



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Living Beyond Capitalism – Mülltonnentauchen als
konsumkritische Praxis“

Verfasserin

Christa Edlmayr

angestrebter akademischer Grad
Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, April 2009

Studienkennzahl laut Studienblatt: A 066 813

Studienrichtung laut Studienblatt: Soziologie

Betreuer: Univ. Prof. Dr. Rudolf Richter

aber was ich weiß
alles was du siehst
gehört dir.

peter licht
melancholie und gesellschaft

VORWORT

Die Initialzündung für die vorliegende Arbeit gab ein Beitrag im ORF Weltjournal am 10. Jänner 2007: Er berichtete über eine New Yorker Gruppe, deren Anhänger sich als „*Freegans*“ bezeichnen und aus Protest gegen Lebensmittelverschwendung gemeinsam Essen aus dem Supermarkt-Abfall holen. Bei weiteren Recherchen taten sich spannende Spuren auf, die nach dem Entdecken von Medienberichten über Freegans in Österreich in der Idee mündeten, das „*Mülltonnentauchen*“ als eine Form der konsumkritischen Praktik in Wien empirisch zu ergründen.

Nach nunmehrigem Abschluss der Forschung stelle ich fest, dass die Dringlichkeit des Themas nicht abgenommen hat, die von Beginn an ein bedeutender Motivator für das Verfassen der Arbeit war. Das Bewusstsein für ethischen und nachhaltigen Konsum scheint zwar in Teilen unserer Gesellschaft bereits zum Common Sense zu gehören – Medienberichten zufolge wird bereits mehr als ein Drittel der Bevölkerung der westlichen Länder zum Konsumententypus des LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) gezählt, dessen Anhänger versuchen, durch bewusstes Einkaufen Gesundheit und Nachhaltigkeit zu fördern (vgl. Trend 3/2008, 62-82). Dennoch geht, diesen optimistischen Prognosen zum Trotz, von der Praxis des Mülltonnentauchens („Dumpster Diving“) eine genuin eigene Sogwirkung aus, da sie radikal mit ästhetischen Normen bricht: Sie fordert dazu auf, zum Zwecke der eigenen Versorgung den Blick in die Mülltonnen zu werfen und sich auf diese Art mit den Abfällen der Konsumgesellschaft zu konfrontieren. Insbesondere in einer Zeit, in der allerorts die „Krise“ ausgerufen wird und sich zusehends real manifestiert, kann das Mülltonnentauchen die Aufmerksamkeit auf verschwenderische Systeme lenken, deren Ursachen und Wirkungen diskutiert werden müssen.

Die Leserinnen und Leser sollen nach Abschluss der Lektüre mit wachseren Augen und geschärftem Bewusstsein durch die Welt und insbesondere durch den Supermarkt gehen. Das intendierte Ziel der Autorin – eine Sensibilisierung für die Lebensmittelverschwendung, die aus den strukturellen Gegebenheiten der Konsumgesellschaft hervorgeht – wäre damit erreicht.

Danksagung

Mein besonderer Dank gilt allen InterviewpartnerInnen, sowie Ed Moschitz und Gabi Kluger, Kai Löffelbein, Felicitas Schneider, Ulrike Schmidt und Food Not Bombs Wien für ihre Kooperation. Für die kontinuierliche motivationale, inhaltliche und grafische Unterstützung bedanke ich mich bei meiner Familie, bei Karin Macke, Ingrid Simhofer, Sylvia Gaiswinkler, Helena Wimmer, Franz Edlmayr und Alex Fleischmann. Nicht zuletzt danke an die MitarbeiterInnen der Wienbibliothek im Rathaus für ihre stets freundliche Art.

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|----|
| Inhaltsverzeichnis..... | 1 |
| Einleitung | 3 |
| A Theoretischer Teil..... | 5 |
| 1 Konsum in der Soziologie..... | 5 |
| 1.1 Konsumsoziologie als eigenständige Disziplin | 6 |
| 1.2 Soziologischer Konsumbegriff..... | 8 |
| 1.2.1 Manipulationsthese | 8 |
| 1.2.2 Heutiges soziologisches Konsumverständnis | 9 |
| 2 Konsumgesellschaft | 11 |
| 2.1 Begriff | 12 |
| 2.2 Merkmale moderner Konsumgesellschaften | 13 |
| 2.2.1 Konsumgesellschaftliche Charakteristika nach John Brewer | 13 |
| 2.2.2 Konsumkultur und Konsumglück | 15 |
| 2.2.3 Die Konsumgesellschaft als Erlebnisgesellschaft | 18 |
| 2.4 Grenzen der Konsumgesellschaft | 23 |
| 3 Zahlen zu Lebensmittelabfällen in Wien | 25 |
| 3.1 Studie „Sozialer Wertstofftransfer im Einzelhandel“ | 25 |
| 3.1.1 „Überlagerte Lebensmittel“ im Wiener Abfallwirtschaftskonzept | 27 |
| 3.1.2 Hochrechnungen aus Lebensmitteleinzelhandel und Bäckereibetrieb | 28 |
| 3.1.3 Potential bei Produzenten von Lebensmitteln und Tiefkühlprodukten | 30 |
| 3.1.4 Umsetzungskonzept für ein SoWie Netzwerk | 32 |
| 3.2 Lebensmittelabfälle aus Privathaushalten | 33 |
| 4 Konsumkritische Praktiken | 34 |
| 4.1 Begriffe | 34 |
| 4.1.1 Freegan – Freeganismus | 34 |
| 4.1.2 Dumpster Diving – Dumpstern – Containern | 36 |
| 4.1.3 GeObben..... | 38 |
| 4.2 John Hoffman: The Art and Science of Dumpster Diving | 38 |
| 4.3 Die New Yorker Freegan-Szene | 44 |
| 4.3.1 Die Freegan.info Webseite | 44 |
| 4.3.2 Freegane Aktivitäten..... | 46 |

| | | |
|-----|--|-----|
| B | Empirischer Teil..... | 48 |
| 5 | Einleitung | 48 |
| 5.1 | Qualitativer Zugang..... | 48 |
| 5.2 | Erhebung | 49 |
| 5.3 | Methode..... | 50 |
| 5.4 | Auswertung..... | 51 |
| 5.5 | Charakterisierung der Interviewpartner und InterviewpartnerInnen | 51 |
| 6 | Ergebnisdarstellung..... | 52 |
| 6.1 | Dumpster Praxis | 53 |
| 6.2 | „Freegan“ als Szene- und Medienbegriff | 64 |
| 6.3 | Der Einstieg ins Mülltonnentauchen..... | 69 |
| 6.4 | Typologie-Ansatz: Persönliche Beweggründe und sozialer Sinn | 75 |
| | Vegan – professionell: Xaver..... | 75 |
| | Ethisch – multiplikatorisch: Tom | 78 |
| | Vegan – pragmatisch: Max..... | 80 |
| | Widerständisch – pragmatisch: Maria..... | 82 |
| | Widerständisch – pragmatisch: Ina..... | 83 |
| 7 | Conclusio | 86 |
| C | Exkurs: Sozialmärkte in Österreich und Wiener Tafel..... | 90 |
| | Sozialmärkte österreichweit..... | 90 |
| | Wiener Tafel..... | 94 |
| | Literatur- und Quellenverzeichnis | 97 |
| | Abbildungsverzeichnis..... | 104 |
| | Anhang..... | 107 |
| | Abstract deutsch | 107 |
| | Abstract englisch | 109 |
| | Lebenslauf..... | 111 |

EINLEITUNG

Der globalisierungskritische Dokumentarfilm „*We feed the world*“ (Buch/Regie Erwin Wagenhofer 2005) zeigt in einer Eingangssequenz, wie in Österreich große Mengen von alt gewordenem Brot und Gebäck zur Entsorgung gelangen. Während gefilmt wird, wie die Ware tonnenweise von einem Anhänger abgekippt wird, erscheint im Bild der Textkommentar: „In Wien wird täglich jene Menge an Brot als Retourware vernichtet, mit der die zweitgrößte Stadt Österreichs, Graz, versorgt werden kann.“ (ebd.)

Die im Film dokumentierte Überproduktion erhält in der Praktik des „Dumpster Diving“ eine direkte Antwort: Das Durchsuchen des Abfalls, allem voran des Abfall der Supermärkte, um sich vom gefundenen Essbaren zu ernähren, wird als eine Möglichkeit genutzt, um individuell aus dem Kreislauf von Massenproduktion und -konsumption auszusteigen. In der Weltanschauung des „Freeganismus“ fügt es sich als zugehörige Praxis in ein größeres Ganzes ein, nämlich in „die Absicht, den negativen Einfluss des Einzelnen auf die Umwelt, die Tierwelt und das menschliche Leben durch eine weitgehende Verweigerung der Teilnahme an einer kapitalistischen Volkswirtschaft zu verringern.“ (www.freegan.at)

Diese Arbeit versucht zu explorieren, wie das Vorhaben des „Living beyond Capitalism“ im gesellschaftlichen Zusammenhang verstanden werden kann und welche praktischen Ausgestaltungen sich in Österreich im Raum Wien erkennen lassen. Sie widmet sich dabei sowohl der theoretischen Aufbereitung als auch der empirischen Untersuchung des Themas:

Im *theoretischen Teil* werden eingangs die begrifflichen Grundlagen aus der konsumsoziologischen Theorie geklärt und es wird behandelt, welche Stellung dem Bereich „Konsum“ innerhalb der Soziologie zukommt. Kapitel zwei ist der Konsumgesellschaft und ihren Strukturen, Merkmalen und Grenzen gewidmet, vor deren Hintergrund konsumkritischen Praktiken verständlich werden. Um den Bezug zur Faktenlage im Bereich Lebensmittelabfall herzustellen, fasst das Folgekapitel Zahlen aus einer Studie des Instituts für Abfallwirtschaft der Universität für Bodenkultur zusammen. Dabei wird das Konzept des „Sozialen Wertstofftransfers“ erläutert, das sich mit der Umverteilung

von noch genießbarer, zur Entsorgung bestimmter Ware befasst. Im darauffolgenden Kapitel werden die konsumkritischen Praktiken eingeführt, die den Gegenstand des späteren empirischen Teils bilden. Es erfolgt eine Beschreibung der Begriffe, die diese Praktiken benennen. Danach wird der Ratgeber eines us-amerikanischen Autors zum Mülltonnentauchen inhaltlich vorgestellt und ein Blick auf Manifestationen und Aktivitäten der „Freegan“-Bewegung in New York geworfen.

Der *empirische Teil* stellt die Ergebnisse der Befragung von fünf Wiener MülltonnentaucherInnen dar. Gemäß dem explorativen Forschungsinteresse am wissenschaftlich bis dato wenig beschriebenen Phänomen des „Dumpster Diving“ sollen folgende Fragen Beantwortung finden, die in einer abschließenden Conclusio mit dem theoretischen Teil zusammengeführt werden:

Wie gestaltet sich das Phänomen des Mülltonnentauchens als konsumkritische Handlungspraxis? Welches Identifikationspotential birgt das „Freeganismus“-Konzept für die Befragten und für die Dumpster-Szene? Welchen persönlichen und sozialen Sinn sehen die Befragten in der Praxis des Mülltonnentauchens? Wie entstehen diese Sinnzuschreibungen und welche vergemeinschaftenden Momente können im konsumkritischen Handeln festgemacht werden? Welche Effekte soll die angewandte Konsumkritik aus Sicht der Befragten innerhalb der Konsumgesellschaft erreichen?

Schließlich soll ein Abschlussexkurs über Sozialmärkte in Österreich und den Verein Wiener Tafel Beispiele für eine institutionalisierte Reaktion auf das Problem des Lebensmittelabfalls geben.

A THEORETISCHER TEIL

1 KONSUM IN DER SOZIOLOGIE

Konsum ist innerhalb verschiedener sozial-, wirtschafts-, und kulturwissenschaftlicher Disziplinen ein Gegenstand der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, wobei der Schwerpunkt auf je unterschiedlichen historischen, ökonomischen, psychologischen etc. Aspekten liegt. Im Zentrum der *soziologischen* Beschäftigung mit Konsum steht das Rekonstruieren und Reflektieren des sozialen Sinns von Konsumakten, das auf dem Verständnis von Konsum als sozialer Praxis basiert. Mit Norbert F. Schneider, dessen Konsumdefinition noch näher beleuchtet werden wird, kann einleitend gesagt werden:

„Soziologisch gesehen ist Konsum soziales Handeln mit umfassenden gesellschaftlichen und individuellen Funktionen.“ (2000, 11f)

Grundsätzlich besteht die Sozialität des Konsums in zweifacher Hinsicht: Er unterliegt einerseits der sozialen Formung und ist andererseits Ausdruck einer sozialen Ausrichtung. Das Konsumverhalten eines Menschen wird im Laufe seiner primären und sekundären Sozialisation durch kulturelle und strukturelle Einflüsse modelliert. Es ist an Bezugspersonen und -gruppen orientiert und wird diesen, vereinfacht gesprochen, entweder angeglichen, um Zugehörigkeit zu demonstrieren, oder subvertiert, um Abgrenzung zu erzeugen. Konsum spiegelt demnach in seiner „sozialen Konstruktion und Prägung“ einerseits und in der „sozialen Hinwendung und Orientierung“ (Wiswede 2000, 25) andererseits den Doppelcharakter des Sozialen wider.

1.1 KONSUMSOZIOLOGIE ALS EIGENSTÄNDIGE DISZIPLIN

Dass Konsum als soziale und kulturelle Praxis eigenständige Beachtung erfährt, ist innerhalb der deutschsprachigen Soziologie eine Entwicklung der jüngeren Wissenschaftsgeschichte. Frankreich, Großbritannien und die USA blicken auf eine längere Tradition von AutorInnen zurück, die sich zum Konsum geäußert haben, was mit der Schlüsselrolle dieser Länder in der Industriellen Revolution in Zusammenhang gebracht wird. Konsum stand als Gegenstand lange Zeit im Schatten der Beschäftigung mit dem Bereich der Produktion, im Sinne der Erforschung der Arbeitsorganisation und des Produktionsprozesses als maßgeblichem Element gesellschaftlicher Strukturierung. (vgl. Bögenhold 2000, 97f; Wiswede 2000, 26f) Es bestand weitgehend die Annahme, dass sich Fragen des Verbrauchs aus den Erkenntnissen über die Produktionsprozesse beantworten ließen. So wurde Konsum unter den Phänomenen „Produktion“ und „Arbeit“ mitabgehandelt.

Aus heutiger konsumsoziologischer Sicht lässt sich begründen, warum derartige Sichtweisen zu kurz greifen und eine eigenständige Beschäftigung mit Konsumaspekten notwendig ist. Konsummuster lassen sich nicht (mehr) linear ableiten aus der beruflichen Stellung von Menschen und die Höhe des Einkommens lässt keine einfachen Schlüsse auf das Konsumverhalten zu. Im Gegenteil kann festgestellt werden, dass eine „relative Autonomie von Einnahmen gegenüber Ausgaben in der Haushaltsgestaltung“ (Bögenhold 2000, 96) besteht, welche zusätzlich durch heutige Möglichkeiten der Geldverwendung in Form von Ansparen, Ausgeben oder Verschulden begünstigt wird. Homogene schichtspezifische Konsumstile lösen sich auf, wodurch sich, wenn auch innerhalb bestimmter Grenzen bleibend, das Konvergieren der Konsummuster zwischen verschiedenen Sozialschichten, sowie ländlichen und urbanen Räumen, unterschiedlichen Altersgruppen und Frauen und Männern beobachten lässt (vgl. Wiswede 2000, 38; 56).

Ein Grund für die wenig scharfen Konturen des konsumsoziologischen Feldes kann darin gesehen werden, dass es breite thematische Überschneidungen mit anderen soziologischen Teildisziplinen aufweist, wie etwa der Soziologie des Marktes, der Arbeitswelt, der Familie und des Haushalts, der Freizeit, der Massenmedien und der

Mode. Rosenkranz und Schneider sprechen weiters von einem mangelnden Interesse und Relevanzbewusstsein der SoziologInnen im Bereich Konsum (2000, Vorwort). Günter Wiswede nennt die Konsumsoziologie eine „vergessenen Disziplin“ und bemerkt zur soziologischen Konsumforschung, sie sei „außerordentlich zersplittert, merkwürdig unterentwickelt und überdies in starkem Maße sozialkritisch geprägt.“ (2000, 26)¹ Indes finden sich bereits in den Werken der soziologischen Klassiker Ansätze der Konsumtheorie, insbesondere innerhalb der Kulturosoziologie: Adam Smith, Karl Marx, Georg Simmel, Max Weber, Werner Sombart und Thorstein Veblen liefern wertvolle Anknüpfungspunkte in ihrer Auseinandersetzung mit Fragen der Produktion und Konsumtion, des modernen Stadtlebens und der Bedeutung der Religion für die Entwicklung des Kapitalismus (vgl. Bögenhold 2000, 98f).

