesundheitsverständnisses und Körperbewusstseins wesentlich zu einem positiven Lebensgefühl bei. Während die vormalige Fitnesswelle als berechtigte Reaktion auf die industriellen Lebensgewohnheiten - überwiegend sitzende Tätigkeit, wenig Bewegung - eher mit neuen Zwängen und dem Nacheifern eines modernen Körperideals verbunden war, so zielt der Wellness-Begriff auf andere Werte. Anstatt körperliche Idealmaße, gesundem Herz oder trainiertem Körper rückt ein selbstbestimmter Begriff der Balance ins Zentrum der Sehnsucht.¹²²

Das Ziel dieser Balance besteht in der Einheit von Körper, Geist und Seele. So soll eine körperliche Betätigung möglichst in Verbindung mit seelischer Erholung wie auch geistiger Aktivierung stehen, wobei das persönliche Wohlbefinden, das ‚well-being‘, im Vordergrund steht. Dieser Bedeutungswandel des Fitnessbegriffs wird mehrheitlich als der Ursprung des Begriffs Wellness angesehen, der sich demnach aus der Verschmelzung der Wörter Well-being und Fitness ergibt.¹²³

¹¹⁹ M. Horx: Megatrend Dokumentation. Kapitel 5: Gesundheit, S. 18.

¹²⁰ Vgl. C. Freidl: a. a. O., S. 19.

¹²¹ Vgl. H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg.): a. a. O., S. 24.

¹²² Vgl. M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 239.

¹²³ Vgl. H. W. Opaschowski: Deutschland 2020, S. 265.

Während Fitneß noch tief aus der industriellen Logik stammt, richtet sich Wellness im Herzen der Individualkultur (Wahlmöglichkeiten, Innenorientierung, Selbstreflexivität) ein. *Ich will so werden, wie ich bin – und mit mir selbst in Einklang kommen.*¹²⁴

Auf profaner Ebene bezeichnet Wellness einfach ein allgemeines Wohlbefinden und Wohlfühlen: „Wir sind ‚well‘, wenn es uns gut geht.“¹²⁵ Daher bezieht der Begriff Wellness auch nicht nur sportliche Aktivitäten, sondern auch weniger sportliche Tätigkeiten mit ein. Denn der Grundgedanke der Balance zwischen Körper, Geist und Seele hinsichtlich eines ausgeglichenen Lebens beeinflusst mittlerweile beinahe alle Bereiche des alltäglichen Lebens.¹²⁶ Zur Gesundheitsfrage zählen nun mit einem Mal auch Faktoren wie Zeit und Rhythmus, Umgebung und Atmosphäre (z.B. Feng Shui), Sinnlichkeit und Duft, Geschmack, Schlaf und Stressbewältigung. Dadurch verlagert sich der Gesundheitsbegriff von einer breiten Front von Verhaltensmaßregeln, Anleitungen und Wunderdiäten zu einem „Balanceakt der Selbstfindung“¹²⁷.

Kern und Ursprünge der ‚Wellness-Welt‘ werden in Entspannungseinrichtungen wie dem arabisch-türkischen Hamam Bad, Saunalandschaften oder dem sogenannten Spa (sanus per aquam – gesund durch Wasser), die im Zuge der ‚Wellness-Welle‘ eine Renaissance erleben auf den Punkt gebracht. Sie repräsentieren eine Welt aus den verschiedenen Elementen wie Wasser, Wärme und Luft, leisen Geräuschen, stilvollen architektonischen Formen und Verwöhnung durch Massagen, Heil- und Dampfbäder. Anders gesagt, eine „Gegenwelt zur urbanen Reizwelt, in der wir uns auf den Körper, die Sinne und die Stille zurückziehen.“¹²⁸

Da die Arbeits- und Lebensumstände der modernen Gesellschaft eine permanente Zunahme von Stressfaktoren mit sich bringen, ist Ablenkung und Erholung unerlässlich. Hier bildet Wellness mit dem Ziel der Balance zwischen Beruf und Familie sowie Außen- und Innenwelt eine adäquate Lösung. Primär wird Wellness

¹²⁴ M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 116.

¹²⁵ M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar (Hg.): a. a. O., S. 6.

¹²⁶ Vgl. C. Freidl: a. a. O., S. 20.

¹²⁷ M. Horx: Die acht Sphären der Zukunft, S. 117.

¹²⁸ M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar (Hg.): a. a. O., S. 5.

demnach definiert als „die Wiederherstellung der durch Beschleunigungstrends und Komplexitätssteigerung verloren gegangenen Balance im Leben.“¹²⁹

Ein weiterer Grund für die Akzeptanz von Wellness in der Gesellschaft liegt im Wertewandel hinsichtlich des Individualismus und Hedonismus. So spricht Wellness besonders die Menschen an, die sich selbst etwas gönnen und sich verwöhnen wollen und auf der Suche nach Abwechslung, Spannung, Spaß, Genuss und Selbstverwirklichung sind. „Das Individuum stellt sein Selbst-Erleben in den Mittelpunkt, es wendet sich primär ‚sich selbst zu‘ und versucht, die sinnliche und körperliche Lebensqualität zu verfeinern.“¹³⁰

Horx beschreibt neben dieser eher „narzistisch-konsumorientierten“¹³¹, körper- und gesundheitsbezogenen Wellness, die auf aktive Anwendungen der Entspannung, Verwöhnung und Verschönerung ausgelegt ist, woraus besonders der Tourismusbereich profitiert, noch eine zweite Wellnessform. Diese bezieht sich auf die eigene Persönlichkeit und deren Entfaltung. Hierbei werden eine „aktive Selbstkompetenz“¹³² und ein ausgeglichenes Leben in den Mittelpunkt gestellt, wodurch sich die Wellness-Aktivitäten mehr nach dem Geist als dem Körper richten.

Insgesamt geht es bei Wellness also um Genuss, Harmonie und den Einklang mit sich selbst. Der Ausgleich von den Belastungen des Alltags ist Auslöser menschlichen Wohlbefindens und reduziert somit den Grad der Stressbelastung. In den Mittelpunkt allen Handelns wird dabei der Mensch in seiner Ganzheit gerückt. Dabei ist wichtig, dass das Gesundheitsverhalten Freude macht, Erfolgserlebnisse vermittelt, den Alltagsstress vermindert, Alltagsfreuden fördert und zentrale Bedürfnisse der Lebensqualität befriedigt. Mit Gesundheitsverhalten darf nicht asoziale Askese durch krampfhaftes Diätzwänge, erzwungenen täglichen Pflichtsport und Versagens allen Genusses verbunden werden.¹³³ Wellness wird als „ganzheit-

¹²⁹ M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar (Hg.): a. a. O., S. 7.

¹³⁰ Ebd., S.20.

¹³¹ Ebd., S. 7.

¹³² Ebd., S. 20.

¹³³ Vgl. Reinhold Bergler: Gesundheit und Genuss, in: Thomas Hauer (Hg.): Das Geheimnis des Geschmacks. Aspekte der Ess- und Lebenskunst, Berlin 2005, S. 82-99, hier S. 83.

liche Lebensrezeptur“¹³⁴ angesehen, in der immer das eigene Wohlbefinden im Vordergrund steht.

Wellness wird zur neuen *Destination für Körper, Geist und Seele* erklärt. Angestrebt wird eine Mixtur aus Physischem und Psychischem, Mentalem und Spirituellen, Exotischen und Esoterischem. Alles zielt auf Wohl, Wohlfühlen und Wohlbefinden, auf „Life in Balance“ oder „Energy Balancing“ zwischen Tai-Chi über Meditation bis zu Feng Shui Gesichtsmassagen. Wellness-Angebote verstehen sich als Verwöhnprogramm mit Wohlfühlatmosphäre.¹³⁵

Zwar legen Frauen im Vergleich zu Männern immer noch mehr Wert auf ihre Gesundheit und ihr Äußeres, doch hat das Interesse von Männern am eigenen Körper und dem persönlichen Wohlbefinden in den letzten Jahren stark zugenommen, was sich beispielsweise an der Vielzahl von Pflegeprodukten für Männer erkennen lässt. Doch Wellness beschränkt sich nicht auf die Kosmetikindustrie. Durch das neue Körperbewusstsein – „[E]in schlanker, schöner und leistungsstarker Körper ist das Ideal unserer Gesellschaft“¹³⁶ – kristallisieren sich auch neue Lebensziele heraus, die für neue Bedarfs- und Berufsfelder sorgen. Opaschowski verdeutlicht den Markteinfluss von Wellness anhand der neuen Lebensziele „Gesünder leben – Geselliger leben - Genussorientierter leben – Aktiver leben – Bewusster leben.“¹³⁷

Grundsätzlich wirkt sich die ‚Wellness-Welle‘ auf alle Branchen aus, die direkt mit dem Endverbraucher zu tun haben. Infolge dessen verschwimmen die Grenzen zwischen Kosmetik und Körperpflege, Pharma, Sport und Ernährung: „Der ganzheitliche Aspekt der Wellness verschmelzt diese Branchen.“¹³⁸ War Wellness zu Beginn aufgrund der damit verbundenen Kosten ausschließlich ein Trend innerhalb der besser situierten Mittel- und Oberschicht, so hat es sich aufgrund der Ausdehnung des Angebots zu einem Lebensgefühl entwickelt, dass auch innerhalb der anderen Bevölkerungsschichten festzustellen ist.

¹³⁴ C. Freidl: a. a. O., S. 20.

¹³⁵ H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg.): a. a. O., S. 239.

¹³⁶ C. Freidl: a. a. O., S. 72.

¹³⁷ H. W. Opaschowski: Deutschland 2020, S. 134.

¹³⁸ M. Horx/ O. Horx-Strathern/ C. Gaspar (Hg.): a. a. O., S. 20.

2.3.2 Von der „Health-Society“ zu „Lohas“ und „Foodies“

Das Ausmaß der Wellness-Bewegung verdeutlicht, dass die heutige Gesellschaft sich zunehmend über Gesundheit zu definieren beginnt. Gesundheit, Wohlbefinden und körperliche Attraktivität haben sich zu den wichtigsten Grundbedürfnissen im Leben der Menschen entwickelt. Infolge dessen werden Wohlfühlen und Gesundheitsbewusstsein vermehrt zu einem Konsumgut und Ausdruck des Lebensstils: In der Zeit der individuellen Selbstverantwortung wollen die körperbewussten Kunden die Gesundheit „lustvoll konsumieren“¹³⁹.

Dementsprechend ist die Gesundheit zu einem „Megatrend“¹⁴⁰ und der „gesellschaftlichen Leitwährung“¹⁴¹ geworden und Auslöser neuer Wortschöpfungen wie beispielsweise der „Health-Society“¹⁴². Ihr Entwurf beschreibt eine zukünftige Gesellschaft, die sich primär über das Streben nach Gesundheit und Wohlfühlen definiert. Gesundheit wird hierbei zu einem allgegenwärtigen Phänomen, das sowohl die weltweiten Konsummärkte, als auch die Arbeitswelt, das Privatleben und den Bereich der Freizeit maßgeblich beeinflusst. Ziel ist eine Kultur des Wohlbefindens, „deren Menschen mit immer größerem Genuss nach einer möglichst stabilen Life-Work-Balance streben“¹⁴³.

In diesem Entwurf spiegelt sich die Tatsache, dass Genussfähigkeit und Genießen heute in der Gesellschaft als positive Eigenschaften angesehen werden, die eng mit Wohlbefinden, Gesundheit und Lebensqualität verknüpft sind. Vor diesem Hintergrund hat sich dann auch so etwas wie das „Leitbild des Genießers und das Feindbild des Nichtgenießers“¹⁴⁴ entwickelt. Der Genießer begreift Genuss ausschließlich als positives, anregendes Erlebnis, dass zu einer Verbesserung des körperlichen Wohlbefindens und Steigerung der Lebensqualität führt, wodurch er sich selbst verwöhnen und entspannen kann. Insbesondere erlebt er aber im Genuss Gefühle der Zufriedenheit, Entspannung und Freude.

¹³⁹ Vgl. Dr. A. Huesmann/ A. Kirig/ Dr. E. Wenzel (Hg.): a. a. O., S. 6.

¹⁴⁰ C. Freidl: a. a. O., S. 15.

¹⁴¹ Dr. A. Huesmann/ A. Kirig/ Dr. E. Wenzel (Hg.): a. a. O., S. 7.

¹⁴² Ebd.

¹⁴³ Ebd.

¹⁴⁴ R. Bergler: a. a. O., S. 85.

Wenn der Genießer genießt, verbessert sich in seiner Selbstwahrnehmung, insbesondere seine Stimmung, er wird selbstbewusster und leistungsfähiger, er entspannt sich, kann sich auch von Problemen ablenken und diese besser bewältigen. Im Genuss erlebt sich der Genießer zunächst als sinnlicher, mit gesteigerter Wahrnehmung, aber auch als kreativer und innovativer. Er zeigt sich als körpersensibler Mensch, der für sich selbst den Erklärungszusammenhang zwischen Genuss und Förderung körperlicher und seelischer Gesundheit erkannt hat.¹⁴⁵

Je höher die Genussfähigkeit ausgeprägt ist, desto häufiger zeigt sich auch ein aktiv und bewusst gesundheitsorientiertes Verhalten: es wird mehr Sport getrieben, auf gesunde Ernährung geachtet, Einsamkeit vermieden und Krankheitsvorsorge betrieben. Mit zunehmender Genussfähigkeit geht somit auch ein bestimmtes Geschmacksverständnis einher.¹⁴⁶ Immer mehr Menschen richten sich bei der Nahrungsmittelauswahl und der Entscheidung über ihr Ernährungsverhalten danach, ob diese ihrem persönlichen seelischen und körperlichen Wohlbefinden förderlich sind. Daraus erfolgt eine bewusste Auseinandersetzung damit, wann, was, wie häufig, wo und mit wem gegessen wird. „Es geht in Zukunft stärker um den Versuch die eigene Performance zu optimieren, um ein individuell-personalisiertes Energie- und Stimmungsmanagement“¹⁴⁷.

Aufgrund dessen werden die Nahrungsmittel und das Essen an sich bewusster mit zusätzlichen Attributen belegt. So sollen die Lebensmittel Gesundheit und Immunsystem unterstützen und stärken, Schlankheit erzielen und erhalten, physische Leistungsfähigkeit sowie Energie und Stimmung erhöhen und besonders seelisches Wohlbefinden, Entspannung und Erholung fördern.¹⁴⁸ Kurz gesagt: Sie sollen dazu verhelfen, besser fühlen, sehen und denken zu können. Daraus resultiert eine größere Auswahl an Produkten, welche die Gesundheit durch die Nahrungsaufnahme positiv beeinflussen sollen. Das Angebot reicht von ökologisch angebautem Gemüse über mit Kulturen versetztem Joghurt bis hin zu Margarine, die den Cholesterinspiegel senken soll. Trotz dieser gesteigerten Gesundheitsorientierung nimmt der Genuss dabei einen ebenso wichtigen Stellenwert ein. Die Einstellung „Wohlfühlen kann man jetzt essen“¹⁴⁹, wird zum Leitgedanke.

¹⁴⁵ R. Bergler: a. a. O., S. 86.

¹⁴⁶ Vgl. Ebd., S. 93.

¹⁴⁷ H. Rützler: Future Food, S. 15.

¹⁴⁸ Vgl. Ebd.

¹⁴⁹ C. Freidl: a. a. O., S. 81.

Laut einer Studie des Marketing-Informationsunternehmens AC Nielsen aus dem Jahr 2007 achtet zwar jeder zweite Deutsche auf eine gesunde Ernährung,¹⁵⁰ allerdings differiert das Verständnis darüber, was gesund ist und die Möglichkeiten, wie eine gesunde Ernährung umgesetzt werden kann, beträchtlich. Dies hängt im Wesentlichen damit zusammen, dass das gesteigerte Gesundheitsbewusstsein, wie bereits der Wellness-Trend, überwiegend nur in besser verdienenden und gebildeten Milieus Anwendung beziehungsweise Umsetzung erfährt.

Angelika Meier-Ploeger unterscheidet grundsätzlich drei Prototypen der Ernährungsstile innerhalb der Bevölkerung. Dem ersten Typ sind diejenigen zuzuordnen, die ihre Bedürfnisse sofort und möglichst kostengünstig befriedigt haben möchten; also „alles zu jeder Zeit an jedem Ort“¹⁵¹. Daher ernähren sie sich bevorzugt von Fast Food, Fertiggerichten und Convenience-Produkten, die sie als vielfältig, modisch und originell ansehen. Die Menschen dieses Ernährungsstils empfinden Kochen als eine lästige, lustlose Tätigkeit und sind meist desinteressiert an Ernährungsfragen und –wissen. Dieser Essstil ist überwiegend in den schlechteren Bildungs- und Einkommensmilieus zu beobachten.¹⁵²

Obwohl viele diesem ersten Prototyp zugewiesen werden können und sich demzufolge eine Vielzahl an Menschen ungesund ernährt, hat im Gegenzug das Wissen über gesunde Ernährung in den letzten Jahren immens zugenommen. Dementsprechend haben sich mehr Menschen eine erhöhte Sensibilität für Lebensmittel als auch neue Kenntnisse und Fähigkeiten angeeignet. Dabei ist zu beobachten, dass mit einem größeren Wissen über Nahrung und einem bewussten **Ernährungsverhalten** mehrheitlich eine höhere Bildung als auch ein größeres Einkommen einhergeht.¹⁵³ So kann am Beispiel der Ernährung ein Auseinanderdriften der Gesellschaft beobachtet werden: „Insbesondere für den Mittelstand hat Essen, Ko-

¹⁵⁰ Vgl. AC Nielsen: Gesund und schlank – Verbrauchereinstellungen aus dem Homescan Consumer Panel, AC Nielsen Homescan (Hg.), Januar 2007, de.nielsen.com/news/documents/Presscharts-Gesundheitsbewusstsein-Uebergewicht_000.ppt, zuletzt aufgerufen am 20.04.2008, S. 1-9, hier S. 4.

¹⁵¹ A. Meier-Ploeger: a. a. O., S. 9.

¹⁵² Vgl. Ebd.

¹⁵³ Vgl. Almut Siegert: Schöner essen, in: Für Sie, Nr. 26/2007, S. 90-94, hier S. 93.

chen und Trinken eine besondere symbolische Bedeutung, da es kulturelle Vormacht gegenüber den anderen Schichten unter Beweis stellen soll.“¹⁵⁴

Diejenigen, deren Wissen über Ernährung und Nahrungsmittel kontinuierlich zunimmt und die den Wunsch verspüren, täglich etwas für die Gesundheit zu tun, pflegen dennoch bei weitem nicht das gleiche Essverhalten. Meier-Ploeger teilt diese Gruppe in zwei Ernährungsrichtungen auf und fasst sie unter dem zweiten und dem dritten von ihr beschriebenen Prototyp der Ernährungsstile zusammen. Während die Menschen, die dem zweiten Typ zugewiesen werden können, besonderen Wert auf den gesundheitlichen Aspekt legen, den die Nahrung für die Leistungsfähigkeit des Körpers hat, demonstrieren diejenigen, deren Ernährungsverhalten dem dritten Typ entspricht, gerne die Kenner- und Könnerschaft, wobei der Genuss im Vordergrund steht.¹⁵⁵ Trendforscher bezeichnen die Menschen dieser beiden Strömungen des Ernährungsverhaltens auch als „Lohas“ und „Foodies“.

Mit dem Begriff Lohas werden diejenigen bezeichnet, die einen „Lifestyle of Health and Sustainability“ pflegen, einen Lebensstil, der sich an Gesundheit und Nachhaltigkeit orientiert. Das Bedürfnis gesund zu genießen, verbunden mit der Angst vor Zusatz- und Konservierungsstoffen, Pestiziden, Gentechnik und Lebensmittelskandalen steht bei diesen ‚bewussten Essern‘ im Vordergrund.¹⁵⁶ Daher vertrauen sie primär auf biologische Produkte und achten auf Qualität sowie Frische der Lebensmittel. Durch eine hochwertige und disziplinierte Ernährung möchten Lohas die Gesundheit und Leistungsfähigkeit des eigenen Körpers fördern und erhalten. Der Preis beim Lebensmitteleinkauf spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle.

Grundsätzlich zeigen die Anhänger dieses Ernährungsstils ein großes Feingefühl für „ein ganzheitliches Ernährungsverständnis und ein starkes Bewusstsein für die Zusammenhänge von Ernährung und Gesundheit.“¹⁵⁷ Gemüse, Obst und Salat bilden die Basis der Ernährung, wohingegen Fleisch eine weitaus kleinere Rolle

¹⁵⁴ H. Rützler: Future Food, S. 23.

¹⁵⁵ Vgl. A. Meier-Ploeger: a. a. O., S. 9.

¹⁵⁶ Vgl. Dr. A. Huesmann/ A. Kirig/ Dr. E. Wenzel (Hg.): a. a. O., S. 27.

¹⁵⁷ I. Stieß/ D. Hayn: a. a. O., S. 33.

spielt. Infolge dessen sind Lohas häufig Vegetarier, Veganer oder richten sich nach einer bestimmten Ernährungslehre wie Ayurveda oder Makrobiotik. Im Vordergrund dieses Ernährungsverhalten steht immer die „Synthese aus Genuss und gesundheitsbewusstem Lebensstil“¹⁵⁸.

Im Gegensatz zu den Lohas richten sich diejenigen, die den Foodies zugeordnet werden, nicht ausschließlich nach dem strikten gesundheitlichen Nutzen der Nahrung, sondern begeistern sich für das Essen an sich und sind an allem interessiert, was damit zu tun hat: „Essen gilt als genussvolles Erlebnis für die Sinne.“¹⁵⁹ Foodies zeichnen sich durch eine große Wertschätzung von qualitativ hochwertigem, abwechslungsreichem Essen aus sowie einem gesteigerten Interesse an Ernährungsthemen. Damit einher geht eine erhöhte Sensibilität für die Lebensmittelvielfalt, die eine größere Kenntnis über die Nahrungszubereitung und die Verwendung und den Genuss von Kräutern und Gewürzen zur Folge hat.¹⁶⁰

Foodies möchten mit ihrem Ernährungsstil niemanden ausschließen, sondern im Gegenteil ermuntern und für Essen und Kochen begeistern. Sinnlichkeit und Genussfreude stehen dabei stets im Zentrum ihres Ernährungsverhaltens.¹⁶¹ Aufgrund des hohen Stellenwerts des Essens entwickeln sich unter ihnen teilweise verstärkt Geschmackseliten, die als neue und jüngere Generation von Feinschmeckern und Gourmets immer neue Kochtechniken und Geschmackskompositionen entwickeln. Foodies sind grundsätzlich offen für alle Lebensmittel und Produkte, selbst teilweise vorgefertigte Nahrungsmittel werden nicht vollkommen ausgeschlossen, da häufig wochentags nicht viel Zeit zum Essen bleibt. Diese bereits fertigen Komponenten werden dann jedoch immer qualitativ verfeinert und somit „personalisiert“¹⁶². In diesem Verhalten zeigt sich ein weiteres Leitmotiv dieses Ernährungsstils, nämlich „Spaß am Neuen und Genuss ohne Stress.“¹⁶³

¹⁵⁸ Vgl. I. Stieß/ D. Hayn: a. a. O., S. 93.

¹⁵⁹ Ebd., S. 34.

¹⁶⁰ Vgl. R. Bergler: a. a. O., S. 94.

¹⁶¹ Vgl. A. Siegert: a. a. O., S. 93.

¹⁶² Stefanie Bierbaum: Interview: „Seht her, was ich esse!“, in: Für Sie, Nr. 26/2007, S. 95.

¹⁶³ A. Siegert: a. a. O., S. 94.

So pflegen Foodies einen entspannten und undogmatischen Umgang mit dem Essen, weshalb sie gern, aber nicht zwingend biologische oder andere hochpreisige Lebensmittel verwenden. Mit dem Hauptaugenmerk auf den Qualitäts- und Gesundheitsmotiven kaufen sie je nach Bedürfnis und Gelegenheit luxuriöse Delikatessen und biologische Erzeugnisse genauso wie vorgefertigte Produkte oder Lebensmittel aus dem Discounter. Opaschowski bezeichnet dieses Verhalten als „Luxese“ – mal Luxus, mal Askese, ein Spagat zwischen Sparen und Verschwenden¹⁶⁴, und beschreibt damit eine gegenwärtig feststellbare neue Lebenskunst der Deutschen. Denn nicht mehr nur bei Foodies ist das Nebeneinander von Gourmetküche und schnellem Imbiss, von aufwendigem Kochen und Blitzrezepten sowie Fertigessen privat und im Kleinen längst zu einem akzeptierten Lebensmodell geworden.

Gesundheit und Ernährung sind zu einer untrennbaren Einheit avanciert. Zwar ist die Bedeutung der Nahrung für das eigene Wohlfühl an sich nicht neu, doch wie sich das gegenwärtige gesteigerte Gesundheitsverhalten auf das individuelle Ernährungsverhalten, die Lebensmittelindustrie und wie im Folgenden gezeigt wird vor allem auf die Medien auswirkt, ist beispiellos.¹⁶⁵ Die für diese anschließende Auseinandersetzung mit den Kochsendungen relevanten gesamtgesellschaftlichen Veränderungsprozesse hinsichtlich ihrer Konsequenzen auf das Ernährungs- und Kochverhalten lassen sich folgendermaßen zusammenfassen.

Der Wandel der Arbeitswelt, die veränderten Geschlechterverhältnisse und -beziehungen, die zunehmende Individualisierung und Pluralisierung von Wertorientierungen und Lebensstilen stellen veränderte Anforderungen an die Organisation und Ausgestaltung der individuellen Lebensführung sowie an Koordination von Erwerbs- und Hausarbeit. Aufgrund der zunehmenden Ausdifferenzierung der Lebensstilorientierungen bieten sich zudem verschiedene Richtlinien für Entscheidungen über die Nutzungsmöglichkeiten vorhandener freier Zeit im Alltag. Durch diesen gesamtgesellschaftlichen Wandel werden traditionelle Formen der räumlichen, als auch zeitlichen Organisation der Ernährungsweise in Frage gestellt. Entsprechend verhält es sich mit dem kommunikativen und sozialen As-

¹⁶⁴ H. W. Opaschowski/ M. Pries/ U. Reinhardt (Hg.): a. a. O., S. 51.

¹⁶⁵ Vgl. A. Huesmann/ A. Kirig/ E. Wenzel (Hg.): a. a. O., S. 26.

pekts des Essens, wie beispielsweise der Mahlzeit in der Familie, im Freundes- und Bekanntenkreis oder auf der Arbeit.

Die Erhöhung gesellschaftlicher Wahlmöglichkeiten und eine zunehmende Stilisierung des Ernährungsverhaltens bringen zudem einen vermehrten Wissensbedarf mit sich, der bei den Gesundheits- und Ernährungsbewussten mit einem verstärkten Beschaffungs- und Zubereitungsaufwand einhergeht und bei den Desinteressierten zur Ausweichung auf Fertigmahlzeiten und Convenience-Produkten sowie zur Abnahme der Kochkompetenzen führt. Parallel dazu nimmt die traditionelle Weitergabe von ernährungsrelevanten Kompetenzen zwischen den Generationen ab und wird zunehmend durch neue mediale Arten und Leitfiguren der Wissensübermittlung abgelöst. Dabei zeigt sich, dass die Interessensunterschiede hinsichtlich des Themas Ernährung und Kochen beinahe kaum von der Haushalts- und Lebensform beeinflusst werden, sondern hauptsächlich von dem sozialen Status. Mit wachsendem Bildungsgrad und höherem Einkommen gehen auch ein bewusstes Ernährungsverhalten, größere Kochkenntnisse und die persönliche Definierung des Lebensstils über Kochen und Essen einher.

Insgesamt betrachtet, sind alle diese behandelten Aspekte gesellschaftlicher Veränderungsprozesse signifikanter Bestandteil der Entwicklung, Ausprägung und des Erfolgs der Kochsendungen im deutschen Fernsehen, da von ihrem Zusammenwirken die Esskultur einschließlich das alltägliche Ernährungs- und Kochverhalten in besonderem Maße betroffen ist.

3 Kochsendungen – Inszenierung von Alltagskompetenz

3.1 Entwicklung der Kochsendungen in Deutschland

Ihren Anfang nahmen die Kochsendungen mit dem Franzosen Xavier Marcel Boulestrine, der bereits im Januar 1937 im Testprogramm des britischen Senders BBC am Herd stand. Seine Sendung „Cooks Night Out“ gilt als das erste so genannte Kochformat der Welt.¹⁶⁶ Ohnehin spielen die Briten im Grunde die größte Rolle hinsichtlich der weltweiten Kulinarik im Fernsehen. Sie haben nicht nur das Kochen im Fernsehen erfunden, sondern kreieren bis heute die erfolgreichsten Ideen und Trends hinsichtlich der Kochshows. Nicht nur in Deutschland basiert der Großteil der erfolgreichsten Kochsendungen auf britischen Vorlagen.

Als Kochpionier im deutschen Fernsehen gilt Clemens Wilmenrod, der in den fünfziger Jahren freitagabends in seiner 15-minütigen Sendung „Clemens Wilmenrod bittet zu Tisch – Kochkunst für eilige Feinschmecker“ als gelernter Schauspieler bisweilen Ungewöhnliches zubereitete. Abgelöst wurde er in den sechziger Jahren von dem Küchenprofi Hans Karl Adam, der mit der Sendung „Der Fernsehkoch“ im Bayerischen Rundfunk zu sehen war. In der DDR zeigte Kurt Drummer von 1958 bis 1982 in Der „Fernsehkoch empfiehlt...“, wie aus dem begrenzten Zutatenangebot schmackhafte Gerichte zubereitet werden konnten.¹⁶⁷

Auch das ZDF widmete sich dem kulinarischen Thema Kochen. In der ZDF Magazinsendung „Drehscheibe“ war ab 1967 zunächst der gelernte Journalist Ulrich Klever am Herd beschäftigt, der dann aber 1972 von Max Inzinger abgelöst wurde, dem ersten professionellen Koch im ZDF. Im Gegensatz zu seinen Vorgängern und damaligen Kochkollegen propagierte er als erster die ballaststoffreiche Ernährung und leichte Küche. In seinem 15-minütigen Auftritt führte er die Zubereitung verschiedenster Speisen in kürzester Zeit vor und prägte mit dem in jeder

¹⁶⁶ Vgl. Steffen Grimberg: Brutzeln für Deutschland, 30.12.2000, <http://taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2000/12/30/a0231>, zuletzt aufgerufen am 17.01.2008.

¹⁶⁷ Vgl. Vivien Sommer: Alle Kochsendungen im TV, 13.01.2007, http://www.berlinonline.de/themen/gesundheit-und-fitness/essen-und-geniessen/tv_kochsendungen/index.php, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.

