

**Michael Werber**

**Narrative in der Ernährungskommunikation  
am Beispiel Fleischverzicht. Eine  
gastrosophische Analyse und deren  
Diskursfolge**

**Masterarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2023 GRIN Verlag  
ISBN: 9783346953285

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/1372595>

**Michael Werber**

**Narrative in der Ernährungskommunikation am Beispiel  
Fleischverzicht. Eine gastrosophische Analyse und deren  
Diskursfolge**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# Narrative in der Ernährungskommunikation am Beispiel Fleischverzicht

Eine gastrosophische Analyse der aktuellen Narrative und deren Diskursfolge  
aus der Sicht unterschiedlicher Akteure und Akteurinnen

## Masterarbeit

zur Erlangung des Grades

## Master in Gastrosophy

im Rahmen des Universitätslehrgangs Gastrosophische  
Wissenschaften. Ernährung – Kultur – Gesellschaft  
der Paris Lodron Universität Salzburg

Eingereicht von

Dipl.-Kfm. (Univ.) Michael Werber

Salzburg, im Juli 2023

## **Für meine Frau Sybille Geitel**

*„Unser Denken in Geschichten ist so universell, dass diese über Jahrtausende und Kulturen hinweg dieselben Muster verfolgen: Überleben und Sinnfindung. Mögen unsere Probleme auch noch so verschieden sein, sie sind es letztlich, die uns narrativ verbinden.“<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Samira EL OUASSIL / Karig FRIEDMANN, Erzählende Affen, 1. Auflage, Berlin 2023, 456.

## Danksagung

Zuallererst möchte ich – unbekannterweise – Bundesminister Cem Özdemir für die Themeninspiration zu dieser Arbeit danken. Er hat mit einem Interview in der „Bild am Sonntag“ vom 26. 12. 2021 viele Steine ins Rollen gebracht, unter andere auch den Anstoß zu der vorliegenden Arbeit.

Weiter gilt ein großer Dank dem Gastrosophen und Betreuer meiner Arbeit, Apl. Prof. Dr. Harald Lemke. Er hat mit seinen Arbeiten nicht nur den Studiengang Gastrosophie nachhaltig geprägt, sondern auch uns Studierende.

Ohne meine Frau – Sparringspartnerin, Journalistin und Lektorin – wäre die vorliegende Arbeit nur schwer möglich gewesen, vor allem nicht ohne ihre emotionale Unterstützung. Danke an Andreas Kurzal, der mir mit seiner Verlagserfahrung geholfen hat, einige Gedanken und Formulierungen zu präzisieren.

Weiter möchte ich Dr. Peter Peter danken, dass er stets ein gastrosophischer Gesprächspartner und ein guter Ansprechpartner mit offenem Ohr für alle Fragen dieser Arbeit war und ist. Ein inoffizieller Zweitbetreuer!

Weiterer Dank gilt Dietlind Bachmeier und Dr. Andrew John Martin für ihre kunsthistorische Unterstützung zum Abschnitt „Gastmahl des Levi“ sowie Teresa Braun und ihrem Mann Prof. Dr. Florian Kluger, die mir neben Literaturempfehlungen bei theologischen Themen zur Seite standen.

Darüber hinaus bedanke ich mich bei Anne Köhler und Michael Börnicke von der Greenforce Future Food AG für ihren wertvollen praxisnahen Input zur Kommunikation und zum Marketing des Unternehmens sowie zu ihrer Motivation, in ein nachhaltiges Ernährungskonzept zu investieren.

Ein besonderer Dank gilt Christian Schnücke, Publishing Director bei der dfv-Mediengruppe, für die temporäre Bereitstellung des dfv-Archivs zur Unterstützung meiner Recherche.

Zu guter Letzt gilt der Dank auch meinen Kommilitoninnen Barbara Denicolo, Katja Kamp und Katrin Teigschl für den thematischen Austausch sowie allen anderen Studierenden für eine wunderbare Studienzeit. Dieser gilt auch dem Studienzentrum Saalfelden mit dem gesamten Team für die großartige Organisation, Betreuung und Durchführung dieses letzten Universitätslehrgangs Gastrosophie.