Für die festere akademische Verankerung seiner Disziplin plädiert der Konsumsoziologe Dieter Bögenhold: Ansätze der Lebensstilforschung sollen unter einem breiten interdisziplinären Einbezug der Nachbarfächer² zum Programm einer zeitgenössischen Konsumsoziologie im Sinne einer „Einkommens- und Zeitverwendungsforschung“ weiterentwickelt werden, die einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Zeitdiagnose

¹ Er fasst die Entwicklung der Konsumforschung seit den 1950er Jahren in vier grobe Schritte (vgl. ebd., 26ff): In den 1950er Jahren entstehen Analysen der Wohlstandsgesellschaft von Autoren wie Galbraith, Riesman oder Zahn, die für spätere konsumsoziologische und -kritische Arbeiten inspirierend waren. Ab den 1960er Jahren ist in Lehrbuchbeiträgen zum Consumer Research eine stärkere soziologische Orientierung auszumachen, wobei der Hauptfokus auf Marketing Themenstellungen aufrecht bleibt. Anfang der 1970er Jahre entstehen in Deutschland einige Arbeiten mit eindeutig konsumsoziologischer Ausrichtung, ohne jedoch in der Begründung einer zukünftig eigenständigen Fachrichtung zu münden. Als beteiligte Autoren dieser „kurzfristigen Blüte der Konsumsoziologie“ (Wiswede 2000, 23) erwähnt Wiswede Hörning, Hillmann, Scheuch, Scherhorn, sowie seine eigene Person. Die 1980er und 90er Jahre bringen ein neues Interesse an konsumsoziologischen Themen im Rahmen der Lebensstilforschung, die ihr Lebensstilkonzept oft zu weiten Teilen über Konsumstile definiert. Featherstone, Chaney, Lüdtkke, Schulze, Müller und Hartmann sind hier als Autoren zu nennen. Zur gleichen Zeit findet der Begriff der „Konsumkultur“ neue Beachtung.

² Er nennt Geschichte, Philosophie, Anthropologie, Psychologie, Religions- und Rechtswissenschaft, Literaturwissenschaft, Geographie, Betriebswirtschaftslehre, Ökonomie und Marketinglehre.

leisten kann (vgl. ebd., 96ff)³. Eine ähnliche Argumentation findet sich bei Featherstone (2007, 18).

1.2 SOZIOLOGISCHER KONSUMBEGRIFF

1.2.1 Manipulationsthese

Innerhalb der soziologischen Theorie ist wenig unbefangene Beschäftigung mit dem Thema Konsum passiert: Wie im folgenden Unterkapitel erläutert wird, sind die Arbeiten zu Konsumstrukturen und Konsumgeschehen großteils kulturpessimistisch ausgefallen. (vgl. Schneider 2000, 15f; Wiswede 2000, 61f) Die These vom manipulativen Charakter des Konsums, die als Kritik an der Massengesellschaft des 20. Jahrhunderts von politisch links stehenden und konservativen Publizisten und Wissenschaftern gleichermaßen vorgebracht wurde, hat heute auf akademischer Ebene an Einfluss eingebüßt. Aus gegenwärtiger Sicht wird Konsumieren „nicht mehr nur als passives Erleiden, sondern als kommunikativer Akt, als ein Moment des sozialen und politischen Austausches“ (Wywra 1997, 747) verstanden. Der Blick auf die soziokulturellen Funktionen des Konsums wurde allerdings durch die lange Zeit dominierende Negativkonnotation auf bestimmte Weise normiert (vgl. ebd., 760f).

Die Verbindung von Konsum mit Zwängen, Manipulation und Entfremdung findet sich hauptsächlich in der Kritischen Theorie der Frankfurter Schule (mit den Autoren Adorno, Horkheimer und Marcuse), im französischen Strukturalismus (Baudrillard) und im westlichen Neomarxismus (Gorz, Alberoni). Die Manipulationsthese als ihr gemeinsames konsumkritisches Moment geht davon aus, dass der Mensch im Zeitalter des Massenkonsums zum Opfer einer Güterindustrie wird, die ihn von seinen natürlichen Bedürfnissen entfremdet und falsche Bedürfnisse nach Waren in ihm weckt. Der so

³ Über den Auftrag der Konsumsoziologie schreibt er: „In dieser Perspektive geht es um die Erforschung der vielschichtigen Zusammenhänge von Einkommen und deren konkreten Verwendungen. Die Muster der Einkommensverwendung sind Ausdruck der Lebenspraxis von Individuen und ihrer jeweiligen Gesellschaft in deren historischer und geopolitischer Gegebenheit. Gleichzeitig fungiert diese Art gesellschaftlicher Lebenspraxis auch [...] als zeitdiagnostisches Chiffre.“ (2000, 96)

manipulierte Mensch verliert den kritischen Blick auf gesellschaftliche Machtverhältnisse und wird schließlich von der Warenindustrie unterdrückt.

In jüngeren konsumsoziologischen Arbeiten von Schulze oder Giddens wird die deterministische Haltung gegenüber Konsum modifiziert und dem Zwangscharakter eine neue Bedeutung verliehen: Er liegt nunmehr in der Notwendigkeit der Konsumententscheidung. Das Individuum ist gezwungen, aus dem unüberschaubaren Waren- und Erlebnisangebot auszuwählen und dadurch ein Stück weit sein Selbst zu konstruieren. Michael Featherstone und Pierre Bourdieu lösen sich von deterministischen Vorstellungen zugunsten eines differenzierteren Bildes von Konsum und KonsumentIn. Featherstone betont, dass durch das Entstehen einer diskursiven „Konsumkultur“ Güter vermehrt mit symbolischen Bedeutungen aufgeladen werden, die in der Gestaltung sozialer Beziehungen eine Rolle spielen. Ergo ist es nicht mehr nur der Produktionssektor, der den Konsum strukturiert, sondern mit ihm ein spezifischer Konsum*diskurs*. Bei Bourdieu erfährt im Konzept des „Habitus“ die Wirkung sozialer Strukturen nach wie vor eine hohe Bewertung, indem die Stellung eines Menschen im System sozialer, kultureller und materieller Ungleichheit Dispositionen formt, die unter anderem in seinem Konsumverhalten zum Ausdruck kommen. Die sogenannten „feinen Unterschiede“ sind Symbolträger der sozialen Distinktion durch Konsum. (vgl. Schneider 2000, 16)

1.2.2 Heutiges soziologisches Konsumverständnis

Konsum ist ambig

Ein zeitgemäßes Verständnis von Konsum muss seiner Sozialität gerecht werden: Es integriert die Manipulationsthese durch kritische Reflexion und trägt den Ambivalenzen des Phänomens Rechnung. Dazu lässt sich mit Schneider feststellen:

„Konsum ist ambig: ein manipulativer und ein aktiver, kreativer Prozess. Denn Konsum bedeutet [auch] Selektion, Aneignung und Gestaltung. Es geht darum, aus der Vielzahl des Angebots ‚das Richtige‘ auszuwählen und einen individuellen, distinkten Stil zu entwickeln. Indem Dinge zur Konstruktion von Lebensstilen verwendet werden, nutzt und schafft man deren Symbolgehalt.“ (ebd., 15)

Einen ähnlichen Zugang empfiehlt der Autor zur Beleuchtung der Figur der Konsumentin/des Konsumenten. Tradierte polemische oder stark polarisierende Sichtweisen sind nicht länger zeitgemäß:

„Manche rühmen heute den neuen Konsumenten als reife und machtvolle Persönlichkeit, innovativ, souverän und selbstbewusst. Andere sehen in ihm eine leicht steuerbare Figur, abhängig, gewissenlos und unersättlich. [...] [Hier soll] festgestellt werden, dass einseitige Betrachtungen, ob sie nun den Konsumenten schlechtmachen oder glorifizieren, der Realität nicht gerecht werden. Wir sind alle Konsumenten und damit als Massenkundschaft Objekte gezielter Beeinflussungsversuche, dennoch entscheiden die meisten als individueller Kunde kritisch und selbstbestimmt.“ (ebd. 14)

Konsum als soziales Handeln und mehrphasiger Prozess

Die soziologische Perspektive auf Konsum will die rein ökonomische Fragestellung zu Angebot und Nachfrage transzendieren: Sie betrachtet den Akt der Marktentnahme nicht isoliert, sondern bezieht verschiedene Faktoren, die einen (Nicht-)Kauf beeinflussen, in die Analyse des Konsumhandelns mit ein. Dabei erscheint Konsum als mehrphasiger, sozial geformter Überlegungs- und Entscheidungsprozess, wie etwa in der folgenden Definition deutlich wird. Unter Konsum bzw. Konsumverhalten werden

„sämtliche Aktivitäten von Einzelpersonen oder privaten Haushalten verstanden, die auf die Entnahme von Gütern und Dienstleistungen aus dem Markt gerichtet sind. [...] Einbezogen in den Begriff des Konsums sind alle Empfindungen, Diskurse und Verhaltensweisen, die mit den jeweiligen Gütern und Dienstleistungen in Zusammenhang stehen.“ (Schneider 2000, 11f)

Wiswede (2000, 24) legt für die verschiedenen Phasen des Konsumprozess einen schematischen Ablauf fest: Dieser beginnt mit der Bedürfnisentstehung, Bedürfnisreflexion und Bedarfsfeststellung und verläuft weiter über

- die Kriterienwahl und -gewichtung für die Beschaffungs- und Nutzungsentscheidung,
- die Informationssuche und -auswertung mit anschließender Wahlentscheidung,
- die Durchführung des Kaufs (Beschaffung),
- den eigentlichen Konsum (Gebrauch, Verbrauch, Nutzung oder Demonstration),
- die Entsorgung bzw. den Tausch, das Verschenken, Verkaufen usw.,
- die Weichenstellung für künftigen Bedarf.

Die Betrachtung von Konsum als sinnhaftes soziales Handeln stellt ergänzend zum prozesshaften Konsumverständnis eine weitere wichtige theoretische Prämisse dieser Arbeit dar. Im Hinblick auf die sozialen Funktionen des Konsums definiert Schneider:

„Soziologisch gesehen ist Konsum soziales Handeln mit umfassenden gesellschaftlichen und individuellen Funktionen. Konsum sichert Beschäftigung und Wachstum und ist damit einer der tragenden Pfeiler der Industriegesellschaft. [...] Daneben hat Konsum eine wesentliche Rolle in Prozessen sozialer Distinktion und damit auch eine wichtige Bedeutung für die Manifestation vertikaler und v.a. horizontaler Disparitäten. Für das Individuum selbst hat Konsum zunehmend die Funktion der Identitätsgewinnung und Identitätssicherung. Konsum hat sich zu einem bedeutsamen Teil der individuellen Lebensgestaltung und des sozialen und kulturellen Lebens entwickelt. In einer Gesellschaft, in der Massenkonsum zu einem zentralen und unverzichtbaren Bestandteil geworden ist, verleihen Erwerb, Besitz und Nutzung von Gütern und Dienstleistungen vielen Menschen Status und Sinn.“ (2000, 12)

Zusammenfassend ergeben sich aus der soziologischen Konsumdefinition mehrere Anknüpfungspunkte für die weiterführende Betrachtung konsumkritischer Praktiken, die in der späteren Erforschung der „angewandten Konsumkritik“ des Mülltonnentauchens zum Tragen kommen: Die Konsumkritikerin/der Konsumkritiker wird im Folgenden betrachtet als KonsumentIn, die/der dem sozialen, manipulativen und kreativen Charakter des Konsums ausgesetzt ist. Ihre/seine Identitäts- und Sinnstiftung durch Konsumhandeln nimmt eine eigene Form an: Sie liegt in weitgehend antikonsumistischen Einstellungen und äußert sich in konsumverweigernden Praktiken. Konsumverweigerung und Nicht-Konsum sind dabei das Resultat von Entscheidungsprozessen und verlaufen in mehreren Bewusstseins- und Handlungsphasen. Die Ablehnung von Konsum ist sozial geformt und sozial ausgerichtet und dient als genuines Mittel sozialer Distinktion.

2 KONSUMGESELLSCHAFT

Im kommenden Kapitel soll gefragt werden, was eine Gesellschaft auszeichnet, die das Phänomen des Mülltonnentauchens hervorbringt. Dazu erfolgen Reflexionen auf die Entstehung und Bedeutung des Begriffs der „Konsumgesellschaft“, sowie auf die Ausprägungen und Grenzen konsumgesellschaftlicher Entwicklungen und deren

Konsequenzen. Schließlich wird die Verbindung zwischen Konsumgesellschaft und Erlebnisgesellschaft hergestellt und diskutiert, dass der Faktor „Erlebnisorientierung“ im Lebensmittelkonsum zu einem strukturellen Merkmale geworden ist.

2.1 BEGRIFF

SoziologInnen schlagen für die heutige wissenschaftliche Beschäftigung mit der Konsumgesellschaft einen anti-reduktionistischen Zugang vor, der Konsum zwar als zentralen, aber nicht alleinig ausschlaggebenden Faktor der Gesellschaftsanalyse behandelt:

„Eine Gesellschaft als Konsumgesellschaft zu bezeichnen bedeutet nicht, dass der Konsumsektor das einzige herausragende Kennzeichen dieser Gesellschaft ist. Es meint vielmehr, dass der Konsum in dieser Gesellschaft eine größere Bedeutung hat als in anderen und das in einer Form, die es sinnvoll erscheinen lässt, die Analyse der Gesellschaft vornehmlich auf den Konsumsektor zu konzentrieren.“ (Schneider 2000, 11)

Historisch betrachtet taucht die „Konsumgesellschaft“ ab Mitte des 20. Jahrhunderts als neuer Begriff auf und ist als Reaktion auf die stetig wachsende Orientierung des amerikanischen Mittelstandes am Konsum zu verstehen. Inspiriert durch die frühe Etablierung des Massenkonsums in den USA findet in den amerikanischen Wissenschaften bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine angeregte Diskussion um den Begriff „Consumption“ statt. Werke wie „*A Theory of Consumption*“⁴ von Hazel Kyrk sind inhaltlich den fordistischen Maximen der Produktionssteigerung und Produktionskostensenkung verschrieben. Nach 1950 erschienene Klassiker tragen die Konsumgesellschaft im Titel: Unter dem Originaltitel „*The Mass Consumption Society*“⁵ erscheint eine vom Ökonomen und Psychologen George Katona durchgeführte Studie über den Massenkonsum; auch der Wirtschaftstheoretiker John Kenneth Galbraith übt frühe Kritik an den Auswüchsen der Konsumgesellschaft in seiner Studie „*The Affluent*

⁴ Erschienen 1923 in Boston

⁵ Erschienen 1964 in New York

*Society*⁶. (vgl. Wywra 1997, 754ff) Das Konzept der Shopping Mall, Mitte der 1950er Jahre erstmals baulich umgesetzt, tritt ausgehend von den USA seinen weltweiten Siegeszug als konsumgesellschaftliches Sinnbild an.⁷

Der Begriff der „Konsumgesellschaft“ ist zu einem beliebten Attribut westlicher Gesellschaften geworden und steht im alltäglichen Sprachgebrauch oft in Zusammenhang mit der moralischen Verwerfung des Konsumismus und der Überflussgesellschaft. Diese Bedeutung soll im Folgenden zunächst neutralisiert werden, wenn es darum geht, die „Konsumgesellschaft“ mit Blick auf ihre strukturellen Merkmale als *soziologische Kategorie* zu beschreiben.

2.2 MERKMALE MODERNER KONSUMGESELLSCHAFTEN

2.2.1 Konsumgesellschaftliche Charakteristika nach John Brewer

John Brewer nennt sechs Charakteristika, die eine Konsumgesellschaft ausmachen. (vgl. Brewer 1997, 52ff) Sie umfassen jene strukturellen Merkmale, die scheinbar selbstverständlich den Konsumalltag westlicher Gesellschaften konstituieren: Das Vorhandensein eines reichhaltigen Warensortiments und komplexer Kommunikationssysteme, die Ausdifferenzierung von Objekt-Bereichen des Stils, des Geschmacks und der Mode, die Betonung von Freizeit und Konsum gegenüber Arbeit und Produktion, die Entstehung der Kategorie „KonsumentIn“, sowie die Verankerung

⁶ Erschienen 1958 in Boston

⁷ 1954 eröffnet am Stadtrand von Detroit nach längeren Diskussionen, ob ein geschlossenes, überdachtes Einkaufszentrum überhaupt profitabel ist, das „Northland Center“, die erste Shopping Mall der Geschichte nach den Plänen des aus Österreich emigrierten Architekten Victor Gruen. „Bereinigt von Störfaktoren wie Autos, Straßenhändlern und Tieren und unterstützt von neuen Technologien der Überwachung und Kontrolle bot die Shopping Mall [...] eine idealtypische Verkörperung jener Werte, die das Leben in der Vorstadt definierten – Ordnung, Sauberkeit und Sicherheit.“ (Baldauf 2008, 33) In Referenz dazu wird heute in der Architektur unter dem „Gruen Effekt“ die opulente Gestaltung von Verkaufsräumen verstanden, die der Zerstreuung der KundInnen dienen soll und dem zielstrebigem Einkauf entgegenwirkt. (vgl. ebd. 35)

einer tiefen Ambivalenz und Feindschaft gegenüber Konsum. Brewers Charakterisierung ist im Hinblick auf das Thema dieser Arbeit sehr gehaltvoll – nicht zuletzt, weil er eine „institutionalisierte Konsumkritik“ (Brewer nach Schneider 2000, 13) als maßgebend und funktional für eine Konsumgesellschaft ansieht.

