

Mehr Wertigkeit, weniger Marketing

Architektur ist grundlegend für jedes umfassende Verständnis von Kultur. Das gilt auch für die Esskultur. Es braucht eine radikale Abkehr vom technikbetonten Rationalismus hin zu Community-Nutrition, bei der Konsumenten bereits in die Lebensmittelplanung einbezogen werden.

TILO HÜHN

Der Ansatz, Lebensmittel nicht nur als Nahrung, sondern auch als Requisite zur Selbstinszenierung zu sehen, knüpft an Überlegungen über das Verhältnis zwischen Sein und Wohnen an. Heidegger (1951) stellt das Wohnen als die grundlegende Form der menschlichen Existenz schlechthin dar und setzt es mit dem Bauen in Beziehung. Dabei ist die Ernährung doch noch viel grundlegender für das Sein. Beziehungen zwischen anbauen, zubereiten, haltbar machen, essen, trinken und leben sind Vorbedingungen des Daseins. Die Weitergabe des Wissens um die Mittel zum Leben sowie der Erwerb der Fähigkeiten, diese zu erzeugen und einzusetzen, bilden die Grundlage menschlicher Entwicklung überhaupt.

Die wachsende Allianz der Willigen

Nach welchen Werten Gesellschaften leben, drückt sich auch darin aus, wie sie die agronomische und industrielle Herstellung von Rohstoffen und Lebensmitteln, den Handel, die Zubereitung und Präsentation von Lebensmitteln organisieren und ob sie Speisen und Getränke sinnvoll konsumieren. Nicht zuletzt ist auch FoodArchitecture, bei der Menschen Lebensmittel neu designen, Ausdruck der einzelnen Kulturen. Erst durch die Konfrontation mit den Ernährungsgewohnheiten einer anderen Kultur und die daraus entstehenden Konsequenzen können wir Ansätze für ein neuartiges gemeinsames Han-

deln erkennen und in einer wachsenden Allianz der Willigen zur Regeneration des Lebens auf dem Planeten beitragen. Informationen, die direkt über die modernen Medien an die Konsumentinnen gelangen, führen zu einer Bewusstseins- und Verhaltensänderung, die einen Prozessmusterwechsel erfordern. Eine zentrale Frage, die es in den Life Sciences da-



Tilo Hühn, der von seinen Freunden gerne als «freies Radikal» bezeichnet wird, nimmt teil, reagiert, läßt sich auf und verschwindet wieder, um sich woanders einzumischen. Seine Aktivierungsenergie zieht er aus dem Diskurs mit Studierenden. Derzeit beteiligt er sich an der radikalen Curriculumreform an der ZHAW zum Thema Agro-Food-Business (S. 49).

bei zu beantworten gilt, ist: Wie kann die nutritive Erfahrung des Essens in ihrer individuellen, teilweise identitätsstiftenden Bedeutung wieder sinnstiftend zum Ausdruck kommen? Oder anders gesagt: Wie kann man trotz aller Vielfalt bei Lebensmitteln ohne Ressourcenverschwendung und ohne Foodwaste auskommen?

Antworten auf diese Fragen kann die Analyse des Verhältnisses zwischen Nahrungsmittelproduktion und Gesellschaft liefern. Dabei hilft ein Blick in die Architekturgeschichte. Le Corbusier (1933) beschreibt das Haus als «Wohnmaschine». Louis

Sullivan (1896) setzt den Kontext für die Beziehung zwischen Mensch und Umwelt mit seinem Leitsatz «Form folgt der Funktion». Funktionen von Lebensmitteln sind etwa Ernährung, Erneuerung, geistige und physische Aktivität, Selbstoptimierung, Kommunikation, Wertschöpfung oder Selbstinszenierung. Wie muss dann also die Form von Lebensmitteln aussehen?

Mehr Zeit durch Convenience-Food

Die gesellschaftliche Bewegung hin zum Rationalismus eines Le Corbusier führte zu einer Betonung der technischen Möglichkeiten der Herstellung von Agrarprodukten und Lebensmitteln sowie zur Massenproduktion. Es folgte die Entwicklung von Convenience-Lebensmitteln, die gleichzeitig die Verpflegung unterwegs ermöglicht. Diese Produkte stellen die im Nahrungsmittelprozess notwendigen Ressourcen, die jetzt wegen ihres hohen Vor- und Zubereitungsgrades andernorts anfallen, dem Individuum in Form von freier Zeit für andere Aktivitäten zur Verfügung. Ob man «vorbereitet nachfragt» oder – der Gegenentwurf – «selbst herstellt» ist auch ein Hinweis darauf, welche Bedeutung jemand Lebensmitteln beimisst.

Der in der Architektur der Moderne beobachtbare Funktionalismus eines Sullivan entspricht, übertragen auf Lebensmittel, der Sehnsucht nach «einfachen, ursprünglichen, unverpackten, ehrlichen, anständigen, reinen, natürlichen, leidfreien» Lebensmitteln, die möglichst nur einen geringen Fussabdruck durch ihre Produktion und den Konsum hinterlassen. Jedes Nahrungsmittel sollte unverstellt durch Marketingaktivitäten seine Funktion offenbaren. Verbindet man eine stärkere Betonung des technisch Möglichen (Zellkulturen, Plant Protein based Meat etc.)

mit der Konzentration auf das Reine, Unveränderte (Urban Gardening oder Permakultur), erzeugt dies bei unterschiedlichen Erlebnismgemeinschaften zunehmend Resonanz. Vorausgesetzt werden beim Einkauf, dass Lebensmittel frei sind von Umweltkontaminanten, Pestiziden, Antibiotika und synthetischen Düngemitteln. Grosse Beachtung findet auch das Wohl der Tiere – falls Fleisch noch auf dem Speiseplan steht.