## Kurzfassung

Die vorliegende Masterarbeit zum Thema Narrative in der Ernährungskommunikation am Beispiel Fleischverzicht untersucht anhand des Diskussionsstandes in der gegenwärtigen



Literatur und mithilfe einer Diskursanalyse aktuelle Narrative zum Fleischverzicht rund um die Schlüsselbegriffe Fleischverzicht, Ernährungswende und Ernährungskommunikation.

Aus gastrosophischer Sicht soll untersucht werden, ob und in welchem Maße Narrationen von Agierenden wie Politik, Wirtschaft, Verbänden, Landwirtschaft oder Ernährungswissenschaft zum Thema Fleischkonsum bzw. -verzicht formuliert werden und wie sich diese Narrationen unterstützend auf die Ernährungswende auswirken. Dabei wurde die Aufmerksamkeit besonders daraufgelegt, ob die individuellen Ziele der Akteure und Akteurinnen von ihren Botschaften abweichen und ob dies relevant ist für einen positiven Effekt auf die Ernährungswende. Mit einer empirischen Untersuchung und mittels theoretischer Grundlage der Public-Choice-Theorie wird versucht, Narrative zum Fleischverzicht aus dem Diskurs abzuleiten und zu belegen. Mit dem Ergebnis der Arbeit möchte ich zeigen, dass das Gelingen der Ernährungswende nicht nur von den Aktivitäten, Narrationen und Zielen der besprochenen Akteure und Akteurinnen abhängt, sondern im Wesentlichen von jedem einzelnen von uns als verantwortungsbewusst und gastrosophisch essenden Menschen.

## **Abstract**

Based on the state of discussion in the current literature and with the help of a discourse analysis, this paper examines current narratives on meat renunciation around the key concepts of meat renunciation, food turnaround, and food communication.

In this master thesis on the topic of narratives in food communication using the example of meat renunciation, it will be examined from a gastrosophical perspective whether and to what extent narratives are formulated by actors such as politics, business, associations, agriculture or nutrition science on the topic of meat consumption or renunciation and how these narratives have a supportive effect on the food turnaround.

Special attention was paid to whether the individual goals of the actors deviate from the messages and whether this is relevant for a positive effect on the nutritional turnaround. With an empirical investigation and by means of the theoretical basis of public choice theory, an attempt is made to derive and substantiate narratives on meat avoidance from the discourse. With the result of the thesis, I want to show that the success of the food turnaround does not only depend on the activities, narratives and goals of the actors discussed, but essentially on each one of us as responsible and gastrosophic eaters.

<b>I</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
<b>1</b>	<b>Prolog</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Narrative und die Fragestellung</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Von den Zutaten bis zum Menü</b>	<b>6</b>
<b>II</b>	<b>DIE ZUTATEN: ERNÄHRUNGSWENDE, FLEISCHVERZICHT, KOMMUNIKATION UND NARRATIVE</b>	<b>9</b>
<b>1</b>	<b>Die Basis: Ernährungswende, Fleischverzicht, Ernährungskommunikation und Narrative</b>	<b>9</b>
1.1	Ernährungswende	9
1.2	Fleischverzicht	12
1.3	Ernährungskommunikation	14
1.4	Narrative und ihre Wirkung auf uns	15
<b>2</b>	<b>Verzichtsethik und Hedonismus als diametrale Pole des Diskurses</b>	<b>21</b>
2.1	Der Verzicht	23
2.2	Der Nicht-Verzicht	25
2.3	Gastrosophischer Hedonismus	26
<b>3</b>	<b>Exkurs: Der Diskurs zum Fleischverzicht im Wandel der Zeit</b>	<b>27</b>
3.1	Vom frühchristlichen Abendmahl zur Theologie des Verzichts	28
3.2	Das Gastmahl im Hause des Levi und die neue Freude am Fleisch	30
<b>4</b>	<b>Die Zutatenliste für die Diskursanalyse</b>	<b>33</b>
<b>III</b>	<b>DIE KÖCHE UND KÖCHINNEN: AKTEURE UND AKTEURINNEN, NARRATIONEN UND DISKURS</b>	<b>35</b>
<b>1</b>	<b>Narrationen, Narrative und Diskurs</b>	<b>35</b>
<b>2</b>	<b>Eigenschaften und Rollen von Akteuren und Akteurinnen</b>	<b>36</b>
<b>3</b>	<b>Zur Rolle der Medien</b>	<b>39</b>
<b>4</b>	<b>Fleischverzicht – Von der Botschaft über das Narrativ zum Trend</b>	<b>41</b>