Reichhaltiges Warensortiment

Charakteristisch für das Warensortiment einer Konsumgesellschaft ist die feine Ausdifferenzierung der Produktpalette, mit besonderem Schwerpunkt auf jene Güter, die weder der Sphäre des Luxus, noch jener der elementaren Bedürfnisbefriedigung angehören. Sie zielen auf menschliche Wünsche und Bedürfnisse ab, die über das augenscheinlich Lebensnotwendige hinausgehen; sie zu konsumieren oder auch nicht unterliegt einer freien Willensentscheidung. Ihr Konsum kann anstatt einer biologischen Notwendigkeit mit einer sozialen Notwendigkeit verbunden sein – Adam Smith gab diesen Gütern den Namen „decencies“, also „Annehmlichkeiten“. Welche Annehmlichkeiten zum Konsumkodex einer Gesellschaft gehören, variiert mit ihren sozioökonomischen Gegebenheiten.

Komplexe Kommunikationssysteme

Eine Konsumgesellschaft verfügt über hochentwickelte elektronische und digitale Kommunikationstechnologien, die nicht mehr nur die Waren selbst, sondern darüber hinaus auch Bilder von den Waren wahrnehmbar und erlebbar machen. Sie ermöglichen es, Waren mit zusätzlicher Bedeutung aufzuladen und öffnen Raum für diverse Zuschreibungen und Assoziationen. Die Sinnstiftung erfolgt dabei sowohl durch die Kommunikatoren der Konsumgüterindustrie, als auch durch die Konsumenten selbst. Diese werden, gleich einem Kreislauf, von der Marktforschung und Werbewirtschaft in Zielgruppen und Marktsegmente eingeteilt. Eine erneute Differenzierung der Produktpaletten wird so in Gang gesetzt, die mit einer generellen Bedeutungszunahme von Konsumgütern verbunden ist.

Bildung von Objekt-Bereichen als Zentren des Geschmacks, der Mode und des Stils

Güter und Gegenstände werden zu Bedeutungseinheiten zusammengefasst und bestimmten Bereichen oder Orten zugeschrieben – beispielsweise dem „Körper“ oder den privaten Bereichen „Haus“, „Wohnung“ etc. Diese Objekt-Bereiche werden in der Folge zu Schauplätzen des Stils, der Mode und des Geschmacks. Der Sinnttransfer, der in

und zwischen ihnen stattfindet, macht Konsum jenseits eines ökonomistischen Verständnisses interessant.

Betonung der Freizeit gegenüber der Arbeit – Betonung des Konsums gegenüber der Produktion

Die Freizeit als Sphäre der freien Wahl und der Kreativität wird als Gegenpart zu einer hochstrukturierten Arbeitswelt, wie sie für moderne Gesellschaften charakteristisch ist, hochgehalten. Der „freie Raum“ der Freizeit soll ein Ort der Subjektivität und des selbstbestimmten Handelns sein, worin auch das Konsumhandeln einen wichtigen Bestandteil ausmacht. Angesichts bestimmter sozialer und werbeweltlicher Einflussmechanismen erweist sich die Freiheit zu Handeln und zu Konsumieren allerdings als Konstrukt.

Entstehung der Kategorie „KonsumentIn“

Kernfigur einer Konsumgesellschaft ist die/der „KonsumentIn“ – einerseits als zu befororschendes und zu umwerbendes, andererseits als informations- und schutzbedürftiges Objekt. Konsumgesellschaftliche ZeitgenossInnen sind sich ihrer Rolle als Konsumentinnen und Konsumenten bewusst und gestalten durch ihr Verhalten in dieser Rolle ihren persönlichen Konsumstil aus. Forschungsrelevant ist ein KonsumentInnenbild, das über die Vorstellung des „bloßen“ wirtschaftlichen Akteurs hinausgeht.

Feindschaft und Ambivalenz gegenüber Konsum

Verschiedene religiöse, politische und philosophische Strömungen innerhalb des Christentums, Humanismus und Sozialismus liefern die gedankliche Basis für die Konsumkritik, die inhärenter Bestandteil einer Konsumgesellschaft ist. Dass privater Konsum die Plichterfüllung gegenüber dem Gemeinwesen gefährde und zur Passivierung der Individuen führe, sind dabei die zentralen Anklagepunkte. (vgl. Brewer 1997, 52ff)

2.2.2 Konsumkultur und Konsumglück

Die von Brewer beschriebenen konsumgesellschaftlichen Charakteristika fördern eine spezifische Konsumgesinnung, die als ein weiteres Kennzeichen moderner Konsum-

gesellschaften gelten kann: Sie findet ihren Ausdruck in einer „Konsumkultur“, deren Merkmale Wiswede in seiner analytischen Unterscheidung zwischen „Traditionskultur“, „Arbeitskultur“ und „Konsumkultur“ herausarbeitet. Er vergleicht mehrere gesellschaftliche Stadien hinsichtlich ihrer Haltung gegenüber Konsum (vgl. 2000, 53ff; 1998, 407):

In einer *Traditionskultur* strukturieren religiöse Gebote die Lebensführung und das Konsumverhalten orientiert sich, wie der Begriff vorwegnimmt, an Traditionen und am einfachen, existenzsichernden Bedarf. Güter unterliegen einer klaren Rangordnung, die sich aus der Reihung nach den Attributen „notwendig“, „entbehrlich“ und „überflüssig“ ergibt. Zwischen Ständen und Klassen herrscht eine Abgrenzung durch je eigene, verbindliche Konsumnormen, wobei dieses Wertesystem mit einer zunehmenden gesellschaftlichen Differenzierung in Bewegung gerät. Die zur *Arbeitskultur* gehörige Konsumgesinnung ist maßgeblich für die Entstehung der modernen Wirtschaftswelt und die Entfaltung des Kapitalismus, wie sie von Max Weber beschrieben wurde. Das Ethos des Protestantismus, das Arbeit als sinngebenden Mittelpunkt des Lebens versteht, hält sich im Bereich des Konsums an asketischen Maximen. Das Ideal der Konsumrestriktion zugunsten von Kapitalbildung und Investition zieht sich durch alle Schichten der Gesellschaft. Die *Konsumkultur* geht aus der *Arbeitskultur* hervor, da „der durch die ständige Einschnürung des Konsums und die damit ermöglichte Kapitalbildung geschaffene Produktionsapparat eines Tages so viele Güter ausstößt, die letztlich nur durch Konsumsteigerungen abgebaut werden können“ (ebd., 55). Die Konsumgesinnung in der *Konsumkultur* ist nicht mehr länger am Prinzip der Sättigung orientiert, sondern am Prinzip der Erregung. Asketische Haltungen gelten als veraltet und als Hemmschuh der spätkapitalistischen Wirtschaft, die von der Vorstellung nicht stillbarer Bedürfnisse stimuliert wird.

Die sich wandelnde soziokulturelle Bedeutung des Konsums ist die Grundvoraussetzung für das Entstehen des modernen Massenmarktes. Die Konsummoral hat sich von einer Verzichtshaltung zu einer bejahenden und lustbetonten Einstellung hin entwickelt. Damit ist Konsum insofern „voraussetzungslos“ geworden, als dass es nicht länger einer vergangenen Leistung bedarf, um in der Gegenwart zu verbrauchen. Der Konsumakt muss nicht mehr der Endpunkt einer vorherigen Anstrengung sein – es ist allgemein akzeptiert, zuerst zu konsumieren und später erst zu arbeiten. (vgl. Schneider 2000, 20) Zudem hat in Puncto Konsumgesinnung „keine historische Periode [...]

den Konsum und das Glück derart intensiv miteinander verknüpft wie die Moderne.“ (Pfabigan 2004, 34f) Die Teilhabe am (Konsum)Glück mit den damit verbundenen Ideen von Freiheit und Selbstbestimmung wurde in der modernen Konsumgesellschaft demokratisiert und für breitere Gesellschaftsschichten möglich gemacht.

Der postmoderne Soziologe und Philosoph Zygmunt Bauman vertritt in seinem Essay *„Die Wirtschaftskultur der flüssigen Moderne“* (Bauman 2001) die Ansicht, dass dieses Ethos des Glücksstrebens eine Kultur des Überflusses und der Verschwendung hervorbringt.⁸ Die „feste Moderne“ entsteht mit der Etablierung des Kapitalismus und der damit einhergehenden Neuordnung der Gesellschaft nach rational wirtschaftlichen Kriterien. Arbeit und Kapital gehorchen in diesem Stadium einer stabilen Ordnung. Es existieren verbindliche Normen, an denen die menschlichen Bedürfnisse orientiert sind. Die Sättigung der Bedürfnisse unterliegt dem Prinzip des „Überlebens“ und erfüllt sich in der Einhaltung der Norm. In der „flüssigen Moderne“ wird die gesellschaftliche Ordnung fließend und das Überlebensprinzip wird vom Glücksprinzip abgelöst. Baumann stellt fest, dass

„die drei Jahrhunderte lange Geschichte der bürgerlichen Zivilisation, ‚moderne Gesellschaft‘ genannt, [...] als Geschichte der fortschreitenden Emanzipation des Glücks von den – sowohl imaginären als auch normativen – Zwängen des Überlebens angesehen werden [können].“ (ebd. 109)

Nach dem Glücksprinzip zu leben setzt die Menschen in der flüssigen Moderne einem zentralen Widerspruch aus:

„Das Paradox von Glück als Lebensstrategie ist, dass die Idee der absoluten Zufriedenheit ständige Entfremdung mit jeglichem ‚ist gewesen‘ und dauernde Rebellion gegen jeden Zustand hervorruft. Beim Überleben geht es darum, sich an die Norm zu halten. Glück dagegen ist eine inhärent anti-normative Macht. Überleben träumt von der endgültigen Ruhe im Stillstand. Aber gerade dieser Augenblick des Ruhens ist die Qual des Glücks.“ (ebd.)

⁸ Die erweiterte Form dieses Aufsatzes hat der Autor unter dem abgewandelten Begriff der „flüchtigen Moderne“ in einem Buch veröffentlicht: Zygmunt Bauman (2003): *Flüchtige Moderne*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

Die anti-normative Macht des Glücks entfaltet sich mit der Verflüssigung der Moderne schließlich so weit, dass sie den Tod der Norm erwirkt, beziehungsweise die Ersetzung der Norm durch den Exzess. Diese Entwicklung, die im Kern des Kapitalismus angelegt ist, resultiert in einer Kultur der Verschwendung. Sie greift dabei nach Bauman derart um sich, dass

„der Vorrat an Exzess schnell zur Hauptangelegenheit des spätmodernen sozialen Lebens [wird], und mit dem Überschuss an Exzess zurechtzukommen dasjenige [ist], was in der spätmodernen Gesellschaft als individuelle Freiheit angesehen wird – die einzige Freiheit, von der die Männer und Frauen unserer Zeit wissen und die sie wirklich kennen.“ (ebd., 112)

Obwohl diese Überlegungen einen ausgeprägten Fatalismus transportieren ohne Lösungsansätze aufzuzeigen, öffnen sie dennoch eine spannende philosophische Perspektive auf Verschwendung und Überfluss: Ist der Verbrauch im „Hier und Jetzt“ ein zentrales Merkmal der flüssigen Moderne, so wird Dinge wegzuwerfen zur Versicherung dessen, dass mehr als genug Ressourcen vorhanden sind, um den Exzess aufrechtzuerhalten:

„Nur beim Anhäufen von Dingen im Exzess des Konsums kann man deren Nützlichkeit unversehrt erhalten. Das Wegwerfen von Dingen bestätigt rückblickend die Weisheit des Exzesses: es hilft Vertrauen aufzubauen und bestätigt immer wieder von neuem die Verbindung zwischen Selbstbehauptung und verschwenderischer Unwirtschaftlichkeit. Weggeworfene Dinge werden deshalb sofort mit einem anderen, noch größeren ‚Ersatzpotential‘ ersetzt, nämlich mit einem Überschuss oberhalb jedes vorstellbaren Potentials des Konsums. [...] Das Wegwerfen von Dingen versichert einen der Tatsache, dass man noch einen weiten Weg gehen kann und dass man genug, ja mehr als genug Ressourcen hat, um ihn auch tatsächlich zu gehen.“ (ebd., 114)

2.2.3 Die Konsumgesellschaft als Erlebnisgesellschaft

Auch Gerhard Schulze hat sich mit dem Strukturwandel im Konsumbereich befasst: In seinem 1992 erstmals erschienenen Klassiker *„Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart“* beschreibt er die gegenwärtige Dominanz des „Erlebnismarktes“. Analog zu dem von Wiswede genannten Erregungsprinzip nimmt er an, dass sich westliche Gesellschaften zunehmend an einem *Erlebnisprinzip* orientieren.

Wir leben in einer Erlebnisgesellschaft, die sich dadurch definiert, dass sie „mehr erlebnisorientiert [ist] als andere“ (2000, 15). Der Erlebnismarkt baut auf einer Wohlstandsgesellschaft auf, die es sich mehrheitlich finanziell leisten kann, von strengen Kosten-Nutzen-Entscheidungen im Konsumbereich abzukommen. Ressourcenknappheit, eine geringe Warenauswahl und eine langfristige Kalkulation und Planung von Konsum sind ihr fremd: „Grundbedürfnisse werden nicht als Not gespürt, sondern als minimale Abweichungen von einem Sättigungszustand, dessen Wiederherstellbarkeit als selbstverständlich gilt.“ (ebd., 428)

Vom außenorientierten zum innenorientierten Konsum

In der Erlebnisgesellschaft bestimmt eine neue Form der Rationalität das menschliche Handeln: Erlebn isrationalität. Sie tritt in Abgrenzung zur Zweckrationalität auf, ersetzt diese aber nicht ganz, sondern ergänzt sie. Im Bereich des Konsumhandelns manifestiert sie sich in Form des *Erlebniskonsums*, auch *innenorientierter Konsum* genannt. Im Rahmen einer „Wendung der Zweckdefinition nach innen“ (ebd., 419) löst der innenorientierte Konsum den außenorientierten Konsum ab – etwas vereinfacht dargestellt sind beim außenorientierten Konsum objektive und beim innenorientierten Konsum subjektive Eigenschaften von Produkten für Kaufentscheidungen relevant [wobei die Trennung „subjektiv – objektiv“ als analytisch und nicht als faktisch angenommen werden sollte, Anm. d. Verf.].

Bei einer Außenorientierung wird die Qualität des Produktes unabhängig vom subjektiven Konsum definiert. Ein Produkt ist etwa dann gut, wenn es nach bestimmten Produktionsstandards gefertigt wurde und der Preis im angemessenen Verhältnis zu den Produktionskosten steht. (vgl. ebd., 427) Die Bedeutung des außenorientierten Konsums nimmt am Massenmarkt mit der Ausdifferenzierung des Produktsortimentes ab, denn „je größer die Vielfalt von Angeboten gleicher außenorientierter Zweckbestimmung ist, desto mehr treten innenorientierte Motive in den Vordergrund.“ (ebd., 428) Die/der innenorientierte KonsumentIn tendiert von „guten“ hin zu „schönen“ Produkten, die in Bezug zu persönlichen Fähigkeiten, Grundeinstellungen, Gefühlen und Erlebnissen stehen. Die gewünschten Eigenschaften des Produkts wählt sie/er aus „unter Verweisung auf Reaktionen, die es bei [ihr/] ihm selbst auslöst“ (ebd., 427). Die-

ser Prozess erfolgt unbewusst und entzieht sich einem rationalen Kalkül, wie Schulze etwas drastisch ausdrückt:

„Entscheidungen sind hier nur noch möglich als spontane emotionale Akte. [...] Qualitätskriterium innenorientierten Konsums ist die psychophysische Wirkung auf den Konsumenten.“ (ebd., 431)

Der Erlebnismarkt

Die Anbieter am Erlebnismarkt werben um die Gunst des erlebnisrational handelnden Kunden mit den Strategien der Schematisierung, Profilierung, Abwandlung und Suggestion. Produkte werden in Produktgruppen eingeteilt und mit semantischen Codes, die mit Erlebniszielen der KundInnen korrespondieren, aufgeladen. Die Aufladung mit Images ist dort von größter Bedeutung, wo sie „objektiv gleiche Angebote [...] subjektiv unterscheidbar [macht]“ (Schulze 2000, 441). Damit der Markt abwechslungsreich bleibt, bietet er innerhalb bekannter Produktschemen und Images „dosierte Reize des Neuen“ (ebd.), also kleine Variationen, die eher symbolischer Natur sind, als dass sie den Gebrauchswert der Waren tatsächlich steigern würden. Suggestierte Neuheit wird dort zur echten Neuheit, wo sie der Kunden mitkonstruiert. Anbieter und Nachfrager arbeiten am Erlebnismarkt gleichsam zusammen, denn: „Je wirksamer die Suggestion, desto besser das Produkt. Der Glaube des Abnehmers an zugesicherte Eigenschaften der Ware lässt die zugesicherten Eigenschaften überhaupt erst entstehen.“ (ebd., 443)

Schulzes Modell des Erlebnismarktes offenbart sich schließlich als deterministisch, weil er von einer Marktdynamik ausgeht, die sich verselbständigt:

„Die Anbieter stellen sich in ihren Strategien auf die Handlungsmuster der Nachfrager ein [...]. Der gewaltige, immer noch anschwellende Transfer von Erlebnisangeboten gegen Geld, Zeit und Aufmerksamkeit der Konsumenten folgt einem sich selbst perpetuierenden Muster aufeinander bezogenen Handelns, gleichgültig gegenüber Kritikern oder Aussteigern, durch Unzufriedenheit nicht gefährdet, sondern sogar noch gefestigt, immun gegen Versuche kulturpolitischer Kurskorrektur.“ (ebd., 443f)

Marktkritischen Kräften keine Handlungsmacht beimessend, argumentiert der Autor der „Erlebnisgesellschaft“ im Sinne der Manipulationsthese das Modell eines alles verein-

nahmenden Marktes, der keine Alternativen zulässt. Dem Erlebnismarkt sind innerhalb seiner selbst keine Grenzen gesetzt, denn

„in [seiner] Dynamik [...] sind keine selbsterzeugenden Gleichgewichtszustände oder gar Rückentwicklungen angelegt. Ein Endpunkt kollektiver Saturiertheit ist ebensowenig zu erwarten wie etwa eine allgemeine Umorientierung zur Askese. Die [...] beschriebenen Entwicklungen sind progredient; sie galoppieren nur nach vorn, es sei denn, sie werden durch Bedingungen gestoppt, die jenseits des Erlebnismarktes entstehen und eine Rückkehr zu außenorientiertem Konsum erzwingen.“ (ebd., 448f)

Zu erwarten sei laut Schulze allerdings, dass ein Übermaß an erlebnisrationalem Handeln erhebliche ökologische Schäden verursachen und den Erlebnismarkt zum Einsturz bringen würde. Früher virulente Fragen des Überlebens würden dadurch neuerlich in den Vordergrund treten.