Sendung vorkommenden Ausspruch „Ich hab’ da schon mal was vorbereitet“ einen der größten Sätze der Fernsehgeschichte. Bis 1982 war Max Inzinger in der „Drehscheibe“ zu sehen, dann kochte er in der Ratgebersendung „HAPS (Haushalts-Allerlei praktisch serviert)“ im DDR Fernsehen.¹⁶⁸

Clemens Wilmenrod und Max Inzinger wurden zum Sinnbild der ersten deutschen Fernsehköche und zum Vorreiter des heutigen Trends. Waren Kochsendungen in Zeiten von Wilmenrod und Inzinger eher etwas für Hausfrauen und wurden in den frühen Nachmittagsstunden der dritten Programme gesendet, so bekam die Kochsendung in den neunziger Jahren ein neues Gesicht. Zwar gab es weiterhin traditionelle Sendungen, in der ein Profi-Koch Rezepte für die Frau zuhause vorstellte, wie Alfons Schuhbeck in „Genießen erlaubt“, Johann Lafer in „Himmel un’ Erd“ und Vincent Klink mit Kochbeiträgen in der Sendung „ARD-Buffett“, aber die anderen Kochsendungen dieser Zeit verfolgten zunehmend ein anderes Ziel; Es kam zu einer sichtlichen Verschiebung des inhaltlichen Schwerpunkts von der reinen Wissensvermittlung mittels Kochen hin zur Unterhaltung, bei der das Kochen zunehmend eine Nebenrolle einnahm.

Den Anfang dieser Entwicklung markieren die Koch-Talk-Show „alfredissimo!“, in der Alfred Biolek ab 1994¹⁶⁹ seine prominenten Gesprächspartner zu sich an den Herd einlud und die Spielshow „Kochduell“. Vor der Moderatorin Britta von Lojewski kochten hier ab 1997 zwei Teams, jeweils bestehend aus einem Profi-Koch und einem Amateur, auf Zeit um die Gunst einer Jury. In England hatte dieser Paradigmenwechsel unterdessen bereits mit dem jungen Koch Jamie Oliver Einzug erhalten. Dieser verkörperte in der Kochsendung „The Naked Chef“ mit seiner ungehemmten Art wie kein anderer Spaß und Spontaneität beim Kochen und gilt als Auslöser des Kochshowbooms in Europa.

Der Siegeszug der Kochsendungen in Deutschland ist auf zwei wesentliche Ereignisse zurückzuführen. Zum einen der große Erfolg von „The Naked Chef“ seit

¹⁶⁸ Vgl. Katja Iken: Deutschlands erster Fernsehkoch. Mister Toast Hawaii, 04.04.2008, http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/1716/mister_toast_hawaii.html, zuletzt aufgerufen am 15.04.2008.

¹⁶⁹ Vgl. Lukas Bernhardt: Alfred Biolek. Szenenwechsel: Vom Fernsehmacher zum Fernsehstar. Eine Biographie, Düsseldorf 2000, S. 9.

Ausstrahlungsbeginn auf dem Privatsender RTL II im März 2003 und zum anderen der intensiven Suche der Fernsehsender nach einem deutschen Pendant zu Jamie Oliver, das sich letztlich in dem Hamburger Koch Tim Mälzer fand. Seine Kochsendung „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“, die nach einer Testwoche im Dezember 2003 schließlich ab März 2004 auf dem Privatsender VOX ausgestrahlt wurde¹⁷⁰ und sich innerhalb kürzester Zeit zur erfolgreichsten deutschen Kochsendung entwickelte, war letztlich der Auslöser der Begeisterung für Kochsendungen in Deutschland.

Mit seiner unverkrampften Art und simplen, aber besonderen Rezepten vermittelt Tim Mälzer, wie Jamie Oliver, das Gefühl, dass kochen ‚cool und sexy‘ sei und jeder kochen kann. Im ersten Sendejahr hatte der ausstrahlende Sender VOX 1,56 Millionen Zuschauer¹⁷¹ und damit die erfolgreichste Kochsendung in diesem Zeitraum. Kochen wurde modern und so gab es kaum noch einen Sender, der sich nicht einen Koch suchte, bestenfalls nach dem unkonventionellen Erfolgsrezept von Jamie Oliver aus England. Seitdem haben sich jegliche Formate, die die Alltags­tätigkeit Kochen zum Thema haben, im Fernsehprogramm inflationär ausgebreitet, ohne dass ein Ende der Beliebtheit abzusehen wäre. Einige Fernsehköche beherrschen dabei die Kunst der Unterhaltung derart, dass sie wie Popstars gefeiert werden und sich ihre Fanartikel wie Kochbücher und Küchenutensilien millionenfach verkaufen.

Die unaufhörliche Begeisterung für die ‚Popstars am Herd‘ hatte in den letzten Jahren eine neue Tendenz innerhalb der Kochsendungen zur Folge: Prominente, ambitionierte Hobbyköche und selbsternannte Gourmets besetzen die Rolle der Protagonisten und stellen ihre Kochkünste medial zur Schau. In Sendungen wie „Das perfekte Dinner“, „Unter Volldampf“ und „Die Kocharena“ eifern sie ihren Idolen nach und konkurrieren nicht nur um die besten Kochfähigkeiten, sondern auch um einen Geldgewinn. Die Hobbyköche und ihre Sendungen haben sich

¹⁷⁰ Vgl. Michael Reufsteck/ Stefan Niggemeier: Schmeckt nicht, gibt’s nicht, in: Das Fernsehlexikon: Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF-Hitparade, München 2005, S. 1051-1052, hier S. 1051.

¹⁷¹ Vgl. Sigrid Eck: Gourmet-Götter am Herd, in: W&V, Nr. 11/17, März 2005, S. 45-46, hier S. 46.

mittlerweile zu einer festen Größe im derzeitigen Angebot der Kochsendungen im Fernsehen etabliert und verzeichnen großen Publikums- und Partizipationserfolg.

Es gibt heute kaum eine Tageszeit, in der keine Kochsendungen ausgestrahlt werden, vor allem auf den privaten Sendern. Bei aktuell 90 Kochsendungen im Fernsehen und sogar einem Sender, der sich rund um die Uhr ausschließlich mit dem Thema Kochen beschäftigt, ist eine Übersichtlichkeit für den Zuschauer längst nicht mehr möglich. „Kochen ist ein gesellschaftlicher Trend“ kommentiert RTL Kommunikationsdirektor Wolfram Kons den momentanen Erfolg der Sendungen.¹⁷² Das Publikumsinteresse ist ungebrochen und schlug sich bei den Fernsehauszeichnungen nieder: Beim „Deutschen Filmpreis“ wurde im vergangenen Jahr eine neue Kategorie ausgelobt und erstmal ein Preis für die „beste Kochshow“ vergeben. Diese gewann überraschenderweise keiner der Meisterköche, sondern die Sendung „Das perfekte Dinner“.

3.2 „Bitte in 10 Minuten zu Tisch“ – Clemens Wilmenrod

Clemens Wilmenrod, der erste deutsche Fernsehkoch, wurde am 24. Juli 1906 als Carl Clemens Hahn in Willmenrod im Westerwald geboren. Seinen Künstlernamen wählte er als Gedenken an seinen Geburts- und Heimatort, mit dem Unterschied, dass der Buchstabe „l“ in seinem Nachnamen nur einmal vorhanden ist. Clemens Wilmenrod arbeitete ursprünglich als erfolgloser Schauspieler bis er zwei Monate nach dem Start des westdeutschen Fernsehens am 20. Februar 1953 das erste Mal mit der Kochsendung „Bitte, in 10 Minuten zu Tisch“ im NDR von 21.30 – 21.45 Uhr auf Sendung ging.¹⁷³ Bis 1964 trat er insgesamt 185 Mal als Fernsehkoch auf, dann setzte der NDR seine Sendung ab.

Besonders in den Anfangsjahren wurde Wilmenrods 15-minütige Kochsendung unter vielen verschiedenen Titeln angekündigt. Lautete die erste Sendung noch

¹⁷² Vgl. S. Eck: a. a. O., S. 46.

¹⁷³ Vgl. Arthur Richter: Fernsehkoch Clemens Wilmenrod, <http://www.clemens-wilmenrod.de.vu/>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008, Abschnitt „Clemens Wilmenrod 1906-1959“.

„Bitte, in 10 Minuten zu Tisch - Kochkunst für eilige Feinschmecker“, so hießen spätere Folgen „Kochkunst für moderne Feinschmecker“, „Clemens Wilmenrod bittet zu Tisch“ sowie „Was mir schmeckt, schmeckt auch anderen“.¹⁷⁴ Letzteres galt als Clemens Wilmenrods Leitsatz, der sich selbst Beinamen wie „Don Clemente“ oder der „Karl May der Küche“ gab und seine Zuschauer mit den Worten „Ihr lieben, goldigen Menschen“, „Liebe Brüder und Schwestern im Lukullus“ oder „Liebe Feinschmeckergemeinde“ begrüßte.¹⁷⁵

Da er nur gelernter Schauspieler war, aber keine klassische Kochausbildung hatte, wurde er von professionellen Köchen häufig für seine mangelnden Fachkenntnisse und Fähigkeiten als Koch kritisiert. Die Zuschauer störte dies nicht und sie schauten weiterhin zahlreich seine Sendung: „[A]ngefangen beim koketten Menjourbärtchen über den spöttischen Augenaufschlag bis hin zum lasziven Gigolo-Timbre in der Stimme suggerierte sein ganzes Auftreten den Beginn einer neuen Zeit.“¹⁷⁶

„Bitte in 10 Minuten zu Tisch – Kochkunst für eilige Feinschmecker“ wurde umgehend zur beliebtesten Sendung der Deutschen und überholte mit Zuschauerzahlen von bis zu drei Millionen sogar die „Familie Schölermann“.¹⁷⁷ Unterstützt wurde Clemens Wilmenrod in der Studioküche von seiner Ehefrau Erika und dem vollelektrischen „Schnellbrater Heinzkoch“. Durch seinen unbefangenen Umgang mit Ketchup und Konserven verbunden mit einem außergewöhnlichen Einfallsreichtum, was die Namen seiner einfachen Gerichte betraf, avancierte er zum bekanntesten und populärsten Fernsehkoch der frühen Fernsehjahre.¹⁷⁸

Sowohl bei der Variation bekannter Speisen als auch bei der Präsentation war der Name bei weitem interessanter als das Gericht selbst. Aus einer gewöhnlichen

¹⁷⁴ Vgl. Michael Reufsteck/ Stefan Niggemeier: Bitte in 10 Minuten zu Tisch, in: Das Fernsehlexikon: Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF-Hitparade, München 2005, S. 158.

¹⁷⁵ Vgl. Ebd.

¹⁷⁶ Lutz Neitzert: Fernsehkoch Clemens Wilmenrod bittet am 16. Mai 1964 zum letzten Mal zu Tisch, 16.05.2000, <http://home.rhein-zeitung.de/~dneitzer/homepage2.htm#FERNSEHKOCH>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.

¹⁷⁷ „Familie Schölermann“ ist Deutschlands erste Familienserie, deren Einschaltquoten bei 70 bis 90 Prozent lag. Vgl. dazu: K. Iken: a. a. O.

¹⁷⁸ Vgl. Harald Martenstein: Fernsehmuseum: TV-Koch Clemens Wilmenrod, 14.09.2000, <http://www.tagesspiegel.de/medien-news/Medien;art290,2065307>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.

Boulette wurde „Arabisches Reiterfleisch“ und ein paniertes Schnitzel nannte er „Venezianischer Weihnachtsschmaus“. Weitere Wortschöpfungen waren unter anderem „Würstchen mit Austern“, „Päpstliches Huhn“ und das „Toast Hawaii“, als dessen Erfinder er bis heute gilt.¹⁷⁹ Er zeigte den Zuschauern, darunter überwiegend Hausfrauen, dass die Küche nicht nur aus Hausmannskost und Eintöpfen bestehen musste und wurde mit seinen Gerichten, die er als kulinarische Köstlichkeiten aus aller Welt aufwertete, zum Inbegriff der deutschen Nachkriegsküche.

Clemens Wilmenrod war nicht nur als Fernsehstar gefragt. Sein prägnantes Gesicht mit Stirnglatze und Menjourbart war äußerst bekannt. Er hatte es sich darüber hinaus als Karikatur auf seine Schürze drucken lassen, so dass es auch dann zu sehen war, wenn der Kamerafokus auf seinen Händen lag. Da es vorkam, dass er für das ein oder andere Produkt warb, entwickelte sich Clemens Wilmenrod zu einem kommerziell lukrativen Markenartikel. Seine eingestreuten Empfehlungen hatten teilweise erhebliche Auswirkungen auf den Lebensmittelhandel, wie das Düsseldorfener Handelsblatt 1954 berichtete: „Als Wilmenrod Kabeljau auf eine besonders schmackhafte Art anbot, war Kabeljau am nächsten Tag in Düsseldorf restlos ausverkauft.“¹⁸⁰ Wilmenrod zählte zu den ersten, der aufgrund seiner Fernsehpräsenz und Beliebtheit die Aufmerksamkeit der Werbeindustrie auf sich zog, die Verträge für diverse Lebensmittel und Haushaltsgeräte mit ihm schloss.¹⁸¹

Um für den Unterhaltungswert seiner Sendung zu sorgen, bereicherte Wilmenrod seine Gerichte durch Anekdoten und angebliche Detailkenntnisse aus entfernten Ländern. Dieses Talent stellt er ebenfalls in seinen vier feuilletonistischen Kochbüchern unter Beweis: „Es liegt mir auf der Zunge“ (1954), „Clemens Wilmenrod bittet zu Tisch“ (1956), „Wie in Abrahams Schoß – Brevier für Weltenbummler und Feinschmecker“ (1958) und „Im Fernsehen gekocht – Hundertundein Rezept von Clemens Wilmenrod“ (1963) erreichten gemeinsam eine Gesamtauflage von

¹⁷⁹ Vgl. V. Sommer: a. a. O.

¹⁸⁰ Gudrun Fünter: Willmenrod. Ein Ortsporträt von Gudrun Fünter, 15.11.2002, <http://www.swr.de/hierzuland-rp/archiv/2002/11/18/>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.

¹⁸¹ Beispielsweise auch der Rumhersteller Pott 54, für den Wilmenrod für den Rumtopf warb, der bis dato in Deutschland noch nahezu unbekannt war. Vgl. dazu: Franz Josef Goertz: Der Bundesfeinschmecker. Clemens Wilmenrod war Deutschlands erster Fernsehkoch – der gelernte Schauspieler, Erfinder des „Toast Hawaii“ und Begründer der Schleichwerbung wäre jetzt 100 geworden, in: F.A.Z. am Sonntag, 23.07.2006, S. 50.

über 250.000 Stück¹⁸² und werden sogar gegenwärtig noch auf Flohmärkten und Internetauktionen gehandelt.

Auch heute, 44 Jahre nach Wilmenrods letzter Kochsendung, ist dieser noch sehr populär und namentlich bekannt. Es gibt zahlreiche Fan-Gemeinden, nach ihm benannte Restaurants, Hörspielaufnahmen seiner Kochbücher und wiederholte Ausstrahlungen einzelner Folgen seiner Kochsendung. Für viele ist er der ‚Urvater‘ aller Fernsehköche und Kochsendungen im deutschen Fernsehen. In diesem Jahr wird erstmals sein Leben mit dem deutschen Schauspieler Jan Josef Liefers in der Hauptrolle verfilmt.

3.2.1 Sendungsablauf

Clemens Wilmenrods Kochsendung dauerte jeweils 15 Minuten. In dieser Zeit bereitete er ein dreigängiges Menü zu. Da die magnetische Aufzeichnung von Fernsehproduktionen zu seiner Zeit noch nicht erfunden war, kochte Clemens Wilmenrod stets live. Eine Aufzeichnung seiner ersten Kochsendung existiert also nicht, aber seine Menüfolge ist überliefert: Clemens Wilmenrod servierte Fruchtsaft im Glas, ein italienisches Omelett, gebratene Kalbsniere mit Mischgemüse aus der Dose als Hauptgericht und einen türkischen Mokka als Dessert.¹⁸³

Seine Studioküche bestand aus einer langen, oval geformten Küchenzeile, die mit elektrischem Kochfeld, Arbeitsplatte und Spüle ausgestattet ist. Im Hintergrund befinden sich der Kühlschrank und der „Schnellbrater Heinzelnkoch“. Außer den Fliesen an der Wand im Hintergrund gibt es keine weitere Dekoration.

¹⁸² Vgl. Arthur Richter: Kochbücher von Clemens Wilmenrod, <http://www.clemens-wilmenrod.de.vu/>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008, Abschnitt „Kochbuchliste: Clemens Wilmenrod“.

¹⁸³ Vgl. A. Richter: Fernsehkoch Clemens Wilmenrod.

3.2.2 Kochen als traditionelle Handwerkskunst

In den fünfziger und sechziger Jahren als Clemens Wilmenrod im Fernsehen präsent war, wurde in Deutschland noch täglich gekocht. Aufgrund des kulinarischen Mangels sah sich die Bevölkerung damit konfrontiert, aus dem Verfügbaren etwas Präsentables und Schmackhaftes zuzubereiten. Daher spielte in den ersten Kochsendungen die didaktische Seite eine primäre Rolle.¹⁸⁴ Darüber hinaus ist Kochen auch noch keine „wirklich öffentliche Angelegenheit, erst recht kein Hobby, sondern eher Nachhilfestunde nach entbehrensreicher Zeit.“¹⁸⁵ So suchte Wilmenrod vor allem nach Alternativen für die Hausfrau zuhause. Die Schlichtheit seiner Gerichte und die Alltagstauglichkeit standen im Vordergrund, wobei er seinen Kreationen durch ausgefallene Namen einen exotischen Eindruck verlieh und so dennoch den „Gestus der Weltläufigkeit“¹⁸⁶ pflegte.

Vergleichbaren Erfolg und Popularität wie Clemens Wilmenrod in Westdeutschland erreichte Kurt Drummer im Fernsehen der DDR. Im Zeitraum von 1958 bis 1983 war er mit seiner Sendung „Der Fernsehkoch empfiehlt...“ zu sehen. Er bereitete hauptsächlich einfache Gerichte zu, deren Zutaten dem aktuellen Angebot der DDR entsprachen. Anders als Clemens Wilmenrod versuchte der gelernte Koch Kurt Drummer das Verlangen nach unerreichbaren Luxusprodukten durch geschickte Rezeptauswahl zu verhindern und legte daher den Fokus auf regionale anstatt exotischer Produkte. So pries er volkseigene Spreewald-Gurken statt Bananen an und erweiterte sein Rezeptrepertoire durch Gerichte aus den sozialistischen Nachbarländern wie das Schmorgericht Letscho oder die Suppe Soljanka.¹⁸⁷

Obwohl das Kochen und die Nahrungspräsentation innerhalb der Familie und dem Haushalt ausschließlich Aufgabe der Frau war, sind in den Kochsendungen in Deutschland vorwiegend Männer präsent: „Dort, wo die Nahrungszubereitung zur

¹⁸⁴ Vgl. Gerd Hallenberger: Clemens Wilmenrod. Zeichen von Esskultur, in: montage/av. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, Nr. 10/2/2001, S. 123–129, hier S.124.

¹⁸⁵ S. Grimberg: a. a. O.

¹⁸⁶ Klaudia Wick: Chefkochen kann jetzt jeder, Oktober 2005, http://www.journal-culinaire.de/html/band_11.html, zuletzt aufgerufen am 15.01.2008.

¹⁸⁷ Vgl. V. Sommer: a. a. O.

‚Kunst‘ wird, ist sie wieder Männersache.“¹⁸⁸ Meister- und Sterneköchinnen sind in dieser Zeit noch stark in der Minderheit und auch ins Fernsehen gelangen sie erst Jahrzehnte später, auch dann nicht gleichermaßen erfolgreich.

Während Frauen mit der kulinarischen Tradition verbunden sind, die Familienrezepte und Küchengeheimnisse weiterzugeben, so wird der Meisterkoch und mehr noch der „engagierte Hobby-Gastrosoph“¹⁸⁹ auch und vorrangig mit Innovation assoziiert. Dies gilt sowohl für die technologischen Neuerungen in der Küche, als auch für den kulinarischen Code im Allgemeinen. Denn in den Kochsendungen ist bis zum heutigen Zeitpunkt nicht das traditionelle weibliche Kochwissen gefragt, sondern die männliche Technologisierung. Viele neue elektrische Haushaltsgeräte erhielten Einzug in die deutschen Küchen und ersetzten früheres Küchenpersonal. Außerdem stieg zunehmend die Akzeptanz von industriell hergestellten, haltbaren Lebensmitteln, wie beispielsweise die Tütensuppe, das Dosengericht und Konserven im Allgemeinen.¹⁹⁰ Diese technologischen, geschmacklichen und kulturellen Änderungen in der Esskultur sind als Folge der so genannten ‚Fresswelle‘ zu sehen, die sich in den sechziger Jahren in besonderem Maße in Deutschland, aber auch in Resteuropa entwickelte, als Reaktion auf den Mangel und die Einschränkungen in den Kriegs- und Nachkriegsjahren.

Die vielen Neuerungen im kulinarischen Diskurs führten zu der Ablösung des deutlich gegliederten Systems der Klassen-Küche (proletarischer, gutbürgerlicher und Luxusküche) durch eine individuell strukturierte, dabei allgemeingültige Kleinbürgerküche. Der aus dieser Modernisierung entstandene Informationsbedarf wurde durch das vermehrte Aufkommen von Kochbüchern, Rezepten in Frauenmagazinen oder Werbeaktionen aufgefangen. Den Kochsendungen kam bei der Erklärung und Unterstützung der Modernisierung eine besondere Bedeutung zu. Neben der Vermittlung der kulinarischen Praxis bestand die Hauptaufgabe darin, die ursprünglichen Nahrungsmittel mit den neuartigen, konservierten und indust-

¹⁸⁸ Georg Seeßlen: Schmeckt nicht, gibt's! Koch-Shows im Fernsehen, Gammelfleisch im Kühlschrank. Die Dialektik der kulinarischen Katastrophe, 17.11.2006, <http://www.freitag.de/2006/46/06462101.php>, zuletzt aufgerufen am 15.11.2007.

¹⁸⁹ Ebd.

¹⁹⁰ K. Wick: a. a. O.

realisierten Zutaten zu kombinieren.¹⁹¹ Zudem sorgten die Kochsendungen dafür, dass die strikte Trennung des weiblichen Bereichs, der Küche, und des männlichen, der Erwerbsarbeit, vorsichtig aufgehoben wurde, da der Fernsehkoch den sonst weiblichen, häuslichen Bereich der Küche und des Kochens besetzte.

3.2.3 Wirkung und Ausblick

Clemens Wilmenrod als erster Fernsehkoch Deutschlands gilt als der Begründer der Kochsendungen im deutschen Fernsehen. Im westdeutschen Fernsehen versuchte er die Zuschauer in den Zeiten des beginnenden Überflusses mit den neuen Produkten, wie Ketchup, Worcestersauce, Konservengemüse und den Käse-Igel vertraut zu machen: „Die Risikobereitschaft der Hausfrauen zwischen Alpen und Waterkant stieg zusehends und erreichte – vor allem an Festtagen und im Partykeller – gelegentlich die Grenze zum Übermut.“¹⁹²

Seit dem Beginn seiner Sendung nahm das Kochen im Fernsehen beständig zu. Inzwischen hat sich vieles innerhalb der Formate der Kochsendungen geändert, einiges ist allerdings gleich geblieben oder sogar vorherrschend geworden. Nachweislich verändert haben sich der Geschmack und die Zutaten der Gerichte. Tütensuppen und Konservierungsstoffe beispielsweise werden nicht mehr verwendet und auch der Kaloriengehalt ist im Zuge des Gesundheitsbewusstseins demonstrativ gesunken. Aber der erste Fernsehkoch Deutschlands besaß auch eine Eigenschaft, die bis zum heutigen Zeitpunkt wesentlicher Bestandteil aller erfolgreichen Kochsendungen ist: sein eindrucksvolles sprachliches Talent.¹⁹³ „Schon immer waren Kochshows auch Sprach-Shows“¹⁹⁴, betont Georg Seeßlen. Wie viele andere ist er der Ansicht, dass sich der Schwerpunkt der Kochsendungen im Laufe der Zeit mehr und mehr von der Wissensvermittlung zur reinen Unterhaltung verschoben hat. Clemens Wilmenrod zeigte bereits in seiner Kochsendung, dass es nicht zwingend nötig war professionell kochen zu können, um erfolgreich zu wer-

¹⁹¹ Vgl. G. Seeßlen: a. a. O.

¹⁹² L. Neitzert: a. a. O.

¹⁹³ Vgl. G. Hallenberger: a. a. O., S. 125.

¹⁹⁴ G. Seeßlen: a. a. O.

den. So erklärt sich auch das Phänomen, dass die bekanntesten und erfolgreichsten Fernsehköche entweder gar keine gelernten Köche sind oder als Köche in ihren Restaurants meist nur als durchschnittlich und mittelklassig bewertet werden sowie über keine renommierten Auszeichnungen verfügen.

3.3 „alfredissimo!“ – Alfred Biolek

Alfred Biolek zählt wie Clemens Wilmenrod zu den ungelerten Köchen, die im Fernsehen beträchtlichen Erfolg erlangten. Geboren wurde Alfred Franz Maria Biolek am 10. Juli 1934 in Freistadt, heutiges Karviná in Tschechien. Er studierte Jura und arbeitete zunächst als Justiziar beim ZDF, wechselte aber sehr früh zum Journalismus. Nach verschiedenen Aufgaben als Produzent in der Münchener Produktionsfirma Bavaria, kam Alfred Biolek 1975 zum WDR. Seit 1978 ist er als Moderator in verschiedenen Sendungen im Fernsehen präsent und wurde 1991 durch seine Talkshow „Boulevard Bio“ überregional bekannt. Seine Kochshow „alfredissimo!“, die von 1994 – 2007 freitags um 16.30 Uhr in der ARD ausgestrahlt wurde gilt mit insgesamt 459 Folgen als die Sendung, die die Kochsendungen im Fernsehen erst salonfähig gemacht hat.¹⁹⁵

Aufgrund des immensen Erfolgs von „alfredissimo!“ werden die Folgen auch nach ihrem offiziellen Ende noch an verschiedenen Tagen in der ARD, dem WDR und anderen Dritten Programmen wiederholt. Alfred Biolek sagt selbst nach der Aufzeichnung der letzten Folge:

Jede Sendung hat ihre Zeit. Meine Kochshow alfredissimo ist stolze zwölf Jahre alt geworden, nach heutigen Maßstäben ein geradezu biblisches Alter. [...] Ohne zu übertreiben kann man sagen, dass ‚alfredissimo!‘ Auslöser einer ganzen Fernsehgattung war.¹⁹⁶

Seit der Premiere im Dezember 1994 entwickelte sich „alfredissimo“ zur beliebtesten Kochsendung der neunziger Jahre. Dabei handelt es sich nicht um eine

¹⁹⁵ Vgl. L. Bernhardt: a. a. O., S. 9.

¹⁹⁶ Alfred Biolek: Biolek legt den Kochlöffel weg, 26.08.2006, <http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~EBA5B205ABF6640E9883E30C953B39CC6~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

klassische Kochsendung, „alfredissimo!“ ist vielmehr eine Talkshow in der Küche. In jeder 30-minütigen Folge hat Biolek eine prominente Persönlichkeit zum gemeinsam Kochen und Unterhalten zu Gast. „Ob alfredissimo! Talk mit Kochen oder Kochen mit Talk ist, das entscheidet sich von Folge zu Folge erst während der Aufzeichnung und kommt auf den Gast an.“¹⁹⁷

Um sich während der Kochsendung in gemütlicher, privater Atmosphäre mit seinen Gästen unterhalten zu können, ließ Alfred Biolek seine eigene Küche als originalgetreue Kopie in das Fernsehstudio einbauen mit dem Herd als kommunikatives, freistehendes Zentrum in der Mitte. Er erachtet die Gespräche mit seinen Gästen als mindestens ebenso wichtig wie das Kochen und versteht dieses als einen „kommunikativen Prozess“¹⁹⁸. So beschreibt er „alfredissimo!“ auch nicht als reine Kochshow, sondern gleichermaßen als „Personalityshow“¹⁹⁹. Er möchte keine Interviews, sondern Gespräche mit seinen Gästen führen und versucht diese mittels des gemeinsamen Kochens vor der Kamera zu öffnen. „In all seinen Sendungen ist es ihm gelungen, eine fast private Atmosphäre herzustellen, in der seine Gäste sich oft so wohl fühlten, als säßen sie an seinem Küchentisch.“²⁰⁰ Hinsichtlich seiner Gäste ist von Sportler über Sänger oder Politiker, Schauspieler und Journalist jeder Bereich vertreten.

Wie bei der Auswahl der prominenten Gäste, gibt es auch hinsichtlich der Rezepte keine Einschränkungen in der Sendung. Biolek gesteht bodenständigen Gerichten, asiatischen und mediterranen Kreationen die gleiche Bedeutung zu. Da der eingeladene prominente Gastkoch ohnehin ein eigenes Rezept vorstellt, ist die Auswahl der zubereiteten Gerichte sehr abwechslungsreich. Trotz dieser kulinarischen Vielfalt dürfen die Rezepte dennoch nicht zu kompliziert und teuer sein, gleichwohl aber einen gewissen Qualitätsstandard gewährleisten.²⁰¹ Neben den Rezep-

¹⁹⁷ ARD (Hg.): Gastgeber. Geschichte, <http://www.alfredissimo.de/gastgeber/index.phtml>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007, Abschnitt „Gastgeber“.

¹⁹⁸ K. Wick: a. a. O.

¹⁹⁹ Cornelia Wystrichowski: Ab und zu geht was daneben. Alfredissimo: Alfred Biolek über peinliche Gäste, Topflappen und den Quotendruck, 06.01.2005, <http://www.abendblatt.de/daten/2005/01/06/383760.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

²⁰⁰ Claudia Müller: Alfred Biolek – höchstpersönlich! Ein Radio Bremen Film von Claudia Müller, 26.05.2007, <http://www.radiobremen.de/tv/hoechstpersoenlich/biolek.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

²⁰¹ K. Wick: a. a. O.

ten weist Biolek in „alfredissimo!“ auch dem deutschen Wein eine besondere Bedeutung zu. Im Verlauf der Sendung verköstigen er und sein Gast regelmäßig bis zu drei verschiedene Weine; meistens ein weißer, ein roter und ein Rosé. Dieser Weingenuss und seine Reaktionen beim Kosten der Speisen haben sich zu einem unverwechselbaren Markenzeichen von Alfred Biolek entwickelt. Ebenso bezeichnend ist für ihn sein mitunter unprofessionelles Verhalten beim Kochen und im Umgang mit den diversen Küchengeräten.

Biolek [...] warnt vor dem Fehler, zum Kochen irgendeinen billigen Wein zu nehmen, kämpft mit dem Gasherd, lobt die Geselligkeit eines guten Essen, und macht ungezählte Male »hach« und »hmmm«. ²⁰²

Biolek gibt nicht vor, ein professioneller Koch zu sein, sondern bezeichnet sich vielmehr als „kochender Mensch“²⁰³ und „versierter Laie“²⁰⁴. Kochen begreift er als ein Stück Lebensfreude, dass er gerne mit seinen Gästen teilen und erleben möchte. Seit Beginn der Kochsendung veröffentlichte er mehr als zehn Kochbücher mit Titeln wie „Meine Rezepte“, „Die Rezepte meiner Gäste“, „Meine neuen Rezepte und Wein, wie ich ihn mag“ und „Die Rezepte meines Lebens“²⁰⁵. Mit mehr als dreieinhalb Millionen verkauften Büchern zählt er zu den erfolgreichsten Kochbuch-Autoren in Deutschland. Neben den Büchern sind auch diverse Produkte wie Küchengeräte, Weingläser und Gewürze von Alfred Biolek erhältlich und sogar mit seiner Studioküche kann sich der Zuschauer einrichten.

