GENDER OPEN REPOSITORIUM

Von der Fleisch- zur Proteinabteilung: Männlichkeitskonstruktionen, Fleisch und vegane Fleischalternativen

Winter, Martin

2022

https://doi.org/10.25595/2948

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Winter, Martin: *Von der Fleisch- zur Proteinabteilung: Männlichkeitskonstruktionen, Fleisch und vegane Fleischalternativen*, in: Gender : Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft, Jg. 14 (2022) Nr: 3, 27–42. DOI: https://doi.org/10.25595/2948.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: https://doi.org/10.3224/gender.v14i3.03

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY 4.0 Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:

This document is made available under a CC BY 4.0 License (Attribution). For more information see:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Martin Winter

Von der Fleisch- zur Proteinabteilung: Männlichkeitskonstruktionen, Fleisch und vegane Fleischalternativen

Zusammenfassung

Dieser Beitrag untersucht den Zusammenhang von Fleischalternativen und Männlichkeitskonstruktionen. Der Untersuchung wird eine theoretische Perspektive auf Geschlecht und Lebensmittel zugrunde gelegt, die es erlaubt, die Ko-Materialisierung von Fleischalternativen, Körpern und Männlichkeiten zu analysieren. Empirisch baut der Beitrag auf einem breit angelegten qualitativen Forschungsdesign auf. Im Zentrum stehen Ethnografien bei Ernährungsmessen und Expert*inneninterviews. Die Analyse zeigt, dass Fleischalternativen vom Lebensstil und der Ideologie des Veganismus getrennt positioniert und mit der Kategorie der „Flexitarier*innen" verbunden werden. Dabei steht ‚nutritionales' Wissen im Vordergrund, wodurch Fleisch und Fleischalternativen als Proteinquellen inszeniert werden. Protein wiederum wird unmittelbar männlich vergeschlechtlicht, da es für den muskulösen Körper notwendig ist. Die analysierten diskursiven Praxen nehmen veganen Lebensmitteln eine unmännliche Symbolik und reproduzieren ein Männlichkeitsideal, das sich durch seine körperliche Kraft auszeichnet und sich so von Weiblichkeit abhebt.

Schlüsselwörter
Fleisch, Veganismus, Männlichkeit, Ernährung, Ethnografie

Summary

How the meat department is evolving into the protein section: Constructions of masculinity, meat and vegan meat alternatives

This article examines the relationship between meat alternatives and constructions of masculinity. The study is based on a theoretical perspective on gender and food that permits an analysis of the co-materialization of meat alternatives, bodies and masculinities. Empirically, it builds on a broad qualitative research design, composed of ethnographies at food fairs and interviews with experts. The analysis shows that meat alternatives are positioned separately from lifestyle and the ideology of veganism and are associated with the category of "flexitarians". Nutritional knowledge is foregrounded, whereby meat and meat alternatives are enacted as sources of protein. Protein, in turn, is directly gendered as masculine, as it is necessary for a muscular physique. The discursive practices analyzed detach vegan foods from unmanly symbolism and reproduce an ideal of masculinity that is characterized by physical strength, thereby setting it apart from femininity.

Keywords
meat, veganism, masculinity, nutrition, ethnography

https://doi.org/10.3224/gender.v14i3.03

1 Einleitung: Fleisch und „echte Kerle“[1]

Das Verhältnis von Fleisch und Männlichkeit ist im Wandel. Die vermeintliche Selbstverständlichkeit – ‚der Mann braucht Fleisch auf dem Teller‘ – wird zunehmend zum Gegenstand gesellschaftlicher Auseinandersetzungen. Dies lässt sich mit einem Beispiel aus der TV-Werbung illustrieren: In einem Spot für die vegetarische Produktpalette des Fleischproduzenten *Rügenwalder Mühle* von 2017 gesteht der Schauspieler Wotan Wilke Möhring: „Ich bin übrigens auch einer von denen.“[2] Er steht dabei in einer modern eingerichteten Küche, bereitet sich fleischfreie Frikadellen in einer Pfanne zu und beißt genussvoll hinein. Die Gruppe derer, zu denen er sich bekennt, sind die, die weniger oder kein Fleisch essen (wollen): sogenannte Flexitarier*innen, Vegetarier*innen und Veganer*innen. Den Werbestrateg*innen von *Rügenwalder Mühle* war es mit ihrem Kurzfilm offensichtlich ein Anliegen, eine Identifikationsfigur für jene anzubieten, die überlegen, ob sie ein vegetarisches Fleischprodukt probieren sollten. In einem Artikel des Marketing-Fachmediums *W&V* wird ein Vertreter von *Rügenwalder Mühle* zu den Gründen, Wotan Wilke Möhring zu engagieren, vor Veröffentlichung des Spots wie folgt zitiert:

> „Wotan Wilke Möhring ist ein toller Botschafter für unsere Veggie-Linie. Super sympathisch, bodenständig und ein ‚echter Kerl‘ – vor allem auch vor der Kamera in seinen vielseitigen, tollen Rollen. Dass auch er mal Fleisch reduziert und stattdessen gerne auf unsere Veggie-Produkte zurückgreift, widerlegt das vorherrschende Rollenbild.“ (Godo Röben, zit. nach Janotta 2016)

Die für ihre Fleisch- und Wurstprodukte bekannte Firma *Rügenwalder Mühle* bietet einen „echten Kerl“ als Vorbild an, der die „vorherrschenden Rollenbilder“ durch die Reduktion seines Fleischkonsums entkräften soll. Es geht dabei um nichts weniger, als die gesellschaftliche Norm, Männer bräuchten (viel) Fleisch, aufzubrechen. Und dies wird von einem der größten Fleischproduzenten Deutschlands im Ernährungsdiskurs platziert.

2 Fleisch und Männlichkeit

Die Geschlechterforschung hat sich breit mit dem Verhältnis von Ernährung und insbesondere von Fleischkonsum und Geschlecht auseinandergesetzt (Rückert-John/John 2009; Paulitz/Winter 2019, vgl. für die folgenden Ausführungen auch Winter 2022).

1 Der vorliegende Aufsatz stellt Ergebnisse aus zwei Projekten dar: 1) „Ernährungskulturen und Geschlecht. Eine empirische Untersuchung von Männlichkeitskonstruktionen am Beispiel Fleischkonsum und ‚Veggie-Boom‘“, welches aus Mitteln des Forschungsschwerpunktes „Dimensionen der Kategorie Geschlecht – Frauen und Geschlechterforschung in Hessen“ durch das HMWK gefördert wurde, 2) „Proteinversorgung zwischen Biopolitik und Biotechnologie. Ein soziologisches Forschungsprojekt für die Entwicklung einer nachhaltigen und gesundheitsfördernden Ernährungskultur“, welches aus Mitteln des Forschungsschwerpunktes „Bioökonomie als gesellschaftlicher Wandel“ durch das BMBF gefördert wird.

2 Der Spot „Wotan weiß warum“ ist abrufbar unter: www.youtube.com/watch?v=HfmN9hIjOzY [Zugriff: 18.11.2021]. Die Geschlechterforschung hat gezeigt, dass Werbung ein wichtiger Ort ist, an dem der Zusammenhang von Ernährung und Geschlecht gesellschaftlich verhandelt wird (Flick/Rose 2012; Wilk 2013).