Die Erlebnisbedeutung von Lebensmitteln

Schulzes These gewinnt für diese Arbeit vor allem dort an Brisanz, wo er auf den Güterbereich der Lebensmittel eingeht: Er beschreibt, dass die zunehmende Erlebnisorientierung und -erwartung zusehends Produkte betrifft, die vormals rein funktional konnotiert waren:

„Möbel, Haushaltsgeräte, Nahrungsmittel, Bekleidungsartikel, Fahrzeuge, Autozubehör und anderes haben im Laufe der vergangenen Jahrzehnte an Gebrauchsbedeutung verloren [...], um Erlebnisbedeutungen dazuzugewinnen.“ (ebd., 422)

Die Beweggründe für erlebnisorientierte Konsumententscheidungen nochmals zusammenfassend, mutmaßt er über den zukünftigen Verlauf dieser Entwicklung:

„Der innenorientierte Konsument sucht eine Brille, mit der er sich schön fühlt, ein Auto, das ihn fasziniert, eine Mehlsorte, mit der er etwas erleben kann: Erlebnismehl. [...] Was uns heute noch absurd erscheint, kann morgen bereits selbstverständlich geworden sein. Jedes Produkt kann innenorientiert angeboten und nachgefragt werden; dem Mehl steht jene Umdeutung vielleicht nur noch bevor, die bei Brillen und Autos schon weit vorangeschritten ist.“ (ebd., 427)

Erlebnismehl und Erlebnisbrot

Dass Schulzes Vision vom „Erlebnismehl“ längst real geworden ist, könnte man mit einem Verweis auf die Webseite der Marke „Fini's Feinstes“ (www.finisfeinstes.at) argumentieren. Jede Mehlpackung trägt den Aufdruck „*Der feine Unterschied*“. Mehrere archivierte Werbe- und Anzeigenkampagnen stellen bildlich dar, wie Selberbacken mit „Fini's Feinstes“ zum Erlebnis wird. Die Darstellung glücklicher Familien mit Kindern, Eltern und Großeltern verspricht auf eine nostalgisch anmutende Art das Erleben von Geborgenheit. (vgl. ebd.)

Dass das „Erlebnismehl“ nur exemplarisch für ein aktuell weitverbreitetes Phänomen steht, kann an einem weiteren Beispiel illustriert werden: Brot kommt als Frischlebensmittel im Zuge der Wegwerfdebatte häufig zur Sprache und es ist erstaunlich, wie passend Schulzes Argumentation auf Brot als Grundnahrungsmittel angewendet werden kann. Ein Blick auf die Homepage der Bäckerei Ströck (www.stroeck.at) zeigt sieben Meta-Brotkategorien – „Die Traditionellen“, „Die Rustikalen“, „Die Körnigen“, „Die BIO Brote“, „Die Mediterranen“, „Die Wellnessbrote“ und „Die Sonntagsbrote“ – hinter denen sich insgesamt 44 Brotsorten, davon 13 biologisch, verbergen (vgl. ebd.). Sieht man Ströck als Erlebnisbrot-Anbieter, der für „*Das grenzenlose Brotvergnügen*“ (ebd.) garantiert, so will er durch das Ausdifferenzieren seiner Produktpalette mit Artikeln wie etwa dem „BIO-Frauenbrot“⁹ und dem „BIO-Adams Brot“¹⁰ den subjektiven Bedürfnissen seiner KundInnen entgegenkommen.

⁹ Der Werbetext dazu: „Eine an die Bedürfnisse der Frauen angepasste Rezeptur, die mit Ernährungswissenschaftlern und Medizinern erarbeitet wurde, macht dieses Brot zum maßgeschneiderten, funktionellen Lebensmittel für Frauen.“ (www.stroeck.at)

¹⁰ Analog: „Mit den speziell für Männer maßgeschneiderten Inhaltsstoffen wie Kürbiskerne, Leinsamen und Leinöl sowie Hafervollkornmehl, Lupinen und Weizenkeime punktet das BIO-Adams Brot speziell bei ihm.“ (www.stroeck.at)

2.4 GRENZEN DER KONSUMGESELLSCHAFT

Das Versprechen von individuellem Lebensglück durch Konsum verleiht dem westlichen Modell „Konsumgesellschaft“ einen attraktiven Optimismus. Es scheint weltweit auf dem Vormarsch, bleibt aber dennoch ein System mit klaren Grenzen, dessen Geltungsbereich im globalen Kontext diskutiert werden muss.

Der Sozialhistoriker und Entwicklungssoziologe Volker Wunderlich plädiert in seinem Artikel *„Zum globalen Kontext von Konsumgesellschaft und Konsumgeschichte“* (Wunderlich 1997) für eine globale Perspektive auf das Entstehen von konsumgesellschaftlichen Strukturen und deren zukünftige Entwicklung, welche nicht als linear begriffen werden können. Der Blick auf konsumgesellschaftliche Brüche und Diskontinuitäten bewahrt vor der verkürzten Erzählung der Entstehungsgeschichte der Konsumgesellschaft als kontinuierlichen Modernisierungsprozess. Wunderlich bringt deshalb seine Expertise über handels- und kolonialgeschichtliche Prozesse ein, an denen deutlich wird, dass Konsum als soziales Handeln immer in einem bestimmten historischen und räumlichen Kontext stattfindet:

„Die Konsumgesellschaft entsteht an einem spezifischen Ort der Weltgeschichte und unter historisch einmaligen Bedingungen; trotz des universalen Anspruchs und der weltweiten Wirkung ihrer Werte bleibt sie real auf den engen Kreis der entwickelten Ökonomien und ihr Umfeld begrenzt. Das heißt, dass ihre Entstehung vom transatlantisch/überseeischen Zusammenhang nicht zu trennen ist, ebensowenig wie die Geschichte der Proto-Industrialisierung und der Industriellen Revolution.“ (ebd., 795)

Wunderlich ist wichtig zu bemerken, „dass die Mehrheit der Weltbevölkerung nicht die Perspektive hat, in Zukunft in die Konsumgesellschaft einbezogen zu werden.“ (ebd., 799) Wenngleich weltweit die Versprechungen der Konsumgesellschaft durch die modernen Kommunikationstechnologien zirkulieren, bleiben sie nur für einen Bruchteil der Menschen leistbar:

„Die Möglichkeit der Wahl unter verschiedenen Warenangeboten und die Teilhabe am Lebensstil der Industrieländer wird vom übergroßen Teil der Weltbevölkerung nicht nur angestrebt, sondern als wesentlicher Inhalt der individuellen Freiheit und Selbstverwirklichung angesehen. [...] Es wäre aber falsch, von der weltweiten Attraktivität und von einzelnen Manifestationen des Konsumismus auf die reale Existenz der Konsumgesellschaft zu schließen.“ (ebd.)

Die Expansion der Konsumgesellschaft stößt auch in Puncto Ökologie auf Grenzen: Das der nordamerikanischen Industriegesellschaft und dem heutigen Massenkonsum zugrunde liegende fordistische Modell, durch welches es möglich wurde, billige Waren in großer Stückzahl auf den Markt zu bringen, versprach lange Zeit unbegrenztes Wachstum. Heute ist jedoch allgemein bekannt, dass angesichts des hohen Energie- und Rohstoffeinsatzes, den diese Wirtschaftsform erfordert, ohne Umstieg auf erneuerbare Energien eine baldige Ressourcenerschöpfung eintreten wird. Wirtschaftliche Interessen erweisen sich beim Ausstieg aus dem fossilen Energiekonsum über weite Strecken als Hemmschuh. Einer globalen Konsumgesellschaft von fordistischem Format droht eine ökologische Katastrophe. (vgl. ebd., 798)

Konsumkritische Kräfte

Im Hinblick auf konsumkritische Ansätze äußert sich Wunderlich in einer interessanten Weise zu den KonsumkritikerInnen und ihrer Stellung innerhalb der Konsumgesellschaft. Wenngleich sie oftmals innerhalb konsumgesellschaftlicher Strukturen agieren ohne diese zu transzendieren, stellen sie dennoch das System in Frage und zeigen dadurch seine Grenzen auf:

„In globaler Perspektive sind nicht nur die expansiven Kräfte interessant, sondern auch alle widerständigen und ‚alternativen‘ Ansätze, auf die die Entwicklung der Konsumgesellschaft im Zentrum selbst stößt. Dabei ist insbesondere an die Proteste gegen den Konsumismus von verschiedenen Ausprägungen der Jugendbewegungen und Alternativkultur zu denken. [...] Neben einer rückwärtsgewandten, romantischen Naturbeziehung haben manche dieser Bewegungen auch ein Neuerungspotential in kultureller und ökologischer Hinsicht unter Beweis gestellt. Es ist richtig, dass sich diese Bewegungen nicht aus der Konsumgesellschaft lösen, sondern häufig ihren Protest wiederum durch alternative Konsumstile ausdrücken. Aber auch dann sind sie interessant, weil sie schwache Punkte in der Legitimation der Konsumgesellschaft aufgreifen, seien es die gesundheitlichen Folgen des übermäßigen Fleischkonsums oder die offensichtlichen ‚Ungerechtigkeiten‘ des Welthandels. Wir müssen berücksichtigen, dass die Legitimation der Konsumgesellschaft zwar nach wie vor überwältigend, aber keineswegs lückenlos und widerspruchsfrei ist.“ (Wunderlich 1997, 807)

3 ZAHLEN ZU LEBENSMITTELABFÄLLEN IN WIEN

Das folgende Kapitel wird sich mit konkreteren Fakten zu Lebensmittelabfällen in der österreichischen Bundeshauptstadt befassen. Es soll ein Bewusstsein dafür schaffen, in welchem Rahmen sich die Mengen noch verwertbarer Produkte bewegen, die aus Überproduktion, Produktionsabfällen etc. zur Entsorgung gelangen. Die Dimensionen des Lebensmittelabfallproblems sollen durch den Einbezug von Zahlen aus der Studie „Sozialer Wertstofftransfer im Einzelhandel“ (Schneider/Wassermann 2004) deutlich werden und den Hintergrund, vor dem das Mülltonnentauchen exploriert werden soll, erweitern. Eine Möglichkeit der kollektiven und kooperativen Reaktion auf die Problematik wird mit dem Konzept des „Sozialen Wertstofftransfers“ vorgestellt.

3.1 STUDIE „SOZIALER WERTSTOFFTRANSFER IM EINZELHANDEL“

Die folgenden Daten entstammen einer umfassenden Projektstudie des Instituts für Abfallwirtschaft der Wiener Universität für Bodenkultur (ABF-BOKU)¹¹, die im Jahr 2004 veröffentlicht wurde.¹² Die Durchführung erfolgte im Rahmen der Initiative „Abfallvermeidung in Wien“ im Auftrag der Stadt Wien mit dem Ziel, das mögliche Abfallvermeidungspotential im Bereich Lebensmittel für den Großraum Wien abschätzbar und nutzbar zu machen.¹³

¹¹ Instituts-Homepage: <http://www.wau.boku.ac.at/abf.html>

¹² Die Studie ist zum Download verfügbar unter http://www.wau.boku.ac.at/fileadmin/_/H81/H813/IKS_Files/AktuelleForschungsthemen/Lebensmittel/Endbericht_SoWie_2003.pdf, Zugriff am 18.12.2008.

¹³ Auch die Branchen Pflege- und Hygienebedarf, Pharmazie, Bekleidung und Schuhe, Möbel und Sportwaren wurden untersucht, auf die hier nicht näher eingegangen wird.

Das der Studie zugrunde liegende Konzept des „sozialen Wertstofftransfers“, kurz „SoWie“ verfolgt die Idee der Weitergabe von einwandfreien und noch verwendbaren Produkten, die im Einzelhandel aus verschiedenen Gründen nicht mehr verkauft werden können, an soziale Einrichtungen und in weiterer Folge an sozial bedürftige Menschen. Es wurde mit dem Ziel der Verhinderung von Abfallentstehung entwickelt und sollte, nach einer beidseitigen Erhebung der Bedürfnisse, zu einer intensiveren Kooperation zwischen Einzelhandel und Sozialbereich (Frauenhäuser, Flüchtlingsbetreuung, Ausspeisungen für Obdachlose, Notschlafstellen etc.) führen. Umfangreiche Recherchen und Befragungen bei Produzenten, Händlern, Behörden und sozialen Organisationen wurden durchgeführt, ebenso wie konkrete Sichtungen und Analysen des Biotonnen- und Restmüllinhalts von Lebensmittelmärkten. Anschließend fand ein zehn Wochen dauernder Testbetrieb statt, bei dem die Lebensmittelabfälle von zwei Filialen einer Diskonterkette weitergegeben wurden, wodurch weitere Erkenntnisse über die Menge und Art der anfallenden Waren gewonnen werden konnten. Die gesammelten Daten und Erfahrungen mündeten im konkreten Entwurf eines Logistikkonzeptes zur Verbesserung des SoWie im Raum Wien. Den Projektabschluss stellte ein Workshop im November 2003 dar, bei dem Vertreter verschiedener Wiener Sozialeinrichtungen (u.a. Wiener Tafel, Caritas Obdachlosenbetreuungszentrum Die Gruft, Diakonie Stadtmission, Drogenberatungsstelle Ganslwirt) die Ergebnisse mit den ProjektleiterInnen der ABF-BOKU und den Umweltverantwortlichen der Stadt Wien diskutierten. (vgl. Schneider und Wassermann 2004, 1-6)

Bedeutend sind zum Einen die aus der Studie resultierenden Schätzungen über das Aufkommen an noch brauchbaren Lebensmittelabfällen im Raum Wien. Zum Anderen ergeben sich wichtige Anregungen für den gesamtgesellschaftlichen Umgang mit Lebensmittelüberproduktion im Sinne einer Wertschöpfung durch Umverteilung an Bedürftige. Maßnahmen in diese Richtung wurden, wie im abschließenden Exkurs über Sozialmärkte und den Verein Wiener Tafel festgestellt wird, in den seit dem Erscheinen der Studie vergangenen fünf Jahren wesentlich vorangetrieben.