## IV DIE SPEISE: NARRATIONEN, ZIELE DER AKTEURE UND AKTEURINNEN UND NARRATIVE

44

<b>1</b>	<b>Die wichtigsten Akteure und Akteurinnen im Diskurs um den Fleischverzicht</b>	<b>45</b>
1.1	Politik und Politiker:innen	46
1.2	Handel und Lebensmittelindustrie	57
1.3	Interessengemeinschaften (NGOs)	65
1.4	Weitere institutionelle Akteure ohne direkten Konsumentenbezug	69
1.5	Die Endverbraucher:innen – Adressat:in oder Akteure / Akteurinnen?	74
<b>2</b>	<b>Ziele von Narrativen im Diskurs um den Fleischverzicht</b>	<b>76</b>
2.1	Narrative	77
2.2	Ziele von Narrativen	79
2.3	Zusammenführung von Akteuren, Zielen und Narrativen	81
V	DAS MENÜ DER ZUKUNFT: ZUSAMMENFASSENDE BETRACHTUNG UND AUSBLICK AUF DIE RELEVANZ DER NARRATIVE FÜR DIE ERNÄHRUNGSWENDE	84
<b>1</b>	<b>Das Gute in den Narrativen und was daraus folgt</b>	<b>85</b>
<b>2</b>	<b>Extrabeitrag zur Ernährungswende und die Relevanz für die Zukunft eines guten Essens</b>	<b>87</b>
VI	ABBILDUNGS- UND LITERATUR-VERZEICHNIS	90
<b>1</b>	<b>Abbildungen</b>	<b>90</b>
<b>2</b>	<b>Literatur</b>	<b>90</b>
VII	ANHANG	99
<b>1</b>	<b>Ergebnisse der Umfrage</b>	<b>99</b>
<b>2</b>	<b>Individuelle Aussagen der Befragten</b>	<b>106</b>

# I Einleitung

## 1 Prolog

*„Currywurst mit Pommes ist einer der Kraftriegel der Facharbeiterin und des Facharbeiters in der Produktion. Das soll so bleiben.“<sup>2</sup>*

Es ist Sommer 2021, als der Volkswagen Konzern (VW) in einer internen Meldung verkündet, in einer seiner Kantinen (im Markenhochhaus) künftig vermehrt auf vegetarische und vegane Küche zu setzen und nur noch hin und wieder Fleisch zu servieren. Aus dieser Ankündigung wurde sehr schnell durch zahlreiche Medien von „auto motor und sport“ bis zur „Zeit“ die Botschaft verbreitet:

*„VW streicht die Currywurst in WOB“<sup>3</sup>*

oder

*„Volkswagen streicht die Currywurst“<sup>4</sup>*

Aus einer internen Nachricht entsteht schnell ein Narrativ, das die ursprüngliche interne Nachricht vereinfacht, dafür aber umso mehr verstärkt. Diesen Prozess von der Narration zum Narrativ in der Ernährungskommunikation beschreibt diese Arbeit.

2021 ist auch Bundestags-Wahljahr und dies nimmt Alt-Bundeskanzler Gerhard SCHRÖDER zum Anlass, sich unter Nutzung des Currywurst-Narratives in den Diskurs und konkret in den Wahlkampf einzuschalten. Dabei geht es ihm nur vordergründig um die Verteidigung des Currywurst-Angebots. Zu groß – so die Annahme – ist die Zahl derer in der VW-Belegschaft und auch anderer Bürger und Bürgerinnen in Deutschland, die den Vorstoß des Alt-Bundeskanzlers unterstützen würden, vor allem in Form ihrer Wählerstimme für die SPD. Das verallgemeinerte Narrativ „Keine Currywurst mehr“ wird so für die Durchsetzung eigener Ziele, in diesem Fall zur Gewinnung von Wahlstimmen, genutzt. Diese Vorgehensweise

---

<sup>2</sup> Florian DIEKMANN, Gerhard Schröder: Ex-Kanzler wettet gegen Aus für Currywurst in VW-Kantine, in: Der Spiegel 11.08.2021, online unter: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/gerhard-schroeder-wettet-gegen-aus-fuer-currywurst-in-vw-kantine-a-dfb9214e-d7ef-40c5-b698-0cf9cc350c4e> (27.01.2023).