Ausgehend davon, dass sich der Anstieg der gesellschaftlichen Fleischproduktion auf die Zeit der Industrialisierung datieren lässt (Teuteberg 1986: 73), hat der Historiker Ole Fischer (2015) eine Untersuchung des ernährungswissenschaftlichen Fachdiskurses zum Thema Fleisch vorgenommen und im Hinblick auf Geschlecht analysiert. Mit der Verschiebung der Ernährungswissenschaft hin zum biochemischen Wissen von Nährwerten und Kalorien gegen Ende des 19. Jahrhunderts kommt es zu einer prägenden Verknüpfung: Es „setzte sich zunehmend die Vorstellung durch, dass es einen direkten Weg vom Fleischkonsum, über den Muskelaufbau zur männlich interpretierten Energie und Leistungsfähigkeit gibt" (Fischer 2015: 52f.). Die Ernährungswissenschaft war eng an damals herrschende politische Interessen geknüpft und sollte dazu beitragen, die Soziale Frage zu bearbeiten und wissenschaftlich gesicherte „Kostmaße" (Barlösius 2011: 60f.) für Arbeiter*innen zu erstellen. Am Beispiel der Berechnungen von Carl Voit argumentiert Lisa Mense, dass die Kostmaße „keineswegs geschlechtsneutral [waren], denn im Grundsatz sollte dabei das Fleisch den Männern vorbehalten sein" (Mense 2007: 25).

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts scheint sich der Zusammenhang von Fleisch und Männlichkeit kulturell stabilisiert zu haben. Pierre Bourdieu argumentiert in seiner umfassenden Lebensstiluntersuchung: „Fleisch, die nahrhafte Kost schlechthin, kräftig und Kraft, Stärke, Gesundheit, *Blut* schenkend, ist das Gericht der Männer, die zweimal zugreifen, während die Frauen sich mit einem Stückchen begnügen" (Bourdieu 1987: 309). Das „männliche Privileg", ungehemmt Fleisch zu essen, hat Carol J. Adams als die „Geschlechterpolitik des Fleisches" (Adams 2002: S. 23) bezeichnet und weist dabei auf enge symbolische Verwebungen zwischen Patriarchat und dem männlichen Fleischkonsum hin, die sich unter anderem auch in sexistischen Darstellungen in der Fleischwerbung äußern (Wilk 2013). Flick und Rose verbinden den Zusammenhang mit einer Klassenanalyse und kommen zu dem Ergebnis, dass Fleisch eher „in einem männlichen Milieu verortet wird, das nicht hegemonial ist" (Flick/Rose 2012: 52); die Autorinnen stellen damit die Frage auf, ob dies dafür spreche, dass der Fleischkonsum in privilegierteren Schichten seine Normalität verliere und vielmehr Fleisch*verzicht* zu einem Distinktionsmerkmal werde.

Allerdings lassen sich auch gegenläufige Bewegungen ausmachen, die eine Aufwertung des Fleischkonsums anstreben und die mit einer sehr ausgeprägten Männlichkeitskonnotation einhergehen. Dieses „‚New Carnivore' movement" (Parry 2010: 381) zeigt sich beispielsweise an der Zeitschrift *Beef*, die eine „letzte Zuflucht des Maskulinen" (Bodenburg 2014) darstellt und vor allem hochwertiges Fleisch zelebriert (Rabensteiner 2017). Dieser offensiv vorgetragene karnivore Ernährungsstil stellt zugleich eine Gegenbewegung zum Trend des Veganismus dar. Diese Bewegungen in der gesellschaftlichen Beziehung zu Fleisch lassen sich als eine Reaktion auf das „Fleischparadox" begreifen, also ethische, gesundheitliche sowie umwelt- und klimabezogene „Dissonanzen" rund um den Verzehr von Tierfleisch (vgl. Nungesser 2020; Nungesser/Winter 2021).

Der Anteil derer, die sich fleischfrei ernähren, ist dabei in den letzten Jahrzehnten deutlich angestiegen: Der Anteil der Vegetarier*innen ist von unter einem Prozent zu Beginn der 1980er-Jahre bis 2010 auf knapp zehn Prozent in der Bevölkerung gestiegen (Leitzmann/Keller 2010: 17). Laut aktuellen Daten aus der Marktforschung ist dieser

Anteil stabil: Es bezeichnen sich 9,2 Prozent als Vegetarier*innen und 1,6 Prozent als Veganer*innen (IfD Allensbach 2020: 81), davon sind mehr als zwei Drittel weiblich (IfD Allensbach 2021). Der Fleischverzicht galt und gilt als weiblich kodiert: „Vegetarisch lebende Männer gelten vielfach als verweichlichte Schwächlinge" (Setzwein 2004: 133). In den letzten Jahren erfuhr der Veganismus, also der deutlich strengere Ernährungsstil, auch männliche Konnotationen (Winter 2019): Insbesondere mit Leistungsvorteilen beim Sport – und damit wiederum über körperliche Stärke – wird dies begründet (Brady/Ventresca 2014; Greenebaum/Dexter 2018). Die „weibliche" Konnotation des Fleischverzichts zeigt sich damit aber immer noch darin, dass Veganer besondere Strategien entwickeln, ihre Männlichkeit diskursiv zu unterstreichen und so einer Feminisierung entgegenzuwirken (Nath 2011; historisch: Fischer 2015).

Der Zusammenhang von Fleisch und Männlichkeit ist also eng an das Ideal des starken Körpers gebunden, das auch mit Zuweisungen von schwerer Arbeit verkoppelt ist. Darüber hinaus deutet sich an, dass die Klassenposition ebenfalls ein wichtiger Faktor bei der Frage von Fleischkonsum oder -verzicht ist. Während sich der Großteil der Forschung auf den Lebens- und Ernährungsstil des Veganismus konzentriert, liegen bisher keine Untersuchungen vor, die vegane Lebensmittel und insbesondere Fleischalternativen in den Fokus rücken. An diesem Desiderat setzt der vorliegende Aufsatz an. Denn, so hat es Nick Fiddes bereits 1993 formuliert, „[d]ie verschiedenen Fleischanalogien […] sind Ausdruck der zentralen Bedeutung des Fleisch*begriffs*, nicht seiner Überflüssigkeit" (Fiddes 1993: 31, Hervorh. im Original). Ich verfolge in diesem Beitrag darauf aufbauend folgende Fragestellung: Wie hängen Fleischalternativen mit Geschlechter- und insbesondere Männlichkeitskonstruktionen zusammen? Auf welche Weise werden Fleischalternativen mit Geschlecht verbunden oder von Geschlechterkonstruktionen entbunden und welche Rolle spielen dabei Klassenpositionen? Damit geht es in diesem Aufsatz auch darum, durch die Untersuchung der Abweichung vom Fleischkonsum dessen Normalität und wie diese hergestellt wird, an die Oberfläche zu bringen.

3 Theoretischer Rahmen: Körper, Lebensmittel und Geschlecht

Die Auseinandersetzung mit der Forschungslage zum Themenkomplex Fleisch und Geschlecht zeigt, dass eine tiefergehende Beschäftigung in diesem Themengebiet folgende drei Phänomenebenen einfangen können sollte: erstens das Ernährungswissen, zweitens das physisch-materielle Zusammenspiel von Lebensmitteln und Körpern und drittens Geschlecht, sowohl auf der Mikroebene der Esspraxis als auch auf der Ebene der gesellschaftlichen Strukturen (vgl. auch für die folgenden Ausführungen Winter 2022). Im Anschluss an Michel Foucaults Diskurstheorie geht es mit einer Analyse von Wissen – auch und gerade von naturwissenschaftlichem Wissen – darum, wie dieses Wissen mit Macht durchzogen ist und Gültigkeit beanspruchen kann. Macht werde „in jeder Beziehung […] erzeugt" (Foucault 1983: 94) und besteht so in den Relationen *zwischen* gesellschaftlichen Akteur*innen. Das Wissen über Wissensobjekte hat eine „normalisierende Funktion" (Lemke 2014: 96), entlang derer soziale Praxen in „normal" und „nicht normal" unterschieden werden. Es geht damit hier um diskursive Praxis in Bezug auf Ernährung

und wie darin Lebensmittel, Körper und Geschlecht als Wissensobjekte hervorgebracht werden und machtvoll differenziert und sozial positioniert werden. Unterschiedliche Diskurse und Wissenspraktiken lassen sich Jürgen Link (2013) folgend in Spezial- und Interdiskurse unterscheiden. Spezialdiskurse sind beispielsweise die Ernährungswissenschaft mit ihrem spezialisierten Vokabular und ihren eigenen epistemischen Regeln. Durch Interdiskurse, so Link, würden einzelne Gehalte von Spezialdiskursen auch in den Elementardiskurs und das allgemeine Alltagswissen übernommen, auf bestimmte Weise gebrochen, diffundieren und so hegemonial werden (Link 2005: 90ff.).