3.1.1 „Überlagerte Lebensmittel“ im Wiener Abfallwirtschaftskonzept

Exakte Daten darüber, welche Mengen an noch genießbaren Lebensmitteln in Wien entsorgt werden, können nicht angegeben werden und sind aufgrund des komplexen Logistikablaufs in den Bereichen Produktion und Handel und einer zusätzlich lückenhaften Dokumentation schwer zu rekonstruieren. (vgl. ebd., 7ff)

Lebensmittelabfälle, die bei der Produktion und im Lebensmittelhandel entstehen, fallen laut Wiener Abfallwirtschaftsgesetz in die Kategorie der „nicht gefährlichen, produktions- und betriebsspezifischen Abfälle“, die einer Meldepflicht unterliegen.¹⁴ Die gemeldeten Daten werden im sogenannten Wiener Abfallwirtschaftskonzept (AWK) gesammelt veröffentlicht, das allerdings nur jedes dritte Jahr fortgeschrieben wird. Aus den Jahren zwischen dem Erscheinen werden keine Zahlen aufgenommen und auch die erhobenen Daten weisen aus nicht näher bekannten Gründen hohe Schwankungen auf. Dadurch, dass es den Lebensmittelproduzenten und -händlern gesetzlich freisteht, den Entsorger der Abfälle zu bestimmen, kommt es durch jene Waren, die abtransportiert und andernorts entsorgt werden, zu weiteren statistischen Lücken. Mit den Worten der Studienautorinnen ausgedrückt, kann „nicht gesichert angenommen werden, dass alle tatsächlich entsorgten Mengen der in Wien ansässigen Lebensmittelproduzenten, -händler etc. im Wiener Abfallwirtschaftskonzept erfasst worden sind.“ (ebd., 9)

Da die ABF-BOKU am tatsächlichen *Transferpotential* interessiert ist – das heißt an jenem Anteil der Ware, der noch einwandfrei ist und rechtlich bedenkenlos weitergegeben werden kann – orientiert sich die Studie an der im AWK eigens ausgewiesenen Kategorie der „überlagerten Lebensmittel“. Erfasst sind darin alle Produkte, die entsorgt werden, weil sie das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten haben, die aber innerhalb einer bestimmten Resthaltedauer noch verwendet werden könnten. Laut Lebensmittelgesetz ist es legal, überlagerte Ware in Umlauf zu bringen, die unverdorben ist und somit die Gesundheit nicht gefährdet¹⁵, wodurch auch für eine Weitergabe an soziale Stellen grünes Licht gegeben ist. Für „überlagerte Lebensmittel“ ergibt sich aus

¹⁴ Die Wiener Regelung ist ident mit jener im österreichischen Bundesgesetz.

¹⁵ Im Falle einer Wertminderung ist eine entsprechende Kennzeichnung verpflichtend vorgeschrieben.

den Zahlen der AWK-Berichte von 1998 bzw. 2002 eine mittlere Jahresmenge von rund 46 Tonnen, dazu kommen rund 69 t „überlagerte Lebensmittelkonserven“ (in Glas- und Metallbehältern) und rund 15t „überlagerte Genussmittel“ (z.B. Kaffee und andere stimulierende Getränke; Alkohol, Tabak). Für die Autorinnen der Studie implizieren diese Werte die Mindestmenge des Transferpotentials, das faktisch höher eingeschätzt wird.

3.1.2 Hochrechnungen aus Lebensmitteleinzelhandel und Bäckereibetrieb

Durch die Kooperationsbereitschaft einer Lebensmittel-Diskonterkette und einer Wiener Bäckereikette konnten konkrete Zahlen aus der Abfallpraxis im Einzelhandel in die Studie miteinfließen. (vgl. Schneider und Wassermann 2004, 10-16)

Die Ergebnisse aus dem Testbetrieb mit zwei Filialen des Lebensmitteldiskonters wurden als Grundlage für eine Hochrechnung des Abfallvermeidungspotentials aller in Wien befindlichen Filialen von Hofer, Mondo¹⁶ und Lidl herangezogen. Die Filialen des Diskonters konnten ein tägliches Potential von je 45 kg bereitstellen (hochgerechnet 13,5 Tonnen jährlich). Bei einer Berechnungsgrundlage von 93 Diskonterfilialen¹⁷ entspricht das wienweit einer Menge von 4.200 kg Lebensmittel pro Tag und 1.300 Tonnen pro Jahr. Unter den angefallenen Abfällen machten Frischwaren den höchsten prozentuellen Anteil aus – allen voran Gemüse, vor Obst, Brot und Gebäck. Nicht nur überlagerte Ware wurde der Entsorgung zugeführt, sondern auch falsch etikettierte oder beim Transport beschädigte Güter, sowie Reklamations-, Saison- und Retourware. Unter den Dingen, die beim Testlauf nach entsprechender Sortierung problemlos weitergegeben werden konnte, waren: Eierkartons mit einzelnen zerbrochenen Eiern, Luftzieher¹⁸, Produkte mit aufgerissener oder anderweitig beschädigter (Über-)Verpackung, Obst- und Gemüsepackungen mit einzelnen angeschlagenen oder ver-

¹⁶ Vormals Mondo, heute Penny Markt

¹⁷ Stand 2004

¹⁸ Darunter werden Produkte verstanden, deren Vakuumverpackung beschädigt ist, was zum Beispiel häufig bei vakuumierten Kaffeeverpackungen vorkommt.

dorbenen Stücken, einzelne Produkte, die aus Mehrstückpackungen gelöst waren, Restbestände aus vorherigen Lieferungen, Bruchware (gebrochene Schokoladetafeln etc.) und Saisonartikel (Weihnachts- /Osterschokolade etc.).

Die Wiener Bäckereikette Felber legte für die Studie Daten aus ihrem Umweltbericht offen, in welchem sie Statistik führt über die Differenz zwischen der Menge der ausgelieferten Ware (*Input*) und der Menge der tatsächlich verkauften Brot- und Backwaren (*Output*). Berechnungen aus den Aufzeichnungen des Jahres 2001 ergaben, dass rund 17 Prozent des Inputs nicht verkauft werden. Das ergibt pro Tag und Filiale gerechnet 38 kg übriggebliebene Ware und damit eine abgeschätzte Jahresmenge von 11,6 Tonnen. Nimmt man diese Menge auch als Durchschnitt für die übrigen Wiener Bäckereien, erreicht die Hochrechnung für gesamt Wien eine Summe von rund 1,28 Tonnen täglich bzw. 3.600 Tonnen Brot- und Backware pro Jahr.¹⁹

Schon bestehende Strategien im Umgang mit diesen Mengen sind der billige Abverkauf der Vortagsware, das Vermahlen von Retourware zu Brösel, die Weitergabe an Tiergärten und Bauern zur Tierfütterung und die Abgabe des Brotes an Biogas-Anlagen²⁰. Auch gibt es einige bestehende Kooperationen zwischen Bäckereifilialen und sozialen Einrichtungen, wobei das Transferpotential bei weitem nicht ausgeschöpft ist. Die errechnete Menge würde unter Annahme eines üblichen Pro-Kopf-Verbrauchs für die Versorgung von fast 60.000 Personen ausreichen.

Jedes fünfte bis sechste Brot wird entsorgt

Abseits der ABF-BOKU Studie wurde bei einer Tagung der österreichischen Backbranchen-Vereinigung 2008 thematisiert, dass hierzulande jedes fünfte bis sechste Brot weggeworfen wird (vgl. Kainrath 2008). Der Anteil der nicht verkauften Ware liegt insgesamt bei bis zu 25 Prozent und werde kontinuierlich mehr: „Grund für das Überangebot an Brot ist das immer breitere Sortiment, die steigende Zahl an Verkaufsstellen

¹⁹ Basis der Berechnung aus 2004 ist eine Anzahl von 340 Bäckereifilialen.

²⁰ Eine anschauliche Szene aus dem Beitrag „Am Schauplatz“ begleitet einen Landwirt in Niederösterreich beim Befüllen seiner Biogas-Anlage: Aus den Brotabfällen wird in diesem Fall als Endprodukt Strom erzeugt – eine Praxis, die ethisch umstritten bleibt. (Moschitz 2008)

und längere Ladenöffnung. Wer das Angebot verknappt, riskiert Nachteile auf dem umkämpften Markt.“ (ebd.) Obwohl die Bäckereien auch an Supermärkte liefern und die Retourenmengen aus diesen Lieferungen in die Angaben miteinfließen, werden von den Handelsketten, was das nicht verkaufte Brot betrifft, niedrigere Zahlen genannt (vgl. Krommer 2008). REWE und Spar geben die Menge des Altbrotes mit ca. 10 Prozent an – die Aufbackstationen würden es erlauben, nach Bedarf zu produzieren; man sei somit flexibler.²¹ Der österreichische Bundesinnungsmeister der Bäcker Rainhard Kainz widerspricht: „Die Betriebe, die die Handelsketten beliefern, geben zur Auskunft, dass die Höhe der Retourwaren bis zu 25 Prozent beträgt. Das sind Aussagen der Bäckerbetriebe, die konkret davon betroffen sind.“ (ebd.)

3.1.3 Potential bei Produzenten von Lebensmitteln und Tiefkühlprodukten

Aus weiteren Direktbefragungen wurde im Zuge der ABF-BOKU Studie bekannt, dass auch auf Produzentenseite ein beachtliches Potential zur Weitergabe von brauchbaren Lebensmitteln besteht. (vgl. ebd., 9f) Lebensmittelkonzerne stoßen kontinuierlich Waren aus, die nicht in den Verkauf gelangen, wobei in Gesprächen von den Konzernvertretern thematisiert wurde, dass sowohl der Umfang, als auch der Zeitpunkt des Anfallens nicht vorhersehbar ist. Oft werden kurzfristig sehr große Mengen eines Gutes frei (500 bis 10.000 Stück), die einer entsprechenden Verteilung bedürften. Teile davon werden „versampelt“ – also gratis an Passanten verteilt – und an Sozialeinrichtungen vergeben, doch auch hier besteht Optimierungspotential. Die Mengenangabe bewegt sich zwischen 25 und 5.000 kg Ware pro Anfall, was die hohe Schwankungsbreite deutlich macht. Tiefkühlprodukte bedeuten besondere Lagerungsansprüche und eine aufwendige Logistik. Ist z.B. die Resthaltbarkeit einer saisonalen Ware für eine Lagerung bis zur nächsten Saison zu gering, wird sie entsorgt. Sortimentswechsel, hohe Lagerkosten und beschränkte Lagermöglichkeiten führen dazu, dass jährlich in Wien mindestens geschätzte 100 Tonnen überschüssige Tiefkühlprodukte anfallen, die bis dato nur in geringen Mengen weitergegeben werden.

²¹ Die Brottüten bei BILLA werben u.a. mit dem Aufdruck: "Der Hausverstand sagt: Das Brot ist dort am frischesten, wo's den ganzen Tag nach Backofen duftet." (Stand 12.2.2009)

Überblick: Lebensmittelabfälle in Wien pro Jahr

Zusammenfassend zeigt die folgende Tabelle das Mindestpotential für den Sozialen Wertstofftransfer in Wien und illustriert noch einmal das Ergebnis der ABF-BOKU Studie: Mindestens 5.000 Tonnen an brauchbaren Lebensmitteln aus Produktion und Handel werden jährlich in Wien entsorgt.

| Produkt | Menge | Quelle |
|--------------------------------|--------------------------------------|--|
| Lebensmittel | | |
| Tiefkühlprodukte | > 100 t/Jahr | persönliche Gespräche mit Produzenten |
| sonstige Lebensmittel | 25 – 5.000 kg/Anfall | persönliches Gespräch mit Produzent |
| überlagerte Lebensmittel | 46 t/Jahr | Durchschnitt Literatur (Wr. AWK) |
| überlagerte LM-Konserven | 69 t/Jahr | Durchschnitt Literatur (Wr. AWK) |
| überlagerten Genussmittel | 15 t/Jahr | Durchschnitt Literatur (Wr. AWK) |
| Bäckereiprodukte | 11,6 t/Filiale.Jahr | Berechnung aus Daten von Umweltbericht |
| Produkte aus dem LMEH | 13,5 t/Diskonterfiliale.Jahr | Testbetrieb mit LMEH |
| überlagerte Körperpflegemittel | 9,3 t/Jahr | Durchschnitt Literatur (Wr. AWK) |
| Schuhe | 5.000 – 6.000 Paar/Jahr | persönliches Gespräch mit Händler |
| Medikamente | 2 – 3 Schuhschachteln/Apotheke.Monat | persönliches Gespräch mit Apothekerin |

Tab. 8.1: Aufstellung der ermittelten Daten an brauchbaren entsorgten Produkten in Wien; LMEH...Lebensmitteleinzelhandel, LM...Lebensmittel

Abb. 1: Tabelle Lebensmittelabfälle in Wien

Das hier für den Raum Wien dokumentierte Maß an Lebensmittelabfällen ist bedenklich. Dabei bleibt zu berücksichtigen, dass die Wiener Märkte nicht extra ausgewiesen sind, die weitere beachtliche Mengen an entsorgten Frischlebensmitteln wie Obst und Gemüse vermuten lassen. Teile hiervon werden aktuell zur Biogas-Gewinnung verwendet.²²

²² In die Biogasanlage Wien Simmering (seit September 2007 in Betrieb) gelangen jährlich 2.000 Tonnen Marktabfälle, die zusammen mit anderen biogenen Abfällen der Vergärung zugeführt werden. Das dabei entstehende Biogas wird in Fernwärme umgewandelt. (vgl. www.wien.gv.at)

3.1.4 Umsetzungskonzept für ein SoWie Netzwerk

Überschüssige Lebensmittel aus Produktion und Handel weiterzugeben, stellt eine Herausforderung in Puncto Lagerung und Transport dar, da die anfallenden Mengen schwer zu prognostizieren sind. Im Rahmen der Studie lieferten umfassende Erhebungen, sowie Recherchen über Konzepte aus anderen Ländern Inspiration für eine Verbesserung der Lage²³. Als Ergebnis wurde ein Logistikkonzept vorgeschlagen, das sogenannte SoWie Netzwerk, das in Wien bereits bestehende Strukturen um eine zusätzliche Koordinations- und Informationsstelle zur Sammlung und Verteilung der Waren erweitern soll. (vgl. ebd., 41ff)

Die Weitergabe an soziale Einrichtungen wird beibehalten und wo nötig verbessert und ausgeweitet. Ein weiterer Teil der überschüssigen Produkten wird in einem Sozialen Supermarkt zum günstigen Verkauf angeboten. Wenn akut größere Mengen anfallen, die sich zur Haltbarmachung eignen, soll ein an den Supermarkt angeschlossenes Café die nötige Küchen-Infrastruktur bieten. Das SoWie Netzwerk soll über eine Trägerorganisation und über einen Beirat aus Vertretern von Unternehmen, Sozialen Einrichtungen, sowie Behörden, Medien und Wissenschaft verfügen. Durch die Konzeption als sozioökonomischer Betrieb würden schwer vermittelbare Arbeitssuchende als MitarbeiterInnen im SoWie Netzwerk untergebracht. Neben allen positiven Effekten des Sozialen Wertstofftransfers könnte auch ein Problem abfallwirtschaftlicher Natur gemindert werden: Aus Gründen der Zeitersparnis geben viele Supermärkte trotz bestehender Mülltrennpflicht biogene Abfälle wie Obst und Gemüse nicht in die Biotonne, sondern entsorgen sie noch in der Kunststoffverpackung im Restmüll. (vgl. ebd., 13)

²³In den USA sind sogenannte „Food Banks“ (Lebensmittelbanken) weit verbreitet. Das Konzept wird auch in Teilen Europas umgesetzt. Häufiger sind in Europa aber „Tafel“-Organisationen tätig, die sich um die Abholung und Verteilung nicht mehr gebrauchter Lebensmittel an Sozialeinrichtungen kümmern.

3.2 LEBENSMITTELABFÄLLE AUS PRIVATHAUSHALTEN

Im Rahmen einer weiteren Studie des ABF-BOKU zum Thema Lebensmittel in der Abfallwirtschaft wurde deutlich, dass auch in Österreichs Privathaushalten beträchtliche Mengen an Lebensmitteln, teils verdorben, teils noch in angebrochenen Verpackungen oder originalverpackt, im Restmüll landen. Erhebungen im Rahmen des Bundesabfallwirtschaftsplanes 2006, sowie des Institutes für Abfallwirtschaft ergaben Werte zwischen 83.000 und 166.000 Tonnen pro Jahr österreichweit. Der Anteil von weggeworfenen Lebensmitteln am gesamten Restmüllaufkommen liegt demzufolge zwischen 6 und 12 Prozent. In Wien fallen pro EinwohnerIn jährlich im Schnitt 330 kg Restmüll an, worunter sich 40 kg Lebensmittel befinden. (vgl. Schneider und Smidt 2007, 3ff)

Die bewusstere Planung von Lebensmitteleinkäufen und ein besseres Verständnis für die Menge des Einkaufs kann die private Lebensmittelabfallmenge erheblich verringern. Nachdem die westliche Konsumentin/der westliche Konsument heute im Lebensmittelbereich im Durchschnitt täglich auf ein Sortiment von 10.000 Produkten aus aller Welt zugreifen kann, ist die Fähigkeit gefordert, zu verzichten bzw. sich zu entscheiden. (ebd., 3) Werbe- und Marketingaktivitäten im Einzelhandel wirken einem gezielten Einkauf mitunter entgegen, weil sie dazu verleiten, mehr einzukaufen, als fristgerecht aufgebraucht werden kann. Eine bessere Wertschätzung gegenüber Produkten des alltäglichen Bedarfs ist ebenso gefragt wie die Fähigkeit zur Beurteilung der Haltbarkeit von Lebensmitteln und ein Bewusstsein dafür, dass die Mindesthaltbarkeitsdauer nur einen Richtwert darstellt. Auch das praktische Wissen um die Haltbarmachung von frischen Produkten kann Müll vermeiden.