Im Jahr 1998 wurde Alfred Biolek der „Kulturpreis der Europäischen Union der Spitzenköche (Eurotoques)“ verliehen, für seinen Einsatz für die Kochkultur in Deutschland: Er habe großen Anteil an der Belebung bundesdeutscher Küchen durch die Wiederentdeckung des Spaß- und Genussfaktors.²⁰⁶ Darüber hinaus wurde er im Februar 2008 mit der goldenen Kamera für sein Lebenswerk geehrt.

²⁰² Michael Reufsteck/ Stefan Niggemeier: Alfredissimo, in: Das Fernsehlexikon: Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF-Hitparade, München 2005, S. 46.

²⁰³ Hamburger Abendblatt (Hg.): „Ich bin ein kochender Mensch“. TV-Unterhalter: „Mein Leben“ erscheint an diesem Donnerstag. Alfred Biolek plaudert heute bei Harald Schmidt über seine Biografie, 28.09.2006, <http://www.abendblatt.de/daten/2006/09/28/617876.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

²⁰⁴ C. Wystrichowski: a. a. O.

²⁰⁵ Vgl. L. Bernhardt: a. a. O., S. 157.

²⁰⁶ Vgl. Ebd.

3.3.1 Sendungsablauf

Die erste Folge „alfredissimo!“ wurde im Frühjahr 1994 bei Alfred Biolek zuhause in seiner eigenen Küche aufgezeichnet. Um den Aufwand zu umgehen, die Küche und das Haus von Alfred Biolek für jede Aufzeichnung umzugestalten, wurde die Sendung in ein Studio verlegt.

„alfredissimo!“ folgt stets dem gleichen Ablauf. Bis auf wenige Ausnahmen beginnt jede Folge damit, dass Alfred Biolek und sein jeweiliger Gast bereits mitten in der Handlung sind. Entweder Biolek oder sein Gast bereitet gerade sein Gericht zu, je nachdem, welches Essen mehr Zeit in Anspruch nimmt. Parallel dazu beginnt dann auch der andere das Rezept zu kochen, das er vorstellen möchte. Während sich beide der Zubereitung ihrer Gerichte widmen, erfolgt dann das obligatorische Gespräch, wobei sich einige grundsätzliche Themen feststellen lassen wie der Ursprung und Auslöser der Kochbegeisterung des Gastes als auch die Frage nach der persönlichen Jugend und dem Werdegang. Die jeweilige Kommunikationsbereitschaft des Gastes hat direkten Einfluss auf die Gesprächsdynamik, weshalb Biolek manche Gäste bremsen und andere eher auffordern muss. Aufgrund der Individualität der verschiedenen Gäste variiert die Unterhaltung, weshalb jede Folge zwar im Ablauf, aber nicht inhaltlich identisch ist.

Während des Kochens und dem begleitenden Gespräch werden Weine verköstigt, die von Alfred Biolek vorgestellt werden. Nach Fertigstellung der beiden Gerichte werden diese kunstvoll auf Tellern arrangiert und anschließend probiert. Fester Bestandteil jeder Folge ist hierbei die Vielzahl an unterschiedlichen Geräuschen, mit denen Alfred Biolek beim Probieren seinen Genuss zum Ausdruck bringt sowie die Tatsache, dass ihm ohne Ausnahme jedes Gericht zu schmecken scheint, da er nie zeigt, wenn er nicht begeistert ist. Mit dem gemeinsamen Verkosten und Beurteilen endet dann jeweils eine Folge „alfredissimo!“.

3.3.2 Kochen als situativer Rahmen zur Kommunikation

Bis zum Jahr 1995 waren die Kochsendungen im Fernsehen bis auf wenige Ausnahmen sachbezogene Informationssendungen mit dem Schwerpunkt auf den verschiedenen Zubereitungsmethoden und Zutaten. In den sechziger Jahren hatte Clemens Wilmenrod noch versucht, die Erweiterung des kulinarischen Angebots der Nachkriegszeit mit der Entwicklung von Fast Food und Convenience-Produkten sowie die technologischen Neuerungen der Küche in Einklang zu bringen und die 'Fresswelle' kontrollierbar zu machen. Alfred Biolek in den neunziger Jahren wird als Koch mit dem kulinarischen Überfluss in der Gesellschaft konfrontiert. Zudem ist er Orientierung für die 'Singlegesellschaft', in der Mann und Frau nur für sich alleine etwas kochen, dass schnell, günstig und unkompliziert aber dennoch schmackhaft und ausgefallen sein soll.²⁰⁷

Die Darstellung von Kochen als Kunst wurde ab den neunziger Jahren zunehmend obsolet und mit Bioleks Sendung „alfredissimo!“ verlagerte sich der Fokus von dem ausschließlichen Zubereitungsprozess der Gerichte auf den Kochvorgang als situativer Rahmen für eine anregende Unterhaltung.

Kochgespräche sind wichtige Gespräche, hier werden Geständnisse gemacht und Geheimnisse offenbart. [Es ist] vollkommen irrelevant, was gekocht wird, welche Zutaten dabei verwendet werden und wie mit ihnen umgegangen wird.²⁰⁸

Um eine ungezwungene, private Atmosphäre zu schaffen, mimt Biolek nicht den perfekten Koch, sondern "tritt als eine Lifestyle-Ikone des Zivilisierten und zugleich als eine Art nationaler Herbergsvater oder WG-Ältester auf."²⁰⁹ Die Verbindung von Kochen und Intimität in „alfredissimo!“ erzeugt eine „televisionäre Nähe“²¹⁰ zu den prominenten Gästen sowie Biolek und seinem Lebensstil.

Alfred Biolek ist der einzige Fernsehkoch, der seine Studioküche nach seiner Privatküche hat errichten lassen. Mit dem Herd als freistehendes Zentrum hat er

²⁰⁷ Vgl. L. Bernhardt: a. a. O., S. 157.

²⁰⁸ G. Hallenberger: a. a. O., S. 123.

²⁰⁹ Vgl. U. Fichtner: a. a. O., S. 189.

²¹⁰ G. Hallenberger: a. a. O., S. 123.

sich zudem von dem weitverbreiteten Modell der „Frankfurter Küche“ abgewandt. Mit ihrer Grundlage des zweckmäßigen Arbeitens auf kleinstem Raum, war diese damals als großer sozialer Fortschritt gefeiert worden. Die Küchenschränke befanden sich auf der einen Seite und die Küchengeräte auf der anderen und der Tisch wurde durch eine Arbeitsplatte ersetzt. War die „Frankfurter Küche“ bestens für die erwerbstätige Frau in ihrer kleinen Wohnung der Industriearbeiterschaft geeignet, so hatte sich bei Alfred Biolek die Zielgruppe weitgehend geändert.²¹¹ Der Vorgang des Kochens wird zunehmend zur Nebensache und so steht der Herd zwar frei, aber nicht um ein besseres Arbeiten zu ermöglichen, sondern um die Kommunikation währenddessen zu erleichtern.

In den Kochshows unserer Tage geht es [...] hauptsächlich um eine soziale Praxis, das Kochen für Freunde, das perfekte Dinner, das Kochduell, die Gemeinschaft im Innenraum. Kaum noch ist der Mittelpunkt einer Kochshow ein „Tempel“ des Kulinarischen, im Gegenteil.²¹²

Das Kochen wird nicht mehr ausschließlich als Arbeit empfunden, die in einem separaten Raum abseits der Gäste und Familie geschieht, vielmehr wird es zum Teil des gesellschaftlichen Vergnügens: „Die ‚Wohnküche‘ wird wiedergeboren, und damit kann das Kochen selbst zum Partyereignis werden.“²¹³ Grundsätzlich ist es weniger wichtig geworden, was gekocht wird, vielmehr steht im Mittelpunkt wer mit wem und für wen kocht. Aufgrund der Erosion tradierter Mahlzeitenstrukturen und ihrer daraus resultierenden Reorganisation werden die Gelegenheiten, die noch Zeit zum Kochen bieten, zunehmend als etwas Besonderes zelebriert. Häufig werden für das gesellige Beisammensein in der Küche und am Tisch noch weitere Besucher außerhalb des Familienrahmens eingeladen.

Um sich während dem gemeinsamen Kochen für Freunde, Bekannte oder Familie entspannt unterhalten zu können, müssen die Gerichte einfach zuzubereiten, aber dennoch in den Augen der Gäste etwas Besonderes sein. Die Kochsendungen in den neunziger Jahren wie „alfredissimo!“ bieten daher allesamt Rezeptvariationen

²¹¹ Vgl. L. Bernhardt: a. a. O., S. 159.

²¹² G. Seeßlen: a. a. O.

²¹³ L. Bernhardt: a. a. O., S. 159.

an, die auf den normalen Haushalt abgestimmt sind und vornehmlich dem Anspruch schnell und einfach, aber dennoch ausgefallen gerecht werden.²¹⁴

3.3.3 Wirkung und Ausblick

Alfred Biolek war mit seiner Kochsendung „alfredissimo!“ mehr als 12 Jahre im Fernsehen präsent. Kritiker wie Zuschauer sind der Ansicht, dass er die Kochsendung im deutschen Fernsehen erst gesellschaftsfähig gemacht hat. Er galt als „Urvater des Kochtalk-Genres“²¹⁵, der das Kochen als Gemeinschaftserlebnis zelebrierte und populär machte. War die Anzahl der Kochsendungen bis in die achtziger Jahre noch überschaubar, haben sie sich in den neunziger Jahren inflationär entwickelt, dass derzeit etwa fünfzig Kochsendungen pro Woche ausgestrahlt werden. Während der Laufzeit von „alfredissimo!“ entstanden zahlreiche neue Kochsendungen, von denen sich aber nur die Wenigsten auf lange Sicht erfolgreich etablieren konnten. Bis einschließlich 2004 konnte Alfred Biolek die höchsten Einschaltquoten mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 11,4 Prozent²¹⁶ für sich verzeichnen.

In den Kochsendungen vor dem Beginn von „alfredissimo!“ waren die Köche im Fernsehstudio beinahe ausschließlich alleine präsent, erst ab Bioleks Sendung erhielten Geselligkeit und Unterhaltung Einzug in die entstehenden Kochformate der neunziger Jahre und verwandelten die „gute alte Kochsendung zur modernen Koch-Show.“²¹⁷ Die neue Ausrichtung auf Vereinfachung und Leichtigkeit der Gerichte äußerte sich nicht nur in den Kochsendungen, sondern ebenso in den Kochbüchern und Kochzeitschriften. So schrieb 1999 der Berliner Kurier über Bioleks neues Kochbuch: „[E]ine Fibel für Gourmets. Für unerfahrene und expe-

²¹⁴ Vgl. G. Seeblen: a. a. O.

²¹⁵ Ulrike Langer: Kochen gegen die Wirtschaftsflaute. Die deutschen Sender rüsten ihre Fernsehküchen auf – Neuer Gourmetkanal soll im Herbst starten, 12.04.2005, http://www.welt.de/print-welt/article642455/Kochen_gegen_die_Wirtschaftsflaute.html, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

²¹⁶ Vgl. Brigitte Ehrlich: Locker vom Küchenhocker. Kochshows: Vor allem die jüngere Generation wird an den Herd gelockt, 19.07.2004, <http://www.abendblatt.de/daten/2004/07/19/319549.html?s=1>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

²¹⁷ Christian Holst: Kinder, Essen ist fertig! Das Fernsehen kocht. Und die heißeste Show läuft freitagabends im Zweiten: TV SPIELFILM hat Kerners Köchen einen Tag lang bei der Arbeit zugesehen, in: TV Spielfilm, Dezember 2007, S. 8-10, hier S. 8.

rimentierfreudige Hobbyköche ist das Kochbuch eine tolle Ergänzung. Biolek animiert, einfach mal mit Standard-Gerichten zu experimentieren.“²¹⁸ Allgemein lässt sich feststellen, dass Kochsendungen sehr gut zur Vermarktung von Merchandisingprodukten geeignet sind und die Fähigkeit besitzen, verschiedene Medien miteinander zu verknüpfen.

Infolge der Unterhaltungsausrichtung kommt hinzu, dass der Protagonist der Kochsendung immer weniger ein anerkannter Fachmann ist, sondern häufig ein Kochlaie. Dieser neue Leitgedanke „kochen kann jeder und kochen macht Spaß“²¹⁹, setzt sich auch zunehmend bei den gelernten Profiköchen durch. Dementsprechend verliert das Kochen den Anschein, mit viel Arbeit und Aufwand verbunden zu sein. In England verbreitete sich diese neue Leichtigkeit des Kochens ausgesprochen schnell.

Hier kommt Ende der neunziger Jahre dem damals 28 jährigen Koch Jamie Oliver, heute der erfolgreichste und bekannteste Fernsehkoch, eine Vorreiterrolle zu. Er bezeichnet sich selbst als „Naked Chef“, da er die Kunst des Kochens auf die wesentlichen Grundlagen wie die Zutaten und eine einfache Zubereitung reduziert. Er vertritt die Ansicht, dass Kochen weder Arbeit, noch Aufwand ist, dafür aber umso mehr Spaß bereiten sollte. Seine erste Kochsendung, die nach seinem Spitznamen „The Naked Chef“ benannt und von 1998 – 1999 im britischen Fernsehen ausgestrahlt wurde, war derart erfolgreich, dass bald darauf in Deutschland intensiv nach einem Pendant gesucht wurde.²²⁰ Dieses fand sich nach einigen erfolglosen Versuchen schließlich im Jahr 2003 in dem gelernten Koch Tim Mälzer. Er gilt, wie Jamie Oliver in England, als der Auslöser für den scheinbar nicht enden wollenden ‚Boom‘ der Kochsendungen im deutschen Fernsehen.

²¹⁸ Brita Zach: Alfred Biolek, 17.10.1999, <http://www.berlinonline.de/berliner-kurier/archiv/.bin/dump.fcgi/1999/1017/frau/0051/index.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

²¹⁹ V. Sommer: a. a. O.

²²⁰ Vgl. dazu: Jamie Oliver: About Me, <http://www.jamieoliver.com/about>, zuletzt aufgerufen am 10.06.2008.

3.4 „Schmeckt nicht, gibt`s nicht“ – Tim Mälzer

Tim Mälzer wurde am 22.01.1971 in Elmshorn bei Hamburg geboren. Nach seinem Abitur absolvierte er eine klassische Kochausbildung und arbeitete anschließend unter anderem in Hongkong und London. Im Jahr 2002 erwarb er das Restaurant „Das weiße Haus“ in Hamburg, durch das schließlich das Fernsehen auf ihn aufmerksam wurde. Mit seiner Kochsendung „Schmeckt nicht, gibt`s nicht (Cool kochen mit Tim Mälzer)“ ersetzte er im Dezember 2003 testweise für zwei Wochen die Sendung „Kochduell“ auf VOX bis er diese schließlich ab 1. März 2004 vollständig ablöste.²²¹ Seitdem war er mit seiner 30-minütigen Sendung Montag bis Freitag von 18.45–19.15 Uhr im Vorabendprogramm zu sehen, bis er diese schließlich im August 2007 aufgrund weiterer Kochsendungen und einer Live-Kochshowtour aufgab.

In „Schmeckt nicht, gibt`s nicht“ ist der Name Programm; in der Showküche, die in einer Hamburger Lagerhalle errichtet wurde, machte Tim Mälzer unkonventionelles Kochen mit einfachen Methoden populär.

Kurz rasierte Haare, lässiger Backenbart: Vox-Fernsehkoch Tim Mälzer (32) könnte auch beim FC St. Pauli in der Fankurve stehen. Er redet nicht über Balsamico-Essig und Trüffel, sondern über Sachen, die einfach „schweinelecker“ sind, aber „nicht die Welt kosten müssen.“²²²

Tim Mälzer begreift das Kochen nicht als Kunst oder Lebensstil, sondern als alltägliches Handwerk, weshalb das Hauptaugenmerk jeder Zubereitung bei ihm auf der schnellen und simplen Zubereitung der Gerichte liegt. Er möchte die elitäre Kochkunst demontieren und scheut sich nicht, Fertigprodukte wie Dosentomaten oder Kartoffelpüree aus der Tüte zu verwenden.

Er hetzt, im T-Shirt, entlang den Herdplatten, als flüchte er vor dem Leibhaftigen, er spricht so hastig, dass er mitunter schwer zu verstehen ist – und er wagt Tabubrüche, die ihm die Großmeister seiner Zunft in diesem Leben wohl nicht verzeihen werden.²²³

²²¹ Vgl. M. Reufsteck/ S. Niggemeier: Schmeckt nicht, gibt`s nicht, S. 1052.

²²² Hamburger Abendblatt (Hg.): Junges Gemüse am Herd. Cool kochen: Vox präsentiert mit dem Hamburger Tim Mälzer einen neuen TV-Koch, 01.03.2004, <http://www.abendblatt.de/daten/2004/03/01/267998.html>, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007.

²²³ Carsten Holm: Der junge Wilde am Löffel, in: Spiegel Special, Nr. 5/2005, S. 124-125, hier S. 124.

Mit dieser Vereinfachung scheinbar schwieriger Rezepte und seiner unpräntiösen Art spricht Mälzer vor allem diejenigen an, denen die Kochfertigkeiten zunehmend abhanden kommen und für die dementsprechend bislang „Tiefkühlpizza und Spaghetti mit Tomatensoße die Krönung ihrer kulinarischen Künste bedeuten.“²²⁴

Unter dem Motto ‚Rock’n Roll in der Küche‘ hat sich Mälzer seit der ersten Folge einen solchen Bekanntheitsgrad erkocht, dass ab April 2004 monatlich das zur Kochsendung gehörende Rezeptheftchen „Essen und Trinken – für jeden Tag“ herausgegeben wurde und sein Restaurant monatelang im Voraus ausgebucht ist. Die Medien bezeichnen ihn als „Popstar unter den deutschen Spitzenköchen“²²⁵, „der junge Wilde am Löffel“²²⁶, „Knüller am Vorabend“²²⁷ und „Küchenproll“²²⁸, Tim Mälzer charakterisiert sich selbst als „born to cook“²²⁹ und ernennt sich kurzum zum „Küchenbullen“²³⁰. Seine unbefangene Art der Präsentation und die Zubereitung unkonventioneller Gerichte aus einfachen Zutaten begeistern allabendlich mehr als eine Million Zuschauer.²³¹ Das erste Kochbuch „Born to Cook“ verkaufte sich in einem halben Jahr über eine Million Mal und stand, wie auch seine weiteren Kochbücher „Born to Cook2“, „Neues vom Küchenbullen“ und „Kochbuch“ wochenlang auf den Bestsellerlisten.²³² Neben den Kochbüchern sind auch DVDs und Mälzer-Kochartikel im Handel erhältlich.

In „Schmeckt nicht, gibt`s nicht“ ist Mälzer sowohl Koch als auch Moderator und wird bei der Zubereitung der Gerichte von seiner Assistentin Nina begleitet, die gelegentlich allgemeine Fragen zu Produkten oder Zubereitungsarten stellt. Durch Nahaufnahmen und verschiedene Kameraperspektiven, unter anderem eine im Kühlschrank, kann der Zuschauer den Kochprozess detailgenau verfolgen. Die

²²⁴ B. Ehrlich: a. a. O.

²²⁵ Das KochRezept (Hg.): Der TV-Liebling: Tim Mälzer, <http://www.daskochrezept.de/tim-maelzer/>, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007, Abschnitt „Magazin. Fernsehköche. Tim Mälzer“.

²²⁶ C. Holm: a. a. O., S. 124.

²²⁷ Kayhan Özgenc: „Prolet aus Pinneberg“. Wie der Hamburger Tim Mälzer das Show-Kochen im deutschen Fernsehen revolutioniert hat, in: Focus, Nr. 52/2004, S. 146-147, hier S. 146.

²²⁸ C. Holm: a. a. O., S. 125.

²²⁹ Klaus Dahlbeck: Schweinelecker! Alles über TV-Köche. Shows, Restaurants & Kochkurse, Essen 2005, S. 21.

²³⁰ Tim Mälzer: Born to Cook, München 2004, S. 81.

²³¹ K. Dahlbeck: a. a. O., S. 19.

²³² Vgl. M. Reufsteck/ S. Niggemeier: Schmeckt nicht, gibt`s nicht, S. 1052.

Bilder sind in schneller Abfolge hintereinander geschnitten, um der Sendung Tempo und Elan zu verleihen. Am Ende jeder Folge lädt Mälzer dann sein Produktionsteam zum gemeinsamen Essen an einem Tisch neben der Küchenzeile ein.

Neben „Schmeckt nicht, gibt`s nicht“ ist Tim Mälzer seit Dezember 2004 wöchentlich in Johannes B. Kerners Kochsendung „Kerners Köche“ zu sehen. Im Jahr 2005 wurde er mit seiner Kochsendung vor Alfred Biolek mit „alfredissimo!“ zum beliebtesten TV-Koch gewählt und schließlich im Februar 2006 mit der goldenen Kamera für die beste Kochshow ausgezeichnet.²³³ Im Mai 2006 erlitt Mälzer einen Schwächeanfall und reduzierte daraufhin seine Medienaktivitäten. Mit seinen Live-Kochshows „Auf die Faust“ und dem Nachfolger „Hamse noch Hack“ kehrte Tim Mälzer zurück und tourte im Herbst 2006 und 2007 durch ausverkaufte Säle in Deutschland. In 2007 wurde er erneut zum beliebtesten TV-Koch gewählt und gab seine Kochsendung „Schmeckt nicht, gibt`s nicht“ zugunsten neuer Projekte auf.

3.4.1 Sendungsablauf

„Hallo, hier ist Tim Mälzer, und heute zeige ich Ihnen, wie man einfach und lecker ‚das und jenes‘ kocht“²³⁴, begrüßt Tim Mälzer zu Beginn jeder Folge „Schmeckt nicht, gibt`s nicht“ seine Zuschauer. Die Kochsendung wird in einer eigens für die Sendung eingebauten Studioküche in einer Hamburger Lagerhalle aufgezeichnet.²³⁵ Die Kulisse besteht aus zwei Teilen: einem Koch- und einem Essbereich. Die Küche befindet sich auf der linken Seite, eingerahmt von zwei Pfeilern. Der vordere Teil ist mit Herd, Spüle und Holzarbeitsplatten ausgestattet, der hintere besteht aus weiteren Schränken, Regalen und Ablageflächen. Der Kühlschrank steht ganz links frei im Raum. Rechts neben der Küche steht ein

²³³ Vgl. Das KochRezept (Hg.): Der TV-Liebling: Tim Mälzer.

²³⁴ Christian Romanowski: Zu Besuch bei Tim Mälzers „Cool kochen“, 12.08.2004, http://www.kochmesser.de/archiv/04-0708/040812_cool-kochen-mit-tim-maelzer.html?sid=1808, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007.

²³⁵ Vgl. Katharina Klink: Wie eine Kochsendung funktioniert, 26.09.2007, <http://www.stuttgarter-zeitung.de/stz/page/detail.php/746590?skip=0>, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007.

großer Esstisch mit Platz für mindestens sechs Personen. Dieser Ausschnitt mit einem Fenster, Bücherregalen und Bildern suggeriert den gemütlichen Wohnbereich. Hier wird Tim Mälzer später mit einem Teil des Produktionsteams sein zubereitetes Essen genießen.

Die 30-minütige Sendung wird von einer Werbepause unterbrochen, die bereits fünf Minuten nach Beginn einsetzt. Bis dahin erklärt Tim Mälzer, was er in dieser Folge kochen wird und bereitet bereits schon einen kleinen Teil zu. Nach der Werbeunterbrechung erfolgt eine kurze Zusammenfassung dessen, was bereits geschehen ist. In einigen Folgen wird Mälzer zusätzlich beim Einkaufen auf dem Markt oder in Fisch- und Fleischfachgeschäften mit der Kamera begleitet, was als kurze Sequenz nach der Werbeunterbrechung eingefügt wird. Kurz vor Ende der Sendung zeigt Mälzer dann, wie das Essen geschmackvoll angerichtet wird, bevor er es seinem Team an dem Studiosesstisch serviert, mit dem er es dann gemeinsam genießt. Mit dem Ausschnitt auf Mälzer und die essenden Teammitglieder endet jede Folge „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“.

Tim Mälzer wird während seiner Kochsendung von der Aufnahmeleiterin Nina Heik begleitet, die diese Rolle allerdings nur in der Sendung spielt, im tatsächlichen Produktionsstab ist die Position der Aufnahmeleitung anders besetzt. Von der Vorderseite des Küchentresens aus unterhält Nina sich mit ihm und stellt gelegentlich Fragen zu Produkten und Zubereitungsweisen. Zudem werden nützliche Informationen zu einzelnen Lebensmitteln oder Bezeichnungen mehrmals während des Sendeverlaufs am unteren Bildrand als Inserts eingeblendet. Um das schnelle Tempo der Kochsendung zu übermitteln werden drei bewegliche Kameras und zwei fest installierte eingesetzt, darunter eine, die sich im Kühlschrank befindet und Tim Mälzer somit ebenfalls beim Lebensmittelholen einfängt. Die Aufnahmen werden vom Regisseur direkt zusammengemischt, wohingegen die Feinarbeiten wie Musik und kleine Einblendungen einen weiteren Tag zur Bearbeitung benötigen.²³⁶

²³⁶ Vgl. K. Klink: a. a. O.

3.4.2 Der Koch als Popstar – medial wie privat

Tim Mälzer begründet in Deutschland, wie Jamie Oliver zuvor in England, eine vollkommen neue Generation von Fernsehköchen. Mit ihm und seinen leicht nachkochbaren Rezepten hat der ‚Koch- und Küchenboom‘ in Deutschland richtig begonnen. Nie haben Sendungen über das Kochen und die Kochkunst mehr Aufmerksamkeit gefunden.

Nicht nur ambitionierte Hobbyköche fühlen sich von ihm angesprochen, sondern auch Menschen, die nicht gerne kochen oder dies überhaupt nicht können. „Seine Botschaft, dass beim Kochen eigentlich nichts schief gehen kann und alle zum Schluss satt und glücklich sind, scheint den Nerv der Zeit getroffen zu haben.“²³⁷ Indem Mälzer zeigt, dass man auch mit verhältnismäßig geringen und kostengünstigen Mitteln wohlschmeckende Mahlzeiten zubereiten kann, begeistert er gerade junge Leute für das Gemeinschaftserlebnis Kochen. Er vermittelt das Gefühl, dass jeder kochen kann und es Freude bereitet, die Familie oder Freunde zu bekochen. Dadurch, dass er Kochen als Handwerk und nicht als Kunst begreift, wird er zu einer Leitfigur für ein vorwiegend junges Publikum, denen Kochen als selbstverständliche Alltags­tätigkeit zunehmend abhanden kommt.

Jamie Oliver in England und Tim Mälzer in Deutschland haben als „Revoluzzer unter den telegenen Gastrostars“²³⁸ maßgeblich dazu beigetragen, dass sich das Ansehen des traditionellen Kochberufs erheblich gewandelt hat. Der Koch wird nicht mehr als gesetzter, korpulenter Mann mit Schürze und familienfeindlichen Schichtarbeitszeiten assoziiert, sondern als junger, agiler Erfolgskoch, der sowohl kulturell gebildet ist, als auch Sinn für Ästhetik und Geschäft hat.²³⁹ Für die Fernsehköche gilt dieser Bedeutungswandel gleichermaßen: Das Bild der Köche als ‚Halbgötter‘ ist dem der Köche als ‚Popstars‘ gewichen, die weniger die Kochkunst selbst, als ihre hohe Unterhaltungsqualität auszeichnet. Aufgrund ihres modischen Aussehens und unprätentiösen, natürlichen Verhaltens – ein bis dato vollkommen neues Element in Kochsendungen - bieten sie starken Identifikationscha-

²³⁷ Das KochRezept (Hg.): Der TV-Liebling: Tim Mälzer.

²³⁸ K. Özgenc: a. a. O., S. 147.

²³⁹ Vgl. Wiglaf Droste: Die Brei-Verderber, 13.05.2007, <http://www.eulenspiegel.org/index.php?s=Brei-Verderber>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2007.

rakter. Sowohl Oliver wie auch Mälzer präsentieren sich als „Stars ohne Allüren – sie bewegen sich auf der Ebene ihrer Zuschauer, in Küchen, wie sie auch bei den Zuschauern aussehen könnten.“²⁴⁰ In dieser Tatsache besteht ein weiteres Rezept ihres Erfolgs.

Die unbeschreibliche Popularität Mälzers zeigt sich zudem in jedem seiner Wirkungskreise: Seine Kochbücher und Küchenutensilien sind Bestseller, das Restaurant und die Live-Kochshows stets ausgebucht und seine Kochsendungen und Auftritte in anderen Sendungen garantieren höchste Zuschauerquoten. Tim Mälzers Porträt zielt zahlreiche Zeitschriften und seine Anwesenheit in Talkshows und Veranstaltungen ist derart begehrt, wie die international berühmter Popstars. Er ist mit seiner Person zu einem vollständigen Markenprodukt geworden, das uneingeschränkten Profit und Erfolg garantiert. Darüber hinaus ist es ihm gelungen, die „Kultur des täglichen Selberkochens“²⁴¹ in eine modische Freizeitbeschäftigung zu verwandeln. Seine originellen Gerichte aus einfachen Zutaten in Kombination mit seinem modischen Kleidungsstil sowie zelebrierter ‚Coolness‘ sind hierbei sein Erfolgsrezept, das zunehmend auch Männer begeistert. Diese machen bereits die Hälfte des Zuschaueranteils²⁴² von „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“ aus.

Kochen ist scheinbar nicht mehr überwiegend Frauensache, denn besonders für Männer bietet die neue Generation der Fernsehköche, die als Helden und Popstars bewundert werden, ein sehr großes Identifikationspotential. Die Fähigkeit Kochen zu können allein genügt eben nicht mehr: „Man sollte verwegen aussehen, ganz wie jemand, der sich so lässig den Anforderungen der Küche stellt wie der Surfer der Monsterwelle und das Essen mit Charisma garniert.“²⁴³ Die steigende Anzahl an Männern, die daraufhin beginnen nach dem Vorbild von Jamie Oliver oder Tim Mälzer zu kochen, unterscheidet sich hinsichtlich der Vorgehensweise und Organisation grundlegend von Frauen. Während diese weiterhin für das alltägliche

²⁴⁰ Christiane Tramitz: Geschmacks-Empfinden. Kochsendungen auf Erfolgskurs, El Cartel Media (Hg.), April 2006, http://www.elcartelmedia.de/download/studien/ECM_Studie_Kochen06.pdf, zuletzt aufgerufen am 10.11.2007, S. 1-17, hier S. 7.

²⁴¹ Wolfgang Lechner: Wie man in Deutschland kocht und isst, 15.01.2004, http://www.zeit.de/2004/04/Deutschland_2fEssen?page=1, zuletzt aufgerufen am 12.12.2007, S. 1-11, hier S. 8.

²⁴² U. Langer: a. a. O.