Auf einer praktischen Ebene werden in den diskursiven Praktiken die Lebensmittel und Körper nicht nur als Wissen, sondern auch in ihrer materiellen Realität hervorgebracht. Im Anschluss an Annemarie Mol begreife ich die Materialitäten von Dingen als „multipel"; die in unterschiedlichen Praktiken enaktierten Realitäten von Objekten sind „simply not the same thing" (Mol 2013: 380). Damit ist gemeint, dass Objekte in unterschiedlichen Praktiken auf unterschiedliche Weise hervorgebracht werden und dadurch einerseits unterschiedliche Eigenschaften und andererseits verschiedene Handlungsmöglichkeiten und -aufforderungen haben. In einer ethnografischen Untersuchung in der Ausbildung von Köch*innen zeigen Emily Yates-Doerr und Mol, wie ‚Fleisch' auf unterschiedliche Art und Weise hervorgebracht wird: einmal als aus Nährstoffen bestehender Stoff, einmal als zentrales, geschmacklich-ästhetisches Element eines Gerichtes (Yates-Doerr/Mol 2012: 56). Die Multiplizität der Realitäten von Objekten bedeutet, dass die materiellen Realitäten der Dinge und nicht nur das Wissen darüber unmittelbar politisch sind. Mol beschreibt dies als „ontologische Politik", als eine Politik der (materiellen) Realität:

„[R]eality does not precede the mundane practices in which we interact with it, but is rather shaped within these practices. So the term politics works to underline this active mode, this process of shaping, and the fact that its character is both open and contested." (Mol 1999: 75)

Für die vorliegende Untersuchung bedeutet dies, dass Körper und Lebensmittel als spezifische materielle Entitäten in ernährungskulturellen Wissenspraktiken mit ihren jeweiligen Eigenschaften hervorgebracht werden. Dabei begreife ich „ontologische Politik" in stärkerer Anlehnung an Michel Foucaults (1983) „Biopolitik" als gesellschaftliche Praxen und Diskurse, die sozial strukturiert (also auch qua Geschlecht differenziert) die jeweiligen Materialitäten hervorbringen und über Wissen in Diskursen miteinander verbunden sind.

Mit einem Bezug auf das Konzept der „hegemonialen Männlichkeit" (Connell 2015) lässt sich der Kampf um das gültige Wissen und die Inszenierung der Realitäten von Lebensmitteln und Körpern geschlechtertheoretisch zuspitzen. Denn mit diesem Konzept wird gegen eine Einförmigkeit von Geschlechterkategorien argumentiert. Vielmehr geht es „um die Verhältnisse zwischen den verschiedenen Arten von Männlichkeit: Bündnisse, Dominanz und Unterordnung" (Connell 2015: 85). Das Konzept „hegemonialer Männlichkeit" zeichnet sich darüber hinaus durch eine „Doppelstruktur" aus: Formen von Männlichkeit werden in ihrer Relation sowohl zu anderen Männlichkeiten als auch zu Weiblichkeiten in den Blick genommen (Paulitz 2012: 68). Tanja Paulitz hat eine pointierte diskurstheoretische Ausrichtung des Konzepts vorgelegt. Sie schlägt vor, diskursive Praktiken auf ihre Bezüge auf Männlichkeiten hin zu prüfen, denn: „Die

symbolische Referenz auf ein je kontextabhängiges Modell hegemonialer Männlichkeiten verspricht […] Distinktionsgewinne im Spiel um Dominanz“ (Paulitz 2012: 68).

Damit werde ich hier eine Perspektive einnehmen, die ernährungskulturelle Praxen auf ihre Hervorbringung von Körpern, Lebensmitteln und ihre Referenz auf Männlichkeitskonstruktionen untersucht. Diese verstehe ich als Machtkämpfe, in denen Vergeschlechtlichungen relational-hierarchisch im sozialen Raum zueinander positioniert werden. Wesentlich für die Verbindung von Essen und Geschlecht ist, dass die Lebensmittel ganz sprichwörtlich einverleibt werden und sich mit ihnen auch die symbolischen Bedeutungen in den Körpern materialisieren. Denn geschlechtlich codierte Lebensmittel werden in geschlechtlich differenzierten Essenspraktiken einverleibt und produzieren geschlechtlich differenzierte Körper, die wiederum eine (für natürlich gehaltene) Grundlage für am Körper ansetzende Praxen sind (Paulitz/Winter 2018): Im Sinne einer „Ko-Materialisierung“ (Winker 2005) sind weder Essen noch Körper noch Geschlecht dem einen oder anderen vorgängig, sondern werden, miteinander verwoben, auf ‚multiple‘ Weise hervorgebracht.

4 Entideologisierung, Nutritionismus und Männlichkeiten

Die vorliegende Studie umfasst einen breiten Materialkorpus zur Untersuchung von Fleisch, Fleischalternativen und Männlichkeiten, der auf einem qualitativen Vorgehen in der Erhebung und Auswertung der Daten basiert (Winter 2022). Der Forschungsprozess, insbesondere die Auswertung, orientiert sich an den offenen Analysestrategien der Grounded Theory (Strauss/Corbin 1996) und zielt darauf, die diskursive Logik der Ko-Produktion von Fleisch, Fleischalternativen und Männlichkeiten herauszuarbeiten. Es wurden dazu erstens „fokussierte Ethnographie[n]“ (Knoblauch 2001) mit teilnehmenden Beobachtungen bei insgesamt 13 Ernährungsmessen in den Jahren von 2016 bis 2018 im deutschsprachigen Raum durchgeführt. Besucht wurden Publikums- und Fachmessen in den Bereichen vegane/vegetarische Ernährung, Lebensmittel und Lebensmitteltechnologie sowie Fleischproduktion. Hier wurde neben Beobachtungsprotokollen und ethnografischen Interviews mit Besucher*innen und Aussteller*innen auch eine hohe Anzahl an Felddokumenten (Werbe- und Informationsmaterial)[3] eingesammelt, die diskursanalytisch ausgewertet wurden. Zweitens wurden neun theoriegenerierende Expert*inneninterviews (Bogner/Littig/Menz 2014) in den Bereichen Ernährungswissenschaft, NGOs[4] und Lebensmittelproduktion, ebenfalls im gesamten deutschsprachigen Raum, durchgeführt. In den Blick kommen damit diskursive Praxen, die vor allem an den ernährungskulturellen Mainstream gerichtet sind und nicht etwa jene Diskurse politischer und subkulturell positionierter Akteur*innen.

3 Die in diesem Beitrag zitierten Felddokumente finden sich im Quellenverzeichnis. Insgesamt wurden über 170 Dokumente analysiert.

4 Die interviewten Personen sind Mitarbeiter*innen von Nichtregierungsorganisationen (NGO), die sich im Bereich vegane und vegetarische Ernährung sowie Tierrechte engagieren. Alle sind mindestens auf nationaler Ebene aktiv.