Felicitas Schneider vom ABF-BOKU plädiert als Konsequenz für eine gesamtgesellschaftliche Reflexion unseres Lebensmittelsystems und seiner Dynamiken:

„Die Gesellschaft [ist] als Ganzes aufgefordert, [...] die Werthaltungen zu hinterfragen: Ob wir wirklich zu jeder Jahreszeit und rund um die Uhr absolut frische Ware haben müssen, ob wir immer genau das bestimmte Produkt, also ein Stück Brot haben wollen, zu jeder Tageszeit. Das ist etwas, was die Gesellschaft [...] sehr stark steuern kann. Und es ist im Moment eben so, dass wir uns diesen Luxus einfach leisten, immer alles verfügbar zu haben.“ (Kuckelhorn 2008)

4 KONSUMKRITISCHE PRAKTIKEN

Versucht das oben erläuterte Konzept des Sozialen Wertstofftransfers dem Lebensmittelabfallproblem auf institutionalisierte Art beizukommen, so stellt das Mülltonnentauchen einen individuellen Weg zur Nutzbarmachung noch genießbaren Mülls dar. In diesem Kapitel soll der thematische Einstieg in die „angewandte Konsumkritik“ als Überleitung zum empirischen Teil über heimische Dumpster DiverInnen erfolgen. Zuerst werden die Begriffe „Freeganismus“, „Dumpster Diving“, „Containern“ und „GeObben“ erklärt, die für konsumkritische Praktiken und die damit verbundenen Einstellungen stehen. Im Anschluss daran wird das Buch „The Art and Science of Dumpster Diving“ des Amerikaners John Hoffman vorgestellt und die New Yorker „Freegan“-Bewegung im Hinblick auf ihr Organisationsnetzwerk und ihre Aktivitäten beschrieben.

4.1 BEGRIFFE

Die im folgenden Abschnitt dargestellten Begriffe werden aufgefasst als Bestandteil des Vokabulars heutiger, junger und dynamischer, konsumkritischer Bewegungen, weshalb die Webseiten verschiedener Vereine und Kollektive als wichtige Quellen dienen. Ebenso wird die „schnelle“ Online-Enzyklopädie Wikipedia²⁴ herangezogen, deren Einträge kontinuierlich aktualisiert werden und auf dem Wissen von AkteurInnen und AktivistInnen basieren.

4.1.1 Freegan – Freeganismus

Ein Fernsehbeitrag über „Freegans“ in New York gab, wie im Vorwort beschrieben, den Anstoß für diese Arbeit und war der Ausgangspunkt aller weiteren Recherchen. „*Freeganismus*“, englisch „*Freeganism*“, als Begriff für das von der „Freegan“-Bewegung

²⁴ „Der Begriff Wikipedia – ein Kofferwort – setzt sich aus ‚Wiki‘ (hawaiisch für ‚schnell‘) und ‚Encyclopedia‘ (englisch für Enzyklopädie) zusammen.“ (de.wikipedia.org)

getragene Gedankengut, steht für eine antikonsumistische und antikapitalistische Philosophie und Lebenseinstellung. Er kann als Lebens- oder Konsumstil begriffen werden, der

„die Absicht [verfolgt], den negativen Einfluss des Einzelnen auf die Umwelt, die Tierwelt und das menschliche Leben durch eine weitgehende Verweigerung der Teilnahme an einer kapitalistischen Volkswirtschaft zu verringern.“ (www.freegan.at)

Zur Anwendung kommt die „freegane“ Weltanschauung im „Dumpster Diving“ und „Containern“ – was sich etwa in einer Reportage der Süddeutschen Zeitung über Freegans in New York ausdrückt, die mit den Worten „Angewandte Konsumkritik. Tauchen im Müll“ übertitelt ist (Oldag 2006).

Das Wort „*Freegan*“ für TrägerInnen des freeganen Lebensstils ist eine Zusammensetzung von englisch „free“ (frei) und „vegan“, der Bezeichnung für Menschen, die Tierprodukte ablehnen. Analog zum Wort „VeganerIn“ kann im Deutschen das Wort „FreeganerIn“ gebildet werden. Im Französischen werden die Substantive „Le déchétarisme“ bzw. „Le déchétarien/La déchétarienne“ gebraucht, die sich vom Wort „Les déchets“ (= der Abfall) herleiten (vgl. www.commentfaiton.com). Das New Yorker Wetlands Activism Collective²⁵, das die Webseite freegan.info betreibt, charakterisiert den Begriff wie folgt:

„Freegans are people who employ alternative strategies for living based on limited participation in the conventional economy and minimal consumption of resources. Freegans embrace community, generosity, social concern, freedom, cooperation, and sharing in opposition to a society based on materialism, moral apathy, competition, conformity, and greed.“ (<http://freegan.info>)

Auf der österreichischen Plattform www.freegan.at wird unter der Überschrift „*Freegans holen sich, was andere wegwerfen*“ erläutert:

„Freegans [...] sind Menschen, die sich als Boykotteure der Überfluss- und Wegwerfgesellschaft eines ökonomischen Systems sehen, bei dem das Gewinnstreben über

²⁵ Alternative Aktionsgemeinschaft (<http://wetlands-preserve.org/>)

ethischen Gesichtspunkten steht. Sie versuchen, ohne zwangsläufig einhergehende eigene materielle Not möglichst weitgehend kostenlos zu leben.“ (www.freegan.at)

Die Resonanz, die das Freegan-Konzept in Österreich erhalten hat, wird in der späteren Darstellung der empirischen Ergebnisse thematisiert.

4.1.2 Dumpster Diving – Dumpstern – Containern

„*Dumpster Diving*“ kann frei übersetzt und synonym gebraucht werden mit „*Mülltonnentauchen*“, „*Mülltauchen*“ oder „*Abfalltauchen*“. Der Begriff spielt an auf den amerikanischen Mülltonnenprototypen „*Dumpster*“²⁶, in den jemand eintaucht, um Wertbares herauszuholen (engl. *to dive* = tauchen).



Abb. 2: kopfüber

© Kai Löffelbein

„*Dumpstern*“ ist die eingedeutschte Bezeichnung für die Praxis und wird gleichermaßen verwendet wie das Wort „*Containern*“ („zum Container gehen“), wobei sich „*Dumpstern*“ und „*Containern*“ primär auf das Suchen nach Lebensmitteln beziehen. Laut Wikipedia existiert im Englischen eine Reihe weiterer Begriffe für „*Dumpster Diving*“:

²⁶ „‘Dumpster’ is an American brand of trash receptacle, and a type of mobile garbage bin.“
(en.wikipedia.org)

“Dumpster Diving is the practice of sifting through commercial or residential trash to find items that have been discarded by their owners, but which may be useful to the Dumpster diver. The practice of Dumpster Diving is also known variously as *urban foraging*, *binning*, *alley surfing*, *aggressive recycling*, *curbing*, *D-mart*²⁷, *garbaging*, *garbage picking*, *garbage gleaning*, *dumpster-raiding*, *dumpstering*, *dump-weaseling*, *tatting*, *skally-wagging*, *skipping*, or *trashing*.” (en.wikipedia.org)



Abb. 3: Sprühschablonenmotiv (Stencil) für Graffiti

Die Kerndefinition von „*Containern*“ lautet laut Online-Enzyklopädie:

„‘Containern’ bezeichnet das Mitnehmen weggeworfener Lebensmittel aus Abfallcontainern. Dies kann meist bei Containern von Supermärkten, aber auch bei Fabriken, beobachtet werden. Die oft noch genießbaren Nahrungsmittel werden meist wegen abgelaufenem Mindesthaltbarkeitsdatum, Druck- und Gammelstellen oder als Überschuss weggeworfen. [...] Containern ist die bekannteste Praxis des Freeganismus und ein fixer Teilbereich dieser Lebensweise, die auf weitgehender Verweigerung der Teilnahme an einer kapitalistischen Volkswirtschaft und einer Boykottierung der sogenannten Wegwerfgesellschaft beruht.“ (de.wikipedia.org)

Diese Beschreibung berührt die Beweggründe der Menschen, die Mülltonnentauchen betreiben: Indem sie sich den Abfall wiederaneignen, stellen sie sich gegen Überfluss und Verschwendung. Ein Aktivist der „Projektwerkstatt“, einem selbstverwalteten Kulturzentrum im deutschen Saasen, antwortet auf die Frage nach seiner Definition des Begriffes:

„‘Containern’ meint das Leben von den Resten des Zwischenhandels. Die Abfallcontainer der Supermärkte dokumentieren immer wieder, wie verschwenderisch ein marktförmiges Wirtschaften ist. Was aus Gründen der Preisstabilität weg muss, oder nicht mehr der ge-

²⁷ „To get something at D-Mart“ bedeutet „Etwas im Müll finden“ (www.urbandictionary.com)

wollten Optik entspricht, fliegt raus. Darunter befinden sich ständig massenhaft Lebensmittel, die gut genießbar sind – oft ist allein ihre Verpackung beschädigt oder das Verfallsdatum steht dicht bevor.“ (Lunger/ Moser 2004, 82)

4.1.3 GeObben

Als österreichischer Beitrag zum Repertoire der konsumkritischen Praxen ist das „GeObben“ zu nennen. Aus der Abkürzung von „Gemüse und Obst klauben“ ergibt sich das Wort, das Ende der 1990er Jahre im Umfeld der Wiener Naschmarkt-Biotonnen entstanden ist. Der Begriff wurde von Personen geprägt, die anfänglich Gemüse und Obst aus diesen Tonne holten und später auch zum Containern anderer Lebensmittel übergangen. Die Wiener Obdachlosenzeitung Augustin berichtet darüber mit dem Vermerk:

„GeObbt und containert wird nicht aus Bedürftigkeit, sondern aus ethischer Überzeugung. Deshalb fühlt man sich auch nie als Täter (der oder die sich den Müll ‚stiehlt‘), sondern als Wohltäter, weil die Müllmenge verringert wird.“ (Neubauer, 2007)

4.2 JOHN HOFFMAN: THE ART AND SCIENCE OF DUMPSTER DIVING

„The Art and Science of Dumpster Diving“ des amerikanischen Autors John Hoffman findet sich in der „Recommended Reading“-Buchtipprubrik des auf freegan.info publizierten „Freegan Zine“ (Freegan-Magazine). (<http://freegan.info/freeganzine.pdf>) Neben Comics und Bildern enthält das Buch ausführliche Anleitungen zur „Kunst“ des Mülltonnentauchens, die Hoffman aus seiner lebenslangen Erfahrung weitergibt.

Dumpster Diving as a vital Darwinian advantage

Als Kind bedürftiger Eltern lernte er von klein auf, Essen und Gebrauchsgegenstände aus dem Müll zu verwerten. Er sieht im Dumpster Diving aus vollster Überzeugung ei-

ne Praxis mit Zukunft, mit der man sich einen wichtigen „evolutionären Vorteil“ gegenüber Anderen verschaffen kann. Nicht nur mehr arme Menschen versorgen sich auf diesem Weg: auch Aussteiger und Individualisten, zu denen sich Hoffman selbst zählt, können das Mülltonnentauchen für sich nutzen um weniger zu arbeiten und sich in der gewonnenen Zeit selbst zu verwirklichen:

„Dumpster Diving is no longer the action of last resort. Dumpster Diving, in fact, can be your edge, your vital Darwinian advantage. [...] Your modern dumpster diver may be a full-time student, an apartment dweller, a semi-rural seeker of self-sufficiency, or a young, educated professional – like myself. A modern dumpster diver may be somebody who chooses to work less and spend more time in pursuit of dreams, goals, activism, art.”
(Hoffman 1993, 5)



Abb. 4: Comic 1

Hoffman tut jede Menge Polemik über die USA und über seine Landsleute kund. Einerseits würden viele Amerikaner vollwertige Dinge in den Abfall werfen und andererseits empfinden sie das Wühlen im Müll als asoziales Verhalten. Diese diffuse Furcht vor Keimen und Schimmel sei allerdings ein hausgemachtes „mentales Gefängnis“:

„1) [...] The United States is full of idiots discarding perfectly good material wealth. 2) The United States is full of uptight individuals who wouldn't dare poke around in dumpsters because of vague fears about 'germs', 'laws', 'vermin', 'socially unacceptable behavior', and other self-erected mental prisons.” (ebd., 12)

An anderer Stelle dekonstruiert er diese Abneigung vor Schmutz und Bakterien auch als Angst der Menschen vor den eigenen Ausscheidungen. (vgl. ebd., 123) Vor Ablaufdaten, die die Haltbarkeit eines Produktes kennzeichnen sollen, hat er keinen Respekt, sondern befindet sie für fiktive und willkürliche, von der Lebensmittelindustrie festgelegte Zeitpunkte:

„Expiration dates are mysterious dates when perfectly good food mysteriously transforms into deadly poison at the stroke of midnight. Yeah right.“ (71)

Von der Dummheit und Verblendung der anderen Leute und des gesamten Systems gilt es zu profitieren. Hoffman lebt von der Abgrenzung zu den „Anderen“ – den Geschäfts- und Restaurantinhabern, Privatpersonen etc. – die für ihn Müll produzieren, den er direkt oder indirekt zu Geld macht, u.a. durch Weiterverkauf von gesammeltem Sperrmüll. Anders als beim Freeganismus scheinen ethisch-moralische Gründe für ihn weniger eine Rolle zu spielen: Er spricht nie direkt davon, aus dem Kapitalismus aussteigen zu wollen, sondern scheint im Gegenteil Freude daran zu haben, sich an ihm zu bereichern.

Dumpster Diving is addictive

Der Autor verfügt über ein komplettes Alternativ-Universum der Versorgung, indem er fast alle seine Nahrungs- und Gebrauchsgüter aus dem Abfall bezieht. Der Müll in seiner Umgebung scheint weitgehend frei zugänglich zu sein, was für ihn günstige regionale Bedingungen bedeutet. Ein Dumpster Diving Experte zu sein schließt seiner Meinung nach zwar nicht aus, auch auf regulärem Weg Waren einzukaufen, um spezielle Geschmäcker zu befriedigen – mit genügend Anpassungsfähigkeit könne man aber, so befindet er, seine Bedürfnisse auch rein auf das Gefundene reduzieren. (vgl. ebd., 34) Seinen Ambitionen sind so gut wie keine Grenzen gesetzt – als potentielle Dumpster Orte nennt er die „Big Three Hot Spots“ Bäckereien, Supermärkte bzw. Lebensmittelgeschäfte und Buchläden (vgl. ebd., 63ff), gefolgt von weiteren „Lucky Seven Dive Spots“: Diskontläden, Süßwarengeschäfte, Blumenläden und Gärtnereien, Spielwarenhandlungen, Restaurants und Fast Food Lokale, Wohngegenden (zum Durchsuchen des Privatmülls) und den Universitäts Campus (vgl. ebd., 85ff).

Er beschreibt, dass jede Dumpster Diving-Tour in Erwartung der immer unterschiedlichen Funde mit Aufregung verbunden ist. In der Mülltonne zu tauchen rührt am kindlichen Instinkt des Wühlens und Entdeckens und kann laut John Hoffman eine sinnliche Befriedigung geben. Der Überraschungseffekt, den man immer erneut erlebt, kann auch eine gewisse Sucht nach dem Mülldurchsuchen bewirken:

„Before I set out to dive dumpsters, a tremendous feeling of excited anticipation makes me tingle from head to toe. You never really know what you´ll find.“ (ebd., 27)

„Dumpster Diving is full of ‘cheap thrills’. It is, frankly, addictive.“ (ebd., 14)

Der Müll, so der Autor, bekommt für die/ den MülltonnentaucherIn eine quasi-spirituelle Dimension:

„Dumpster depths are the path to higher learning!“ (ebd., 98)

Dumpster Diving Basics

Hoffman fasst die Grundregeln für erfolgreiches Müllsammeln in Puncto Ausstattung, Revier und „Etikette“ zusammen. (vgl. ebd., 17ff) Für lukratives Dumpstern sind der Zugang zu „gutem“ Müll und ausreichend Platz, um Gefundenes zu lagern, von Vorteil. Mittelgroße Städte und suburbane Gebiete sind mit ihrer gemischten Infrastruktur aus Wirtschafts- und Gewerbebetrieben und Wohngebieten ideale Areale. In größeren Städten können andere Dumpster Diver und Bedürftige zur Konkurrenz werden. (vgl. ebd., 18)

Dumpster Fingers and Diver´s Eye

Dumpster Diving erfordert ein hohes Maß an Hausverstand und Initiative, sowie den Willen, Vorurteile wie die Angst vor Bakterien oder vor sozialer Auffälligkeit, zu überdenken und zu überwinden. Hoffman betont, selbst nie ernsthaft krank gewesen zu sein, trotzdem er von klein auf Lebensmittel aus dem Müll gegessen hat. Die sinnliche Wahrnehmung ist, ebenso wie die richtige Ausstattung, von großer Bedeutung. Nach entsprechender Übung entwickle man ein sogenanntes „Diver´s Eye“ und die dazugehörigen „Dumpster Fingers“ (ebd., 45). Die Kleidung sollte möglichst neutral und

strapazierbar sein. Empfohlen werden feste Schuhe mit dicken Sohlen, Leder- oder Plastikhandschuhe, eine Tragetasche, eine Taschenlampe, ein Taschenmesser und ein Stecken, der vorne mit einem Haken abschließt – der „dive stick“.