Fundamentale Kehrtwende

Der Funktionalismus kann verschiedene Ausdrucksformen annehmen: Einerseits ist da die Bewegung, die eine fundamentale Kehrtwende im Konsumverhalten und im Umgang mit Ressourcen fordert, wie die Klimabewegung Extinction Rebellion. Andererseits sind da die Anhänger, die auf eine Verschmelzung mit Technik und Selbstoptimierung durch «Transhumanismus» oder «Genetische Optimierung» (Crispr-Cas) setzen und darin eine Möglichkeit zur Anpassung an eine veränderte Umwelt sehen. Beide Bewegungen machen deutlich, dass eine radikale Umgestaltung der Prozesse in der Foodbranche notwendig und erwünscht ist. Anstelle einer differenzierten, linearen Wertschöpfungskette braucht es ein Wertschöpfungsnetzwerk.

Zwei wesentliche Faktoren, die zur Umgestaltung beitragen, sind die Verlagerung der Produktion in Richtung Konsumenten, die zu Prosumenten werden, und die digitale sowie mediale Vernetzung. Der Wunsch, länger und gesund zu leben, steigert das Interesse an Ernährung. Es ist Zeit für eine Community-Nutrition, die die Konsumentinnen schon in die Planung der Lebensmittelherstellung einbezieht. Sie greift auf eine lokale Umgebung sensibel zurück und interagiert mit der Umwelt. Globale Konzepte können nur Wirkung erzeugen, wenn sie lokal verankert sind. ■

↘ <https://agrofoodbusiness.ch>

OPEN CURRICULUM

Revolution auf dem Teller

Zwei neue Studiengänge sollen die Herausforderungen der Agro-Food-Branche an der Wurzel packen. Radikal anders ist auch die Art und Weise, wie diese Formate konzipiert und realisiert werden.

RAHEL LÜÖND

Wie wir essen und wie wir unsere Lebensmittel produzieren, stellt uns vor grosse Herausforderungen. Die Agro-Food-Branche trägt massgeblich zur Umweltproblematik bei und kann Erkrankungen begünstigen. Es braucht eine radikale Transformation, woran die ZHAW am Departement Life Sciences und Facility Management arbeitet.

Netzwerk statt Kette

Bei der Entwicklung eines neuen Bachelor- und eines Masterstudiengangs mit Fokus auf einem nachhaltigen Agro-Food-Business hat das interdisziplinäre Kernteam ungewohnte Wege ausprobiert: Es wurden alle, die ein Interesse an der Branche und deren Veränderungen haben, zur Mitwirkung eingeladen. Auf einen Kick-off-Workshop 2018 folgten eine Online-Umfrage, zwei Dutzend Experteninterviews und weitere zwei Co-Creation-Workshops im vergangenen Jahr. Insgesamt waren über 400 Leute mit von der Partie. Projektmanagerin Maya Wiestner erklärt: «Wir haben bestehende Strukturen vorerst bewusst nicht einbezogen. Nur so ist es möglich, die Probleme an der Wurzel zu packen und die notwendigen Lösungen zu kreieren.»

Zentrale Ausgangslage war, dass die Wertschöpfungskette der involvierten Akteure der Lebensmittelherstellung nicht zukunftsfähig ist. «Die Kette bewirkt, dass für den einzelnen Akteur nur die vor- oder nachgelagerte Partei von Bedeu-

tung ist», sagt Wiestner, «aber eigentlich beeinflussen sich alle gegenseitig.» Deshalb brauche es ein globales Netzwerk, bei dem alle zusammenarbeiten: «Wenn wir in der Schweiz einen Kaffee trinken, müssen wir auch für die Kaffeeproduzierenden in Südamerika Verantwortung übernehmen.» Die künftigen Studierenden sollen lernen, wie so ein Netzwerk funktioniert und welche Auswirkungen gezielte Eingriffe an einer Stelle auf das ganze System haben. Im Kern geht es darum, die Agro Food Branche resilienter zu gestalten, sowohl in ökologischer, sozialer wie auch wirtschaftlicher Hinsicht. «Wir möchten die Studierenden zu einem Systemwechsel befähigen und es ihnen ermöglichen, die dazu notwendigen Kompetenzen zu entwickeln. Dazu gehört auch ein fundiertes Verständnis des heutigen Wirtschaftssystems und, gleichzeitig, von alternativem Unternehmertum.»

Freier lernen

Der geplante Bachelor- und Masterstudiengang ist deshalb so ausgerichtet, dass die Studierenden Erfahrungen machen, scheitern dürfen und mit Dozierenden auf Augenhöhe nach Lösungen suchen. Die Inhalte und das Ergebnis sind auch während des Studiums offen; die Studierenden sind ein Teil des Lösungswegs, der in enger Kooperation mit Organisationen aus der Praxis erst erarbeitet werden muss. Open Curriculum nennt man diese Art des Lernens, wenn nicht das Wissen an sich, sondern die zu erwerbenden Kompetenzen im Zentrum stehen. Nun gilt es, die entstandenen Ideen in ein für die ZHAW passendes Konzept umzuformulieren. Gelingt dies, dann könnte der erste Studiengang in den nächsten zwei Jahren starten. ■