²⁴³ C. Kleis: a. a. O., S. 26.

che Kochen zuständig sind, das zunehmend als lästig und belanglos angesehen wird, so wird beim männlichen Kochakt, der beinahe ausschließlich in der freien Zeit zum Tragen kommt, das einst alltäglich Gewöhnliche als das neue Besondere stilisiert: „Sie haben das Kochen von den Niederungen des Selbstverständlichen in die Sphäre des Ästhetischen erhoben.“²⁴⁴ Kochen und Essen wird hierbei als Abenteuer begriffen, dass nicht nur direkt mit Identität verknüpft wird, sondern auch und vor allem mit dem Event. Während eine Feier und ein Fest schließlich nur für die Wiederholung des Bekannten stehen, beschreibt ein Event „das Einmalige, das noch nie Dagewesene, das alles Bisherige übertreffen muss.“²⁴⁵

Die Küche wird zum „Ort der männlichen Performance“²⁴⁶, in der die „selbsternannten Herdkünstler“²⁴⁷ mit artistischen Kochkunststücken imponieren wollen und das bevorzugt als besondere Inszenierung vor Publikum. Denn alleine für sich selbst kochen, das tun nur wenige Männer, die aufgrund des Erfolgs von Oliver und Mälzer sowie dem daraus resultierenden Bedeutungswandel der Kochtätigkeit begonnen haben zu kochen. „Das zum Ritual stilisierte Schaukochen ist ein neues Phänomen maskuliner Selbstdarstellung.“²⁴⁸ In der Zubereitung möglichst versierter Kochkunststücke sehen die männlichen Hobbyköche eine günstige Gelegenheit, sich vor Frauen in Szene zu setzen und diese mit ihren gewonnenen Fähigkeiten zu beeindrucken: „Kochende Männer gieren nach Applaus. Sie wollen Eindruck schinden, einander mit ausgefallenen Rezepturen übertrumpfen, wollen Kennerschaft und Geschmackssicherheit beweisen.“²⁴⁹

Infolge dessen eignen sich Männer ein immer größeres Wissen über Lebensmittel und die Art der Nahrungszubereitung an. Während beispielsweise an früheren Kochkursen überwiegend Frauen teilnahmen, machen die Männer mittlerweile

²⁴⁴ Herbert Hacker: Helden Am Herd, 01.11.2007, <http://www.zeit.de/2007/45/Helden-am-Herd?page=1>, zuletzt aufgerufen am 20.04.2008, S. 1-3, hier S. 2.

²⁴⁵ Konrad Köstlin: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen, in: Ruth-E. Mohrmann (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne, Münster 2006 (Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108), S. 9-22, hier S. 18.

²⁴⁶ Ebd., S. 16.

²⁴⁷ H. Hacker: a. a. O., S. 1.

²⁴⁸ Ebd.

²⁴⁹ Ebd.

bereits die Hälfte der Teilnehmer aus.²⁵⁰ Darüber hinaus ergänzen sie ihre Kenntnisse mittels diverser Kochbücher, Esszeitschriften und Kochsendungen.

Sie werden damit zu Spezialisten einer Küche, deren Mahlzeiten schon dadurch zum Ereignis werden, dass sie von Männern gekocht werden. Die traditionelle Kompetenz für das Alltägliche bleibt bei den Frauen. Das Neue, Besondere, Nichtalltägliche und Sichtbare zelebrieren die Männer als ihre Spezialität. Es ist ihr Abenteuerspielplatz, der Küche heißt.²⁵¹

Parallel zu der männlichen Perfektionierung und Professionalisierung des Kochens in der privaten Freizeit hat sich auch die Küchenausstattung geändert. Um die Küche als angemessene „Bühne einer obsessiv ausgelebten Selbstdarstellung“²⁵² zu benutzen und „prestigeträchtige Glanzleistungen vor Publikum“²⁵³ zu vollbringen, wird besonders viel Wert auf eine technisch hochprofessionelle und puristisch-edelstählerne Küchenausstattung gelegt: „Die Zeiten kümmerlicher Kochnischen mit Mikrowelle sind längst vorbei.“²⁵⁴ Die Küche ist, vor allem in Single-Haushalten, zum wichtigsten Raum des Zuhauses geworden. Wer es sich leisten kann, lässt sich daher nach dem Vorbild aus dem Fernsehen eine Küche mit frei stehendem Kochelement einbauen und schafft sich einen möglichst großen, hölzernen Esstisch an, der Platz für viele Gäste bietet, vor denen sich dann beim Kochen in Szene gesetzt und präsentiert werden kann.

„Die Zeiten, in denen die meisten Männer nicht kochen konnten, liegen weit zurück“²⁵⁵, tönt es in einer Vielzahl von gegenwärtigen Medienberichten, die den Bedeutungswandel des Kochens hinsichtlich einer allseits zunehmenden Kochbegeisterung der Männer auslegen. Obwohl verschiedene Studien durchaus belegen, dass die Anzahl der Männer, die sich als „gute bis sehr gute Köche“ einschätzen und auch „leidenschaftlich gern“ kochen, kontinuierlich steigt und 60 Prozent behaupten, sie könnten ein ordentliches Essen zubereiten, sind dennoch weiterhin

²⁵⁰ Vgl. K. Köstlin: a. a. O., S. 18.

²⁵¹ Ebd.

²⁵² H. Hacker: a. a. O., S. 2.

²⁵³ J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 293.

²⁵⁴ H. Hacker: a. a. O., S. 2.

²⁵⁵ Andin Tegen: Der kochende Mann ist ein Aphrodisiakum, 27.09.2007, http://www.welt.de/vermischtes/article1217801/Der_kochende_Mann_ist_ein_Aphrodisiakum_.html, zuletzt aufgerufen am 20.04.2008.

69 Prozent der befragten Männer der Ansicht nur „ein bisschen oder gar nicht“ kochen zu können und wirklich „gern“ tun dies dabei nur 20 Prozent.²⁵⁶

Es ist anzumerken, dass der zwar steigende, aber immer noch kleine Anteil der Männer, die den Vorbildern aus dem Fernsehen aktiv nacheifern und sich dabei mehr oder weniger intensiv mit Lebensmitteln und ihrer Zubereitung auseinandersetzen, in erster Linie den jüngeren, gut situierten und trendbewussten Milieus angehört. Sie bestehen aus vielen Singles mit vergleichsweise höheren Einkommen und Bildungsabschlüssen, bei denen der Spaß- und Erfolgsfaktor eng miteinander verbunden ist und eine wichtige Funktion einnimmt.²⁵⁷

Ungeachtet der großen Anzahl der Männer, die weder gern noch gut kochen können und die nur über eingeschränkte Kenntnisse über Nahrungsbeschaffenheit und Kochen verfügen, ist das Ansehen der männlichen Kochfähigkeit in der Gesellschaft und besonders bei Frauen angesichts des beispiellosen Erfolgs der neuen Generation von Fernsehköchen und Kochsendungen stark gestiegen. Wenn Männer heute schlecht oder gar nicht kochen können, „ist das bei Frauen etwa so beliebt, als würden sie zugeben, nie einen Roman gelesenen zu haben.“²⁵⁸ Infolge dieser Bedeutungssteigerung der männlichen Kochfähigkeit zu einem wesentlichen Charaktermerkmal erscheinen neben dem gewöhnlichen Repertoire an Kochbüchern und Esszeitschriften immer mehr Bücher ausschließlich für Männer. Dazu gehören sowohl Kochbücher zur Verbesserung der Fähigkeiten der bereits kochenden Männer, als auch zahlreiche Ratgeber für diejenigen, deren Kochkenntnisse ausschließlich rudimentärer Art sind.

3.4.3 Wirkung und Ausblick

Tim Mälzer wird seit dem Start seiner Sendung „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“ im Jahr 2003 als deutscher Jamie Oliver gehandelt. Er stieg innerhalb eines Jahres zu einem der populärsten Fernsehköche auf und gilt als Begründer des jüngsten

²⁵⁶ Vgl. A. Meier-Ploeger: a. a. O., S. 4.

²⁵⁷ Vgl. Tramitz: a. a. O., S. 6.

²⁵⁸ A. Tegen: a. a. O.

‚Kochshowbooms‘ in Deutschland. Vor seiner Sendung, die sich zu der erfolgreichsten Kochsendung im deutschen Privatfernsehen entwickeln sollte, kochten auf den anderen, überwiegend öffentlich-rechtlichen und dritten Programmen mit Alfred Biolek, Johann Lafer und Alfons Schuhbeck überwiegend ältere Köche vor allem für ein älteres Publikum. Hatte Alfred Biolek mit „alfredissimo!“ dem Kochen im Fernsehen bereits ein wenig sein elitäres Element genommen, da er selbst nur Hobbykoch war und das Kochen überwiegend als Rahmen für ein Gespräch mit seinen Gästen begriff, so steht Mälzer für die radikale Reduzierung und Simplifizierung des Kochens, respektive der Kochsendungen. Mit dem Schwerpunkt auf Unterhaltung sowie Rezepten, die aus Fertigprodukten wie Brühwürfel und Tütenkartoffelpüree bestehen dürfen, spricht er überwiegend die jüngere Generation an und macht das Kochen nicht nur „single-kompatibel, sondern auch ‚jung‘“²⁵⁹. Durch seine unpräzise Art und seinen erlangten ‚Popstar-Status‘, bis dato vollkommen neue Elemente eines Kochs in einer Kochsendung, wird Kochen außerdem verstärkt für Männer interessant, die beginnen ihm nachzueifern.

Als Reaktion auf Mälzers Erfolg setzten vor allem die privaten Sender verstärkt auf Kochsendungen in ihrem Programm, da diese kostengünstig und schnell zu produzieren sind und viele Zuschauerzahlen versprechen. Des Weiteren eignet sich das Format sehr gut für gewerbliche Werbung und Vermarktung, da es seine eigenen Stars generiert und im Gegenzug die Stars der Gastronomie ökonomisch am Leben erhält, für deren Präsenz und Erfolg es immer wichtiger wird, ebenfalls in einer Kochshow präsent zu sein.²⁶⁰ Auffallend ist bei den Kochsendungen, die aufgrund von Mälzers Erfolg entstanden sind, dass sie ausschließlich auf Unterhaltung und kommerziellen Gewinn ausgelegt sind. Kochsendungen, die gesellschaftspolitische Verantwortung übernehmen und durch Vermittlung didaktischen Ernährungswissens auf die zunehmenden Gesundheitsprobleme in Deutschland reagieren, fehlen gänzlich im Programm.

Die neuen Formate der Kochsendungen scheinen neben dem Unterhaltungsaspekt und ihren alltagskompatiblen Rezepten vor allem darauf ausgerichtet zu sein, die

²⁵⁹ G. Seeßlen: a. a. O.

²⁶⁰ Ebd.

Zuschauer zum Nachkochen zu animieren, um ihre diversen Merchandising-Produkte wie Kochbücher und Küchenausstattung zu verkaufen. Dies zeigt sich auch in der umfassender werdenden Darstellung der jeweiligen Sendung auf der Internetseite des ausstrahlenden Senders. Während die Kochsendungen in den neunziger Jahren zwar bereits in einer kleinen Rubrik auf der Internetseite des übertragenden Senders präsent waren, so hat sich der jeweilige Internetauftritt mittlerweile zu einem umfassenden und unabdingbaren Bestandteil der Sendungen entwickelt: Von Informationen zu den jeweiligen Köchen und ihrer Sendung, der Bereitstellung von Rezepten und Folgen der Sendung bis zu dem Vertrieb diverser Zubehörartikel wie Kochbücher und Ausrüstung, bietet die jeweilige Internetpräsenz alle nötigen Hintergrundinformationen für die Zuschauer. Darüber hinaus ermöglicht sie ihnen gestaltbare Zusatzdienste wie Gästebücher und Gesprächsforen, wodurch eine Ausdehnung der Präsenz der Kochsendung über ihren effektiven Ausstrahlungszeitpunkt hinaus bewirkt wird. Mit den diversen Formen der interaktiven Mitgestaltung gleicht sich das Fernsehen zunehmend den Angeboten des Internets an und „bereitet so eine crossmediale Vermarktung der eigenen Sendungsangebote vor.“²⁶¹ Kochsendungen besetzten nicht mehr ausschließlich das Medium Fernsehen, sondern stellen einen regelrechten Medienverbund zwischen Buch, Internet, Handel und Fernsehen her. Jede Kochsendung bietet mittlerweile auf jedem Medium Zusatzartikel an. Darüber hinaus entstehen Online-Kochshows und Kochsendungen im Radio.²⁶²

Den neuen Formen jenseits der klassischen Kochsendungen ist außerdem gemein, dass das Kochen zwar scheinbar eine wesentliche Unterhaltungsfunktion einnimmt, während es in Wirklichkeit nur begleitende Nebensache ist. Anstatt ausgebildeter Kochkünste stehen besonderes Organisations- und Improvisationstalent im Vordergrund.²⁶³ Dementsprechend konkurrieren beispielsweise in der Spielshow „Das Kochduell“ zwei Köche gegen die Zeit miteinander, indem sie aus einer willkürlichen Auswahl von Supermarktprodukten in zwanzig Minuten ein

²⁶¹ Joan Kristin Bleicher: „We love to entertain you“. Beobachtungen zur aktuellen Entwicklung von Fernsehformaten, Institut für Medien und Kommunikation des Departments Sprache, Literatur, Medien der Universität Hamburg (Hg.), Hamburg 2006, S. 49.

²⁶² Nähere Informationen zu Online-Kochshows siehe: <http://www.de-lite.de/>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008. Zu Kochsendungen im Radio siehe: <http://www.megawelle.com/Rezepte.html>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

²⁶³ Vgl. K. Wick: a. a. O.

Drei-Gang-Menü zubereiten müssen. Auch bei einer der erfolgreichsten Kochsendungen der letzten Jahre, „Kerners Köche“, der Freitagsausgabe der Talk-Sendung „Johannes B. Kerner“, müssen sich Profiköche bezüglich ihrer Unterhaltungsqualitäten beweisen. Hier steht nicht mehr der Herd und das Kochen allein im Mittelpunkt, sondern die Unterhaltung am Herd rückt ins Zentrum des Zuschauerinteresses.

3.5 „Kerners Köche“ – Johannes B. Kerner

Die Kochsendung „Kerners Köche“ im ZDF entwickelte sich seit ihrer Premiere im Dezember 2004 innerhalb eines Jahres zur erfolgreichsten Kochsendung im deutschen Fernsehen und löste dementsprechend Tim Mälzer mit „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“ ab. Bis zu der Erstausstrahlung der Kochsendung „Das perfekte Dinner“ im März 2006 war „Kerners Köche“ die meistgesehene Kochsendung und belegt seitdem hinter „Das perfekte Dinner“ Platz zwei der beliebtesten Kochsendungen im deutschen Fernsehen.

Dabei war die Sendung ursprünglich gar nicht geplant, sondern ist aus der Not entstanden, als der US-amerikanische Schauspieler George Clooney aufgrund eines Bandscheibenvorfalles kurzfristig seinen Talkshow Auftritt absagen musste.²⁶⁴ Zu dem Zeitpunkt als die Nachricht eintraf, hatte Johannes B. Kerner die (TV-)Köche Johann Lafer, Rainer Sass, Tim Mälzer, Ralf Zacherl und Sarah Wiener in seiner gleichnamigen Talkshow zu Gast. Daraufhin kam die Idee zustande, in der nächsten Sendung am anschließenden Abend in gleicher Besetzung in seinem Studio zu kochen, anstatt zu reden. Innerhalb der nächsten Stunden wurden das Studio ab- und eine vollständige Küche mit einer langen Küchenzeile mit vier Kochfeldern und Backöfen aufgebaut. Am nächsten Abend, Freitag, den 16. Dezember 2004 von 23.00 bis 24.00 Uhr fand dann die erste Sendung mit den fünf TV-Köchen und Johannes B. Kerner als Moderator statt.²⁶⁵

²⁶⁴ Vgl. Bert Gamerschlag: Kochen mit Kerner. Butter bei die Fische, 12/2005, <http://www.stern.de/lifestyle/kueche/538057.html?eid=538128>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2007.

²⁶⁵ Vgl. Das KochRezept (Hg.): Ausnahmeerfolg: Kerners Köche, <http://www.daskochrezept.de/kerners-koeche/>, zuletzt aufgerufen am 12.12.2007, Abschnitt „Magazin. Kochsendungen. Kerners Köche“.

Aufgrund der Einschaltquoten von 1,4 Millionen wurde eine zweite Kochshow geplant, die ebenso erfolgreich war. Daraufhin wurde beschlossen jeden Freitagabend im Studio zu kochen, zunehmend auch mit wechselnder Besetzung, so dass bald jeder bekannte Fernsehkoch einmal bei Johannes B. Kerners Kochabend zu Gast war. „Kerners Köche“ war mit durchschnittlich 1,9 Millionen Zuschauern im Jahr 2005 die meistgesehene Kochsendung im deutschen Fernsehen und erreichte in 2007 zum Teil sogar Einschaltquoten von zweieinhalb Millionen.²⁶⁶ „Es ist das wöchentliche Gipfeltreffen von Deutschlands TV-Köchen, den neuen Königen der Herzen und der Quoten“²⁶⁷, kommentiert die Fernsehzeitschrift „TV-Spielfilm“ im Dezember 2007 den unglaublichen Erfolg der Kochsendung. Dieser zeigt sich auch deutlich an der umfassenden Internetpräsenz von „Kerners Köche“ auf der ZDF Internetseite. Neben der Bereitstellung der zubereiteten Rezepte aller Folgen in einem Rezeptarchiv, besteht die Möglichkeit bereits ausgestrahlte Folgen der Sendung erneut anzuschauen und Zubehörprodukte über einen zugehörigen Online-Shop zu erwerben.

Im September 2005 erschien mit „Kerners Köche - Die besten Rezepte aus der TV-Show“ das erste Kochbuch zur Sendung, das überaus erfolgreich war. Ein Jahr darauf folgte eine DVD mit Rezeptheft und im August 2007 mit „Kerners Kochbuch“ ein zweites Kochbuch. Im Januar 2008 teilte Johannes B. Kerner schließlich mit, dass er die Moderation seiner Kochshow in der Sommerpause dieses Jahres beenden wird, um sich anstatt dessen wieder stärker in der Sportberichterstattung engagieren zu können.

„Kerners Köche“ ist eine Kochsendung, wie sie es in der Art im deutschen Fernsehen bislang noch nicht gab. Zwar nutzte bereits Biolek in „alfredissimo!“ das Kochen als Rahmen für ein Gespräch mit seinem prominenten Gast, aber erst in „Kerners Köche“ wird der klassische Talk vollkommen neu gestaltet, wenn Johannes B. Kerner mit Stammbesetzung Johann Lafer und wechselnden prominenten Profi- und später auch Hobbyköchen das Studiopublikum bekocht und somit die klassischen Elemente einer Kochsendung mit denen einer Talkshow verbind-

²⁶⁶ Vgl. C. Holst: a. a. O., S. 8.

²⁶⁷ Ebd.

det.²⁶⁸ Die prominenten Köche verstehen es, ausgezeichnete Menüs zu kreieren und sich dabei selbst und das Publikum auf ungehemmte Weise zu unterhalten.

Innerhalb der Sendezeit bereiten die Fernsehköche gemeinsam ein fünfgängiges Menü in der Studioküche zu, wobei jeder Koch für einen Gang verantwortlich ist, der dann jeweils von den anderen Köchen probiert und kritisch bewertet wird. Beinahe jede Folge steht unter einem ganz bestimmten Thema wie beispielsweise Grillrezepte, exotische Küche oder Sommergerichte, wonach sich die Köche bei ihrer Rezeptwahl zu richten haben. Das Studiopublikum wird zwischendurch und am Ende der Sendung mit dem zubereiteten Essen verköstigt. Da sich die Köche in einem inszenierten Wettstreit um die Gunst des Publikums befinden, werden je nach kulinarischem Thema neben alltagstauglichen Rezepten auch häufig ausgefallene Gerichte zubereitet. Johannes B. Kerner fungiert als Moderator zwischen den Köchen und erfragt Tipps und Hinweise für die Zuschauer.

3.5.1 Sendungsablauf

Für die Aufzeichnung von „Kerners Köche“ muss das Talkstudio der „Johannes B. Kerner“ Show vollständig umgebaut werden. Um den Aufwand der Umbauarbeiten so gering wie möglich zu halten, werden die einzelnen Folgen am Stück aufgezeichnet, jeweils sechs Sendungen an zwei Tagen.²⁶⁹ Dafür wird die sonst übliche Kulisse aus Schreibtisch und Sessel gegen eine überdimensionale Küchenzeile ausgetauscht, die mit vier nebeneinander angeordneten Kochfeldern ausreichend Platz für die Köche bietet. Dahinter befinden sich noch weitere Ablageflächen sowie Backöfen und Kühlschränke. Gegenüber der Arbeitsplatte befinden sich die Kameras und die Publikumstribüne, auf der pro Sendung jeweils 130 Zuschauer Platz nehmen. Die Eintrittskarten zu fünf Euro sind sehr beliebt, so dass die Wartezeit zwischenzeitlich bis zu zwei Jahren betrug.

²⁶⁸ U. Langer: a. a. O.

²⁶⁹ Vgl. C. Holst: a. a. O., S. 8.

Während die jeweils mitwirkenden Köche ihre Gerichte zubereiten, die möglichst am Ende einer Folge ein zusammenhängendes Menü ergeben sollen, geht Kerner zwischen den Köchen umher, kommentiert ihre Handlungen und stellt Fragen zu Produkten sowie Zubereitungsarten. Jeder Handgriff der Köche wie auch der Vorgang in Pfannen und Töpfen wird von vier freistehenden Kameras gefilmt und für das Studiopublikum sichtbar auf mehreren Bildschirmen an der Vorderseite der Küchenzeile gezeigt. Das Konzept der Sendung beinhaltet, dass die Köche für ihren Auftritt nichts vorbereiten und weder Fehler noch Missgeschicke korrigieren dürfen. Alles wird in Echtzeit aufgezeichnet, weshalb es keine Schnitte und Neuschüsse gibt.²⁷⁰ Die Kochsendung erhält durch diese Verfahrensweise den Charakter eine Live-Show, wodurch sie sich von den anderen Kochsendungen im Programm abgrenzt und einen zusätzlichen Publikumsanreiz darstellt.

Da jeder Koch für einen Gang des Menüs zuständig ist, wird Gang für Gang untereinander probiert und das Gericht des jeweiligen Kochkollegen bewertet, wobei es zur Freude des Publikums durchaus auch amüsante negative Anmerkungen gibt. Während die übrigen Köche sich nach der kurzen Bewertungspause wieder der Zubereitung ihres Gerichtes widmen, verteilt der für den bewerteten Gang zuständige Koch persönlich Kostproben seines Gerichts an das Studiopublikum. So wird Gang für Gang verfahren, wobei die Verkostung und Bewertung des Desserts immer den Abschluss einer Folge bilden. Dann darf das Studiopublikum seine Sitzplätze auf der Tribüne verlassen und vorne an der Küchenzeile alles verköstigen und die Köche „hautnah“ erleben. An dieser Stelle verabschiedet sich Johannes B. Kerner von den Fernsehzuschauern und eine Folge „Kerners Köche“ endet.

3.5.2 Köche für jedes Lebensgefühl

In kürzester Zeit hat sich „Kerners Köche“ mit der Mischung aus Koch- und Talkshow zu einer der beliebtesten Kochsendungen im deutschen Fernsehen etabliert. Durch den Live-Show Charakter präsentieren sich die teilnehmenden Köche be-

²⁷⁰ Vgl. Das KochRezept (Hg.): Ausnahmeerfolg: Kerners Köche.

wusst natürlich und ohne vorherrschenden perfektionistischen Anspruch. Sie weisen unterschiedliche Charaktereigenschaften auf und personifizieren jeder für sich einen klar definierten Typus, der jeweils unterschiedliche Zuschauer anspricht. So werden neben Rezepten für jeden Geschmack gewissermaßen auch Köche für jedes Lebensgefühl und den damit verbundenen Lebensstil vorgestellt:

Johann Lafer gibt den anspruchsvollen Genießer, Tim Mälzer den daueraktiven Entertainer, Sarah Wiener die experimentierfreudige Kosmopolitin, Cornelia Poletto den modernen Gourmet.²⁷¹

Die große Beliebtheit von „Kerners Köche“ hat den beteiligten Köchen großen Erfolg und vor allem kommerziellen Gewinn beschert. Ihre Restaurants sind ausgebucht und wer nicht bereits in einer eigenen Kochsendung präsent war, erhielt nun ebenfalls eine. Darüber hinaus begannen sie eigene Kochbücher zu veröffentlichen, die sich außerordentlich erfolgreich verkauften und oft ebenso aussichtsreiche Fortsetzungen zur Folge hatten. Aufgrund ihres Mitwirkens bei „Kerners Köche“ haben sich die beteiligten Köche mit ihren Restaurants, Sendungen und Kochbüchern zu Markenartikeln mit jeweils eigenen Zielgruppen entwickelt.²⁷²

Obwohl sich die Köche zwar bewusst hinsichtlich ihrer Ess- und Kochpräferenzen unterscheiden, so ist ihnen doch eines gemein: Aufgrund ihrer leidenschaftlichen Tätigkeit und Beschäftigung mit Lebensmitteln sowie Essen gelten sie alle als Genussmenschen. Und die Fähigkeit zu Genießen hat sich im Zuge des veränderten Gesundheitsbewusstseins und zunehmenden Wellness-Bedürfnisses zu einer ausschließlich positiv besetzten Eigenschaft entwickelt, die mit Wohlbefinden, Gesundheit und Lebensqualität verbunden wird. Die Attraktivität eines Genussmenschen besteht in seinem besonderen Persönlichkeitsprofil, das eine Vielzahl sympathischer Eigenschaften vereint und daher häufig Vorbildcharakter erzeugt.²⁷³ Aufgrund dieser Leitbild- und Orientierungsfunktion wird bewusst die Gesellschaft eines Genießers gesucht, ihm gerne zugehört und es werden bereitwillig gewisse Einstellungen und Verhaltensweisen angenommen:

²⁷¹ A. Siegert: a. a. O., S. 90.

²⁷² Vgl. Ebd.

²⁷³ Vgl. R. Bergler: a. a. O., S. 85.

Der Genießer ist [...] ein Mensch, den man gerne um sich hat und mit dem man gerne zusammen ist, weil damit immer Freude und Fröhlichkeit verbunden sind. [...] Seine besondere Attraktivität besteht darin, dass sein Psychogramm nicht selten dem eigenen Wunschbild entspricht, d. h. man möchte vielfach auch so sein wie ein typischer Genießer und fühlt sich deshalb auch von ihm immer wieder angezogen.²⁷⁴

Je nachdem, welcher Koch aus „Kerners Köche“ hinsichtlich seiner Wesensart der individuellen Lebenseinstellung am nächsten kommt, dient dieser vielen zur Orientierung im Hinblick auf die persönlichen Kochkenntnisse sowie das Koch- und Essverhalten. Dieses leitet sich zum einen von subjektiven Erinnerungen und Erfahrungen ab, die schon immer so ausgeübt wurden und zum anderen durch diese meinungsbildenden Vorbilder, an denen sich orientiert wird. Das aus der vertrauten Gruppe wie Familie oder Idol übernommene Geschmacksmuster, nimmt den zusätzlichen Druck, jedes mal eine eigene Beurteilung und Wertung über die Nahrung und die Zubereitung treffen zu müssen.²⁷⁵ So wird die in der Lebenswelt vorhandene Geschmacksrichtung unbewusst adaptiert und fortan als eigene wahrgenommen und ausgegeben.

Darüber hinaus wird häufig nicht nur die bevorzugte Kochweise der Leitfigur adaptiert, sondern auch die von ihr verfassten Kochbücher und verwendete Küchenausstattung wie Messer, Töpfe und Pfannen werden erworben und übernommen. Besonders bei den Küchenmessern macht sich der Einfluss der Kochsendungen deutlich bemerkbar. Waren sie sonst vorwiegend in Haushaltsgeschäften erhältlich, verfügt heute jedes Geschäft über Messer in ihrem Angebot, selbst in Supermärkte und Drogerien können sie mittlerweile erworben werden. Der Besitz eines Küchenmessers, bevorzugt eines, das auch ein Fernsehkoch verwendet, wird heute mehr als jedes andere Küchengerät als Zeichen der eigenen Kochkompetenz angesehen. Essen und die Art zu Kochen wird infolge dessen vermehrt zum Ausdruck persönlicher Einstellungen und des individuellen Lebensstils genutzt:

Wir nehmen Nahrung nicht mehr bloß auf, um unseren Hunger zu stillen, sondern um unsere Lebensqualität zu erhöhen. Wir essen bestimmte Speisen, um uns von anderen Menschen zu unterscheiden oder unsere Gruppenidentität aufrechtzuerhalten.²⁷⁶

²⁷⁴ R. Bergler: a. a. O., S. 85.

²⁷⁵ Vgl. Hans Jürgen Teuteberg: Der Essensgeschmack als Brücke zwischen Natur und Kultur, in: Thomas Hauer (Hg.): Das Geheimnis des Geschmacks. Aspekte der Ess- und Lebenskunst, Berlin 2005, S. 104-121, hier S. 114.

²⁷⁶ H. Rützler: Future Food, S. 9.

Ob vegetarische Gerichte oder Mittelmeerkost, die Verwendung japanischer Küchenmesser oder die eigene Kräuterzucht, Essen und Kochen bleiben nicht mehr ausschließlich privates Verhalten, sondern werden in „körperbewusste Lebensstile“²⁷⁷ integriert. Die eigenen Esspräferenzen werden zum Ausdruck der Persönlichkeit und beeinflussen alle Lebensbereiche. Schon lange drückt sich der eigene Stil nicht mehr ausschließlich durch Kleidung aus: Von der Wohnungseinrichtung und Literatúrauswahl bis zur Freizeitgestaltung und dem Umgang mit dem eigenen Körper soll alles zum Typ passen und wird folglich darauf abgestimmt, wobei sich vielfach an Leitbildern aus dem Umfeld orientiert wird.

3.5.3 Wirkung und Ausblick

Die einsetzende Begeisterung für Kochsendungen in Deutschland, die mit Tim Mälzer und der Sendung „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“ begann, wurde durch „Kerners Köche“ noch mehr verstärkt. Während Mälzers Kochsendung auf dem Privatsender VOX überwiegend von einem jüngeren Publikum verfolgt wurde, so fühlen sich auch Zuschauer anderer Altersklassen von dem „kultivierten Kochchaos“²⁷⁸ bei Johannes B. Kerner im ZDF angesprochen, da die Sendung unter anderem bereits durch die Sendezeit und das Senderprofil eine andere Zielgruppenausrichtung aufweist.

„Kerners Köche“ zeigt sehr deutlich, wie sich die Kochsendungen im Gegensatz zu früher verändert haben und wie sie heute funktionieren. Obwohl die Sendung das Kochen zum Hauptthema hat und mehrere und nicht mehr nur ein Koch verschiedene Gerichte zubereiten, liegt der Fokus auf dem Unterhaltungswert der Köche, weshalb die Wissensvermittlung und Bedeutung des Kochens immer weiter in den Hintergrund rücken. Mit Johannes B. Kerner als Moderator kommentiert zudem kein ausgewiesener Fachmann das Geschehen, sondern ein vollkommen fachfremder. Im Vergleich zu seiner Fragenqualität und Professionalität als Moderator in seiner Talk-Sendung „Johannes B. Kerner“ lassen sich daher deutli-

²⁷⁷ K. Köstlin: a. a. O., S. 15.