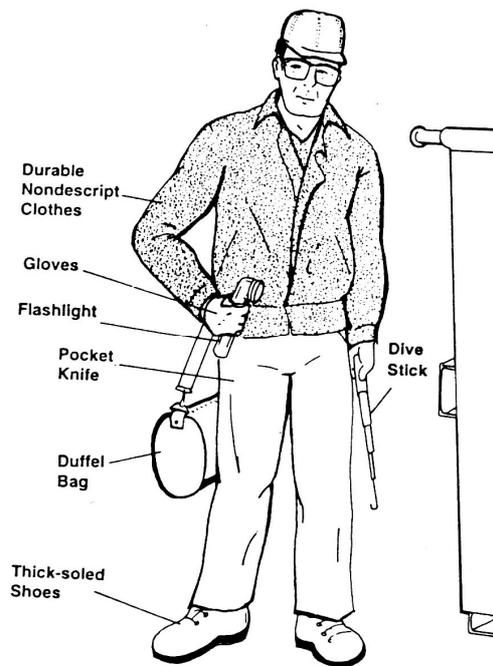


Abb. 5: Dumpster Diver-Prototyp

Dumpster Diving Technique and Etiquette

Die beste Zeit um den Müll zu sichten, ist abends oder in der Nacht. Wer regelmäßig in den Mülltonnen taucht, darf mit Fortschritten und Abwechslung rechnen, denn, wie Hoffman betont: „Every dumpster is different and you learn with experience.“ (ebd., 52)

Keinesfalls sollen Säcke außerhalb des Containers geleert und hinterlassen werden, da dies Arbeit für die Handelsangestellten, Anrainer oder Müllentsorger bedeutet und zu verstärkter Überwachung führen kann. Zwischenmenschliche Kontakte beim Dumpster sind zu vermeiden. Unauffälliges Verhalten ist geboten und muss als Schutz vor Repression durchgehalten werden. Für den Fall, dass die/der Dumpster DiverIn von PassantInnen angesprochen wird, sollen keinesfalls persönliche Informationen weitergegeben werden; des Weiteren hält Hoffman es für Tabu, mit Medienvertretern zu

sprechen. Für Begegnungen mit der Polizei oder mit Supermarkt-Personal ist betont ruhiges Verhalten wichtig, eine Provokation der Autorität soll tunlichst vermieden werden. Der Autor rät, kein Schuldbewusstsein an den Tag zu legen und soweit als möglich Auskünfte zurückzuhalten. Konfrontationen mit der Polizei seien selten – es bleibe meist bei einer verbalen Verwarnung, denn verglichen mit anderen Vergehen sei Dumpster Diving ein harmloser Verstoß.

Prekäre Praktiken?

Manche Verwertungspraktiken Hoffmans mögen aus gesundheitlicher Sicht bedenklich erscheinen: Schimmel sieht er als harmlos an und entfernt ihn durch Wegschneiden. Die Unterbrechung der Kühlkette ist für ihn kein Grund, Lebensmittel im Container zu belassen: Aufgetaute abgelaufene Tiefkühlmenüs, von denen er schon bis zu 100 Stück auf einmal gefunden hat, friert der Autor wieder ein (vgl. ebd., 73). Geschmolzene Eiscreme aus dem Abfall wird zu Shakes verrührt oder wieder tiefgekühlt (vgl. ebd., 71). Aus den Müllsäcken von Fast Food Restaurants „erlesene“ Fleischlaibchen werden mit Gemüse und Tomatensauce zu einem Auflauf verkocht: „Dumpster Burger Casserole“ (vgl. ebd., 152).

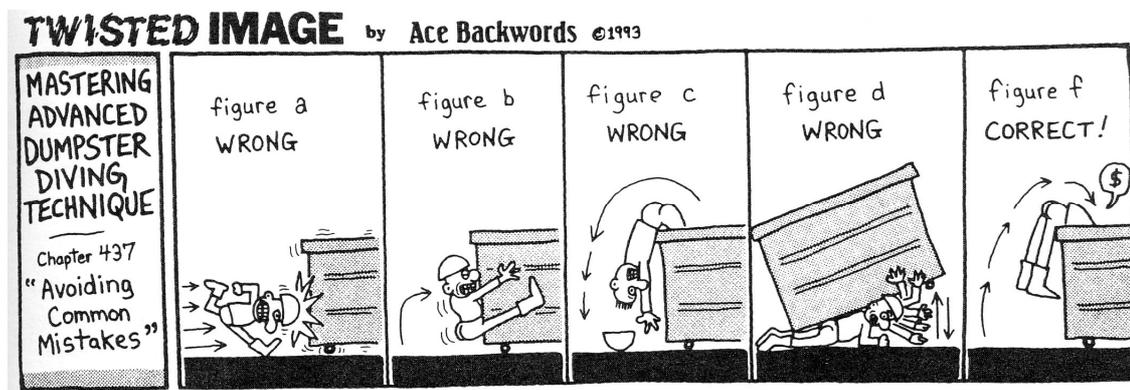


Abb. 6: Comic 2

Hoffmans Lebensstil beinhaltet auch andere alternative Praktiken: Er empfiehlt die Nutzung urbaner Räume zum Zwecke des „Guerilla Gardening“ – eine Technik, die auch im Freeganismus-Konzept Erwähnung findet. Unter dem „hippiesken“ Appell „Plant something. It’s anti-establishment.“ (ebd., 27) summiert er die Möglichkeiten des

„Alternative Farming“: Sie inkludieren den Anbau von Gemüse etc. im Hinterhof, auf leeren Grundstücken und diversen anderen öffentlichen oder privaten Grünflächen, die ungenützt sind. Man soll darauf achten, dass die dortige Erde nicht mit Chemikalien etc. verunreinigt ist und kann sie selbst mit Kompost verbessern.

4.3 DIE NEW YORKER FREEGAN-SZENE

Der ORF Weltjournal Beitrag über New Yorker Freegans wurde im Jänner 2007 gesendet – zehn bis fünfzehn Jahre nachdem die Aktivität unter diesem Namen in der selben Stadt ihren Anfang nahm: Die Entstehung des Begriffes „Freeganismus“ und der mit ihm verbundenen Bewegung kann Mitte der 1990er Jahre in New York verortet werden. (vgl. Palsule-Desai, 2007) Es existiert keine eindeutige Ursprungserzählung darüber, auf wen das Wort „Freegan“ zurückgeht, wobei der Name Adam Weissman mehrfach mit den Anfängen der Bewegung in Verbindung gebracht wird. In der Süddeutschen Zeitung erhält er die Attribute „Pionier“ und „Initiator“ (Oldag 2006). Der TV-Sender ARTE berichtete in seinem Magazin „Tracks“ von Weissman als „erstem Free Vegan, [...] kurz Freegan“ (ARTE 2006). Anlässlich eines Interviews mit einem Online Magazin für Vegetarismus wird er als „well-known NYC animal activist and rabble-rouser“²⁸ und „leader in the growing freegan movement“ (Adams Matthews 2006) charakterisiert.

4.3.1 Die Freegan.info Webseite

Die Homepage der Freegan-AktivistInnen bietet das Bild eines lose organisierten Kollektives, das das Internet als essentielles Kommunikations- und Vernetzungsmedium für sich nutzt. (<http://freegan.info>, Stand Februar 2009)

Freegan.info versteht sich einem Statement auf der Startseite zufolge als Anlaufstelle für *“strategies for sustainable living beyond capitalism”* (ebd.), also frei übersetzt für

²⁸ Unruhestifter

nachhaltige Lebensstrategien jenseits des Kapitalismus. Seit Beginn der Recherchen für diese Arbeit hat die vom Wetlands Activism Collective betriebene Homepage einen umfassenden grafischen und inhaltlichen Relaunch erfahren, was als Hinweis auf ein wachsendes Interesse am dort kommunizierten Gedankengut gedeutet werden kann. Freegane Ideen werden ausführlich dargestellt, ebenso werden Argumente mit Zahlen und Statistiken untermauert und Anleitungen zu freeganen Praktiken gegeben. Im Hinblick auf ihre Public Relations-Strategie gibt sich die Homepage professionell: Ein eigener Bereich bietet Unterlagen für JournalistInnen und gibt Auskunft über Interviewmöglichkeiten mit AktivistInnen und geführte Containertouren, an denen MedienvertreterInnen teilnehmen können. Davon machten im deutschen Sprachraum beispielsweise *Die Zeit* und *fm4-Online* Gebrauch, die beide von den „Mülltauchgängen“ der New Yorker Freegans berichteten. (vgl. Lehner 2009; Palsule-Desai 2007) Manche Teile der Website sind in fünf Sprachen übersetzt – weiters gibt es einen Pressespiegel und Verlinkungen zu freeganen Gruppen auf anderen Social Web-Plattformen, darunter Facebook, MySpace und MeetUp.



Abb. 7: Hintergrundgrafik der Freegan MySpace-Webseite

Neben Forum und Newsletter informiert ein Kalender über die kommenden „*Freegan Events*“ in New York: Das Programm umfasst Treffen zur Besprechung und Durchführung von gemeinschaftlichen „*Trash Tours*“ (gemeinsames Mülltonnentauchen), an die im Anschluss ein gemeinsames Kochen und Essen – genannt „*Freegan Feast*“ – stattfindet. Ebenfalls kann auf freegan.info ein Freegan Zine – ein im Do-It-Yourself-

Verfahren herausgegebenes Magazin – heruntergeladen werden. Es bündelt die freeganen Ideen in Zeichnungen, Pamphleten, Gedichten, Praxisanleitungen, Literaturtipps und polemisch-aktivistischen Appellen wie „*Beware of the Bourgeoisie Man*“, „*Fight for the forces of Freegan*“, oder „*Capitalism is your greatest danger*“. (<http://freegan.info/freeganzine.pdf>)

4.3.2 Freegane Aktivitäten

Die Aktivitäten der Freegan-Community gehen über das kollektive Dumpster Diving hinaus: Laut Webseite besteht ein Lesekreis, eine Gruppe für Medienarbeit, eine „Films and Forums Working Group“ und eine strategische Planungsgruppe. In zahlreichen Workshops wird der Anspruch des Freeganismus auf Nachhaltigkeit umgesetzt bzw. das nötige Wissen dazu an InteressentInnen weitergegeben. „*Freegan Bike Workshops*“ zur Fahrradreparatur, „*Composting*“, „*Computer and Electronics Recycling*“, „*Textile Recycling*“ zur Verwertung alter Kleider und Stoffe und „*Wild Food Tours*“ zum Sammeln essbarer Pflanzen und Heilkräuter werden angeboten. Kostenlose Auspeisungen für jedermann mit gedumpstertem oder bei Unternehmen gesammeltem Essen gibt es im Rahmen der Initiative „*Food not Bombs*“, die mit Freegan AktivistInnen vernetzt ist.²⁹



Abb. 8: Internationales Food Not Bombs Logo



Abb. 9: Logo einer FNB Untergruppe

²⁹ Food not bombs (FNB) ist eine weltweite Bewegung, die 1980 in Boston, USA entstanden ist. In Österreich existiert in Wien und in Graz eine FNB-Gruppe. Zu ihrem Auftrag ist zu sagen: „Ziel ist es nicht, eine alternative Armenspeisung zu sein, sondern anhand einfach begreifbarer Zusammenhänge (hier Vernichtung von brauchbaren Lebensmitteln bei gleichzeitigem Hunger auf der Welt und vor Ort) das kapitalistische Wertprinzip zu hinterfragen.“ (de.wikipedia.org)

Adam Weissman erwähnt in einem Interview weitere Aktivitäten und Initiativen des New Yorker Freegan-Kollektives (vgl. Adam Matthews 2006). Das Verschenken und Weitergeben von Dingen wird über das Einrichten von Mailing-Listen und Gratis-Läden („Free Stores“) und das Veranstellen von Gratis-Basaren („Really, Really Free Market“) unterstützt. Um den urbanen Raum grüner zu gestalten und wo möglich auch als Anbaufläche zu verwenden, werden verlassene Flächen im Sinne des „Guerilla Gardening“ umgestaltet und bepflanzt. Auch Hausbesetzungen von leerstehenden Objekten und ihre Nutzung als Gemeinschaftszentren und Wohnräume sind in der Freegan-Szene üblich. Der dahinterstehende Sinn wird an dieser Stelle nochmals von Weissman benannt:

„Freeganism is a strategy for preventing waste, saving money so we can work less, and minimizing the impact of our consumption. Freegans are building a culture where people voluntarily help and share with one another rather than competing for resources. [...] Simply put: freegans seek to prevent waste by reclaiming, recovering and repairing available resources rather than generate new profit.“ (Adams Matthews, 2006)



Abb. 10: Zeichnung aus dem Freegan Zine

B EMPIRISCHER TEIL

5 EINLEITUNG

Die „neuen“ konsumkritischen Praktiken erfreuen sich in Österreich seit Beginn der Recherchen für diese Arbeit kontinuierlich medialer Beliebtheit. Vorerst hauptsächlich in alternativen Medien präsent, wurden die Themen „Freeganismus“ und „Dumpster Diving“ im Kontext der Diskussionen um Lebensmittelteuerung, Ressourcenverschwendung und zuletzt im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise auch vom ORF aufgegriffen (u.a. Radiobeiträge auf Ö1 und FM4; Fernsehbeiträge im „Weltjournal“, „Am Schauplatz“ und „Vera“). Printmedien berichteten unter Titeln wie *„Rebellion in der Mülltonne“* (Niederndorfer 2006), *„Gib meinen Müll zurück!“* (Fanta/Schuss 2007), *„Ein Menü aus der Mülltonne“* (Mara 2007), sowie jüngst *„Von der Mülltonne frisch auf den Tisch“* (Kapeller 2009) und *„Einkaufen in der Mülltonne“* (Klemun 2009) von Menschen in Österreich, die Lebensmittel aus dem Supermarktabfall holen. Ausgehend von diesen Medienberichten wurde die Idee geboren, Wienerinnen und Wiener zu interviewen, die mit der Freegan-Bewegung assoziiert werden können, bzw. selbst Dumpstern/Containern gehen.

Im folgenden empirischen Teil werden fünf InterviewpartnerInnen zu ihren Techniken, Beweggründen und Einstellungen zu Wort kommen. Die vorliegende Forschung versteht sich als explorative Mikrostudie, die nicht den Anspruch erhebt, die „typische Wiener Mülltonnentaucherin“ oder den „typischen Wiener Mülltonnentaucher“ abzubilden. Vielmehr versucht sie, im Beschreiben und Vergleichen von fünf Fällen eine Praktik samt ihrer gesellschaftlichen Bedeutung zu rekonstruieren.

5.1 QUALITATIVER ZUGANG

Die Stärke des zugrundeliegenden qualitativen Ansatzes liegt im Erforschen dessen,

„wie Menschen in der kommunikativen Auseinandersetzung mit ihrer Umwelt zu ihrer Vorstellung der Welt und zu ihren Einschätzungen der in dieser Welt vorfindbaren Phänomene [gelangen]“ und „wie [sie] ihr soziales Handeln unter Berücksichtigung des jeweiligen Handlungskontextes und der spezifischen situativen Bedingungen [strukturieren]“. (Froschauer/Lueger 2003, 179)

Im qualitativen Vorgehen wird die Konstitution des Sinns rekonstruiert, der beim standardisierten Vorgehen oftmals bereits als gegebene Verständigungsgrundlage vorausgesetzt wird. Die im Laufe des Forschungsprozesses erhobenen und generierten Sinndeutungen entstehen in menschlichen Interaktionen und werden als Teil einer genuin interaktiv konstruierten sozialen Wirklichkeit verstanden (vgl. Helfferich 2005, 19ff).

5.2 ERHEBUNG

Im Zeitraum zwischen April und November 2008 wurden Interviews mit fünf Wienerinnen und Wienern geführt, die aktive MülltonnentaucherInnen sind, bzw. Erfahrungen mit Dumpstern haben. Der erste Kontakt konnte über einen Journalisten, der über das Thema berichtet hatte, hergestellt werden. Bei der weiteren Suche nach GesprächspartnerInnen war das Schneeballprinzip hilfreich, wobei an dieser Stelle den InterviewpartnerInnen ein Dank für ihre Vermittlungsbereitschaft gebührt. Danke auch an jene, die nach einem spontanen persönlichen Ansprechen dazu bereit waren, einen Interviewtermin zu vereinbaren.

Zusätzlich zu den Interviews werden in der Ergebnisdarstellung Informationen herangezogen, die bei einem Dumpster Diving-Vortrag mit anschließendem Workshop im Rahmen des Projekts „*Colonia Catering*“ beim Kunst- und Kulturfestival SOHO in Ottakring im Mai 2008 weitergegeben wurden. Es umfasste „7 Workshoptermine, bei denen nach einer kurzen Einführung in der Gruppe die Müllräume von zwei Supermärkten besucht [wurden]. Die gefundenen Waren [wurden] am Folgetag verkocht und im Rahmen des „*Colonia Catering Banketts*“ kostenlos und für jedermann zugänglich

verkostet.“³⁰ (SOHO in Ottakring 2008, 6) Passagen aus dem Gedächtnisprotokoll über die dabei gewonnenen Eindrücke werden an passender Stelle einfließen.