4.1 ‚Entideologisierung' von Fleischalternativen

In den Interviews mit Vertreter*innen von (großen) vegetarisch/veganen NGOs fällt durchgängig auf, dass diese sich als „pragmatisch" verstehen. Das bedeutet, dass es nicht (nur) um die Werbung für den Veganismus und Vegetarismus – also den vollständigen Verzicht auf Fleisch und andere tierische Produkte – geht. Vielmehr soll zu einer Reduktion des Fleischkonsums jeder Größenordnung ermuntert werden. Die damit verbundene Kernzielgruppe sind die sogenannten „Flexitarier*innen": Bei der Vorstellung eines „V-Labels" (ein Vegan-Siegel) vor möglichen Produzent*innen auf der Ernährungsmesse *ANUGA* 2017 in Köln stellt ein*e Vertreter*in einer NGO die Gruppe der „Flexitarier*innen" als das größte Konsument*innensegment dar: Firmen, die den Markt der veganen und vegetarischen Lebensmittel bedienen wollen, wird versprochen, dass mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung (50 bis 56 Prozent) der Gruppe „Meat Reducers/Flexitarian" zuzurechnen sei. Mit den Siegeln, die von den NGOs vergeben werden, werden verschiedene fleischfreie Produkte ausgezeichnet – auch jene, die von Hersteller*innen aus der Fleischindustrie produziert werden. Dieser „pragmatische" Ansatz der NGOs führt damit zu der prinzipiell unwahrscheinlichen Kooperation zwischen Fleischindustrie und vegetarisch/veganen NGOs; die (potenziellen) Konsument*innen dieser Produkte sind eine gemeinsame Zielgruppe.

Ein*e interviewte*r Vertreter*in einer NGO schildert auf Nachfrage etwas genauer, wie diese Kooperation mit verschiedenen Produzent*innen aussieht:

I: Wer sind die wichtigsten Kooperationspartner? Sie haben jetzt einmal die Wirtschaft genannt.
B: Ja, also mit der Wirtschaft wollen wir sehr gerne kooperieren und tun das auch. Also zum Beispiel im Bereich des Gütesiegels kennzeichnen wir Firmen und im Bestfall fragen die uns dann halt auch zum Beispiel nach neuen Produktideen oder nach anderen Sachen. (Expert*inneninterviews\Veg-NGO_01: 6–7)

NGOs und Fleischindustrie arbeiten zusammen im Produktdesign, im Marketing und bei der Zertifizierung als „vegan" und „vegetarisch". Aber was zeichnet „Flexitarier*innen" aus? Ein*e Repräsentant*in einer NGO schildert die Einschätzung dieser Gruppe, auf der diese Strategie beruht:

B: Weil die wenigsten wollen sich halt in eine Schublade einordnen. Und, wenn man jetzt entscheiden müsste, man ist jetzt vegan für immer und ewig. Und wird dann als veganer Mensch wahrgenommen, und wird assoziiert mit allen den Trotteln, die es auch gibt, die vegan sind. Das ist nicht so sexy. […] Also eh, sozusagen, die Möglichkeit Fleisch zu reduzieren. Und vielleicht fast immer vegan zu essen. Aber auch einmal eine Ausnahme zu machen. Ist für viele so in diesem Selbstverständnis und als Selbstidentifikation durchaus positiv. (Expert*inneninterviews\Veg-NGO_01: 77–77)

Im ersten Teil des Zitats ist von veganen „Trotteln" die Rede, die es im Veganismus gebe und von denen sich die Mehrheit distanzieren möchte. Der Effekt davon ist, dass vegane Lebensmittel symbolisch vom Ernährungsstil des Veganismus abgekoppelt werden. Es liegt dabei nahe, dass dies vor allem eine Ablehnung des strikten Veganismus ist, der mit ethischen und politischen Motiven und Bewegungen assoziiert wird. Eine dieser Expert*inneneinschätzung entsprechende Ablehnung von „veganen Trotteln"

findet sich auch im erfolgreichen Kochbuch von Attila Hildmann[5] und wird hier inhaltlich weiter spezifiziert: Der Autor distanziert sich von Tierrechtsaktivist*innen und bezeichnet diese als „Nahrungs-Extremisten" (Hildmann 2011: 20). Die von Hildmann vertretene Distanzierung bezieht sich auf einen Veganismus, der ausgehend von einer ethisch-politischen Motivation eine *strikte* Grenze zieht zwischen dem, was ‚erlaubt' ist und was nicht und was er auch von anderen Veganer*innen einfordern würde. Diese Abgrenzung positioniert die ‚strenge' Auslegung des Veganismus als eine Ernährungspraxis, die nicht im Bereich des Normalen und der Mitte verortet wird, sondern an den *extremen* sozialen Rändern.

In die gleiche Richtung argumentiert auch ein Vortrag zu „Alternativen Proteinquellen" auf der *Süffa 2017* (eine große Fleischereifachmesse). Allein die Präsenz eines Vortrags über vegane und vegetarische Lebensmittel auf einer Fleischereimesse ist bemerkenswert. Dafür, dass das möglich ist, sind zwei Aspekte grundlegend: Erstens werden diese Lebensmittel mit der Zielgruppe der „Flexitarier*innen" verbunden, die ja auch Fleisch in verschiedenen Mengen konsumieren. Zweitens wird in dem Beitrag klargestellt, dass die vorgestellten Fleischalternativen „nicht ‚ideologisch' motiviert" seien. Fleischalternativen werden damit symbolisch von ethischen und politischen Motiven des Konsums abgetrennt – man muss kein*e überzeugte*r Veganer*in sein, um diese Produkte zu essen. Damit fällt auch der Titel noch mal schwerer ins Gewicht: Tofu, Seitan und andere Fleischalternativen sind also keine Symbole im Kampf gegen die Fleischindustrie, sie werden als „alternative Proteinquellen" verstanden. „Flexitarier*innen" wählen eine Fleischalternative nicht aus ethisch-politischen Gründen, sondern sie suchen sich eine ‚normale' oder ‚alternative' *Proteinquelle* aus und achten damit auf ihre Nährstoffzufuhr. Die Abkoppelung veganer Lebensmittel vom Lebensstil des Veganismus und die stärkere Fokussierung auf sogenannte „Flexitarier*innen" bedeutet damit zugleich auch die *Entideologisierung* dieser Lebensmittel.

4.2 Fleischalternativen *sind* Proteinquellen

Die Präsentation von Fleischalternativen als Proteinquellen auf der Fleischereifachmesse ist kein Einzelfall, Protein scheint vielmehr eine der zentralen Kategorien zu sein. Die *Deutsche Gesellschaft für Ernährung* (DGE) benennt Protein auch als einen „potentiell kritischen Nährstoff" bei veganer Ernährung und empfiehlt zur Proteinversorgung sich vegan ernährender Menschen, dass diese „Hülsenfrüchte, Nüsse, Getreide (Vollkorn), Ölsamen, Kartoffeln über den Tag verteilt und gezielt kombiniert (z. B. Getreide + Hülsenfrüchte, Sojaprodukte und/oder Ölsamen) verzehren" (Richter et al. 2016: 94) sollten. Auf den Messen sind aber vor allem Fleischalternativen (neben Soja auch aus Seitan bzw. Weizengluten, Erbsen oder Lupinen) als proteinhaltige Produkte präsent. Es wird also nur ein bestimmter Ausschnitt aus dem ernährungswissenschaftlich empfohlenen Lebensmittelsegment auf den Messen beworben: Es werden nahezu ausschließlich Fleischalternativen als *alternative Proteinquellen* vorgestellt und beworben.