<sup>3</sup> Holger WITTICH, VW streicht die Currywurst in WOB: Volkswagen wird fleischfreier, 2021, online unter: auto motor und sport, <https://www.auto-motor-und-sport.de/verkehr/aus-fuer-die-currywurst-volkswagen-wird-fleischfrei/> (30.01.2023).

<sup>4</sup> manager MAGAZIN, Volkswagen: Currywurst aus der Kantine verbannt, [o. J.], online unter: <https://www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/volkswagen-streicht-currywurst-betriebskantine-wird-vegetarisch-a-82e51446-1361-43a8-9b41-98e7da41776c> (30.01.2023).

entspricht einer Methode, mit der ich später versuche abzuleiten, welche Narrative in der Bevölkerung ankommen.

Ob SCHRÖDERs Engagement zum Wahlsieg der SPD im Herbst 2021 beigetragen hat, ist nicht erwiesen. Zum Ende des Jahres konstituiert sich eine neue Bundesregierung, die so genannte Ampel-Koalition, und Cem ÖZDEMİR von der Partei Bündnis90 / Die Grünen (im Folgenden Die Grünen) wird zum Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft ernannt.

In einem seiner ersten Interviews – in der „Bild am Sonntag“ – bezieht er klar Position: *„Keine Ramschpreise mehr für Lebensmittel“*; der neue Landwirtschaftsminister wolle gegen Billigfleisch kämpfen, heißt es im Text.<sup>5</sup> Damit plädiert der Minister für höhere Preise für Fleisch und gleichzeitig für eine gute Ernährung für alle durch den Konsum „gesunder“ Lebensmittel. Der Begriff Fleischverzicht fällt nicht direkt; die getroffenen Aussagen schaffen jedoch einen Rahmen für den darauffolgenden breiten Diskurs über Ernährung und Fleischverzicht.<sup>6</sup>

Eine Vielzahl Medien greift die Botschaften des Ministers quasi wie ein Rezept für ein gelungenes Weihnachtsessen auf, machen ÖZDEMİRs Agenda transparent und schaffen das Fundament für einen Trend, der 2023 zu einer politischen und gesellschaftlichen Diskussion herangewachsen sein wird. Es entstehen neue Narrative unter dem Deckmantel des Verzichts, im speziellen Fleischverzicht.

So spricht der Journalist Rainer MAYER alias Don Alphonso in seiner „Welt“-Kolumne überspitzt von einer *„Triage für Fleischfresser, Toskanaweintrinker, Meerestiermörder, Sushikriminelle“* und holt weit aus gegen eine seiner Meinung nach in Deutschland historisch beheimatete Politik des Verzichts.<sup>7</sup> Der „Spiegel“ sieht in den Worten des Ministers nichts

---

<sup>5</sup> Thomas BLOCK / Roman EICHINGER, Cem Özdemir: „Keine Ramschpreise mehr für Lebensmittel“, [o. J.], online unter: bild.de, <https://www.bild.de/bild-plus/politik/inland/politik-inland/cem-oezdemir-keine-ramschpreise-mehr-fuer-lebensmittel-78642440.bild.html> (26.01.2023).

<sup>6</sup> Das hier behandelte Thema Fleischverzicht und vegane Ernährung ist in der politischen Diskussion natürlich kein gänzlich neues Thema. Mit der Propagierung eines Veggie Day haben Bündnis 90/Dir Grünen bereits 2013 Wahlkampf betrieben. Dennoch fand die Diskussion vor dem Antritt der neuen Bundesregierung Ende 2020 vorwiegend in Fachkreisen und -gremien statt, sowie innerhalb spitzer Zielgruppen, wie z.B. unter Verbraucher:Innen, die sich vegan ernähren. Aus diesem Grund nehme ich das hier oft zitierte Interview mit ÖZDEMİR als Ankerpunkt für die hier durchgeführte Diskursanalyse.

<sup>7</sup> Don Alphonso: Özdemir und das „Gute-Deutsche-Erde-Gesetz“ - WELT, [o. J.], online unter: DIE WELT, <https://www.welt.de/kultur/stuetzen-der-gesellschaft/plus235926630/Don-Alphonso-Oezdemir-und-das-Gute-Deutsche-Erde-Gesetz.html> (30.01.2023).