²⁷⁸ Das KochRezept (Hg.): Ausnahmeerfolg: Kerners Köche.

che Veränderungen angesichts seines Verhaltens und Auftretens in „Kerners Köche“ feststellen:

So fällt etwa auf, dass Johannes B. Kerner, der im „ZDF-Sportstudio“ niemals über Fußballspiele unterhalb der Zweiten Bundesliga berichten muß [sic], beim Thema „Kochen“ eine Art kulinarischen Breitensport zum Programm erhebt. Dabei wird die Komplexität des Faches, insbesondere aber das grundlegende System von Qualität, unterschlagen.²⁷⁹

Die jeweils mitwirkenden Köche sind während der Kochsendung ebenfalls sehr auf ihren Unterhaltungswert bedacht, noch mehr Wert legen sie jedoch auf ihr Image.²⁸⁰ Die zum Teil bewusst ungeschickte und einfache Inszenierung der Köche sowie die überwiegend alltagstauglichen Rezepte vermitteln den Zuschauern, dass kochen nicht ausschließlich aufwändig und mühsam sein muss und jeder mit dem richtigen Engagement genauso gut kochen kann. Aufgrund dessen bedingte die Kochsendung „Kerners Köche“ wie bereits „Schmeckt nicht, gibt’s nicht“ eine schleichende Nivellierung des Unterschieds zwischen der elitären Sterneküche und der simplen Alltagsküche.²⁸¹ Durch das erfolgreiche Nachkochen der Rezepte kann zudem sogar auf eine gewisse Weise an dem Ruhm der auftretenden Köche partizipiert werden.

Aufgrund des Erfolgs von „Kerners Köche“ hat sich Kochen von der anfänglichen Begeisterung zu einem absoluten Trendthema entwickelt. Kochen wird wieder „in“ und besonders die Fähigkeit, kochen zu können entwickelt sich zu einem angesehenen Charaktermerkmal und Ausdruck von Lebensgefühl: „Kochen ist besonders in der jüngeren Generation so etwas wie ein Statussymbol. Früher war es ein Auto oder Armani, heute glänzt man dadurch, dass man für Freunde kocht.“²⁸²

Während das Kochen im Alltag immer häufiger als Pflicht und Belastung angesehen wird und möglichst wenig Zeit in Anspruch nehmen soll, hat es sich infolge des neuen Freizeitverständnisses und der geänderten Leitfiguren in ein modisches, populäres und geschätztes Hobby verwandelt: Eigenhändig zu Kochen ist von der

²⁷⁹ Jürgen Dollase: Kochsendungen. Ist das zum Essen oder Austreiben?, in: F.A.Z., Nr. 111, 14.05.2005, S. 34.

²⁸⁰ Vgl. C. Holst: a. a. O., S. 10.

²⁸¹ K. Wick: a. a. O.

²⁸² B. Ehrlich: a. a. O.

Notwendigkeit zur Vergnügen bereitenden Freizeitgestaltung und „Pol der Identifikation“²⁸³ geworden.

Da die Küche in der Woche kaum zum Kochen genutzt wird, sondern wenn meist nur zum Aufwärmen von Gerichten, werden die gemeinsamen Mahlzeiten in der Familie oder unter Freunden in der freien Zeit, vornehmlich am Wochenende, zum zentralen Anlass und ganz besonders aufwändig inszeniert. Dann wird die werktags völlig unterforderte Küchenausstattung genutzt und die eigenen Kochfertigkeiten präsentiert und in Szene gesetzt: „Wenn man kocht, dann tut man das, um den anderen [...] eine Freude zu machen. Am Wochenende zum Beispiel hat man das Bedürfnis, sich selbst zu übertreffen.“²⁸⁴ Kochen wird für viele ein bevorzugtes „Wochenendhobby“²⁸⁵, das möglichst aufwändig ausgeübt und inszeniert wird. Die Küche als „Ort und Produktionsstätte“²⁸⁶ nimmt dabei eine entscheidende Rolle ein. Daher wird zusehends mehr Wert auf die Ausstattung gelegt, die schön und zugleich technisch hochmodern sein soll, denn „schöne Küchen - Spielzeuge - sind schwer en vogue.“²⁸⁷

In der Freizeit findet sich Raum für die Darstellung der Person, da kommt die gut ausgestattete Küche zu ihrem Recht, denn da ist das Ess- und Kocherlebnis gefragt. Da wird dann chinesisch, indisch oder mediterran gekocht – aber auch „raffiniert einfache Hausmannskost“ nach Großmutter Rezeptur zubereitet [...].²⁸⁸

Kochen als Freizeitbeschäftigung differenziert sich deutlich von den alltäglichen Koch- und Essgewohnheiten. Während das alltägliche Kochen zunehmend zur unliebsamen Haushaltspflicht verkommt, wird es in der Freizeit eindeutig mit Freude, Kreativität und Leidenschaft verbunden. Die soziale Zugehörigkeit und der individuelle Ernährungsstil sind hinsichtlich der Begeisterung für das Kochen in der Freizeit ausschlaggebend für die jeweilige Ausprägung und Umsetzung.

In den besser gebildeten und finanziell versorgten Milieus wird das Kochen als Hobby in der Freizeit zeit- und kostenintensiv ausgeübt. Dies zeigt sich bereits bei

²⁸³ J.-C. Kaufmann: a. a. O., S. 237.

²⁸⁴ Ebd., S. 302.

²⁸⁵ W. Lechner: a. a. O.

²⁸⁶ K. Köstlin: a. a. O., S. 12.

²⁸⁷ W. Lechner: a. a. O.

²⁸⁸ K. Köstlin: a. a. O., S. 13.

der Auswahl des Rezepts, das durchaus ausgefallen und anspruchsvoll sein kann. Der Einkauf erstreckt sich mitunter auf verschiedene Lebensmittelmärkte oder den Wochenmarkt, je nach Exklusivität der Zutaten. Zuhause wird im Anschluss mit Kreativität und Freude zur Tat geschritten. Häufig werden mehrere Gänge zubereitet, wobei die Dauer der Zubereitung keine Rolle spielt, im Gegenteil, je mehr Zeit zum Kochen mobilisiert wird, desto aufwändiger wird die anschließende Mahlzeit inszeniert.²⁸⁹ Das aufwändig zubereitete Essen wird schließlich in gemütlicher, entspannter Atmosphäre und häufig in großer Runde gemeinsam genossen.

Eine traditionell zubereitete ‚richtig‘ gekochte Mahlzeit gilt eher als eine Seltenheit und hat aber nun die Tendenz, zur familiären Kultmahlzeit zu werden, zum Event (Event hat nicht nur sprachlich etwas mit dem Abenteuer zu tun).²⁹⁰

Diese ausgiebige, aufwändige Inszenierung und vor allem die Geselligkeit stellen einen wesentlichen Bestandteil der Kochaktivität in der Freizeit dar. Dem Kochen und Essen wird hierbei wieder viel mehr Zeit zugesprochen und der Geschmack in den Mittelpunkt gerückt. Dies gilt teilweise ebenso für finanziell und intellektuell schwächer ausgestattete Bevölkerungsschichten. Aufgrund der Einschränkungen im finanziellen und ernährungsrelevanten Bereich wird das Kochen in der Freizeit häufig im Sinne seiner Umdefinition praktiziert und entsprechend Convenience-Produkte verwendet.

Allgemein wird Kochen als künstlerisches Freizeitvergnügen in vielfacher Form ausgeübt; Koch- und Essevents im Kreis von Freunden oder Bekannten, Arbeitskollegen oder der Familie werden regelmäßiger und viel praktizierter Teil der Freizeitgestaltung. Der Ereignischarakter und „Fun-Faktor“²⁹¹ werden hierbei zum wesentlichen Bestandteil und dienen der Selbstinszenierung der Gastgeber.

Feste unter jüngeren Leuten, Gartenfeste, Feste auf dem Balkon, Nachbarschaftsfeste, Volksfeste – sie erfreuen sich großer Beliebtheit [...]. Offenbar ist das Essen immer weniger eine Familienangelegenheit, sondern eine beliebte Freizeitbeschäftigung geworden.²⁹²

²⁸⁹ Vgl. I. Stieß/D. Hayn: a. a. O., S. 61.

²⁹⁰ K. Köstlin: a. a. O., S. 12.

²⁹¹ H. Rützler: Future Food, S. 88.

²⁹² U. A. J. Becher: a. a. O., S. 107.

Die aufkommende Begeisterung für das Thema Kochen zeigt sich auch in den eklatant gestiegenen Verkaufszahlen für Kochbücher, Esszeitschriften und Küchenausstattung aller Art. Soziologen sprechen bereits von einem neuen „Volks-sport“²⁹³ und einer „Nation von Hobbyköchen“²⁹⁴. Diese präsentieren ihre Kochkünste nicht mehr ausschließlich im privaten Rahmen in der Familie oder im Freundes- und Bekanntenkreis, sondern beginnen sich zunehmend in den Medien zu inszenieren. Immer mehr Prominente aus vollkommen kochfremden Bereichen wie Politik, Film und Fernsehen bekennen sich öffentlich als Genießer und leidenschaftlicher Koch. Darüber hinaus veröffentlichen sie vermehrt eigene Kochbücher, in denen sie ihre Lieblingsrezepte und individuelle Art des Kochens präsentieren.

Neben den Prominenten beginnt aber auch eine Vielzahl privater Hobbyköche ihre Kochkompetenz im öffentlichen Rahmen, medial im Fernsehen, zu inszenieren. So bestehen die Protagonisten der neu aufkommenden Kochsendungen zwar weiterhin aus (Sterne-) Köchen, allerdings wächst zunehmend die Anzahl der Sendungen, in denen Prominente wie auch Privatpersonen als Einzelkämpfer, Gruppen, Familien und Cliques kochen.

Wenn Privatpersonen vormals in Kochsendungen eine Rolle spielten, so waren sie bestenfalls Nebenakteure an der Seite der Profiköche, wohingegen sie heute nun selbst als bekennende Hobbyköche die Hauptpersonen darstellen. In diesem neuen Format der Kochsendungen wie beispielsweise „Das perfekte Dinner“ und „Unter Volldampf“ haben Privatpersonen den Platz der Profiköche eingenommen und inszenieren sich als „Hobbyköche auf Profi-Niveau“²⁹⁵.

²⁹³ U. Fichtner: a. a. O., S. 188.

²⁹⁴ Procter & Gamble (Hg.): Brat' mir ein Ei! Vom Kochen im Fernsehen, in: P&G. Das Branchenmagazin für Handel und Industrie, Nr. 03/2008, S. 8-10, hier S. 10.

²⁹⁵ Berlin Online (Hg.): Das perfekte Dinner, http://www.berlinonline.de/themen/gesundheit-und-fitness/essen-und-geniessen/tv_kochsendungen/index.php?page=7, zuletzt aufgerufen am 09.02.2008.

3.6 „Das perfekte Dinner“ - Hobbyköche

Die Analyse der Kochsendungen hinsichtlich ihrer Formatänderung und dem damit verbundenen Wandel der Esskultur schließt mit der Kochsendung „Das perfekte Dinner“. Die Konzeption stammt aus England und basiert auf der dort seit Januar 2005 mit großem Erfolg ausgestrahlten englischen Kochsendung „Come Dine With Me“. Diese Sendung wurde neben Deutschland ebenfalls in Frankreich, Spanien und den Vereinigten Staaten umgesetzt.²⁹⁶

Nach einer zweiwöchigen Pilotsendung im November 2005 ist „Das perfekte Dinner“ seit dem 6. März 2006 von Montag bis Freitag im Vorabendprogramm auf dem Privatsender VOX zu sehen. Im Laufe der ersten Wochen nach Ausstrahlungsbeginn etablierte sich „Das perfekte Dinner“ zur populärsten Kochsendung im deutschen Fernsehprogramm mit durchschnittlich drei Millionen Zuschauern täglich und Marktanteilen bis zu 20 Prozent. Der anfängliche Ausstrahlungszeitpunkt von 19.30 – 20.15 Uhr ist mittlerweile auf 19.00 Uhr vorverlegt worden, aufgrund der Konkurrenz durch die RTL Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, die von 19.40 – 20.15 Uhr gesendet wird. Auf dem neuen Sendeplatz erzielte die Sendung dann noch höhere Einschaltquoten, so dass die Folgenlänge von 45 auf 50 Minuten erhöht wurde. Im Jahr 2007 wurde „Das perfekte Dinner“ für den Adolf Grimme Preis nominiert und mit dem deutschen Fernsehpreis in der Rubrik Programmtrends als „Beste Kochshow 2007“ ausgezeichnet.²⁹⁷

„Das perfekte Dinner“ ist die erste Kochsendung, in der kein ausgebildeter Koch, sondern ausschließlich Privatpersonen die Hauptakteure sind und in der darüber hinaus erstmals um ein Preisgeld gekocht wird. Jeweils fünf, sich anfangs unbekannte, Hobbyköche laden sich gegenseitig zu sich nach Hause ein, um den jeweils anderen Kandidaten ein selbst zubereitetes Drei-Gang-Menü zu servieren. Das Ziel besteht darin, ein möglichst perfektes abendliches Dinner auszurich-

²⁹⁶ Vgl. VOX (Hg.): Pressemappen. Das perfekte Dinner: 12 Fragen zur 500. Sendung am 25. Februar, <http://presse.vox.de/index.php3>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

²⁹⁷ Vgl. VOX (Hg.): Willkommen in meiner Küche – Das perfekte Dinner, http://www.vox.de/perfekte_dinner_4665.php, zuletzt aufgerufen am 30.04.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Dinner. Specials“.

ten.²⁹⁸ Die einzigen Bedingungen bestehen darin, dass das Menü ausschließlich aus drei Gängen bestehen und nichts im Vorhinein vorbereitet werden darf. Alles muss vor der Kamera zubereitet und präsentiert werden. Am Ende jedes Abends wird der jeweilige Gastgeber von den anderen Teilnehmern mit null bis zehn Punkten bewertet. Dabei wird nicht nur die kulinarische Seite eines abendlichen Essens beurteilt, sondern ebenso der passende Rahmen einschließlich der Gastgeberqualitäten, Tischdekoration, Getränkeauswahl und Präsentation der einzelnen Gänge.

Die Sendung erstreckt sich insgesamt über fünf Tage. Von Montag bis Freitag wird jeweils ein Zusammenschnitt eines Tages gezeigt, an dem einer der Kandidaten beim Einkaufen, Dekorieren des Tisches, beim Kochen, beim Empfang der anfangs unbekanntes Gäste und der Verlauf des Dinners gezeigt wird. Währenddessen geben die Gäste Kommentare zum Erlebten ab, die am Ende einer Folge in einer Begründung für die Bewertung des Gastgebers enden. Neben den eigenen Anmerkungen, werden das Verhalten der Gäste und des Gastgebers wie auch etwaige Missgeschicke von einem Sprecher vernehmlich mit ironischen Akzenten kommentiert.

Die Bewertung und Punktevergabe der Gäste erfolgt jeweils getrennt von den anderen Kandidaten, deshalb ist der aktuelle Punktestand ausschließlich den Zuschauern bekannt. In den nachfolgenden Tagen bewirten dann die anderen Gäste ihre jeweiligen Mitkandidaten. Derjenige, der am Ende der Woche, wenn jeder einmal Gastgeber war, die meisten Punkte verzeichnen kann, wird im Anschluss an das letzte abendliche Dinner mit einer Siegpriämie von 1.500 Euro ausgezeichnet.²⁹⁹ Die Sendung „Das perfekte Dinner“ findet jede Woche in einer anderen Stadt mit fünf neuen Kandidaten statt.

Die Vorgaben und das Konzept der Sendung sind sehr frei gehalten, so dass die Kandidaten ihren jeweiligen Gastgeberabend autonom gestalten können. Bei der

²⁹⁸ Vgl. Das KochRezept (Hg.): „Das perfekte Dinner“ – es geht nicht nur ums Essen!, <http://www.daskochrezept.de/das-perfekte-dinner/>, zuletzt aufgerufen am 19.01.2008, Abschnitt „Magazin. Kochsendungen. Das perfekte Dinner“.

²⁹⁹ Vgl. VOX (Hg.): Das Konzept der Sendung. Fünf Hobbyköche suchen den besten Gastgeber, http://www.vox.de/perfekte_dinner_152.php, zuletzt aufgerufen am 30.04.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Dinner. Hintergrund“.

Auswahl des abendlichen Menüs gibt es keine Einschränkungen, serviert werden darf alles, was der jeweilige Gastgeber für präsentabel hält. So erstreckt sich das gezeigte Rezeptrepertoire von Hausmannskost über asiatische Gerichte bis zur gehobenen Küche. Im Kampf um den perfekten Gastgeber wird der Abend meist gemäß eines speziellen Themas gestaltet, das sich dann in der Rezeptausswahl, Tischdekoration, Kleidung und diversem Beiprogramm wieder findet: „[D]a gibt’s wirklich alles, vom Thai-Essen mit Massage bis hin zum schwedischen Abend mit Trinkliedern.“³⁰⁰ Die Gastgeber versuchen dabei stets einen besonderen Eindruck zu hinterlassen und sich von ihren Mitstreitern abzusetzen.

Der Erfolg der Sendung misst sich auch in den diversen, erhältlichen Zubehörartikeln, die über das normale Angebot anderer Kochsendungen hinausgehen. So wurden bisher neben den zwei Kochbüchern „Das Perfekte Dinner“ und „Das Perfekte Dinner – Willkommen in meiner Küche“ nicht nur der Ratgeber „Das perfekte Dinner: Gastgeben – 101 kreative Ideen“ veröffentlicht, sondern auch ein komplementäres Brettspiel sowie drei CDs mit stimmiger Begleitmusik für den gelungenen Abend zuhause.³⁰¹ „Wir strahlen ein Familienprogramm aus“³⁰², erklärt der Produzent von „Das perfekte Dinner“ Uwe Schlindwein den großen Erfolg des Formates. „Es ist für jeden etwas dabei: Von jung bis alt und vom Studenten, über die Hausfrau bis zum Manager.“³⁰³

Aufgrund des erheblichen Erfolges dieser medialen Strukturänderung der Kochsendung suchte der ausstrahlende Privatsender Vox nach weiteren Möglichkeiten, um an dessen kommerziellen Erfolg anzuknüpfen. Ab Oktober 2006 wurden jeweils sonntagabends von 20:15 - 22:40 Uhr insgesamt sechs Folgen „Das perfekte Promi Dinner“ gesendet. In dieser Variation sind jeweils vier Prominente die Gastgeber, die zum Abendessen in ihre eigenen Wohnungen einladen. Die jeweiligen Abende werden aufgrund der längeren Sendezeit alle direkt hintereinander gezeigt. Der Gewinner erhält ein Preisgeld von 5.000 Euro, dass für einen

³⁰⁰ Vgl. Das Kochrezept (Hg.): „Das perfekte Dinner“ – es geht nicht nur ums Essen!.

³⁰¹ Vgl. VOX (Hg.): Rund ums Dinner - Bücher, Musik, Tipps,..., http://www.vox.de/perfekte-dinner_154.php, zuletzt aufgerufen am 30.04.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Dinner. Specials“.

³⁰² Uwe Schlindwein: Sonntagsfragen an Uwe Schlindwein, 08.10.2006, <http://www.quotenmeter.de/index.php?newsid=16892>, zuletzt aufgerufen am 20.10.2007.

³⁰³ U. Schlindwein: a. a. O.

karikativen Zweck gesendet wird. Auch dieses Format hatte augenblicklichen Erfolg, so dass ab März 2007 eine zweite Staffel mit mehr als 30 Folgen begann, wobei „Das perfekte Promi-Dinner“ nicht an jedem aufeinander folgenden Sonntagabend ausgestrahlt wurde.³⁰⁴ Im Januar 2008 schloss sich schließlich eine dritte Staffel an, die zum momentanen Zeitpunkt³⁰⁵ im Programm zu sehen ist.

3.6.1 Sendungsablauf

Die einzelnen Folgen des wöchentlichen Ablaufs von „Das perfekte Dinner“ sind gleich aufgebaut, lediglich die Anfangssequenz der Eingangsfolge am Montagabend variiert ein wenig, da in dieser die einzelnen Kandidaten ausführlicher vorgestellt werden. Die anschließenden vier Folgen der Woche beginnen dafür jeweils mit einem kurzen Rückblick auf die bereits stattgefundenen Abende.

Jede Folge beginnt mit einer kurzen Besichtigung und Führung durch die Wohnung des Gastgebers, währenddessen dieser seine Einrichtung und Pläne für den betreffenden Abend beschreibt. Anschließend wird er beim Einkaufen der Lebensmittel und Getränke sowie bei den Vorbereitungen zu Hause gezeigt. Parallel dazu stellen die jeweiligen Gäste unabhängig voneinander Mutmaßungen über die Wohnung des Gastgebers an und nach Erhalt des Menüplans auch über die jeweiligen Gerichte, die sie erwarten. Im Verlauf des gesamten Abends werden die Kandidaten immer wieder aufgefordert Einschätzungen zu dem Gastgeber, den anderen Gästen und der Qualität der Speisen vorzunehmen. Diese Interviewsequenzen werden stets als Gegensatz zu den Tätigkeiten des Gastgebers inszeniert und im Schuss – Gegenschuss Verfahren hintereinander geschnitten. Weiterhin wird die Sendung von dem Theaterschauspieler Daniel Werner als Sprecher mit oftmals ironischem Unterton kommentiert.³⁰⁶

³⁰⁴ Vgl. VOX (Hg.): Alle Runden im Überblick, http://www.vox.de/53_133.php, zuletzt aufgerufen am 20.05.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Promi Dinner. Promi Dinner Archiv“.

³⁰⁵ Stand 30.06.2008

³⁰⁶ Vgl. VOX (Hg.): Pressemappen. Das perfekte Dinner.

Um 18.30 Uhr beginnt mit dem Eintreffen der Gäste der Hauptteil der Folge. Gedreht wird mit zwei Kamerateams, so dass sowohl die Handlungen des Gastgebers wie auch der Gäste verfolgt werden können.³⁰⁷ Nach einem gemeinsamen Aperitif, lässt der Gastgeber seine Gäste allein, um die Vorspeise fertigzustellen. Nach ihrem Verzehr widmet sich der Gastgeber der Zubereitung des Hauptgangs, während die Gäste in Begleitung der Kamera die Wohnung besichtigen, so dass ihnen und gleichzeitig dem Zuschauer ein Einblick in das Privatleben des Gastgebers gewährt wird. Die Zeit zwischen dem Hauptgang und der Nachspeise wird häufig durch zusätzliche Programmpunkte oder Darbietungen je nach Motto des Abends gefüllt.

Wie bereits zu Anfang jeder Folge vor Beginn des Abends werden alle Kandidaten auch während des Dinners unabhängig voneinander befragt und bewerten die Gerichte und Gastgeberqualitäten. Aufgrund der eigenen Überzeugung selbst der perfekte Gastgeber zu sein, kommt häufig allgemeine Kritik auf, die auch offen geäußert werden soll, unabhängig davon ob positiver oder negativer Natur.³⁰⁸ Diese zuweilen hämischen Kommentare und Äußerungen hinsichtlich der Wohnungseinrichtung, dem Geschmack des Essens und den kleinen oder größeren Missgeschicken des jeweiligen Gastgebers stellen die besondere Faszination der Sendung dar und sind essentieller Bestandteil des Konzepts. Darüber hinaus garantieren sie den kommerziellen Erfolg des Formats.

Nachdem sich die Gäste von dem jeweiligen Gastgeber verabschiedet haben, werden sie in einem Taxi nach Hause gefahren. Während der Fahrt geben sie schließlich mittels von null bis zehn nummerierter Karten ihre Bewertung für den stattgefundenen Abend ab. Daran anschließend erfolgt die Selbsteinschätzung des Gastgebers. Die Folgen von Montag bis einschließlich Donnerstag enden jeweils an dieser Stelle mit einem kurzen Ausblick auf den Abend des darauf folgenden Gastgebers. Das Ende der Freitagsfolge differiert aufgrund der Siegerehrung von den vorherigen Folgen. In dieser bewerten die Gäste ihren Gastgeber an diesem Tag noch in dessen Wohnung direkt im Anschluss an das Dessert. Indem der Gastgeber dieses Abends dann die Gesamtpunktzahl jedes Kandidaten vorliest,

³⁰⁷ Vgl. U. Schlindwein: a. a. O.

³⁰⁸ Vgl. V. Sommer: a. a. O.

wird der Sieger ermittelt, der den Gewinn von 1.500 Euro erhält. Eine letzte Stellungnahme jedes Kandidaten zu seiner Platzierung und ein kurzer Ausblick auf die Kandidaten der folgenden Woche beschreiben jeweils das Ende einer wöchentlichen Sequenz von „Das perfekte Dinner“.

3.6.2 Die Kochsendung als Teil des performativen Realitätsfernsehens

„Das perfekte Dinner“ entspricht im Format keiner klassischen Kochsendung, sondern ist vielmehr eine Koch-Dokumentation mit dem Anspruch auf Abbildung der Realität. Diese Unterschiede im Format von „Das perfekte Dinner“ im Vergleich zu den anderen bis zu dem Zeitpunkt gesendeten Kochsendungen spiegeln den Trend der seit Beginn des Jahrtausends kontinuierlich zunehmenden Realitätsformate im Fernsehprogramm wider, deren erkennbarer Themenschwerpunkt die facettenreichen Aspekte der Privatsphäre umfasst. Eggo Müller beschreibt die allgemeinen Kennzeichen des Realitätsfernsehens, denen auch „Das perfekte Dinner“ zugeordnet werden kann, folgendermaßen:

Betont werden individuelle, persönliche und emotionale Reaktionen gewöhnlicher Menschen im alltagsmoralischen Rahmen, ohne dass die dokumentierten oder reinszenierten Ereignisse in einem breiteren gesellschaftspolitischen Rahmen wie in idealtypischen Formen des Fernsehens mit gesellschaftlichem Auftrag stünden.³⁰⁹

Hinsichtlich seiner Struktur setzt sich das so genannte ‚Reality TV‘ überwiegend aus einer Kombination verschiedener bereits vorhandener Gestaltungselemente zusammen. Es mischen sich Darstellungsaspekte der klassischen Informationsformate, wie beispielsweise Dokumentation und Bericht mit Gestaltungsfaktoren von Fiction-Formaten wie ‚Inszenierung, Dramatisierung, starke Affektaufladung, Spannung und Lösung.‘³¹⁰ Favorisierte Themen und Inhalte sind dementsprechend überwiegend Ereignisse mit einer hohen Sensations- und Emotionsaufla-

³⁰⁹ Eggo Müller: Performativ, transformativ, interaktiv: Fernsehen als Dienstleistungsagentur im digitalen Medienensemble, in: montage/av. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, Nr. 14/1/2005, http://www.let.uu.nl/~Eggo.Mueller/personal/onderzoek/performativ_transformativ_interaktiv_2005.PDF, zuletzt aufgerufen am 10.05.2008, S. 1-18, hier S. 8.

³¹⁰ Udo Michael Krüger: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991–2000. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission, Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften (Hg.), Baden-Baden 2001 (Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 15), S. 114.

dung.³¹¹ Durch die Kombination von Informations- und Unterhaltungselementen wird das ‚Reality TV‘ neben Daily Soaps, Comedies und anderen Formen des Formatfernsehens als „eine der ersten auffälligen und heftigst kritisierten ‚Verfallserscheinungen‘ des Fernsehens seit seiner Kommerzialisierung“³¹² angesehen.

Die Sender selbst rechtfertigen und propagieren das Realitätsfernsehen gerne als ein „neues Format der Realitätsdarstellung“³¹³, um diesem auf solche Weise einen seriösen Anschein der Information zu verleihen. Sie legitimieren das Format vor allem mit der Absicht, „die Wirklichkeit so darzustellen, wie sie wirklich ist, und nicht, wie sie im Fernsehen zu zeigen zugelassen wird.“³¹⁴

Dr. Joan Kristin Bleicher führt die kontinuierliche Zunahme der verschiedenen Formen des Realitätsfernsehens und der damit einhergehenden vermehrten Abbildung des privaten Lebensumfeldes nichtprominenter Menschen mitunter auf die gestiegenen Bedürfnisse der Zuschauer nach Voyeurismus und Exhibitionismus zurück.³¹⁵ „Individuen möchten ständig alles offenbaren, ihr Inneres nach außen kehren“³¹⁶, beschreibt auch Claudia Freidl den Drang der modernen Gesellschaft zum Exhibitionismus. Die Realitätsformate bedienen dieses Bedürfnis, indem sie den Zuschauern die Möglichkeit bieten, zu verfolgen wie gewöhnliche Kandidaten versuchen, sich medienadäquat in Szene zu setzen.

Vor zwanzig Jahren hätte sich noch niemand vorstellen können, sein Privatleben – bis in die intimsten Verhältnisse – in einer Talkshow landesweit öffentlich zu machen. Heute verbringen Menschen einige Monate ihres Lebens in der vollkommenen Öffentlichkeit, sämtliche Aktivitäten dieser „Reality Soap“-Kandidaten werden gefilmt und via Internet oder Fernseher ausgestrahlt, und somit erleben wir den puren Voyeurismus.³¹⁷

Sendungen mit versteckter Kamera („Vorsicht Kamera“) und nachgestellte kriminalistische Programme („Aktenzeichen XY ungelöst“) gehören ebenso zum ‚Reality-TV‘ wie Daily Talkshows („Die Oliver Geissen Show“), Beziehungsshow („Nur die Liebe zählt“), Infotainmentformate über Rettungen oder Unglücke

³¹¹ U. M. Krüger: a. a. O., S. 114.

³¹² E. Müller: a. a. O., S. 7.

³¹³ U. M. Krüger: a. a. O., S. 114.

³¹⁴ Ebd.

³¹⁵ Vgl. J. K. Bleicher: a. a. O., S. 19.

³¹⁶ C. Freidl: a. a. O., S. 38.

³¹⁷ Ebd.

(„Notruf“), Doku-Soaps („Mein Baby“) und Reality-Soaps („Big Brother“).³¹⁸ Innerhalb der letzten beiden Formen sind in den vergangenen Jahren verstärkt so genannte „Make-Over“-Sendungen („Einsatz in vier Wänden“, „Die Super Nanny“) entstanden, die jegliche Formen der Erneuerung und Aufwertung zum Thema haben: „Alles kann das Fernsehen verschönern: Wohnung, Haus, Auto, das Männer- und Kinderverhalten und selbst den eigenen Körper.“³¹⁹

Die Sendung „Das perfekte Dinner“, als auch die daran anschließend entstandenen Kochformate mit Hobbyköchen als Protagonisten, zählen hinsichtlich ihres Konzepts zu dem Sendungsangebot der ‚Doku-Soaps‘. Neben Anregungen zum Kochen wie auch zur Dekoration und Wohnungseinrichtung bietet die Sendung gleichermaßen voyeuristische Einblicke in die Wohnungen fremder Personen. Die Darstellung der jeweiligen Kandidaten in ihrem Zuhause soll ein vertrautes Gefühl erzeugen, da es sich um nichtprominente Menschen aus dem Alltag handelt, die in ganz gewöhnlichen Wohnungen oder Häusern leben. „Die Sendung hat [...] mit dem wirklichen Leben, mit dem wirklichen Alltag zu tun [...] - da ist nichts gestellt. Die Protagonisten unserer Sendung sind normale Menschen - Nachbarn, wie du und ich“³²⁰, beschreibt Produzent Schlindwein den Realitätsbezug von „Das perfekte Dinner“.