5 Dieses Kochbuch wird hier herangezogen, da es für den veganen Diskurs sehr wichtig ist. Die rechtsextremen Positionen und Aktivitäten Hildmanns sind erst später bekannt geworden. Von diesen distanziere ich mich auf das Schärfste und es ist derzeit nicht davon auszugehen, dass ein Zusammenhang zwischen der Kochbuchreihe und den politischen Aktivitäten Hildmanns besteht.

Sowohl Fleisch als auch Fleischalternativen werden als (besonders) proteinhaltige Lebensmittel inszeniert, indem in Prospekten und an den Messeständen der Proteingehalt dieser Produkte deutlich hervorgehoben wird. Diese Angabe ist oft als einzige prominent platzierte Nährwertinformation auf den Produkten oder in Werbematerialien (neben der verpflichtenden Tabellenaufstellung, die auf allen Lebensmitteln abgedruckt ist) sichtbar. In einer Informationsbroschüre des Fleischalternativenherstellers *Wheaty*, in der eine breite Produktpalette an Fleischalternativen aus Seitan angeboten wird, stehen oberhalb einer tabellarischen umfassenden Nährwertinformation jeweils drei oder vier weitere Informationen, die in roten Kreisen besonders herausgehoben sind. Dies sind variierende Eigenschaften, ausnahmslos wird aber bei jedem Fleischalternativprodukt der Eiweißgehalt hervorgehoben (Wheaty/Topas o. J.). Ähnlich wird dies auch bei einer nicht veganen Wurstvariante vermerkt. Am Stand des Herstellers *Grillido* auf der *ANUGA* wird beispielsweise der Proteingehalt der dort angebotenen Wurstkreationen deutlich sichtbar präsentiert (ANUGA\Foto: Grillido-Stand).

Der Wurstproduzent *Landhof,* der auf der *ANUGA* einen großen Stand und einen kleinen Bereich für eine vegetarische Linie eingerichtet hat, bewirbt seine fleischfreien Produkte wie folgt:

„Immer mehr Menschen achten auf ihre Ernährung und wollen verstärkt oder vollständig auf Wurstprodukte verzichten. Der Gusto auf Wurst und der Wunsch sich proteinreich zu ernähren aber bleibt. Genau für diese Flexitarier und Vegetarier haben wir DIE OHNE entwickelt." (die Ohne/Landhof o. J.: S. 2)

Dieser Werbetext ist in vielfacher Hinsicht aufschlussreich. Zunächst lässt sich ein Körper/Geist-Dualismus zwischen einem „Gusto" als körperlicher Dimension und dem „Achten" auf die eigene Ernährung als kognitive Dimension ausmachen. Der kognitive Grund, auf Wurst in verschiedenem Ausmaß verzichten zu wollen, wird nicht näher spezifiziert. Das Verlangen nach Wurst wird dann im Körper lokalisiert und mit dem Wunsch, sich „proteinreich" zu ernähren, verbunden. Als körperliche Dimension wird der Wurstgusto als Proteinbedarf damit einerseits naturalisiert. Andererseits geht diese diskursive Strategie aber darüber hinaus: Denn über den Proteingehalt werden Fleisch aus Tieren und Fleisch aus Ei oder Pflanzen innerhalb einer Kategorie zu vergleichbaren und damit austauschbaren Lebensmitteln.

Diese Zusammenfassung von Fleisch aus verschiedenen Quellen als Proteinquellen zeigt sich auch darin, wie sich die Lebensmittelbranche orientiert. In einer Broschüre eines Trendforschungsunternehmens, die bei der *ANUGA* ausgeteilt wurde, heißt es dazu: „[T]rends are inspiring a rethink of retail positioning as a whole, where the rise of flexitarian diets has led the meat department to effectively evolve into the protein department" (Innova Market Insights 2017: 11).

Fleisch, ob tierisch oder pflanzlich, verschmilzt dieser Trendforschung zufolge bruchlos zum „Protein Department". Aus dem Makromolekül Protein wird eine eigene Abteilung, nach der der Lebensmittelmarkt sortiert wird. Diese Zusammenlegung von Fleisch und Fleischalternativen zu „Proteinquellen" wird zudem explizit mit der Konsument*innenkategorie der Flexitarier*innen zusammengebracht.

Dies ist bemerkenswert und verdient eine kurze Zwischenbilanz: Ein Begriff, der aus dem Spezialdiskurs der Ernährungsforschung stammt, hat es damit breit in den Ernährungsdiskurs geschafft. Mit dieser interdiskursiven Verbreitung diffundiert auch eine

distinktive Wissenspraxis, mit der die Lebensmittel auf eine bestimmte Weise materiell hervorgebracht werden. Die Wissenskultur der naturwissenschaftlichen Ernährungsforschung lässt sich im Allgemeinen erstens durch eine Molekularisierung charakterisieren. Das bedeutet, dass die Lebensmittel in einzelne Bestandteile wie Kalorien, Nährstoffe oder Vitamine zerlegt werden. Zweitens ist diese Wissenspraxis durch eine Quantifizierung gekennzeichnet. Das bedeutet, dass die einzelnen Wissensobjekte einen bestimmten Wert haben und damit universell kalkulierbar werden. Aus diesem Wissen entstehen körperlich „normale" Bedarfe mit oberen und unteren Grenzwerten und bestimmte Mengen, die in Lebensmitteln enthalten sind. Mit dieser Wissenspraxis, die ich hier als *nutritionale Wissenspraxis* bezeichne, lässt sich – so die dahinterstehende Logik – aufgrund der konsumierten Lebensmittel gesunde von ungesunder Ernährung unterscheiden. Die oben skizzierte diskursive Strategie zielt darauf, dass in der Ernährungspraxis Fleisch und Fleischalternativen in dieser Art der Materialisierung als Proteinquellen konsumiert werden; gegessen wird dann nicht mehr Fleisch oder eine Fleischalternative, sondern eben Protein. Damit werden die Grenzen zwischen den Lebensmitteln ausgehend von den Nährstoffen gezogen und nicht (wie der Begriff Fleisch) in Rekurs auf die Herkunft von einem Tier oder von Pflanzen.

Ausgehend davon lässt sich auch die oben ausgeführte Analyse zur „Entideologisierung" weiterdenken. Denn diese baut auch auf einer Verschiebung der Dominanz verschiedener Wissenspraxen auf. Ethische und politische Ansätze verfolgen ein Wissen, das einerseits auf die Herkunft der Lebensmittel und andererseits auf die globalen und lokalen Umweltfolgen abzielt. Lebensmittel werden nicht molekularisiert, sondern sie haben eine bestimmte Herkunft mit bestimmten Konsequenzen wie Tierleid oder die Verschärfung der Klimakatastrophe. Dieses Wissen nenne ich ökologisches Wissen. Es handelt sich damit um zwei voneinander unterschiedene Materialisierungen der Lebensmittel[6] durch eine Ausweitung der Dominanz naturwissenschaftlicher Wissenspraxis in der Ernährungskultur: Es erfolgt hier eine Verschiebung der Grenzziehungspraxis von einer ökologischen Materialisierungspraxis, die auf die jeweilige Herkunft des Lebensmittels in seiner Stofflichkeit verweist, hin zu einer nutritionalen Materialisierung, die die Grenzen zwischen Lebensmitteln aufgrund des vergleichbaren quantifizierbaren Gehaltes an Nährstoffen vornimmt. Die „ontologische Politik" zeigt sich daran, dass Fleisch und Fleischalternativen als Proteinquellen ein Teil gesunder Ernährung *sind* und damit etwas anderes als das Resultat von Tierausbeutung und Gewalt.

4.3 Protein und hegemoniale Männlichkeit

Der Zusammenhang von Fleisch und Männlichkeit baut unter anderem darauf auf, dass es aufgrund des Proteingehaltes mit Muskelwachstum in Verbindung gebracht wird. Deutlich wird dies mit einem Blick darauf, was bei veganer Ernährung problematisiert wird. Ein Besucher der *XOND* (eine vegane Publikumsmesse in Stuttgart), der Krafttraining macht, ist skeptisch, ob er sich vegan ernähren könnte:

6 In der weiteren Analyse des Materials konnte noch eine dritte Wissenspraxis identifiziert werden, die an dieser Stelle keine weitere Rolle spielt: das kulinarische Wissen, in dem es um Geschmack, Geruch und Textur der Lebensmittel geht (Winter 2022).

I: Und könntest du dir vorstellen, auch ganz vegan zu leben, oder nicht?
B: Ich könnte es mir vorstellen, doch. Aber dann müsste ich dann wirklich mich nochmal richtig schlau machen. Und was überhaupt, und was nicht. Die Vorstellung ist auf jeden Fall da.
I: Okay. Aber was heißt schlau machen? Was würdest du da jetzt machen?
B: Also auch wegen meinem Sport, was ich jetzt genau beachten müsste. Wegen den ganzen Proteinen, zum Beispiel. (Feldinterviews\XOND_06: 35–38)

Diesem Statement liegt die Annahme zugrunde, dass man für eine sportliche Betätigung den Körper mit einer bestimmten Menge an Proteinen versorgen müsse. Der Interviewpartner möchte sich „richtig schlau" machen. Im Zentrum stehen dabei für ihn die Proteine, keine Vitamine oder ähnliches. Aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive ist aufschlussreich, dass es vor allem der Nährstoff Protein ist, der hier für die Problematisierung von veganer Ernährung herangezogen wird. Denn Protein gilt als Nährstoff, der notwendig ist, um Muskeln für einen starken Körper aufzubauen. Darauf basiert die historische Verbindung von Fleisch und Männlichkeit. Die Betonung von Proteinen und die explizite Verbindung mit Muskeln findet sich auch in einer Informationsbroschüre für die vegetarischen Fleischalternativen des Fleischproduzenten *Landhof*:

„Die Rezeptur macht den Unterschied: Hergestellt aus Milchprotein, Hühnereiprotein und Erbsenprotein. Ganz ohne Soja und ohne Gluten. Diese wichtigen Proteinquellen unterstützen den Aufbau und die Erhaltung des Muskelgewebes." (die Ohne/Landhof o. J.: 4)

In dieser Beschreibung wird nicht nur der Proteingehalt explizit hervorgehoben, sondern die Rolle der Proteine für den Körper benannt. Der Bezug auf diesen ernährungswissenschaftlichen Begriff zeigt, dass nicht die Nährstoffe insgesamt thematisiert werden, sondern bei Fleischalternativen nahezu ausschließlich Proteine. Die Fleischalternativen werden also auf der Ebene des nutritionalen Wissens zu passenden Substituten für Fleisch.

Es ist diese nutritionale Kompatibilität, auf der die Verbindung von Männlichkeit und Fleisch*alternativen* gelingen soll. Dies zeigt sich eindrücklich bei einem Vortrag bei der größten veganen Messe in Deutschland, der *VeganFach*. Eine Tierrechts-NGO präsentiert einen Talk mit dem Titel „Vegan für harte Kerle". Es wird damit zunächst für notwendig erachtet, zu demonstrieren, dass eine vegane Ernährung auch mit „echter" Männlichkeit vereinbar ist. Diese „echte Männlichkeit" zeichnet sich auch dadurch aus, dass der Gast als Straßenbaumeister vorgestellt wird, der einen körperlich anstrengenden Job hat. Diese Präsentation soll also belegen, dass veganes Essen und körperlich harte Arbeit sich nicht ausschließen: Männer, die auf Fleisch verzichten, sind keine ‚verweichlichten Schwächlinge', sondern ‚harte Kerle'. Die Moderatorin deutet zu Beginn auf die Oberarmmuskeln des Gastes und fragt: „Ja. Ich schaue mir gerade deine Statur an. Ja, es ist ein bisschen was vorhanden, ne?" Und der Gast antwortet: „Ja, kleines bisschen ist vorhanden. Das machen die super Proteine, die ich täglich zu mir nehme, aus den gesunden Pflanzen." In dieser Darstellung kommt seine Muskelkraft direkt aus den Proteinen, die er isst. Zusammen mit einer männlichen Tätigkeit – Straßenbau –, die auch durch entsprechendes Training etwa im Fitnessstudio substituiert werden kann, produziert proteinhaltiges Essen männliche Körper mit den richtigen Muskeln an den richtigen Stellen. Es ist also nicht notwendig, Fleisch zu essen, um ein ‚kräftiger' Mann zu sein. Stattdessen, so die daraus zu schließende These, wird die Vergeschlechtlichung zum Makromolekül Protein verschoben.

Diese Verbindung von Protein und Männlichkeit lässt sich allerdings nicht unmittelbar aus dem ernährungswissenschaftlichen Spezialdiskurs ableiten. Dort findet sich zwar mit einer grundsätzlich biologisierenden Geschlechterdifferenzierung eine Grundlage für das Wissen, männliche Körper brauchen eine andere Nährstoffversorgung als weibliche Körper. Die Nährstoffempfehlungen sehen auch bei manchen Nährstoffen eine vergeschlechtlichte Differenzierung vor, aber Protein gehört nicht dazu:

B: Also Protein wird ja [als] Referenzwert in Gramm pro Kilo Körpergewicht an[gegeben]. Er ist für Männer und Frauen gleich. Für die Männer und Frauen unter 65 Jahre ist das 0,8 Gramm pro Kilogramm Körpergewicht. (Expert*inneninterviews\Wiss_03: 51)

Die Empfehlung für die tägliche Proteinversorgung leitet sich in den Ernährungswissenschaften folglich vom Körpergewicht und nicht vom Geschlecht ab. Die Verbindung von Protein und Geschlecht, insbesondere mit Männlichkeit, lässt sich demnach nicht im ernährungswissenschaftlichen Fachdiskurs verorten. Vielmehr, so lässt sich hier schließen, wird diese Verbindung in der interdiskursiven Übernahme vor allem im Marketing vorgenommen, um Fleischalternativprodukte „an den Mann" zu bringen.

Mit dem diskursiven Bezug auf das nutritionale Wissen im Allgemeinen und die Zentrierung auf die Proteinversorgung von Männern im Besonderen wird Ernährung darüber hinaus als eine Praxis verstanden, mit der Körper gezielt und instrumentell geformt werden. Die Wahl der richtigen „Proteinquelle" wird damit ein Aspekt unter anderen, um sich und den Körper *fit* zu gestalten. Damit wird auch deutlich, dass die als neoliberal bezeichneten hegemonialen Gesundheitsdiskurse (Brunnett 2009) auf einem nutritionalen Wissen aufbauen und damit hier unmittelbar anschlussfähig sind. Die Inszenierung von Fleischalternativen als Proteinquellen fällt damit auf einen Boden, in dem es darum geht, das eigene Selbst als fit und leistungsfähig zu optimieren, um nicht den Anschluss zu verlieren (Villa 2013). Die Form von Männlichkeit, die hier produziert wird, reproduziert traditionelle, hegemoniale Männlichkeitskonstruktionen. Die Unterscheidung zu Weiblichkeit und marginalisierten Männlichkeiten – die eben keine „echten" Kerle, sondern „verweichlichte Schwächlinge" sind –, wird über eine besondere körperliche Stärke hergestellt: Auch der fleischfreie Mann will das ‚starke Geschlecht' sein. Dass der Mann in der Präsentation mit dem Beruf als Straßenbaumeister keinen Beruf zugeschrieben bekommt, der mit einer höheren Klassenposition verbunden ist, ist kein Zufall. Mit dieser „starken" Männlichkeit richtet sich dieser Ansatz gezielt an eine breitere Masse, in der eine allgemeine Prekarisierung und Auflösung von Strukturen nach einer Absicherung der eigenen Position durch die ‚optimale' Verkörperung von Männlichkeit verlangt. Im deutlichen Kontrast dazu steht etwa der Fleischkonsum höherer Klassen, der sich durch aufwendige Prozeduren und eine Beherrschung der Natur etwa durch die Jagd auszeichnet, oder die Distinktion höherer Schichten durch ethisch-moralisch begründeten Fleischverzicht.