Da die Kandidaten in der Sendung um die Ausrichtung des schönsten Abends sowie des Titels des besten Gastgebers kämpfen und am Ende jeder Woche jeweils einer mit der Auszeichnung zum besten Gastgeber und einem Gewinn bereichert wird, trägt die Sendung ebenfalls deutliche Züge der „Make-Over“-Sendungsangebote. Diese verändern das Lebensumfeld, „die direkt wahrgenommene Wirklichkeit“³²¹ der jeweiligen Kandidaten, indem sie ihnen durch Verschönerung und Aufbesserung aller Art einen Wunsch erfüllen. „Es entsteht eine eigene stereotype Abfolge des Lebens vor und des Lebens nach Einbruch des allmächtigen Mediums Fernsehen in die Lebenswelt seiner Kandidaten“³²², be-

³¹⁸ Vgl. E. Müller: a. a. O., S. 7.

³¹⁹ J. K. Bleicher: a. a. O., S. 21.

³²⁰ U. Schlindwein: a. a. O.

³²¹ J. K. Bleicher: a. a. O., S. 21.

³²² Ebd.

schreibt Bleicher die Wirkweise dieser Programme und bezeichnet sie daher auch als Transformationsfernsehen.

Neben der Würdigung zum besten Gastgeber und des Erhalts des Geldpreises verändern sich für die jeweiligen Gewinner noch weitere Gegebenheiten in ihrem bisherigen Lebensumfeld. Nicht nur, dass Sie häufig Gefallen an ihrer Medienpräsenz gefunden haben und daraufhin auch bei anderen Sendungen mit Hobbyköchen als Hauptfiguren teilnehmen, sie werden darüber hinaus auch in andere Kochsendungen integriert. Beispielsweise werden gelegentlich zwei Gewinner aus „Das perfekte Dinner“ in die Sendung „Kerners Köche“ eingeladen und kochen dort als anerkannte Hobbyköche zusammen mit den jeweilig anwesenden Profiköchen. In der Kochsendung „Kocharena“ wiederum nehmen sogar ausschließlich Gewinner aus „Das perfekte Dinner“ teil.³²³

Jeglichen Formen des Realitätsfernsehens ist gemein, dass sich die vielfältigen Arten der medialen Selbstinszenierung allgemein nach der persönlichen Wirkung nach außen richten: „Wichtig ist nicht, wer ich bin, sondern als wen mich andere sehen. Wichtig ist nicht wer ich bin, sondern als wen ich mich zeige.“³²⁴ Für die Kandidaten in „Das perfekte Dinner“ bedeutet ihre Teilnahme und Inszenierung der persönlichen Kochkompetenz im eigenen Zuhause demnach eine direkte Repräsentation ihres Ernährungsverhaltens und damit verbundenem Lebensgefühl: „Sehr her, was ich esse! Seht her, wer ich bin.“³²⁵ Das Format von „Das perfekte Dinner“ reagiert damit auf die Entwicklung, dass sich Menschen zunehmend über ihr Ess- und Kochverhalten definieren und sich durch ihre individuellen Ernährungsstile von anderen abgrenzen wollen, um den eigenen Status zu demonstrieren.

³²³ In „Kocharena“ treten jeweils fünf Gewinner von „Das perfekte Dinner“ gegen einen Profikoch an, wobei pro Gang jeweils ein anderer Hobbykoch im direkten Wettstreit mit dem Profikoch um die Gunst einer Jury kocht. Vgl. dazu: VOX (Hg.): Kocharena, http://www.vox.de/kochen_4919.php, zuletzt aufgerufen am 20.05.08, Abschnitt „Kochen. Kocharena“.

³²⁴ Wolfgang Huber: Menschenwürde? Gewalt und Intimität als Unterhaltung, in: Wolfgang Wunden (Hg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur, Hamburg/ Stuttgart 1994, (Beiträge zur Medienethik, Bd. 2), S. 181-195, hier S. 195.

³²⁵ S. Bierbaum: a. a. O., S. 95.

Obwohl das jeweils zubereitete Menü zur Inszenierung der eigene Individualität und Identität dient, dreht es sich in „Das perfekte Dinner“, wie bereits in den vorher beschriebenen Formen der neuen Generation von Kochsendungen, höchstens in zweiter Instanz darum, was im Detail zubereitet wird. Im Vordergrund steht vielmehr, wer mit wem und für wen kocht und ob es dabei möglichst zu Entgleisungen und Missgeschicken kommt.³²⁶ Es steht zwar eindeutig das sozial verbindende Element von Kochen und Essen im Zentrum, allerdings nur im Hinblick auf den Wettstreit um den Titel des perfekten Gastgebers, respektive des besten Kochs und fachkundigsten Gourmets. Dies verdeutlicht auch die Tatsache, dass sich die Teilnehmer gegenseitig völlig fremd sind und bis zum ersten Abend nicht wissen, wer die anderen Kandidaten sind. Somit wird Kochen vermehrt zu einem Distinktionskampf und die Kochsendung zu einer Art „Küchen-Soap-Opera“³²⁷, in der das Essen vornehmlich symbolische Bedeutungen in gegenseitigen Machtspielen hat. Anders gesagt, fördert die gewollte Realitätsausrichtung der Kochsendung subversive Verhaltensweisen bei den Teilnehmern. „Der Star der Koch-Show ist daher immer weniger ein ausgewiesener kulinarischer Fachmann [...], er ist vielmehr Darsteller in einem Drama der Neujustierung zwischen kulinarischen und sozialen Codes.“³²⁸

Um die Zuschauer durch einen abwechslungsreichen, interessanten Inhalt an „Das perfekte Dinner“ zu binden und wie bei allen Realitätsformaten eine Affekt- und Emotionsaufladung zu gewährleisten, wird besonderen Wert auf die Zusammenstellung der Kandidaten gelegt. Diese sollten sich bestenfalls hinsichtlich ihres Charakters, Berufs und ihrer Wohnungen und Menüplanung unterscheiden, so dass sich möglichst viele Zuschauer angesprochen fühlen und sich hinsichtlich ihrer eigenen Lebensweise und ihres eigenen Lebensstils in einem Teilnehmer wieder finden. „Der Zuschauer soll sich in jedem Fall mit einem Kandidaten identifizieren können“³²⁹, beschreibt der Produzent Schlindwein das Ziel der Sendung.

³²⁶ Vgl. G. Seeßlen: a. a. O.

³²⁷ Ebd.

³²⁸ Ebd.

³²⁹ U. Schlindwein: a. a. O.

Ihre Sympathien für die Kandidaten können die Zuschauer dann zusätzlich im Internet ausdrücken, indem sie die jeweiligen Teilnehmer auf der Internetseite von „Das perfekte Dinner“ mit Punkten bewerten, genau so wie die Kandidaten dies in der Sendung tun. Obwohl die Punktevergabe der Zuschauer nicht in das Endergebnis miteinfließt, wird dem Publikum dennoch das Gefühl vermittelt, über das Zuschauen hinaus an der Sendung partizipieren zu können. Zusätzlich zur Bewertung der Kandidaten bietet die Internetseite außerdem die Möglichkeit sich unter der Rubrik „Mein perfektes Dinner“ als Mitglied zu registrieren und andere angemeldete Hobbyköche aus der eigenen Umgebung kennen zu lernen und mit diesen eigene private Abendessen nach dem Vorbild von „Das perfekte Dinner“ zu organisieren und auszurichten.³³⁰

„Das perfekte Dinner“ bewegt sich damit am Rande des Feldes der sehr erfolgreichen und daher kontinuierlich zunehmenden interaktiven Formen des Realitätsfernsehens wie beispielsweise „Big Brother“ und die Casting-Show „Deutschland sucht den Superstar“, in denen Zuschauer zu „Interaktion, Partizipation und ‚Selbst-Enthüllung‘“³³¹ verführt werden. Der Erfolg und die Macht solcher Sendungen zeigen sich an der unglaublichen Anzahl von Bewerbungen zur Teilnahme, den Einschaltquoten, den Besuchen auf den jeweiligen Internetseiten sowie der beeindruckenden Zahl von Teilnehmern an den Bewertungen und Abstimmungen über die Kandidaten per Telefon, Internet und SMS.

3.6.3 Wirkung und Ausblick

Die Sendung „Das perfekte Dinner“ ist ein Novum im Angebot der bis dato vorkommenden Kochsendungen privater und öffentlich-rechtlicher Sender. Nicht nur, dass anstatt gelernter Köche ausschließlich Hobbyköche als Hauptfiguren auftreten, die Sendung überschreitet mit der Abbildung der Kandidaten in ihrem privaten Lebensumfeld auch die Grenzen des Infotainment Formats hin zum Rea-

³³⁰ Nähere Informationen siehe: <http://www.vox.de/pwf/meinperfektesdinner/index.php?page=start>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

³³¹ E. Müller: a. a. O., S. 12.

litätsfernsehen, wobei es dem Angebot der „Make-Over“-Sendungen zuzuordnen ist.

Aufgrund des gleichsam großen Publikums- wie Partizipationserfolges von „Das perfekte Dinner“ folgten mit „Das perfekte Promi Dinner“ und „Unter Volldampf“³³² schon bald weitere Kochsendungen, die ebenfalls dem Format des Realitätsfernsehens entsprechen. Mit jeweils einer leichten Variation des Ausgangskonzepts bieten diese sowohl dem Voyeurismus-Bedürfnis der Zuschauer als auch dem Exhibitionismus-Drang der Teilnehmer einen neuen Reiz und somit größere Befriedigung, wodurch sich seitens der produzierenden Fernsehsender kommerzieller Erfolg versprochen wird.

In „Das perfekte Promi Dinner“ werden, wie der Name schon sagt, mehr oder minder bekannte Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben gezeigt, die sich in der Sendung jedoch ebenfalls als versierte Hobbyköche präsentieren wollen. Den Zuschauern wird auf diese Weise die Gelegenheit geboten, Einsicht in die privaten Wohn- und Lebensverhältnisse prominenter Menschen zu erhalten und ihr Verhalten bei einer eher privaten Tätigkeit zu beobachten. Im Gegenzug besteht für die prominenten Kandidaten nicht nur die Möglichkeit einer erfolgreichen Selbstinszenierung vor den anderen prominenten Teilnehmern während der Sendung, sondern darüber hinaus vor allem die Aussicht auf eine positive Erwähnung als Genussmensch in der Presse.

Die Sendung „Unter Volldampf“ arbeitet ebenfalls mit einer Ausdehnung des Darstellungsspektrums der teilnehmenden Kandidaten. Zu den Einblicken in die privaten Wohnungen der Teilnehmer, in denen sie für ihren Wettstreit üben, kommt schließlich die Darstellung professioneller Restaurantküchen von Spitzenrestaurants, in denen sich der Großteil der Handlung abspielt. Während das Publikum bekannte Restaurants und ihren jeweiligen Chefkoch einschließlich der dort

³³² In „Unter Volldampf“ treten jeweils fünf Hobbyköche in der Profiküche eines Spitzenrestaurants unter der Aufsicht des Kochs fünf Tage in Folge gegeneinander an und kochen ein Vier-Gang-Menü - jeder Koch einen Gang - für zwanzig Stammgäste, wofür die Kandidaten jeweils vorher in ihrer heimischen Küche geübt haben. Vgl. dazu: VOX (Hg.): Unter Volldampf, <http://www.vox.de/untervolldampf.php>, zuletzt aufgerufen am 18.04.2008, Abschnitt „Kochen. Unter Volldampf“.

herrschenden Arbeitsweise und des täglichen Ablaufs beobachten kann, dürfen die Hobbyköche die Rolle eines professionellen Kochs einnehmen und an dessen Arbeitsplatz in einer Restaurantküche eines ihnen bekannten Restaurants ihrer Umgebung für reale Gäste kochen, wobei am Ende jeweils einer von dem Chefkoch zum Sieger und folglich besten Koch ernannt wird.

Neben den bereits genannten Aspekten beschreiben diese ‚Reality-Kochformate‘ eine weitere Entwicklung im Vergleich zu den anderen ausgestrahlten Kochsendungen. Werden diese schließlich bis auf wenige Ausnahmen ausnahmslos von männlichen Köchen dominiert, finden sich unter den teilnehmenden Hobbyköchen gleichermaßen Frauen wie auch Männer.

In dieser Tatsache spiegeln sich verschiedene Entwicklungen hinsichtlich des Bedeutungswandels des Kochens, sowohl im privaten als auch im medial öffentlichen Rahmen: Einerseits das Vordringen der Frauen in die früher ausschließlich männliche Domäne der professionellen und öffentlichen Kochkunst und andererseits die Erweiterung der Rolle des männlichen Kochs von „seinen zwei ursprünglichen Formen, nämlich als ‚Meisterkoch‘ oder als Hobby-Gastrosoph [zum] Mann am alltäglichen Herd.“³³³

Nimmt man an, dass sich in einer verstärkten medialen Thematisierung gegenwärtige gesellschaftliche Veränderungen und Kontroversen manifestieren, so lassen sich in den „Make-Over“- oder auch Transformationsformaten verschiedene Entwicklungen ausmachen. Während beispielsweise „Big Brother“ und Sendungen über Verschönerung des eigenen Aussehens das neue Körperideal verdeutlichen und Erziehungsprogramme wie „Die Super Nanny“ und „Frauentausch“³³⁴ eine Rückkehr zu traditionellen Geschlechterrollen aufzeigen, so spiegeln sich in den Kochsendungen wie „Das perfekte Dinner“ und „Unter Volldampf“ gleich mehre-

³³³ G. Seeßlen: a. a. O.

³³⁴ In „Die Super Nanny“ berät eine Diplom-Pädagogin Familien in Erziehungsfragen. Bei „Frauentausch“ findet ein zeitweiliger Austausch der Frauen zwischen zwei Familien statt. Vgl. dazu: RTL (Hg.): Die Super Nanny, http://www.rtl.de/tv/tv_960280.php, zuletzt aufgerufen am 13.05.2008, Abschnitt „RTL von A-Z. Die Super Nanny“. Zu „Frauentausch“ vgl. RTL2 (Hg.): Frauentausch, <http://www.rtl2.de/533.html>, zuletzt aufgerufen am 13.05.2008, Abschnitt „Reality & Shows. Doku-Soaps. Frauentausch“.

re gesamtgesellschaftliche Veränderungsprozesse.³³⁵ Neben den bereits genannten Aspekten des Körperbewusstseins und Traditionsbedürfnisses zeigt sich ebenso der aktuelle Bedeutungswandel der Ess- und Kochkultur einschließlich sämtlicher Einflussfaktoren, wie der gestiegene Wert der Freizeit und des Hobbys, der Neudefinition der Leitfiguren sowie die neuen Ansprüche an die eigenen Lebensqualität.

Kochen und Geselligkeit werden im persönlichen privaten Lebensumfeld als Erhöhung der Lebensqualität und Ausdruck des Lebensstils angesehen: „Kochen [dient] ebenso wie Töpfern oder schöner Wohnen der ‚Möblierung des Ichs‘“³³⁶, wobei die Nahrungszubereitung allerdings noch ursprünglicher ist, da das Ergebnis zusätzlich gegessen und somit dem Körper direkt zugeführt wird. Wurde diese Entwicklung zum Rückzug ins Private, einschließlich dessen gemütlicher Ausgestaltung und der zunehmenden Ausübung des Kochens als Freizeitbeschäftigung, vormals als Folge der Rezession gesehen und unter dem Schlagwort „Cocooning“ zusammenfasst, so sprechen Forscher gegenwärtig bereits von dessen Weiterführung als „Homing“.³³⁷

Dieser Begriff bezeichnet die Wiederentdeckung der Gastlichkeit in der privaten Lebensumgebung: „In den eigenen vier Wänden wollen die Menschen Weltoffenheit und Kommunikationsbereitschaft durch gemeinsames Kochen und Essen demonstrieren.“³³⁸ Dabei wird besonderer Wert auf kreative und außergewöhnliche Gerichte und die eigene Inszenierung der Kochkompetenz gelegt. Gepaart mit stimmiger Wohnungseinrichtung und phantasievoller Tischdekoration zählt dies zu „den wichtigsten Bestandteilen eines neuen Lifestyles“³³⁹.

Gemeinsames Kochen und Essen als Mittel zur Geselligkeit wird immer populärer. „Wo sonst, außer beim Sport, kann man [...] so locker miteinander kommunizieren“³⁴⁰, erläutert Ralf Frenzel. Je nach Einflüssen wie Lebensphase, Einkom-

³³⁵ Vgl. J. K. Bleicher: a. a. O., S. 21.

³³⁶ U. Langer: a. a. O.

³³⁷ Vgl. Frank Hornig: Das große Fressen, in: Spiegel, Nr. 27/2003, S. 106-108, hier S. 106.

³³⁸ C. Tramitz: a. a. O., S. 16.

³³⁹ Ebd.

³⁴⁰ U. Langer: a. a. O.

men, Bildung und Ernährungsstil differiert die Umsetzung und Ausführung dieses gleichsam in der Gesellschaft wie in den Medien propagierten Leitsatzes. Während für einige die Kochsendungen als „emotionales und soziales Surrogat“³⁴¹ dienen, wenn Zeitmangel herrscht, Freunde und Bekannte verhindert oder nicht vorhanden sind und keine Lust aufkommt, selbst zu kochen oder allgemein nur eingeschränkte Kochkenntnisse vorhanden sind, so räumen andere dem Kochen und den damit verbundenen Assoziationen einen wesentlich größeren Stellenwert ein. Sie kochen nicht nur mit oder für Freunde und Bekannte, sondern möchten sich und ihre Kochkompetenzen auch medial präsentieren und bewerben sich daher für die Teilnahme in einem Format nach dem Konzept von „Das perfekte Dinner“, um sich vor anderen Personen als Köche in Szene zu setzen.

Neben diesen beiden Ausprägungen gibt es eine immer größere Zahl von Menschen, die ebenfalls „den Spaß am Herd, den Spaß beim Essen, den Spaß beim Degustieren“³⁴² für sich entdeckt haben. Für sie steht beim Kochen nicht der Wettkampf, sondern der Spaß im Vordergrund, weshalb sie unter anderem nicht persönlich im Fernsehen auftreten möchten. Stattdessen nutzen sie andere, ständig zunehmende Angebote und Möglichkeiten der medialen Partizipation und Interaktion, die aufgrund der allgegenwärtigen Thematisierung von Kochen und Essen in den Medien und ihres kommerziellen Potenzials nun auch in diesem Sektor entstanden sind. Neben virtuellen Kochgemeinschaften, in denen Rezepte ausgetauscht, besprochen, entsprechende Fotos zu den Gerichten eingestellt, Restaurants bewertet und kulinarische Tipps weitergegeben werden, bietet sich die Möglichkeit sich auf Seiten wie unter anderem „Mein perfektes Dinner“ mit weiteren Hobbyköchen in der eigenen Umgebung zu vernetzen, um private Kochabende auszurichten, die dann selbst gefilmt und wiederum auf die Internetseite gestellt werden können. Darüber hinaus besteht die Gelegenheit die Verabredung zum gemeinsamen Kochen zur Partnersuche zu nutzen.³⁴³

³⁴¹ C. Tramitz: a. a. O., S. 16.

³⁴² Wolfram Siebeck: Vorsicht, Schlaraffenland!, in: Die Zeit, Nr. 1/05.

³⁴³ Nähere Informationen zu Kochgemeinschaften siehe:

<http://www.vox.de/pwf/meinperfektesdinner/index.php?page=start>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008 und <http://www.chefkoch.de/forum/>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008. Nähere Informationen zu Partnersuche durch Kochen siehe: http://www.cma.de/content/treffpunkt_cma/alleine-kochen-ist-doof.php, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

Die elektronische Interaktivität und Partizipation ist zwar an sich nicht neu, doch sehr wohl die grenzenlose Anzahl an Angeboten und Diensten hinsichtlich des Themenkomplexes Kochen und Essen. Neben den unzähligen Aktionsmöglichkeiten des Internets hat die mediale Partizipation angesichts des Themas Kochen letztes Jahr in Deutschland erstmals ein neues Ausmaß angenommen. So richtete der Hörfunksender SWR im Mai vergangenen Jahres eine mehrstündige Synchron-Grill-Party mit dem Sternekoch Johann Lafer aus. Die Zutatenliste war vorab über die Internetseite des SWR3 abrufbar, so dass bei Beginn der Sendung simultan zu Johann Lafer im Radio zuhause mitgegrillt werden konnte. Da vorab keine Rezepte verraten wurden, mussten die Hörer sich nach Lafers Anweisungen und Zubereitungsgeschwindigkeit richten und sich hinsichtlich der Gerichte überraschen lassen. Die Fotos der privaten Grillfeiern konnten im Anschluss auf die SWR3 Internetseite gestellt werden. Die Aktion war ein derartiger Erfolg, dass sie im August 2007 und im Mai 2008 wiederholt wurde.³⁴⁴

In dieser medial übergreifenden Kochveranstaltung und ihrem Erfolg hinsichtlich der immensen Partizipation zeigt sich deutlich, welch großes Ausmaß die Beschäftigung mit dem Thema Kochen und Essen in der Gesellschaft in Deutschland angenommen hat. Die eigene Kochkompetenz und das Ernährungsverhalten sind nicht mehr ausschließlich im Mittelstand zu einem wesentlichen Element des Lebensstils und der Identität sowie Kennzeichen für Genuss und Lebensqualität geworden. Allerdings nimmt die Anzahl derer, die sich bewusst mit Ernährung als auch Nahrungsqualität auseinandersetzen und deren Kochfähigkeiten und Wissen ständig steigt, ebenso zu, wie diejenigen, deren Kochkompetenzen und Lebensmittelkenntnisse gravierend abnehmen und die sich hauptsächlich von Fast Food und Fertiggerichten ernähren.

Aufgrund des fortschreitenden Bedeutungswandels der Koch- und Esskultur werden die unzähligen Kochsendungen, ob mit Profiköchen, den „jungen Wilden“, Prominenten oder versierten Hobbyköchen, wohl vorerst nicht abnehmen, sondern weiterhin einen Großteil des Fernsehprogramms beherrschen. Allerdings ist eine kontinuierlich zunehmende Ausdifferenzierung hinsichtlich verschiedener Ziel-

³⁴⁴ Vgl. dazu: SWR3 (Hg.): SWR3 Grillparty, <http://www.swr3.de/specials/lafergrillt/zutatenliste/>, zuletzt aufgerufen am 10.05.2008.

gruppen und Rezeptionsmotiven festzustellen, wobei sich die Kochsendungen in ihrer Präsentationsweise stets deutlich dem allgemeinen Senderprofil anpassen.³⁴⁵ Infolge dessen werden sowohl weiterhin die „kommerziellen Vollprogramme“³⁴⁶ der privaten Sender bestehen bleiben, als auch die eher ratgeber- und nostalgieorientierten Kochsendungen der öffentlich-rechtlichen und dritten Programme. Wie das gegenwärtig steigende medienübergreifende Angebot an Partizipationsmöglichkeiten bereits zeigt, kann und muss die individuelle Kochkompetenz als auch die professioneller Fernsehköche nicht mehr ausschließlich im Rahmen des Fernsehens inszeniert werden, weshalb sich die individuellen Partizipationsmöglichkeiten voraussichtlich noch weiter ausdehnen werden.

³⁴⁵ Vgl. J. K. Bleicher: a. a. O., S. 23.

³⁴⁶ Ebd.

4 Auswertung

4.1 Zusammenfassung

Laut der allgegenwärtigen Thematisierung in den Medien, der Absatzzahlen des Kochbuchsektors, der Küchenhäuser und Geschäfte für Zubehörartikel müssten die Deutschen ständig mit dem Kochen beschäftigt sein. Soziologen sprechen vielerorts bereits von einem neuen Volkssport der Deutschen. Doch mindestens genauso groß wie die Anzahl der begeisterten Zuschauer und Befürworter der Kochsendungen ist die Menge derjenigen, die sich bedenklich und zuweilen kritisch über deren Wirkung äußern. Sie bezweifeln, dass ihr Konsum und Erfolg ein gesteigertes Nachkochen zur Folge hat und sich somit positiv auf das Essverhalten und Nahrungsverständnis des Publikums auswirken und zur Vermittlung von Kochkompetenzen dienen kann.

Abgesehen davon, dass das Hantieren mit Kochgerät und Zutaten nur demonstriert wird, gibt es nichts zu riechen und nichts zu schmecken – und nach Abschluss des Kochens auch nichts zu essen. Fernsehen und Kochen passen schlecht zusammen [...].³⁴⁷

Das ständig wachsende Angebot und die hohen Umsätze von Convenience-Produkten und Fertigmahlzeiten verdeutlichen, dass die klassische Hausmannskost in den letzten Jahren vermehrt durch Produkte jener Art ersetzt wurde. Dies hat zur Folge, dass das Wissen um die Herkunft und Beschaffenheit der Lebensmittel immer mehr verloren geht und eine generelle Entfremdung des Essens stattfindet. Entsprechend kommt es zu dem Verlust der Erkenntnis, dass Kochen hauptsächlich aus Arbeit besteht und in dieser Arbeit für den Laien der eigentliche Spaß am Kochen besteht, aus dem er Kreativität und Genuss schöpft.³⁴⁸ Aufgrund dieser Entwicklung dienen die aktuellen Kochsendungen auch nicht mehr in erster Linie der Vermittlung von küchentechnischem Wissen, gastronomischen Einsichten und der Anregung zum Mitkochen, sondern primär der Unterhaltung. Dies wird auch durch die Platzierung im Fernsehprogramm deutlich. Nur die wenigsten Kochsendungen werden noch wie früher am Vormittag oder frühen Nachmittag

³⁴⁷ G. Hallenberger: a. a. O., S. 123.

³⁴⁸ Vgl. W. Siebeck: Vorsicht, Schlaraffenland!

gesendet, der Großteil wird hingegen im Vorabend- und Abendprogramm ausgestrahlt, die Sendung „Kerners Köche“ beginnt sogar erst um 23.00 Uhr.

Zusätzlich zum neuen Sendezeitraum haben sich auch die Protagonisten verändert. Waren früher noch sachgemäße Köche mit Schürze und weißer Mütze am Herd präsent, so zeigen sich die Köche heute beinahe ausschließlich in modischer Alltagskleidung, nur die wenigsten tragen noch eine Kochjacke, und wenn, dann ist diese meist mit der Werbung für bestimmte Produkte oder ihr Restaurant bedruckt. Zudem wird um jeden Preis versucht, sämtlichen Eindruck von Arbeit zu vermeiden, weshalb das oberste Prinzip der aktuellen Kochsendungen auch „schnell, billig, spaßig“³⁴⁹ lauten könnte. Der im Jahr 2006 zum Jahrhundertkoch gekürte Österreicher Eckart Witzigmann bedauert, dass in den Kochsendungen im gegenwärtigen Fernsehprogramm immer alles schnell gehen muss und bezeichnet die aktuellen Sendungen als zu „oberflächlich und plakativ.“³⁵⁰ Darüber hinaus sieht er eine Gefahr darin, „dass der Kochberuf so dargestellt wird, damit alles so spielerisch leicht geht. Was im Fernsehen vermittelt wird, ist allenfalls der Beginn oder eine Ahnung.“³⁵¹ Aufgrund dessen ist für ihn auch nicht jeder Fernsehkoch zwangsläufig ein guter Koch. Und so sollte seiner Meinung nach auch nicht jeder Laie im Fernsehen kochen.

Eckart Witzigmann spricht an dieser Stelle ein auffallendes Merkmal des Angebots der Kochsendungen an, nämlich, dass die besten Köche Deutschlands, die mehrfach ausgezeichneten Sterneköche mit hochkarätigen Restaurants, beinahe gänzlich im Programm fehlen. In dieser Tatsache spiegelt sich erneut die Schwerpunktverschiebung innerhalb der Geschichte der Kochsendung von der Demonstration fachlicher Kompetenz zu einer reinen Unterhaltungs- und Vermarktungsangelegenheit. Denn die erfolgreichsten Kochsendungen der letzten Jahre bestanden immer aus Köchen mit weit größerem Unterhaltungswert als fachlichem Können und zunehmend auch aus Prominenten oder selbsternannten Hobbyköchen, die ihre angeeigneten Kochfähigkeiten medial in Szene setzen, um ihren Lebensstil

³⁴⁹ J. Dollase: a. a. O., S. 34.

³⁵⁰ Alexander Krei: ‚Oberflächlich‘: Witzigmann kritisiert Kochshows, 14.11.2007, <http://www.quotenmeter.de/index.php?newsid=23456>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

³⁵¹ Ebd.

und damit einhergehenden Status zu demonstrieren und sich abzugrenzen sowie mit ihrer Selbstinszenierung viele Zuschauer an die jeweiligen Kochformate binden.

4.2 Kochsendungen als Vermittler von Alltagskompetenz?

In der öffentlichen Diskussion über den Erfolg der zahlreichen Formate mit thematischem Kochbezug im Fernsehen wird der Frage nach ihrer Wirkung und Qualifikation zur Vermittlung ernährungsrelevanten Wissens und Kochkenntnissen mitunter große Bedeutung beigemessen. Dies zeigt sich auch in der Vielzahl gegenwärtig entstehender Studien und Untersuchungen, die sich mit den aktuellen Ernährungsstilen und individuellen Kochkompetenzen der Bevölkerung beschäftigen.

Für einen Teil der Bevölkerung ist die kunstvolle Zubereitung von Mahlzeiten sicherlich ein wesentlicher und wichtiger Bestandteil ihres Lebensstils, aber eine immer größere Anzahl kann oder will nicht kochen, sondern sich vor allem in schöner Atmosphäre entspannen. Statt selbst zu kochen, wird der Vorgang dann vielmehr im Fernsehen angeschaut: „Die Leute sitzen vor dem Fernseher, schauen anderen beim Kochen zu und essen dabei eine Tiefkühlpizza.“³⁵² Anja Kirig bezeichnet die Kochsendungen als „Ersatzbefriedigung“³⁵³ für diejenigen, die sich im Alltag vornehmlich von Convenience-Produkten und Mahlzeiten außer Haus ernähren und die Geselligkeit am Herd und Esstisch vermissen. Dementsprechend gründet sich die ständig wachsende Bedeutung der Kochbewegung wohl weniger in dem Bedürfnis nach besserer Essensqualität, als vielmehr in dem Phänomen, dass Kochen ein Statussymbol der Mittelschicht geworden ist.³⁵⁴

Wo früher das Kochen als privater und familiärer Vorgang eher im Verborgenen stattgefunden hat, sind die Angelegenheiten des Essens wie auch des Kochens in

³⁵² Procter & Gamble (Hg.): a. a. O., S. 10.

³⁵³ Anja Kirig: Bollywood im Bauch, in: Börsenblatt, Nr. 44/2007, S. 41.

³⁵⁴ Vgl. W. Siebeck: Vorsicht, Schlaraffenland!.

großem Ausmaß öffentlich geworden.³⁵⁵ Auch am heimischen Herd ist das Kochen und Essen aus der Verborgenheit der Küche gewichen. Wenn vormals das Essen fertig zu sein hatte, sobald die Gäste eintrafen, schickt es sich heute, zu diesem Zeitpunkt erst mit dem Kochen zu beginnen. Die Küche ist vom Nebenraum zum Zentrum der deutschen Wohnungen geworden, wie das umfangreiche Angebot in Möbel- und Einrichtungshäusern vermuten lässt. Oftmals ist sie kein separater Raum mehr, sondern als Wohnküche in den Lebensbereich des Wohnzimmers integriert.