5 Fazit: von der Fleisch- zur Proteinabteilung

Es lässt sich zusammengefasst eine Verschiebung und Umkodierung von Fleisch und Fleischalternativen ausmachen, die auf weitere ernährungskulturelle Wandlungspro-

zesse hindeutet. Zunächst lässt sich der Befund festhalten, dass sich die Verbindung von Fleischalternativen und Männlichkeiten auf gängige Männlichkeitskonstruktionen stützt und diese maximal partiell umdeutet. Die Dominanz des nutritionalen Wissens und die Inszenierung von Fleisch und Fleischalternativen als Proteinquellen zeigen, dass das ideale Bild von Männlichkeit an einen starken und muskulösen Körper gebunden ist. Die Sorge um den kräftigen Körper ist es, die den Nachweis über die „echte" Männlichkeit erbringt. Über eine solche Verkörperung von Männlichkeit wird so die Differenz zu und Dominanz über Weiblichkeit als „starkes Geschlecht" sichergestellt. Es wird damit aber weniger die Verbindung von Fleisch und Männlichkeit als vielmehr die weibliche Konnotation pflanzlicher Lebensmittel aufgebrochen, die durch die Inszenierung als „Proteinquellen" eine männliche Konnotation bekommen. Mit Bezug auf die Männlichkeitsforschung lässt sich so argumentieren, dass durch diese Referenz auf das Modell der starken Männlichkeit Fleischalternativen ernährungskulturell an Legitimität gewinnen und symbolisch aufgewertet werden.

Ein wichtiger Faktor für die Verschiebung und Umkodierung ist, dass das nutritionale Wissen von einem Spezialwissen sich veralltäglicht und hierbei eine bestimmte Wendung erfährt. Das nutritionale Wissen wird gegenüber kulinarischen und ökologischen Wissensbeständen dominanter und ist im Alltag präsent, indem Konsumierende die Nährwerte als relevantes Wissen betrachten, das ihre Ernährungsentscheidungen beeinflusst. Das Entscheidende bei diesem Wissen ist, dass einerseits Lebensmittel molekularisiert, also in einzelne Bestandteile zerlegt werden. Andererseits werden diese Bestandteile quantifizier- und damit vergleichbar. Dies legt eine instrumentelle Ernährungspraxis nahe, in der durch die gezielte Auswahl der Lebensmittel aufgrund der Nährwerte eine Formung und Gestaltung der Körper entlang gesellschaftlicher Idealbilder möglich erscheint und entsprechend neoliberalen Gesundheitsdiskursen auch von Individuen erwartet wird. Dabei kommt es bei Fleischalternativen zu einer Betonung des Proteingehalts, der mit muskulösen Männerkörpern zusammengebracht wird. ‚Alternative Proteinquellen', der kräftige Körper und eine starke Konstruktion von Männlichkeit lassen sich als miteinander verwobene Ko-Materialisierung begreifen. Die Vergeschlechtlichung findet damit in der alltäglichen Ernährungspraxis auch auf der Ebene der Makromoleküle ihren Niederschlag: Es wird nicht (nur) das Gericht Fleisch vergeschlechtlicht, sondern dies verschiebt sich unmittelbar auf das Protein.

Es lässt sich feststellen, dass die Wahl der Proteinquelle zu einer Kampfarena um die richtige Verkörperung von Männlichkeit geworden ist. Gegen einen zu hohen Fleischkonsum, der auch mit Gesundheitsrisiken verbunden ist, wird eine Männlichkeit ins Feld geführt, die bewusste Entscheidungen über die eigene Ernährung trifft und Fleisch reduziert, die an der Fleischplatte nicht (mehr) selbstverständlich zweimal zugreift, wie es Bourdieu beschrieben hat, sondern auch mal den Tofu probiert. Die „ontologische Politik", die mit der nutritionalen Wissenspraxis einhergeht, ist, dass Lebensmittel primär als Technologien des Körpers inszeniert werden. Ökologische Wissenspraxen, in denen Lebensmittel Konsequenzen für Tiere und Umwelt haben, rücken eher in den Hintergrund – weil sie erstens unter ‚Ideologieverdacht' stehen und zweitens keine Kompatibilität mit hegemonialen Männlichkeitskonstruktionen aufweisen können. Auf diese Weise wird im ernährungskulturellen Diskurs nicht nur der Konsum von Fleischalternativen gefördert, sondern auch der „normale" Konsum von Fleisch stabilisiert.

Literaturverzeichnis

Adams, Carol J. (2002). *Zum Verzehr bestimmt. Eine feministisch-vegetarische Theorie* (2. Aufl.). Wien: Guthmann-Peterson.

Barlösius, Eva (2011). *Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung* (2. Aufl.). Weinheim: Juventa.

Bodenburg, Julia (2014). Fleisch – letzte Zuflucht des Maskulinen. *Figurationen, 15*(1), 56–66. https://doi.org/10.7788/figurationen-2014-0107

Bogner, Alexander; Littig, Beate & Menz, Wolfgang (2014). *Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.

Bourdieu, Pierre (1987). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Brady, Jennifer & Ventresca, Matthew (2014). "Officially A Vegan Now": On Meat and Renaissance Masculinity in Pro Football. *Food and Foodways, 22*(4), 300–321. https://doi.org/10.1080/07409710.2014.964605

Brunnett, Regina (2009). *Die Hegemonie symbolischer Gesundheit. Eine Studie zum Mehrwert von Gesundheit im Postfordismus*. Bielefeld: transcript.

Connell, Raewyn (2015). *Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeiten* (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer.

Fiddes, Nick (1993). *Fleisch. Symbol der Macht* (3. Aufl.). Frankfurt/Main: Zweitausendeins.

Fischer, Ole (2015). Männlichkeit und Fleischkonsum. Historische Annäherungen an eine gegenwärtige Gesundheitsthematik. *Medizinhistorisches Journal, 50*(1), 42–65.

Flick, Sabine & Rose, Lotte (2012). Bilder zur Vergeschlechtlichung des Essens. Ergebnisse einer Untersuchung zur Nahrungsmittelwerbung im Fernsehen. *GENDER, 4*(2), 48–65.

Foucault, Michel (1983). *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit 1*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Greenebaum, Jessica & Dexter, Brandon (2018). Vegan men and hybrid masculinity. *Journal of Gender Studies, 27*(6), 637–648. https://doi.org/10.1080/09589236.2017.1287064

Hildmann, Attila (2011). *Vegan for fun: junge vegetarische Küche*. Hilden: Becker Joest Volk.

IfD Allensbach (2020). *AWA 2020. Allensbacher Marktanalyse Werbeträgeranalyse. Essen und Trinken*. Zugriff am 25. September 2020 unter www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA2020/Codebuchausschnitte/AWA2020_Codebuch_Essen_und_Trinken.pdf.