Allerdings bedeutet dies keineswegs, dass auch mehr gekocht wird. Dies belegt das Ergebnis des weltweit erstellten Kitchen Living Report des schwedischen Möbelkonzerns Ikea aus dem Jahr 2005. Dafür wurden 500 Deutsche nach ihrer Wohnsituation und ihren Wohnwünschen befragt. Nur noch 24 Prozent der Befragten nutzen die Küche ausschließlich zum Kochen. 35 Prozent dafür zum Kontaktpflegen und 43 Prozent zum Telefonieren.³⁵⁶ Die Umfrage der Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung von 2007 kommt zu einem ähnlichen Ergebnis. Dort gaben nur 27 Prozent der Befragten an „immer gern und mit Begeisterung zu kochen“, während es bereits 55 Prozent nur „manchmal, aber nicht immer Spaß macht“ und für 17 Prozent ausschließlich eine Haushaltspflicht ist.³⁵⁷ Diese Entwicklung zeigt sich auch in Umfragen, die belegen, dass nur noch in einem Drittel der deutschen Haushalte täglich gekocht wird. Dabei ist mit Kochen gemeint, dass eine halbe Stunde täglich für alle Mahlzeiten aufgewendet wird. In diesem Zusammenhang hat der Kochvorgang auch immer weniger mit den traditionellen Verfahrensweisen der Lebensmittelaufbewahrung, des saisonalen Einkaufs sowie der sorgfältigen Zubereitung gemeinsam, sondern besteht vielmehr meist nur noch aus Erwärmen, Aufwärmen oder der Kombination verschiedener Halbfertig-Produkte zu einem vollständigen Gericht.

Diese Entwicklung bestätigt die weit verbreitete Ansicht, dass das Kochen durch die Kochsendungen „nicht fördernd begleitet [...], sondern glattweg ersetzt

³⁵⁵ Vgl. U. Fichtner: a. a. O., S. 186.

³⁵⁶ Vgl. Henning Sußebach: Die deutsche Küche, in: Die Zeit, Nr. 49/06.

³⁵⁷ Vgl. A. Schmelter de Escobar: Einsatz am Herd, in: Centaur, Nr. 11/07, S. 31-34, hier S. 34.

wird.³⁵⁸ Wolfram Siebeck zweifelt ebenso, ob Kochsendungen „die positive Wirkung haben, die Beschäftigung mit Essen und Trinken interessant [zu] machen“³⁵⁹. Er ist vielmehr der Ansicht, dass sie „nur eine Folge des europaweit erwachten Interesses an der Verbesserung unserer Mahlzeiten sind“³⁶⁰.

Die Vielzahl der Kochsendungen animiert die Deutschen also nachweislich nicht, mehr Zeit zum Kochen in der Küche zu verbringen. Dass der Erfolg der diversen Kochsendungen im Fernsehen dennoch nicht abreißt, sondern die Anzahl der Kochsendungen sogar zunimmt, könnte dementsprechend darauf zurückgeführt werden, dass das Kochen zunehmend aus der realen Lebenswelt verschwindet und die TV-Köche somit als „nostalgische Wiedergänger“³⁶¹ im Fernsehen zurückkehren. Demzufolge symbolisiert die vermehrte Anzahl der Köche im deutschen Fernsehen eher die „Fragwürdigkeit und Auflösung bisheriger kulinarischer Praktiken und der mit ihnen verknüpften sozialen Rituale.“³⁶²

Da Essen in der Gefühlswelt aber trotz des offensichtlichen Bedeutungsverlustes der Koch- und Esskultur immer noch mit kochenden Müttern und Heimat verbunden ist, besetzen die Kochsendungen wohl vielmehr diese emotionale Lücke, die durch den Verlust der traditionellen Essweisen und Kochkompetenzen entsteht. Schließlich vermitteln viele Kochsendungen Gefühle und Werte, die in der Realität zunehmend verloren gehen, wie beispielsweise der Respekt vor den Nahrungsmitteln, den die Köche pflegen, das experimentelle Element der Rezeptidee und ihre Kochkunst. Darüber hinaus ist das Spektrum von Essen und Kochen sehr eng mit Geborgenheits- und Zugehörigkeitsgefühlen verbunden, die auf frühe angenehme Erfahrungen zurückzuführen sind wie unter anderem das Gemeinschaftsritual der Versammlung der Familienmitglieder zum gemeinsamen Essen am Tisch. Die Formate der Kochsendungen im Fernsehen sind in der Lage, beim Zuschauer, trotz der ausbleibenden Sinneseindrücke wie Geruch und Geschmack, diese Gefühle zu erzeugen.³⁶³

³⁵⁸ U. Fichtner: a. a. O., S. 32.

³⁵⁹ Wolfram Siebeck: Big Brater, in: Die Zeit, 16/05.

³⁶⁰ Ebd.

³⁶¹ U. Fichtner: a. a. O., S. 33.

³⁶² U. A. J. Becher: a. a. O., S. 106.

³⁶³ Vgl. C. Tramitz: a. a. O., S. 4.

Vor allem aber ziehen mit den Bildern im Fernseher Szenen einer verklärten Welt herauf, bevölkert von Großmüttern, die in heißen Küchen Rosinenmännchen für die Enkel backen, von fürsorglichen Eltern, von heiler Familie mit geregelten Esszeiten [...].³⁶⁴

Das wachsende Bedürfnis nach dieser emotionalen Komponente des Essens macht sich neben den Kochsendungen auch verstärkt die Werbung für diverse Lebensmittel, allen voran das große Angebot an Fertigprodukten zunutze, in der daher weiterhin der Zusammenhang zwischen Mahlzeit und Familienglück hergestellt und besonders betont wird. Die garantierte, gleich bleibende Qualität bei immer gleichem Geschmack weckt jederzeit Erinnerungen an den Familientisch, ohne dass dieser präsent sein muss.³⁶⁵ Nicht ohne Grund erfreuen sich Beschreibungen wie „nach Mutters“ und „Großmutters Art“ so großer Beliebtheit.

Gleichsam wie der Verzehr von Fertigprodukten bietet der Konsum von Kochsendungen eine bequeme Flucht aus der Realität der heutigen Ernährungswelt, in der sich viele von dem riesigen Nahrungsmittelangebot sowie den Ernährungsmoden überfordert fühlen und der wachsenden Ratlosigkeit über mögliche Zubereitungsarten und Kochtechniken ausgesetzt sind. Für diese übernehmen die Fernsehköche als Stellvertreter die Verantwortlichkeit für das Kochen, die von vielen nicht mehr getragen werden kann und will. Im Gegensatz zu Ihnen wissen die Fernsehköche in den Sendungen immer, was gut schmeckt und gut tut und setzen dieses Element gezielt ein, um sich Publikumserfolg zu sichern. Daher werden die Kochsendungen in der „Gesellschaft der kulinarischen Analphabeten“³⁶⁶ eher zum Surrogat für unbefriedigte Bedürfnisse als zum praktischen Helfer und Vermittler verlernter oder verkümmerter Kochkenntnisse.

Er [der Fernsehkoch, Anm. d. Verf.] macht uns anders gesagt wieder zu Kindern, die das wohlige Gefühl genießen, von einer fürsorglichen Mutter versorgt zu werden. Und wenn die vorgekochten Speisen am Ende der Sendezeit an schön gedeckten Tischen gemeinsam mit Gästen gegessen werden, fühlen wir uns überdies noch eingeladen zu einer virtuellen Hausgemeinschaft, die wir in den eigenen vier Wänden vergeblich zu organisieren versuchen.³⁶⁷

³⁶⁴ U. Fichtner: a. a. O., S. 192.

³⁶⁵ Vgl. K. Schlegel-Matthies: a. a. O., S. 210.

³⁶⁶ U. Fichtner: a. a. O., S. 193.

³⁶⁷ Ebd., S. 192.

Obwohl die Deutschen also durch den Konsum der Kochsendungen keineswegs allesamt zu begeisterten Köchen geworden sind, sondern diese in Zeiten des Bedeutungsverlustes der Ess- und Kochkultur eher zur Befriedigung ungestillter Bedürfnisse nutzen, wird dennoch viel Wert auf die Küchenausstattung und dabei besonders auf Zubehör wie Spezialmesser, Keramikmörser oder 30 Jahre gereiften Essig gelegt. Der anhaltende Trend nimmt mitunter hysterische und klassenspezifische Züge an, da „das Essen vermehrt dazu gebraucht [wird], soziale Grenzen aufzubauen.“³⁶⁸ So erlangen die Kochbücher im eigenen Regal zunehmend Bekenntnischarakter, aus deren Zusammenstellung sich ablesen lässt, wie derjenige isst, kocht und lebt beziehungsweise wie jener am liebsten essen, kochen und leben würde. Mehr und mehr wird hierbei der Koch für viele zum „Lifestyle-Berater“³⁶⁹ und die Küche zum Ort der Selbstdefinition und Selbstinszenierung. Dies ist vor allem für Männer der Fall, für die das Kochen in diesem freizeithen, kreativen Rahmen erst interessant geworden ist. Als Orientierung dient ihnen dabei die neue Generation der Fernsehköche wie Jamie Oliver, Tim Mälzer und die Besetzung aus „Kerners Köche“, die als neue ‚Popstars‘ gefeiert werden und daher reichlich Identifikationspotenzial bieten, als auch die steigende Anzahl an Promi- und Hobbyköchen, die durch ihre individuellen Kochkenntnisse öffentlichen Ruhm erlangen.³⁷⁰

Diese Entwicklung von Essen und Kochen zum Statussymbol und Ausdruck der Individualität und Identität spiegelt sich in allen drei erkennbaren Prototypen der Ernährungsstile gleichermaßen; bedingt durch das unterschiedlich hohe Einkommen allerdings in verschieden starker Ausprägung. Daher stehen zwar bei den „Foodies“ und „Lohas“ eindeutig der Qualitäts- und Genussfaktor, verbunden mit größerem ernährungsrelevantem Hintergrundwissen und besseren Kochfähigkeiten im Vordergrund, weshalb sie andere Lebensmittel erwerben und ihre Kochkompetenzen nach althergebrachter Art der Nahrungszubereitung gern vor Gästen in größerer Runde beweisen. Doch auch diejenigen, die sich aufgrund ihrer Einstellung „alles zu jeder Zeit an jedem Ort“ bevorzugt von Fertignahrung und Außer-Haus-Angeboten ernähren und deren Kochkenntnis und Ernährungsverständnis

³⁶⁸ Vgl. H. Sußbach: a. a. O.

³⁶⁹ Ebd.

³⁷⁰ Vgl. C. Kleis: a. a. O., S. 26.

stetig abnehmen, nutzen Verabredungen und Einladungen zum Essen zur persönlichen Selbstinszenierung, wobei sie ihre mangelnden Kochkompetenzen durch die Verwendung ganz bestimmter Marken- und Convenience-Produkte ausgleichen und zugleich aufwerten.

Weil im Alltag durch die Flexibilisierung der Zeitmuster allgemein immer häufiger allein gegessen und nur noch wenig selbst gekocht wird, möchten sowohl die einen, als auch die anderen den damit verlorenen gegangenen „sozialen, vergesellschaftenden Aspekt des Essens“³⁷¹ durch aufwändige Koch- und Esseinladungen im Freundes- und Bekanntenkreis, der Familie oder unter Arbeitskollegen kompensieren. Kochen und Essen wird zunehmend als Teil der sozialen Zusammengehörigkeit begriffen und gestaltet. Infolge dessen finden nicht mehr nur jüngere Singles zunehmend Spaß an ausladenden ‚Ess-Events‘ und gemeinsamen Kochveranstaltungen, wodurch das Kochen als rein familiäre und private Angelegenheit zwar zugunsten der öffentlichen Inszenierung zunehmend an Bedeutung verliert, tradierte Mahlzeitenstrukturen jedoch dennoch nicht einer Auflösung, sondern vielmehr einer Neugestaltung unterworfen sind.

Als Reaktion auf das steigende Bedürfnis nach sozialer Zusammengehörigkeit zeigen auch die Köche ihre Künste nicht mehr ausschließlich in ihren Sendungen oder Restaurants. Deshalb nehmen Ereignisse wie Schaukochen in Küchengeschäften, Ess- und Kulturveranstaltungen in Zirkuszelten oder auf Marktplätzen und ‚Live-Cooking‘ in Lebensmittelabteilungen exklusiver Kaufhäuser und auf diversen Ernährungsmessen rasant zu, bei denen sich unzählige Zuschauer einfinden, um die persönlichen Kochkompetenzen aktiv zu beweisen und zu erweitern.

Bereits vielen genügt das Kochen allein nicht mehr. Es wird viel Wert darauf gelegt, so unkonventionell auszusehen wie das neue Leitbild des Fernsehkochs, weshalb sich immer mehr Menschen ihrer kulinarischen Kompetenz auch öffentlich bekennen, um Kennerschaft und Zugehörigkeit zu beweisen. Dementsprechend blicken manche Köche und solche, die sich jetzt mit der Würdigung als Koch schmücken dürfen, auf eine umgekehrte Karriere zurück. Sie wurden erst

³⁷¹ H. Rützler: Future Food, S. 48.

berühmt und fingen dann an beziehungsweise wieder an zu kochen, wie Hardy Krüger Jr., Johannes B. Kerner, die Wildecker Herzbuben und viele mehr. Dies belegt die ständig zunehmende Anzahl erscheinender Kochbücher von Prominenten, die zum Teil tatsächlich ursprünglich gelernte Köche sind oder sich nun mit ihren überdurchschnittlichen Kochkenntnissen als fachkundige Hobbyköche auszeichnen lassen. Insgesamt gesehen scheint es - unabhängig ob öffentlich oder privat - gegenwärtig kaum jemanden mehr zu geben, der sich nicht zum Kochen als Hobby bekennt.

5 Fazit und Ausblick

Essen ist allgegenwärtig. Der Mensch isst mehrmals täglich, das ganze Leben lang. Die Nahrungsaufnahme und Zubereitung ist wesentlicher Bestandteil der Kultur und so sagt die jeweilige Geschmacks- und Esskultur viel über Individuen und Gesellschaften aus. Denn Essen und Trinken dienen nicht ausschließlich der Bedürfnisbefriedigung und Selbsterhaltung. Sie sind darüber hinaus in vielfacher Weise mit gesellschaftlichem Sinn verbunden und stiften Identität. Die Orte, an denen gegessen wird, eröffnen tiefe Einblicke in die jeweilige Zeit. Sie geben Auskunft über Familienleben, Gemeinschaft und Isolation. Außerdem beleuchten sie die Werte von Gastgebern oder Gästen und sind somit Zeitdokument und Spiegel der Kulturgeschichte. Obwohl in der Gesellschaft ausreichend Informationen und Produkte für eine optimale Ernährung vorhanden sind, besteht die heutige Alltagskost überwiegend aus Hamburger, Tiefkühlpizza, Tütensuppe und Schokoriegel. Essen als die große Leitkraft der Kultur und des sozialen Beisammenseins hat demzufolge für die große Mehrzahl der Deutschen ausgedient. Es wird zum lästigen Störfaktor der Freizeit, soll möglichst wenig Zeit in Anspruch nehmen. Deshalb beschränkt sich der Vorgang des Kochens vermehrt auf das Öffnen von Dosen und Tüten sowie das Erwärmen des Inhalts in Mikrowelle und Backofen.

Doch Essen und Trinken sind auch immer Hilfsmittel, mit denen und an denen wir uns orientieren und durch die wir außerdem Abgrenzung und Identität schaffen. In der gegenwärtigen Esskultur, die gekennzeichnet ist von einer Entfremdung des Menschen von seinen Ursprungsnahrungsmitteln, werden zwar die Menschen, die weder kochen können, noch über ausreichende esskulturelle Bildung verfügen, zum Regelfall. Die verbleibenden Koch- und Esskundigen allerdings, die souverän und mit Genuss über ihren Menüplan bestimmen, entwickeln sich zunehmend zu hochqualifizierten Kochlaien. Sie verstehen ihre Kochkünste und individuellen Ernährungsstile als wesentlichen Bestandteil ihrer Identität.

Dieses Auseinanderdriften der Gesellschaft hinsichtlich ernährungsrelevanter Informationen und Kochkompetenzen ist Ergebnis einschneidender gesamtgesellschaftlicher Veränderungsprozesse. Das Ernährungsverständnis sowie Ess- und

Kochverhalten sind nachhaltig durch diese Entwicklungsprozesse beeinflusst worden. Durch den Wandel der Arbeitswelt, die veränderten Geschlechterverhältnisse sowie die Individualisierung und Pluralisierung von Wertorientierungen und Lebensstilen sind veränderte Kompetenzen für die Gestaltung der persönlichen Lebensart und die Organisation der Erwerbs- und Hausarbeit notwendig geworden. Davon ist das alltägliche Ernährungsverhalten in besonderem Maß betroffen. Traditionelle Mahlzeitenstrukturen sowie ihr sozialer und kommunikativer Kontext werden in Frage gestellt. Als Folge entwickelt sich eine verstärkte symbolische Aufladung des Essens und der Mahlzeit. Hinzu kommt ein gestiegenes Gesundheitsbedürfnis, das Schönheitsideal Schlankheit und die vielen technischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte, die das Kochen erleichtert haben. Kochen als Tätigkeit ist heute weniger zeit- und energieaufwendig. Es entspricht somit unseren derzeitigen materiellen Gegebenheiten und dem neuen Freizeitverständnis mit dem Streben nach höherer Lebensqualität. In der modernen Gesellschaft stellen wir uns als Dauerbearbeiter der eigenen Individualität und Identität dar, wobei Essen und Kochen gegenwärtig zu einem hochsymbolischen Teil der Persönlichkeit geworden sind.

Längst dient Essen nicht mehr primär der Befriedigung der Grundbedürfnisse, denn es spiegelt auch unabänderlich die jeweilige gesellschaftliche Stellung wider und ist daher auch Statussymbol. Infolge dessen wird die Ernährung zunehmend stilisiert zum Selbstaussdruck und Kontrollelement: Man zeigt, wer man ist, was man bevorzugt und wo man sich demnach zuordnet. Die Verwendung spezieller Lebensmittel, die Ernährungsweise wie auch die Küchenausstattung - sie alle sind auch immer Ausdruck einer bestimmten Gruppenzugehörigkeit. Dementsprechend dienen die individuellen Esspräferenzen vermehrt der sozialen Unterscheidung, Identitätssicherung und dem sinnlichen wie auch ästhetischen Genuss. Auf diese Weise wird das Essen mit einer vielfältigen Symbolik aufgeladen. Je mehr es dabei als zentraler Ausdruck der Identität verstanden wird, desto mehr werden die symbolischen Zuschreibungen als Wirklichkeit wahrgenommen und empfunden.

Doch Essen und Kochen sind zwei verschiedene Angelegenheiten, weshalb das Kochen im gegenwärtigen Alltag ambivalenten Gefühlen unterliegt. Zum einen ist es trotz der technischen Erleichterungen vor allem für Berufstätige zeitaufwändig

und somit lästig. Zum anderen wird es als Hobby angesehen, da es Phantasie und Kreativität fördert und Wellness-Charakter beinhaltet, beispielsweise durch hochwertige Zutaten und Inhaltsstoffe, die sich positiv auf den Körper auswirken oder Lebensmittel biologischer Herkunft. Kochen wird zunehmend als ganzheitlicher Vorgang empfunden und verstanden; es wird zur Kunst deklariert, bietet Freiraum für eigene Originalität und Kreativität und so zu einem Element der Selbstverwirklichung. Diese Kunst erlaubt es nicht nur ausgewiesenen Könnern, sondern auch Anfängern, sie zu meistern. Anhand detaillierter Anweisungen und Darstellungen der einzelnen Zubereitungsschritte können auch sie ein Rezept erfolgreich nachkochen, was die Stilisierung der als lästig erachteten Alltagsaufgabe zu einer kunstvollen Selbstdarstellung nicht mehr nur im Mittelstand begünstigt.

In dieser Tatsache begründet sich ein wesentlicher Faktor für den Erfolg der Kochsendungen und der jeweiligen Köche, deren Siegeszug im Fernsehprogramm in direkter Wechselwirkung mit dem Bedeutungswandel der Ess- und Kochkultur steht. Denn anders als bei für gewöhnlich bewunderten Persönlichkeiten und Leitfiguren, kann an dem Ruhm der Fernsehköche gewissermaßen aktiv partizipiert werden. Während es für einen Schauspieler oder Sänger schließlich meist an Talent, Stimme oder Aussehen mangelt, so fehlen zur Bewunderung als Küchenstar im Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis bestenfalls die Zutaten und technischen Fertigkeiten. Fernsehköche verkörpern somit gleichsam Stars zum Aneignen und Erarbeiten. Folglich ist es nicht verwunderlich, dass vor allem jene Fernsehköche erfolgreich sind, die sich unkonventionell inszenieren, das Imitieren als ‚kinderleicht‘ bezeichnen und dies entsprechend vorleben. Ihr Erfolg gilt daher sowohl als Auslöser für die Entstehung der Kochformate, in denen Hobbyköche selbst Starruhm erlangen wollen, als auch für die Popularisierung der Kochsendungen allgemein. Denn die Sender haben schnell erkannt, dass sie mit diesem speziellen Ausschnitt der Küchen- und Kochwelt und den damit verbundenen Bildern und Emotionen über ein für die Massenunterhaltung taugliches Mittel verfügen und dementsprechend begonnen Kochsendungen für möglichst jede Zielgruppe zu produzieren.

Wirft man einen Blick in das gegenwärtige Fernsehprogramm, so wird offensichtlich, dass die Kochsendungen zur Zeit fester, und vor allem wesentlicher Bestand-

teil der täglichen Programmpräsentation sind. Durch die Anzahl und Vielfalt täglicher wie wöchentlicher Kochsendungen wird das Programm für die Zuschauer allerdings zunehmend unübersichtlich. Hinzu kommt, dass die zahlreichen verschiedenen Sender es zusätzlich erschweren, das gesamte Angebot der verschiedenen Formate der Kochsendungen zu überblicken. Beinahe monatlich entstehen neue Kochsendungen oder werden aktuell gesendete bereits wieder abgesetzt, weil versucht wird, jegliche denkbaren Bedürfnisse der Zuschauer abzudecken und zu befriedigen. Trotz der Unübersichtlichkeit scheint das Publikum des Sendungsdschungels jedoch nicht überdrüssig geworden zu sein. Das lässt sich aus beständigen Neuerscheinungen und der zahlreichen Wiederholungen sehr beliebter, bereits ausgestrahlter und vergangener Staffeln schließen. Belegt wird dieser Aspekt auch durch die Entstehung neuer digitaler Sender, die sich ausschließlich mit dem Thema Kochen und Essen befassen.

Grund dafür ist, dass das Fernsehen sich primär zum Unterhaltungsmedium entwickelt hat und sich verstärkt an bestimmten Zielgruppen ausrichtet. So gibt es mit der Sendung „Silent Cooking“³⁷² mittlerweile sogar eine Kochsendung für diejenigen, die dem immer gleichen unterhaltungsausgerichteten Dauer-Gekoche im Fernsehprogramm überdrüssig geworden sind. Denn der gesamte Ablauf dieser Sendung und der darin gezeigten Nahrungszubereitung wird dadurch bestimmt, dass der Koch schweigt. Durch Einblendungen werden den Zuschauern alle Vorgänge und Zutaten übermittelt - und das ohne die übliche verbale Ebene, die sonst meist ein ausschlaggebender Faktor für den Erfolg einer Kochsendung ist. Allgemein lässt sich im Vergleich der gegenwärtigen Kochsendungen erkennen, dass deren unterschiedliche Formate sich in ihrer Präsentationsweise und Ausrichtung stets dem Erlebnisprofil der jeweiligen Sendeanstalten anpassen. Es gibt kommerzielle Programme mit einem jugendlichen Zielpublikum. Sie operieren verstärkt mit jungen Köchen und deren unkonventionellen Rezepten und Präsentationsweisen. Die Kochsendungen der öffentlich-rechtlichen Programme wollen ein älteres

³⁷² Mit dem Schwerpunkt auf den ursprünglichen Aspekten der Nahrungszubereitung kann der Zuschauer in „Silent Cooking“ verfolgen, wie der Koch in Begleitung von Musik in Echtzeit ein dreigängiges Menü zubereitet, wobei die Rezepte meist alle erst beim Kochen entstehen. „Silent Cooking“ wird in unregelmäßigen Abständen donnerstagnachts auf 3Sat gesendet. Vgl. dazu: 3Sat (Hg.): Silent Cooking, 3Sat präsentiert eine Kochsendung ganz anderer Art, <http://www.3sat.de/3sat.php?http://www.3sat.de/kulinarisches/88127/index.html>, zuletzt aufgerufen am 10.06.2008.

Publikum erreichen und mit der Vermittlung von Rezepten als auch Fachwissen das Kontrastprogramm mit einer erkennbaren Ratgeber- und Nostalgieorientierung bilden. In den letzten Jahren ist jedoch auch in ihrem Sendungsangebot eine vermehrte Unterhaltungs- und Quotenorientierung festzustellen. Bislang sind Kochsendungen thematisch überwiegend dem Unterhaltungsgenre zuzuordnen. Sendungen, die auf die sich kontinuierlich verschlechternde Ernährungslage in Deutschland reagieren und gezielt gesundheits- und ernährungsrelevantes Wissen vermitteln, sind bisher kaum im Programm vertreten.

Die allgemeine Popularität der Kochsendungen zeigt sich neben den überwiegend hohen Einschaltquoten zudem vor allem in der Ausdehnung ihres Kontexts auf das private Lebensumfeld. Durch ihre Eigenschaft eine relativ elegante Verbindung von Programm und Vermarktung herzustellen, haben sie eine Flut an Zubehör- und Dekorationsartikeln für die individuelle Küchenausstattung verursacht. Die Vielzahl der Produkte, unabhängig davon ob nützlich oder nicht, wird so gelobt, als hinge von deren Besitz der Aufstieg des Käufers in die Gourmetklasse ab. Auch immer mehr Köche bieten eine Auswahl persönlich kreierter und beziehungsweise oder in Zusammenarbeit mit Sponsoren entstandener Zubehörartikel an. Dadurch wird die private Bindung und Identifikation mit dem jeweils favorisierten Koch und seinen Ess- und Kochpräferenzen noch verstärkt und intensiviert. Hinzu kommen die zahlreichen Internetseiten mit ihren diversen Partizipations- und Interaktionsmöglichkeiten, mittels derer die individuelle Kochkompetenz verbessert, überprüft und aktiv in Szene gesetzt werden kann.

Diese immerwährende Präsenz im Leben der Zuschauer zeigt die Bedeutung und den Wert, den die verschiedenen Formate der Kochsendungen innerhalb des letzten Jahrzehnts erlangt haben. Gleichsam verdeutlicht es in besonderem Maße, dass Kochen und Essen ihren einst selbstverständlichen Charakter als natürliche, gewohnte Alltagstätigkeiten vollends eingebüßt haben und stattdessen als Statussymbol und Ausdruck der Identität angesehen werden. Diese ausdrückliche und medial gestützte Einbettung des Essens in Lebensstile ist Bestandteil der modernen Gesellschaft geworden. Die Tragweite dieses Bedeutungswandels, den die Alltagskompetenz Kochen in der heutigen Gesellschaft, sowohl privat als auch öffentlich, durchlebt hat und weiterhin durchlebt, spiegelt sich auch in der gegen-

wärtig kontinuierlich steigenden Zahl an Studien und Forschungen. Diese setzen sich einerseits mit den Auswirkungen der einschneidenden Veränderungen innerhalb der Ess- und Kochkultur auseinander. Andererseits erörtern sie die Gründe für die Faszination der Kochsendungen, da ihr Erfolg nicht abubrechen scheint, sondern eher zunimmt - wie die Menge der verschiedenen Formate, ihr Publikums- und Partizipationserfolg und ihre gegenwärtige konzeptionelle Ausdehnung verdeutlichen - allerdings erwiesenermaßen kein allgemeines Nachkochen und die automatische Verbesserung der persönlichen Kochkenntnisse die Folge dieser Sendungen ist. Mag es im alltäglichen Essverhalten der Mehrheit auch noch nicht die Dauer-Reflexion über das Essen geben wie die Vielzahl der Medienberichte glauben machen will und als Verantwortung aufträgt. Doch hat die Ernährungsweise eine neue und vielfältig individualisierte Bedeutung bekommen.

Seit dem Beginn der Kochsendungen im englischen Fernsehen und ihrer anschließenden Verbreitung in die anderen Länder der Welt, zeigt sich, dass die Programmform der Kochsendung keinem temporären Trend unterworfen ist. Sie waren bereits seit Jahrzehnten Dauerthema und fester Bestandteil im Fernsehprogramm, bevor ihr heutiger Siegeszug begann. Offensichtlich werden sie das Fernsehprogramm vorerst noch weiter mitbestimmen. So bleibt zwar ungewiss, wie sich der Inhalt und Kontext der Kochsendungen in den nächsten Jahren entwickeln wird und welche neuen Formate und Partizipationsmöglichkeiten den Zuschauern bevorstehen werden. Fest steht allerdings, dass ihre Anzahl sowie die verschiedenen Ausprägungsmöglichkeiten des Formats bei weitem noch nicht ihr Höchstmaß erreicht haben.

So erfreut sich beispielsweise in England – dem Ursprungsland aller erfolgreichen Kochsendungs- und Kochtrends – eine neue Art der medialen Partizipation ungemainer Beliebtheit: „Gordon Ramsay’s Cookalong Live“³⁷³. In dieser Sendung fordert Gordon Ramsay, einer der bekanntesten britischen Fernsehköche, die Zuschauer auf, alle benötigten Zutaten vor dem Beginn seiner Kochsendung zu besorgen, um dann parallel zur Sendung zusammen mit ihm zu kochen. Sobald die

³⁷³ Vgl. dazu: Suzy Bashford: The main event, in: Marketing Magazine, 27.02.08, S. 26-27, hier S. 27.

Ausstrahlung begonnen hat, erfolgen immer wieder Einblendungen von Privatleuten, die an ihrem eigenen Herd parallel zu ihm kochen. Das Programm ist über die eigentliche Fernsehausstrahlung hinaus in eine aufwändige, umfassende Marketingkampagne eingebettet, die sich in Zusammenarbeit mit vielen Sponsoren auf Fernsehen-, Radio-, Internet- und Plakatwerbung erstreckt und dementsprechend ein noch nicht dagewesenes Ausmaß eines Kochformats beschreibt. Dieses geht soweit, dass neben allgemeinen Informationen zur Teilnahme und diversen Online-Trainingvideos auch vorbereitete Einkaufslisten am Ausstrahlungstag in den Supermärkten ausliegen, deren Angestellte sich sogar begleitend in weiße Kochuniformen kleiden.

Diese neue Form der Partizipation und das Ausmaß des Formats, sowohl hinsichtlich der Ausdehnung auf andere Medien und der Marketingmaßnahmen, als auch die verstärkte, intensive Ausrichtung auf immer neue Zielgruppen lassen erahnen, welche Entwicklungen hinsichtlich der medialen Inszenierung von Kochkompetenz generell noch möglich sind und eventuell auch schon bald in Deutschland Einzug erhalten.

6 Literaturverzeichnis

Primärmedien

Bitte, in 20 Minuten zu Tisch (NDR Reportage April 2007)

alfredissimo! (WDR 14.06.2008)

Schmeckt nicht, gibt's nicht (DVD 2004, Folge vom 19.03.2004)

Kerners Köche (DVD 2008, Folge vom 16.09.2005)

Das perfekte Dinner (VOX 20.06.2008)

Sekundärquellen

3Sat (Hg.): Silent Cooking. 3Sat präsentiert eine Kochsendung ganz anderer Art, <http://www.3sat.de/3sat.php?http://www.3sat.de/kulinarisches/88127/index.html>, zuletzt aufgerufen am 10.06.2008.

AC Nielsen: Gesund und schlank – Verbrauchereinstellungen aus dem Homescan Consumer Panel, AC Nielsen Homescan (Hg.), Januar 2007, de.nielsen.com/news/documents/Pressecharts-Gesundheitsbewusstsein-Uebergewicht_000.ppt, zuletzt aufgerufen am 20.04.2008, S. 1-9.

ARD (Hg.): Gastgeber. Geschichte, <http://www.alfredissimo.de/gastgeber/index.phtml>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007, Abschnitt „Gastgeber“.

Bartels, Stephan: Was Neues auf der Pfanne, in: Brigitte, 3/2007, S. 108.

Bashford, Suzy: The main event, in: Marketing Magazine, 27.02.08, S. 26-27.

Becher, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen, Wohnen, Freizeit, Reisen, München 1990.

Bergler, Reinhold: Gesundheit und Genuss, in: Hauer, Thomas (Hg.): Das Geheimnis des Geschmacks. Aspekte der Ess- und Lebenskunst, Berlin 2005, S. 82-99.

Berlin Online (Hg.): Das perfekte Dinner, http://www.berlinonline.de/themen/gesundheits-und-fitness/essen-und-geniessen/tv_kochsendungen/index.php?page=7, zuletzt aufgerufen am 09.02.2008.

Bernhardt, Lukas: Alfred Biolek. Szenenwechsel: Vom Fernsehmacher zum Fernsehstar. Eine Biographie, Düsseldorf 2000.

Betancur, Karin Ceballos: Wir haben schon mal was vorbereitet. Morgen startet die TV-Show des „Höllenkochs“ Ramsay. Wir zeigen die deutschen Vorgänger, in: Frankfurter Rundschau, Nr. 80, 05.04.08, S. 44-45.

Bierbaum, Stefanie: Interview: „Seht her, was ich esse!“, in: Für Sie, Nr. 26/2007, S. 95.

Biolek, Alfred: Biolek legt den Kochlöffel weg, 26.08.2006, <http://www.faz.net/s/Rub475F682E3FC24868A8A5276D4FB916D7/Doc~EBA5B205ABF6640E9883E30C953B39CC6~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

Bleicher, Joan Kristin: „We love to entertain you“. Beobachtungen zur aktuellen Entwicklung von Fernsehformaten, Institut für Medien und Kommunikation des Departments Sprache, Literatur, Medien der Universität Hamburg (Hg.), Hamburg 2006.

Chefkoch (Hg.): Community. Kochforen, <http://www.chefkoch.de/forum/>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

CMA (Hg.): Alleine kochen ist doof. Die größte deutsche Koch-Dating-Community im Land, http://www.cma.de/content/treffpunkt_cma/alleine-kochen-ist-doof.php, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

Dahlbeck, Klaus: Schweinelecker! Alles über TV-Köche. Shows, Restaurants & Kochkurse, Essen 2005.

Das KochRezept (Hg.): „Das perfekte Dinner“ – es geht nicht nur ums Essen!, <http://www.daskochrezept.de/das-perfekte-dinner/>, zuletzt aufgerufen am 19.01.2008, Abschnitt „Magazin. Kochsendungen. Das perfekte Dinner“.

Das KochRezept (Hg.): Ausnahmeerfolg: Kerners Köche, <http://www.daskochrezept.de/kerners-koeche/>, zuletzt aufgerufen am 12.12.2007, Abschnitt „Magazin. Kochsendungen. Kerners Köche“.

Das KochRezept (Hg.): Der TV-Liebling: Tim Mälzer, <http://www.daskochrezept.de/tim-maelzer/>, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007, Abschnitt „Magazin. Fernsehköche. Tim Mälzer“.

De-Lite Fun Cooking (Hg.): DE-LITE fun cooking, <http://www.de-lite.de/>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008, Abschnitt „Podcast“.

Dollase, Jürgen: Kochsendungen. Ist das zum Essen oder Austreiben?, in: F.A.Z., Nr. 111, 14.05.2005, S. 34.

Droste, Wiglaf: Die Brei-Verderber, 13.05.2007, <http://www.eulenspiegel.org/index.php?s=Brei-Verderber>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2007.

Ebert, Horst-Dieter: Lebensart-Fernsehköche: Showmaster am Herd – Kochsendungen sind die Renner auf allen Kanälen. Aber was kann man von den TV-

- Bruzzlern lernen?, in: Der Feinschmecker, Nr. 6/2006, S. 112-117.
- Eck, Sigrid: Gourmet-Götter am Herd, in: W&V, Nr. 11/17, März 2005, S. 45-46.
- Ehrlich, Brigitte: Locker vom Küchenhocker. Kochshows: Vor allem die jüngere Generation wird an den Herd gelockt, 19.07.2004, <http://www.abendblatt.de/daten/2004/07/19/319549.html?s=1>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.
- Esser, Barbara: Krümelmonster lernen Tischsitten, in: Focus Schule, Sonderheft Ernährung, 2007/2008, S. 50-54.
- Fellmann, Ferdinand: Kulturelle und personale Identität, Teuteberg, Hans Jürgen/ Neumann, Gerhard/ Wierlacher, Alois (Hg.): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven, in Zusarb. m. d. Internationalen Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens, Berlin 1997 (Kulturthema Essen, Bd. 2).
- Fichtner, Ullrich: Tellergericht. Die Deutschen und das Essen – eine kritische Bestandsaufnahme, 4. erw. Auflage, 1. Taschenbuchausg., München 2006.
- Fischer, Klaus: Zurück an den Herd, in: Frankfurter Rundschau, 27.01.07, S. 13.
- Freidl, Claudia: Wellnessboom. Erholung – oder zu viel des Guten?, Düsseldorf 2004.
- Fried, Amelie: Das große Kochen, in: Für Sie, Nr. 4/2007, S. 12.
- Fünter, Gudrun: Willmenrod. Ein Ortsporträt von Gudrun Fünter, 15.11.2002, <http://www.swr.de/hierzuland-rp/archiv/2002/11/18/>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.
- Furtmayr-Schuh, Annelies: Postmoderne Ernährung. Food-Design statt Esskultur. Die moderne Nahrungsmittelproduktion und ihre verhängnisvollen Folgen, Stuttgart 1993.
- Gamerschlag, Bert: Kochen mit Kerner. Butter bei die Fische, 12/2005, <http://www.stern.de/lifestyle/kueche/538057.html?eid=538128>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2007.
- Goertz, Franz Josef: Der Bundesfeinschmecker. Clemens Wilmenrod war Deutschlands erster Fernsehkoch – der gelernte Schauspieler, Erfinder des „Toast Hawaii“ und Begründer der Schleichwerbung wäre jetzt 100 geworden, in: F.A.Z. am Sonntag, 23.07.2006, S. 50.
- Gough, Richard (Hg.): On Cooking. Performance Research, London 1999.
- Grimberg, Steffen: Brutzeln für Deutschland, 30.12.2000, <http://taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2000/12/30/a0231>, zuletzt aufgerufen am 17.01.2008.
- Hacker, Herbert: Helden Am Herd, 01.11.2007, <http://www.zeit.de/2007/45/Helden-am-Herd?page=1>, zuletzt aufgerufen am 20.04.2008, S. 1-3.

Hallenberger, Gerd: Clemens Wilmenrod. Zeichen von Esskultur, in: montage/av. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, Nr. 10/2/2001, S. 123–129.

Hamburger Abendblatt (Hg.): „Ich bin ein kochender Mensch“. TV-Unterhalter: „Mein Leben“ erscheint an diesem Donnerstag. Alfred Biolek plaudert heute bei Harald Schmidt über seine Biografie, 28.09.2006, <http://www.abendblatt.de/daten/2006/09/28/617876.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

Hamburger Abendblatt (Hg.): Junges Gemüse am Herd. Cool kochen: Vox präsentiert mit dem Hamburger Tim Mälzer einen neuen TV-Koch, 01.03.2004, <http://www.abendblatt.de/daten/2004/03/01/267998.html>, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007.

Hans Böckler Stiftung (Hg.): WSI-FrauenDatenReport 2005, Dezember 2005, http://www.boeckler.de/pdf/pm_wsi_frauendaten_2005_12_19.pdf, zuletzt aufgerufen am 02.06.2008, S. 1-25.

Hansmeier, Andrea: „Kraut, Würste, Bier...“- Essen und Trinken in Deutschland. Möglichkeiten und Grenzen von hypermedialen Programmen im fremdkulturellen Verstehensprozeß, Inaug.-Diss., Bielefeld 1997.

Hirschfelder, Gunther: Vom Hunger zur Fresswelle und zurück. Deutsche Esskultur seit der Nachkriegszeit zwischen Tradition, Europa und Globalisierung, in: Hauer, Thomas (Hg.): Das Geheimnis des Geschmacks. Aspekte der Ess- und Lebenskunst, Berlin 2005, S. 124–144.

Holm, Carsten: Der junge Wilde am Löffel, in: Spiegel Special, Nr. 5/2005, S. 124-125.

Holst, Christan: Kinder, Essen ist fertig! Das Fernsehen kocht. Und die heißeste Show läuft freitagabends im Zweiten: TV SPIELFILM hat Kerners Köchen einen Tag lang bei der Arbeit zugehört, in: TV Spielfilm, Dezember 2007, S. 8-10.

Hornig, Frank: Das große Fressen, in: Spiegel, Nr. 27/2003, S. 106-108.

Horx, Matthias/ Horx-Strathern, Oona/ Gaspar, Claudia: Was ist Wellness? Anatomie und Zukunftsperspektiven des Wohlfühl-Trends, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), in Zsarb. m. d. GfK Marktforschung, Kelkheim 2002.

Horx, Matthias: Die acht Sphären der Zukunft: Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts, 4. Aufl., Wien (u.a.) 2002.

Horx, Matthias: Megatrend Dokumentation. Kapitel 3: Neue Frauen, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2002, S. 1-36.

Horx, Matthias: Megatrend Dokumentation. Kapitel 5: Gesundheit, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2002, S. 1-36.

Horx, Matthias: Megatrend Dokumentation. Kapitel 8: New Work, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2002, S. 1-40.

Huber, Wolfgang: Menschenwürde? Gewalt und Intimität als Unterhaltung, in: Wunden, Wolfgang (Hg.): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur, Hamburg/Stuttgart 1994, (Beiträge zur Medienethik, Bd. 2), S. 181-195.

Huesmann, Anette/ Kirig, Anja/ Wenzel, Eike: Gesundheitstrends 2010: Von der Symptom-Medizin zur neuen Gesundheitskultur, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2006.

Iken, Katja: Deutschlands erster Fernsehkoch. Mister Toast Hawaii, 04.04.2008, http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/1716/mister_toast_hawaii.html, zuletzt aufgerufen am 15.04.2008.

Kaufmann, Jean-Claude: Kochende Leidenschaft. Soziologie vom Kochen und Essen, übers. v. Anke Beck, Konstanz 2006.

Kirig, Anja: Bollywood im Bauch, in: Börsenblatt, Nr. 44/2007, S. 41.

Kleis, Constanze: Das Objekt der kulinarischen Begierde, in: Börsenblatt, Nr. 18/2006, S. 25-27.

Klink, Katharina: Wie eine Kochsendung funktioniert, 26.09.2007, <http://www.stuttgarter-zeitung.de/stz/page/detail.php/746590?skip=0>, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007.

Köstlin, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen, in: Mohrmann, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne, Münster 2006 (Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108), S. 9-22.

Krei, Alexander: ‚Oberflächlich‘: Witzigmann kritisiert Kochshows, 14.11.2007, <http://www.quotenmeter.de/index.php?newsid=23456>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

Kreiner, Rolf: Mut haben & Markt machen, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie 06/2007, Frankfurt am Main 2007, S. 22-26.

Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991–2000. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission, Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegeellschaften (Hg.), Baden-Baden 2001 (Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 15).

Langer, Ulrike: Kochen gegen die Wirtschaftsflaute. Die deutschen Sender rüsten ihre Fernsehküchen auf – Neuer Gourmetkanal soll im Herbst starten, 12.04.2005, http://www.welt.de/print-welt/article642455/Kochen_gegen_die_Wirtschaftsflaute.html, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

Lechner, Wolfgang: Wie man in Deutschland kocht und isst, 15.01.2004, http://www.zeit.de/2004/04/Deutschland_2fEssen?page=1, zuletzt aufgerufen am 12.12.2007, S. 1-11.

Liederbach, Cornelia: Zukunfts-Trend Gesundheit. Köche in der Verantwortung, in: Redaktion Küche, Nr. 8/07, S. 37-40.

Mälzer, Tim: Born to Cook, München 2004.

Martenstein, Harald: Fernsehmuseum: TV-Koch Clemens Wilmenrod, 14.09.2000, <http://www.tagesspiegel.de/medien-news/Medien;art290,2065307>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.

Mecke, Barbara: Brot & Spiele – frisch, schnell, schön, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie 06/2007, Frankfurt am Main 2007, S. 62-72.

Meier-Ploeger, Angelika: Kulturlandschaft genießen - Natur im Kontext der Ernährungskultur, Bundesamt für Naturschutz (Hg.), 2003, <https://kobra.bibliothek.uni-kassel.de/bitstream/urn:nbn:de:hebis:34-2006112215850/1/kulturlandschaft-mp.pdf>, zuletzt aufgerufen am 11.04.2008, S. 1-15.

Meyer-Lexikonredaktion des Verlages Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, Mannheim (Hg.): Der grosse Coron, Lachen 1988 (Bd. 14 Peck-Quel).

Müller, Claudia/ Groeneveld, Maïke/ Büning-Fesel, Margret: Kulinarische Kompetenzen entwickeln. „Food Literacy“ als Querschnittsaufgabe für die Erwachsenenbildung, 2007, http://www.gutessen.at/uploads/downloads/DIE_3_2007Food%20Literacy.pdf, zuletzt aufgerufen am 10.04.2008, S. 1-3.

Müller, Claudia: Alfred Biolek – höchstpersönlich! Ein Radio Bremen Film von Claudia Müller, 26.05.2007, <http://www.radiobremen.de/tv/hoechstpersoenlich/biolek.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

Müller, Eggo: Performativ, transformativ, interaktiv: Fernsehen als Dienstleistungsagentur im digitalen Medienensemble, in: montage/av. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation, Nr. 14/1/2005, http://www.let.uu.nl/~Eggo.Mueller/personal/onderzoek/performativ_transformativ_interaktiv_2005.PDF, zuletzt aufgerufen am 10.05.2008, S. 1-18.

Neitzert, Lutz: Fernsehkoch Clemens Wilmenrod bittet am 16. Mai 1964 zum letzten Mal zu Tisch, 16.05.2000, <http://home.rhein-zeitung.de/~dneitzer/homepage2.htm#FERNSEHKOCH>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.

Neumann, Delf: Wie geht's weiter?, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie Nr. 06/2007, S. 100-104.

Oliver, Jamie: About me, <http://www.jamieoliver.com/about>, zuletzt aufgerufen am 10.06.2008.

Opaschowski, Horst W.: Deutschland 2010. Wie wir morgen arbeiten und leben. Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft, BAT Freizeit-Forschungsinstitut (Hg.), 2. Neubearb. d. Ausg. Hamburg 1997, Hamburg 2001.

Opaschowski, Horst W.: Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, 2. erw. Aufl. d. Ausg. Wiesbaden 2004, Wiesbaden 2006.

Opaschowski, Horst W.: Konsum in der Freizeit. Zwischen Freisein und Anpassung, BAT Freizeit-Forschungsinstitut (Hg.), Hamburg 1987 (Schriftenreihe zur Freizeitforschung, Bd. 7).

Opaschowski, Horst W./ Pries, Michael/ Reinhardt, Ulrich (Hg.): Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft, Hamburg 2006 (Buchreihe: Zukunft. Bildung. Lebensqualität, BAT Freizeit-Forschungsinstitut (Hg.), Bd. 2).

Özgenç, Kayhan: „Prolet aus Pinneberg“. Wie der Hamburger Tim Mälzer das Show-Kochen im deutschen Fernsehen revolutioniert hat, in: Focus, Nr. 52/2004, S. 146-147.

Procter & Gamble (Hg.): Brat' mir ein Ei! Vom Kochen im Fernsehen, in: P&G. Das Branchenmagazin für Handel und Industrie, Nr. 03/2008, S. 8-10.

Radio Megawelle (Hg.): Liebe geht durch den Magen. Die Kochsendung auf Radio Megawelle, <http://www.megawelle.com/Rezepte.html>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

Reiter, Anne Kathrin: Koch im Visier, in: Focus Schule, Sonderheft Ernährung, 2007/2008, S. 24-27.

Reufsteck, Michael/ Niggemeier, Stefan: Alfredissimo, in: Das Fernsehlexikon: Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF-Hitparade, München 2005, S. 46.

Reufsteck, Michael/ Niggemeier, Stefan: Bitte in 10 Minuten zu Tisch, in: Das Fernsehlexikon: Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF-Hitparade, München 2005, S.158.

Reufsteck, Michael/ Niggemeier, Stefan: Schmeckt nicht, gibt's nicht, in: Das Fernsehlexikon: Alles über 7000 Sendungen von Ally McBeal bis zur ZDF-Hitparade, München 2005, S.1051-1052.

Richter, Arthur: Fernsehkoch Clemens Wilmenrod, <http://www.clemens-wilmenrod.de.vu/>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008, Abschnitt „Clemens Wilmenrod 1906-1959“.

Richter, Arthur: Kochbücher von Clemens Wilmenrod, <http://www.clemens-wilmenrod.de.vu/>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008, Abschnitt „Kochbuchliste: Clemens Wilmenrod“.

Romanowski, Christian: Zu Besuch bei Tim Mälzers „Cool kochen“, 12.08.2004, http://www.kochmesser.de/archiv/04-0708/040812_cool-kochen-mit-tim-maelzer.html?sid=1808, zuletzt aufgerufen am 10.10.2007.

RTL (Hg.): Die Super Nanny, http://www.rtl.de/tv/tv_960280.php, zuletzt aufgerufen am 13.05.08, Abschnitt „RTL von A-Z. Die Super Nanny“.

RTL2 (Hg.): Frauentausch, <http://www.rtl2.de/533.html>, zuletzt aufgerufen am 13.05.2008, Abschnitt „Reality & Shows. Doku-Soaps. Frauentausch“.

Rützler, Hanni: Future Food. Die 18 wichtigsten Trends für die Esskultur der Zukunft, Zukunftsinstitut GmbH (Hg.), Kelkheim 2003.

Rützler, Hanni: So essen wir morgen, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie Nr. 06/2007, S. 82-88.

Schendekehl, Katrin: Das neue Zeit-Gefühl, in: Food Service. Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gastronomie Nr. 06/2007, S. 48-58.

Schlegel-Matthies, Kirsten: Liebe geht durch den Magen. Die Tischgemeinschaft vor dem Aus? Mahlzeit und Familienglück im Wandel der Zeit, in: Landeszentrale für Politische Bildung Baden-Württemberg (Hg.): Der Bürger im Staat. Nahrungskultur. Essen und Trinken im Wandel, 52. Jahrgang Heft 4/2002, Filderstadt 2002, S. 208-212.

Sch lindwein, Uwe: Sonntagsfragen an Uwe Sch lindwein, 08.10.2006, <http://www.quotenmeter.de/index.php?newsid=16892>, zuletzt aufgerufen am 20.10.2007.

Sch melter de Escobar, A.: Einsatz am Herd, in: Centaur, Nr. 11/07, S. 31-34.

Seeßlen, Georg: Schmeckt nicht, gibt's! Koch-Shows im Fernsehen, Gammelfleisch im Kühlschrank. Die Dialektik der kulinarischen Katastrophe, 17.11.2006, <http://www.freitag.de/2006/46/06462101.php>, zuletzt aufgerufen am 15.11.2007.

Siebeck, Wolfram: Big Brater, in: Die Zeit, Nr. 16/05.

Siebeck, Wolfram: Vorsicht, Schlaraffenland!, in: Die Zeit, Nr. 1/05.

Siegert, Almut: Schöner essen, in: Für Sie, Nr. 26/2007, S. 90-94.

Sommer, Vivien: Alle Kochsendungen im TV, 13.01.2007, http://www.berlinonline.de/themen/gesundheit-und-fitness/essen-und-geniessen/tv_kochsendungen/index.php, zuletzt aufgerufen am 10.01.2008.

Spiekermann, Uwe: Esskultur Heute, Gesunde Ernährung zwischen Natur- und Kulturwissenschaft / Dr. Rainer Wild-Stiftung (Hg.), Münster 1999.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hg.): Internationale Bildungsindikatoren im Ländervergleich, 2007, <https://www-ec.destatis.de/csp/>

shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1020947, zuletzt aufgerufen am 05.06.2008, S. 1-128.

Stieß, Immanuel/ Hayn, Doris: Ernährungsstile im Alltag. Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung, Diskussionspapier Nr. 5, Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) (Hg.), Frankfurt am Main 2005, [pdf-file 523 kb](#), zuletzt aufgerufen am 20.04.2008, S. 1-98.

Sußebach, Henning: Die deutsche Küche, in: Die Zeit, Nr. 49/06.

SWR3 (Hg.): SWR3 Grillparty, <http://www.swr3.de/specials/lafergrillt/zutatenliste/>, zuletzt aufgerufen am 10.05.2008.

Tebich, Heide: Strukturwandel in der Freizeit Jugendlicher, in: Bewegte Zeiten. Arbeit und Freizeit nach der Moderne, Gruber, Sabine/ Löffler, Klara/ Thien, Klaus (Hg.), München/Wien 2002, S. 47-54.

Tegen, Andin: Der kochende Mann ist ein Aphrodisiakum, 27.09.2007, http://www.welt.de/vermishtes/article1217801/Der_kochende_Mann_ist_ein_Aphrodisiakum.html, zuletzt aufgerufen am 20.04.2008.

Teuteberg, Hans Jürgen: Der Essensgeschmack als Brücke zwischen Natur und Kultur, in: Hauer, Thomas (Hg.): Das Geheimnis des Geschmacks. Aspekte der Ess- und Lebenskunst, Berlin 2005, S. 104-121.

Thelen, Christa: Frauen auf dem Sprung. Die Brigitte-Studie. Teil 1: Das neue Selbstbewusstsein, in: Brigitte, Nr. 08/2008, 26.03.08, S. 76-83.

Thelen, Christa: Frauen auf dem Sprung. Die Brigitte-Studie. Teil 2: Bildung, in: Brigitte, Nr. 9/2008, 09.04.08, S. 122-128.

Thelen, Christa: Frauen auf dem Sprung. Die Brigitte-Studie. Teil 3: Männer, in: Brigitte, Nr. 10/2008, 23.04.08, S.172-178.

Thelen, Christa: Frauen auf dem Sprung. Die Brigitte-Studie. Teil 4: Lebensentwürfe, in: Brigitte, Nr. 11/2008, 07.05.08, S. 134-141.

Tramitz, Christiane: Geschmacks-Empfinden. Kochsendungen auf Erfolgskurs, El Cartel Media (Hg.), April 2006, http://www.elcartelmedia.de/download/studien/ECM_Studie_Kochen06.pdf, zuletzt aufgerufen am 10.11.2007, S. 1-17.

VOX (Hg.): Pressemappen. Das perfekte Dinner: 12 Fragen zur 500. Sendung am 25. Februar, <http://presse.vox.de/index.php3>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

VOX (Hg.): Willkommen in meiner Küche – Das perfekte Dinner, http://www.vox.de/perfekte_dinner_4665.php, zuletzt aufgerufen am 30.04.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Dinner. Specials“.

VOX (Hg.): Alle Runden im Überblick, http://www.vox.de/53_133.php, zuletzt aufgerufen am 20.05.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Promi Dinner. Promi Dinner Archiv“.

VOX (Hg.): Das Konzept der Sendung. Fünf Hobbyköche suchen den besten Gastgeber, http://www.vox.de/perfekte_dinner_152.php, zuletzt aufgerufen am 30.04.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Dinner. Hintergrund“.

VOX (Hg.): Kocharena, http://www.vox.de/kochen_4919.php, zuletzt aufgerufen am 20.05.2008, Abschnitt „Kochen. Kocharena“.

VOX (Hg.): Mein perfektes Dinner, <http://www.vox.de/pwf/meinperfektesdinner/index.php?page=start>, zuletzt aufgerufen am 01.06.2008.

VOX (Hg.): Rund ums Dinner - Bücher, Musik, Tipps,..., http://www.vox.de/perfekte_dinner_154.php, zuletzt aufgerufen am 30.04.2008, Abschnitt „Kochen. Das perfekte Dinner. Specials“.

VOX (Hg.): Unter Volldampf, <http://www.vox.de/untervolldampf.php>, zuletzt aufgerufen am 20.05.2008, Abschnitt „Kochen. Unter Volldampf“.

Weinbrenner, Peter: Arbeit – Freizeit – Schattenwirtschaft: zur Wiedergewinnung eines komplexen Arbeitsbegriffs, Bielefeld 1991 (Schriften zur Didaktik der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Bd. 25).

Wick, Klaudia: Chefkochen kann jetzt jeder, Oktober 2005, http://www.journal-culinaire.de/html/band_11.html, zuletzt aufgerufen am 15.01.2008.

Wystrichowski, Cornelia: Ab und zu geht was daneben. Alfredissimo: Alfred Biolek über peinliche Gäste, Topflappen und den Quotendruck, 06.01.2005, <http://www.abendblatt.de/daten/2005/01/06/383760.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

Zach, Brita: Alfred Biolek, 17.10.1999, <http://www.berlinonline.de/berliner-kurier/archiv/.bin/dump.fcgi/1999/1017/frau/0051/index.html>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2007.

7 Anhang

Sendungsdaten

Bitte in 10 Minuten zu Tisch

Titel	Bitte in 10 Minuten zu Tisch
Produktionszeitraum	1953-1964
Ausstrahlungszeitraum	1953-1964
Folgenlänge	15 Minuten
Folgenanzahl	185
Sendeanstalt	NWDR (NDR)
Sendestart	20.02.1953
Sonstiges	Folgen und Ausschnitte der Sendung in gelegentlichen Themenbeiträgen

alfredissimo!

Titel	alfredissimo!
Produktionszeitraum	1994-2006
Ausstrahlungszeitraum	1994-2007
Folgenlänge	30 Minuten
Folgenanzahl	459
Sendeanstalt	ARD
Sendestart	27.12.1994
Sonstiges	Wiederholungen seit Produktionsende: samstags (ARD), montags (WDR)

Schmeckt nicht, gibt's nicht

Titel	Schmeckt nicht, gibt's nicht
Produktionszeitraum	2003-2007
Ausstrahlungszeitraum	2003-2007
Folgenlänge	25 Minuten
Folgenanzahl	450
Sendeanstalt	VOX
Sendestart	Zweiwöchiger Testlauf: ab 08.12.2003 Offizieller Start: 01.03.2004
Sonstiges	Sendungen abrufbar auf: www.Kochbar.de

Kerners Köche

Titel	Kerners Köche
Produktionszeitraum	2004-aktuell ³⁷⁴
Ausstrahlungszeitraum	2004-aktuell
Folgenlänge	60 Minuten
Sendeanstalt	ZDF
Sendestart	16.12.2004
Sonstiges	Sendungen abrufbar auf: www.ZDF.de

Das perfekte Dinner

Titel	Das perfekte Dinner
Produktionszeitraum	2005-aktuell
Ausstrahlungszeitraum	2005-aktuell
Folgenlänge	45 Minuten, ab 2007 50 Minuten
Sendeanstalt	VOX
Sendestart	Zweiwöchiger Testlauf: ab 21.11.2005 Offizieller Start: 06.03.2006
Sonstiges	Sendungen abrufbar auf: www.Kochbar.de

³⁷⁴ Stand: 30.06.2008

Plagiatserklärung

Hiermit erkläre ich, dass die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt sowie die Stellen der Arbeit, die anderen Werken dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, durch Angabe der Quellen kenntlich gemacht wurden.

Ort, Datum

Unterschrift

Königsbergerstr. 4a
61191 Rosbach

Telefon: 06007/7729
E-Mail: Dorrit.Voigt@gmx.de

Lebenslauf

Persönliche Angaben

- Name: Dorrit Voigt
- Geburtsdatum: 29.07.1983
- Geburtsort: Herne
- Eltern: Gottfried Voigt, Bankkaufmann
Ingeborg Voigt, staatl. Erzieherin
- Familienstand: ledig
- Staatsangehörigkeit: deutsch

Ausbildung

- September 2005 – Februar 2006 Auslandssemester an der Faculty of Arts der Karls-
universität in Prag, Tschechische Republik
- April 2005 Zwischenprüfung, Note 1,6
- Oktober 2003 Magisterstudium an der Johann Wolfgang Goethe-
Universität, Frankfurt am Main (Hauptfach: Theater-Film-
und Medienwissenschaft, Nebenfächer: Anglistik,
Soziologie)
- 1994 – 2003 Gymnasialzweig Phillip-Reis-Schule, Friedrichsdorf
Abschluss: Hochschulabschluss, Note 1,5
- 1990 – 1994 Erich Kästner-Schule, Grundschule Rosbach

Tätigkeit und Praktika

- Tätigkeit im Bereich Presse, Marketing, Partner- und Kundenbetreuung und -pflege in der Unternehmensgruppe Mirko Reeh in 60385 Frankfurt am Main, seit 2006
- Tätigkeit im Bereich Kinderbetreuung in der Betreuungsschule Rodheim in 61191 Rosbach, seit November 2003
- Tätigkeit im Bereich internationale Kundenbetreuung und -pflege in der Meyer-Haake Medical Innovations GmbH 2003-2005
- Tätigkeit im Bereich Kinderbetreuung auf dem Reiterhof Hirschberg in 37247 Großalmerode, in den Schulferien 1999-2004
- achtwöchiges Praktikum in der Unternehmensgruppe Mirko Reeh in 60385 Frankfurt am Main 2006
- vierwöchiges Praktikum in der Film- und Medienproduktionsfirma CoolmediaTV GbR in 60385 Frankfurt am Main 2006
- dreiwöchiges Praktikum in der Postproduktionsfirma Das Werk in 60316 Frankfurt am Main 2001
- dreiwöchiges Praktikum in der Erich Kästner-Schule in 61191 Rosbach 1999

Studienfahrt

- einwöchige Studienfahrt nach London, England 2003
- 2 je dreiwöchige Sprachreisen nach Buenos Aires, Argentinien 1999 und 2001
- dreiwöchige Sprachreise nach Seattle, USA 2000
- zweiwöchige Sprachreise nach Chesam, England 1998

Sonstiges

- Führerschein Klasse B und A1
- zweiwöchiger Schreibmaschinenkurs

Sprachkenntnisse

- Deutsch (Muttersprache), Englisch (fließend)
- Spanisch und Tschechisch (Grundkenntnisse)

Persönliche Interessen

- Literatur, Kochen, Musik, Film, Reisen, Ballett, Sport, Klavier