IfD Allensbach (2021). *Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse – AWA. Vegetarier in Deutschland nach Geschlecht im Vergleich mit der Bevölkerung im Jahr 2021*. Zugriff am 20. November 2021 unter de.statista.com/statistik/daten/studie/745028/umfrage/vegetarier-in-deutschland-nach-geschlecht/.

Janotta, Anja (2016). Brawand Rieken füttert Wotan Wilke Möhring mit Veggie-Bullette: *W&V – Werben und Verkaufen*, 29.12.2016. Zugriff am 16. November 2018 unter www.wuv.de/agenturen/brawand_rieken_fuettert_wotan_wilke_moehring_mit_veggie_bullette.

Knoblauch, Hubert (2001). Fokussierte Ethnographie. *Sozialer Sinn, 2*(1), 123–141.

Leitzmann, Claus & Keller, Markus (2010). *Vegetarische Ernährung*. Stuttgart: Ulmer.

Lemke, Thomas (2014). *Eine Kritik der politischen Vernunft. Foucaults Analyse der modernen Gouvernementalität* (2. Aufl.). Hamburg: Argument.

Link, Jürgen (2005). Warum Diskurse nicht von personalen Subjekten ‚ausgehandelt' werden. Von der Diskurs- zur Interdiskurstheorie. In Reiner Keller, Andreas Hirseland, Werner Scheider & Willy Viehöver (Hrsg.), *Die diskursive Konstruktion von Wirklichkeit. Zum Verhältnis von Wissenssoziologie und Diskursforschung* (S. 77–99). Konstanz: UVK.

Link, Jürgen (2013). Diskurs, lnterdiskurs, Kollektivsymbolik. Am Beispiel der aktuellen Krise der Normalität. *Zeitschrift für Diskursforschung, 1*(1), 7–23.

Mense, Lisa (2007). Gesunde Ernährung im Kontext von Lebensstilen und Geschlecht. *Zeitschrift für Frauenforschung und Geschlechterstudien, 25*(1), 23–35.

Mol, Annemarie (1999). Ontological politics. A word and some questions. In John Law & John Hassard (Hrsg.), *Actor network theory and after* (S. 74–89). Oxford: Blackwell.

Mol, Annemarie (2013). Mind your plate! The ontonorms of Dutch dieting. *Social Studies of Science, 43*(3), 379–396. https://doi.org/10.1177%2F0306312712456948

Nath, Jemál (2011). Gendered fare? A qualitative investigation of alternative food and masculinities. *Journal of Sociology, 47*(3), 261–278. https://doi.org/10.1177%2F1440783310386828

Nungesser, Frithjof (2020). Das Fleischparadox. Zur soziokulturellen Genese eines moralischen Problems. *WestEnd, 17*(2), 43–70.

Nungesser, Frithjof & Winter, Martin (2021). Meat and social change. Sociological perspectives on the consumption and production of animals. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie, 46*(2)*,* 109–124. https://doi.org/10.1007/s11614-021-00453-0

Parry, Jovian (2010). Gender and slaughter in popular gastronomy. *Feminism & Psychology, 20*(3), 381–396. https://doi.org/10.1177%2F0959353510368129

Paulitz, Tanja (2012). *Mann und Maschine. Eine genealogische Wissenssoziologie des Ingenieurs und der modernen Technikwissenschaften, 1850–1930*. Bielefeld: transcript.

Paulitz, Tanja & Winter, Martin (2018). Ernährung und vergeschlechtlichte Körper. Eine theoretische Skizze zur Koproduktion von Geschlecht, Embodying und biofaktischen Nahrungsmitteln. *Open Gender Journal, 2*, 1–20. https://doi.org/10.25595/440

Paulitz, Tanja & Winter, Martin (2019). Ernährung in kultursoziologischer Perspektive. In Stephan Moebius, Frithjof Nungesser & Katharina Scherke (Hrsg.), *Handbuch Kultursoziologie. Band 2: Theorien – Methoden – Felder* (S. 319–336). Berlin, Heidelberg: Springer.

Rabensteiner, Alexandra (2017). *Fleisch. Zur medialen Neuaushandlung eines Lebensmittels* (Band 43). Wien: Verlag des Instituts für Europäische Ethnologie.

Richter, Margit; Boeing, Heiner; Grünewald-Funk, Dorle; Heseker, Helmut; Kroke, Anja; Leschik-Bonnet, Eva; Oberritter, Helmut; Strohm Daniela & Watzl, Bernhard (2016). Vegane Ernährung: Position der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE). *Ernährungs Umschau international, 63*(4), 92–102.

Rückert-John, Jana & John, René (2009). Essen macht Geschlecht. Zur Reproduktion der Geschlechterdifferenz durch kulinarische Praxen. *Ernährung im Fokus,* (5), 174–179.

Setzwein, Monika (2004). *Ernährung – Körper – Geschlecht. Zur sozialen Konstruktion von Geschlecht im kulinarischen Kontext*. Wiesbaden: VS Verlag.

Strauss, Anselm L. & Corbin, Juliet (1996). *Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.

Teuteberg, Hans Jürgen (1986). Der Fleischverzehr in Deutschland und seine strukturellen Veränderungen. In Hans Jürgen Teuteberg & Günter Wiegelmann (Hrsg.), *Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung* (2. Aufl., S. 63–73). Münster: Coppenrath.

Villa, Paula-Irene (2013). Prekäre Körper in prekären Zeiten – Ambivalenzen gegenwärtiger somatischer Technologien des Selbst. In Ralf Mayer, Christiane Thompson & Michael Wimmer (Hrsg.), *Inszenierung und Optimierung des Selbst* (S. 57–73). Wiesbaden: Springer VS.

Wilk, Nicole M. (2013). Vom ‚Curryking' zum ‚LadyKracher'. Kultursemiotischer Wandel in der Werbung von Geflügelfleisch. *GENDER, 5*(1), 120–128.

Winker, Gabriele (2005). Ko-Materialisierung von vergeschlechtlichten Körpern und technisierten Artefakten. Der Fall Internet. In Maria Funder, Steffen Dörhöfer & Christian Rauch (Hrsg.), *Jenseits der Geschlechterdifferenz? Geschlechterverhältnisse in der Informations- und Wissensgesellschaft* (S. 157–178). München: Hampp.

Winter, Martin (2019). Vegan – Fit – Männlich. Veganismus zwischen Selbstoptimierung und hegemonialer Männlichkeit. In Jana Rückert-John & Melanie Kröger (Hrsg.), *Fleisch. Vom Wohlstandssymbol zur Gefahr für die Zukunft* (S. 447–466). Baden-Baden: Nomos.

Winter, Martin (2022). *Ernährungskulturen und Geschlecht. Fleisch, Veganismus und die Konstruktion von Männlichkeiten.* Bielefeld: transcript.
Yates-Doerr, Emily & Mol, Annemarie (2012). Cuts of Meat. Disentangling Western Natures-Cultures. *The Cambridge Journal of Anthropology, 30*(2), 48–64. https://doi.org/10.3167/ca.2012.300204

Quellenverzeichnis

Innova Market Insights (2017). *Top 10 Trends 2017.* Arnhem.
die Ohne/Landhof (o. J.). *Unglaublich, aber Wurst.* Linz.
Wheaty/Topas (o. J.). *Die ultimativen Alternativen.* Mössingen.

Zur Person

Martin Winter, M. A., wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Soziologie, Technische Universität Darmstadt. Arbeitsschwerpunkte: Ernährungssoziologie, Geschlechterforschung, Wissenschafts- und Technikforschung, Musiksoziologie, qualitative Sozialforschung.
Kontakt: Technische Universität Darmstadt, Institut für Soziologie, Residenzschloss, Marktplatz 15, 64283 Darmstadt
E-Mail: winter@ifs.tu-darmstadt.de