5.3 METHODE

Als Erhebungsmethode wurde das Leitfadeninterview gewählt, aufgrund der „mittleren Strukturierungsqualität“ (Bohnsack et.al. 2003, 114), die es sowohl auf Seiten der/des Fragenden, als auch auf der Seite der/des Befragten bietet. In Anlehnung an Cornelia Helfferichs Konzept des „teilnarrativen Interviews“ (Helfferich 2005) wurde ein Leitfaden mit vier erzählgenerierenden Fragen erstellt, der in der Interviewführung flexibel gehandhabt wurde und damit offen blieb gegenüber Themen, die von den Befragten eingebracht wurden. Die Fragen des Leitfadens enthalten den „Freegan“-Begriff, der für den Forschungseinstieg bedeutend war. Mit zunehmendem Fortschritt der Erhebung wurde er teilweise durch die Bezeichnungen „MülltonnentaucherIn“ bzw. durch die Benennung der Praktiken mit „Dumpstern“, „Containern“ und „GeObben“ ersetzt, die auch in der Ergebnisdarstellung dominieren. Die Grundfragen des Leitfadens werden hier in ihrer ursprünglichen Form dargestellt – sie wurden im Interviewverlauf mit möglichst offenen und immanenten Zwischenfragen ergänzt.

Leitfadenfragen

- *Bitte erzähl mir, was es für dich persönlich bedeutet, ein Freegan zu sein.*
- *Wenn du an deine Anfänge als Freegan denkst: Wie bist du dazu gekommen, das zu machen?*
- *Wenn du dich an die Zeit erinnerst, bevor du dich mit dem Freegan-Sein identifiziert hast, was hat sich seither für dich verändert?*
- *Wie stellst du dir deine Zukunft als Freegan vor?*

³⁰ Weiter lautete die Ankündigung: „Dumpster Diving (nach gut erhaltenen, verwertbaren Schätzen in der Mülltonne tauchen) ist eine Kunst, die satt macht. Ein Überlebenstraining für Arme. Colonia Catering ist Teil ihrer zukünftigen Festkultur.“ (SOHO in Ottakring 2008, 6)

5.4 AUSWERTUNG

Die transkribierten Interviews wurden mithilfe der Codier-Software *Max QDA* vercodet, wobei die weiter unten dargestellten Forschungsfragen bei der Bildung der Codes als heuristischer Rahmen herangezogen wurden. Themenbereiche, die schon bei der Leitfadenerstellung interessierten, wurden im Material verortet und um neue Aspekte, die sich aus den Interviews ergaben, ergänzt. Eine Orientierungshilfe leistete dabei Udo Kelles und Susann Kluges Schema vom „*Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung*“, das als ersten Auswertungsschritt das Erarbeiten von Vergleichsdimensionen, Kategorien, Begriffen und Hypothesen vorschlägt, die teils anhand des Vorwissens entstehen, sowie auch durch die Datenanalyse ergänzt und konkretisiert werden (vgl. Kelle und Kluge 1999, 60-101). Das Ziel dabei ist es, ein abstraktes Kategorienschema mit dem Datenmaterial zu dimensionieren, das heißt, es als „theoretisches Raster [zu verwenden, das] durch empirische Beobachtungen zunehmend aufgefüllt wird“ (ebd., 60). Am Ende der Ergebnisdarstellung wird im Ansatz eine Typologie erarbeitet, welche es nach Kelle/Kluge leisten kann, „Relevanzstrukturen und Handlungsintentionen der Subjekte im untersuchten Feld“ (1999, 101) zu beschreiben.

5.5 CHARAKTERISIERUNG DER INTERVIEWPARTNER UND INTERVIEWPARTNERINNEN

Um eine bessere Orientierung zu ermöglichen, werden den befragten Personen Pseudonym-Namen verliehen. Die folgende Tabelle stellt relevante Personenangaben im Überblick dar, wobei diese in Relation zum jeweiligen Erhebungszeitpunkt zu verstehen sind. Nicht alle InterviewpartnerInnen sind in Puncto Dumpstern gleichermaßen aktiv, wie die Spalte *Erfahrungszeitraum* verdeutlicht. Der Bezug zum Dumpstern zum Zeitpunkt des Interviews variiert von einem aktiven Ausüben der Praxis bis zu einem abgeschlossenen Handeln in der Vergangenheit. Das Alter der Befragten liegt zwischen 22 und 37 Jahren; vier von fünf befinden sich in einer universitären Ausbildung.

| Name | Erfahrungszeitraum | Alter | Geschlecht | Beruf/Ausbildung | Wohnort |
|-------|-------------------------|-------|------------|----------------------|---------|
| Ina | 4 Monate – aktiv | 22 | ♀ | Studentin | Wien |
| Maria | 9 Monate – aktiv | 24 | ♀ | Studentin | Wien |
| Xaver | 7 Jahre – selten aktiv | 26 | ♂ | Doktorand | Wien |
| Max | 10 Jahre – selten aktiv | 31 | ♂ | Doktorand | Wien |
| Tom | 7 Jahre – inaktiv | 37 | ♂ | Gemeinschaftsprojekt | Wien |

6 ERGEBNISDARSTELLUNG

Folgende Fragen waren anleitend für den Forschungsprozess und sollen in der kommenden Ergebnisdarstellung Beantwortung finden:

- Wie gestaltet sich das Phänomen des Mülltonnentauchens als konsumkritische Handlungspraxis?
- Welches Identifikationspotential birgt das „Freeganismus“-Konzept für die Befragten und für die Dumpster-Szene?
- Welchen persönlichen und sozialen Sinn sehen die Befragten in der Praxis des Mülltonnentauchens?
- Wie entstehen diese Sinnzuschreibungen und welche vergemeinschaftenden Momente können im konsumkritischen Handeln festgemacht werden?
- Welche Effekte soll die angewandte Konsumkritik aus Sicht der Befragten innerhalb der Konsumgesellschaft erreichen?

Anhand der vier thematischen Abschnitte „Dumpster Praxis“, „Freegan als Szene- und Medienbegriff“, „Der Einstieg ins Mülltonnentauchen“ sowie „Persönliche Beweggründe und sozialer Sinn“ werden die Ergebnisse aufbereitet und in einer abschließenden Conclusio noch einmal mit dem theoretischen Teilen der Arbeit in Verbindung gebracht.

Bezüglich Formatierung ist zu bemerken: Zitierte Interviewpassagen wurden direkt aus dem Originaltranskript übernommen und bewusst in Kleinschreibung belassen. Auslas-

sungen und Umstellungen im Satzbau des Transkripttextes sind mit eckigen Klammern gekennzeichnet; drei Punkte in Folge zeigen ein zögerliches Sprechen an.

6.1 DUMPSTER PRAXIS

Ina, Maria, Xaver, Max und Tom, wie die befragten Dumpster DiverInnen hier genannt werden, holen bzw. holten Lebensmittel aus den Abfalltonnen der Wiener Supermärkte. Wie gestaltet/gestaltete sich ihr Vorgehen in der Praxis?

Quellen

Der Zugang zu guten Quellen, also Supermärkten mit zugänglichem Müllraum und ausreichend „sauber“ entsorgter Ware sind für ertragreiches Dumpstern entscheidend. Günstig zugebar sind Märkte, die den Müllraum mit einem anliegenden Wohnhaus teilen, wobei sich insbesondere in Großstädten die Abfallcontainer oft in eigens versperrten Räumen befinden. Nach passenden Filialen muss oft eine gewisse Zeit lang gesucht werden, und mit etwas Glück findet man, um es mit Toms Worten auszudrücken, einen oder mehrere „Nahversorger“. Mit zunehmender Erfahrung wird das Suchen nach Quellen zur Routine, wie er beschreibt:

„wenn ich einen supermarkt seh´, überleg ich mir die mülllogistik vom supermarkt... also wo ist der müllraum und wo... sind sozusagen wenn man in den supermarktraum reingeht ja, wo sind die... sozusagen die backstage türen und wo könnten die enden und... [...] hat dieser supermarkt einen eigenen müllraum oder geteilt mit den hausbewohnern... ist das jetzt zugänglich oder nicht und wann und wie“ (19)

Von Startschwierigkeiten bei der Quellensuche erzählt Ina:

„am anfang hab ich... relativ viele frusterlebnisse gehabt weil ich draufgekommen bin, das ist nicht so einfach, dass jeder supermarkt einen zugang zum müllraum hat... [...] und da war ich dann ein bissl... ...frustriert [...] das war... eine nacht wos geschüttet hat und ich da... stundenlang unterwegs war und gsucht hab und dann nachhause gekommen bin mit sowas wie einem jogurt und und das wars und ich bin nämlich auch [...] in vielen nicht-supermarkt müllräumen gelandet [...] also man muss eben konkret wissen wo der müllraum is“ (43)

Maria und Ina berichten von ihren Stammsupermärkten, die sie für sich entdeckt haben und nun regelmäßig besuchen, um zu Dumpstern:

Maria: „ich hab auch gleich n´ gourmet spar um die ecke also...das is auch ganz praktisch“ (13)

Maria: „einer der is direkt... im innenhof aber es sind eigentlich nur zwei die wirklich zu-gebar sind in der nähe und ähm also ich mein im ersten bezirk hab ich bis jetzt noch nichts gefunden und... hier sinds in der nähe eben wirklich nur die zwei und [...] also ich mein der eine raum is echt ziemlich genial“ (122)

Ina: „ich bin jetzt umgezogen aber jetzt hab ich wieder zwei... ganz gute... ja [...] das geht dann aber schnell also... du weißt dann halt schon wie die türen ausschaun und... wo die... wo was sein könnt“ (44-49)

Max und Xavers bevorzugte Dumpstermöglichkeiten liegen am Stadtrand von Wien und werden von ihnen eher frequentiert als jene in der Stadt, weil sie einfacher zugänglich sind:

„also sozusagen mein elternhaus ist so in der peripherie von wien und ich hab eigentlich immer dann nur dort containert [...] und es is auch de facto so [...], dass einfach es in wien schon relativ schwierig ist auch zu containern weil... dort wo ich das mach da stehen einfach die mistkübeln am parkplatz und man kann hingehen und in wien da gibts echt auch müllräume und ... versperrte container und lauter solche späße...“ (Xaver, 65)

Zeitpunkt und Ausrüstung

Dumpstern soll nach Einbruch der Dunkelheit gemacht werden, um zu vermeiden, dass man dabei beobachtet wird. Empfehlenswert für Wien ist laut Ina und Maria ein Zeitpunkt gegen Mitternacht oder danach, wo die Straßen und Stiegenhäuser möglichst menschenleer sind. Dass das mit dem Tagesrhythmus mitunter nicht so leicht zu vereinbaren ist, merkt Ina an:

„in letzter zeit geh ich eigentlich immer relativ früh also... oft schon zehn elf... weil ich einfach müde bin dann (lacht) und uni hab und so und ja... aber am besten am idealsten is es eigentlich so ab zwölf find ich“ (61)

Xaver hält eine frühere Uhrzeit für ideal, um die Lebensmittel möglichst frisch aus dem Müll zu holen, wobei die Dringlichkeit auch von der jahreszeitlichen Außentemperatur abhängt:

„also die beste zeit is ungefähr so eineinhalb bis zwei stunden nach betriebsschluss... weil einfach dann kann man sicher sein dass die angestellten weg sind und gleichzeitig aah sind die waren noch nicht so lang in der mülltonne, sind noch nicht soviel druck ausgesetzt, ist noch nicht soviel zeit vergangen, die fäulnis ist nich nicht so weit fortgeschritten“ (79)

Die Ausrüstung, die sie bei einem Mülltauchgang mit sich nehmen beschreiben Ina und Maria ähnlich jener von John Hoffmans „Dumpster Diving Prototyp“: zwei oder drei Stofftaschen bzw. einen großen Rucksack und eine Headlight – eine Stirntaschenlampe. Ina verwendet Handschuhe und Maria hat „wenns geht [...] nen kaputzenpulli an“ (121). Alle InterviewpartnerInnen sind, wenn sie für sich alleine dumpstern, zu Fuß oder mit dem Fahrrad unterwegs. In Toms aktiven Zeiten waren seine Lieblingsplätze jene, die mit dem Rad zufahrbar waren – er nennt sie die „Drive In GeObb-Plätze“:

„[am] fahrrad damals hinten [...] montiert hatte [ich] so zum rausnehmen einen einkaufskorb mhm... und da gabs eben plätze wo ich nur zufahren musste und mit dem rechten fuß bin ich auf die klappe gestiegen und der deckel is aufgegangen.... ...ich hab nach hinten eingeräumt sozusagen...da musste ich gar nicht vom fahrrad absteigen, konnte gleich weiterfahren“ (53).

Für größere, gemeinschaftliche Dumpster- und anschließende Kochaktionen ist ein Auto als Transportmittel von Vorteil.³¹

Dumpster Gebote

Welches Vorgehen sich beim Mülltonnentauchen empfiehlt, wurde beim SOHO in Ottakring Dumpster Diving-Vortrag von den Workshopleitern referiert und im Anschluss

³¹ Eine anschauliche Szene einer solchen Gemeinschaftsaktion liefert der Film „essen fassen. Ein Dokumentarfilm überlebensmittel.“ (sic!) (Kovacs/Kugler et.al. 2008).

demonstriert. Unauffälligkeit und Zielstrebigkeit, sowie Achtsamkeit, Maß und Ziel können als Grundgebote festgehalten werden:

„Beim Betreten und Verlassen des Hauses und des Müllraumes ist ein zielstrebiges, selbstsicheres Verhalten wichtig, denn auf eventuelle ZeugInnen wirkt man vor allem dann verdächtig, wenn man sich unsicher verhält, sich etwa in Gedanken selbst kriminalisiert. Der Unauffälligkeit wegen soll man keine allzugroßen Mengen mitnehmen und den Ort so verlassen, wie man ihn betreten hat. Spuren sollen unkenntlich gemacht werden und keinesfalls darf eine größere Unordnung zurückgelassen werden, als vorgefunden wurde. Ein zügiges Vorgehen und ein nicht zu langer Aufenthalt im Müllraum zählen zu den Regeln, wobei hier in einem ersten Schritt nur grob selektiert wird und eine feinere Selektion der gedumpsterten Lebensmittel an einem sichereren Ort – zuhause – stattfindet. Gibt es eigene Biomüll-Tonnen, so findet sich darin zumeist loses Gemüse und Obst, das direkt verlesen werden kann. In den Restmülltonnen trifft man jedoch zumeist auf mehrere große Müllsäcke, die auf verwertbaren Inhalt geprüft werden müssen, da ihr Inneres recht divers sein kann (entsorgtes Brot neben oder zwischen Wurst-, Plastik- und anderen Verpackungsabfällen etc.). Ein Sack nach dem anderen soll geöffnet und durchsucht, aber nicht aufgeschnitten werden. Die gefundenen Sachen müssen nach dem Dumpstern gründlich gereinigt werden, um die Aufnahme von Sporen und Keimen zu minimieren. Gemüse und Obst mit glatter Schale ist robuster als etwa Pfirsiche mit einer haarigen Oberfläche und eignet sich besonders zum Mitnehmen, da es auch einem intensiven Waschen oder Bürsten standhält.

Der Inhalt der Restmülltonnen beweist, dass viele Supermärkte keine korrekte Mülltrennung betreiben, da organische Abfälle und nichtorganische gemeinsam entsorgt werden. Die Workshopleiter berichten von immer wieder bezeugten Brüchen des Mülltrennungsgebotes, wie etwa einer Batterie-Sammelbox in der Restmülltonne oder einzelnen Batterien im Biomüll. Diese ZeugInnenschaft und das Wissen um die Verstöße gegen das Trennsystem sind im möglichen Falle einer Konfrontation mit den Supermarktangestellten oder -autoritäten ein gutes sachliches Argument für die Praxis des Dumpsterns.

JedeR soll nur soviel mitnehmen, wie er/ sie auch tatsächlich verwenden kann – die erfahrenen Dumpster Diver erinnern sich hier an das Auftreten ihrer eigenen „ganz normalen“ Anfangseuphorie, die dazu verleitet, zuviel Verwertbares auf einmal zu sammeln, aber mit zunehmender Erfahrung einer besseren Einschätzung und Zurückhaltung Platz macht. Nicht alles zu nehmen sei die Kunst des Containers. Manchmal finde sich, auch nach Einkaufstagen vor einem oder mehreren Feiertagen, nichts Verwertbares im Müll. Gesetzmäßigkeiten könne sich zwar Jeder und Jede für sich selbst ausmalen, es gäbe aber keine Garantie dafür, was und wieviel man findet. Nach Ansicht eines Colonia Catering-Organisators gibt das dem Containern auch einen entsprechenden Erlebniswert.“ (SOHO Dumpster-Workshop Gedächtnisprotokoll, 2-3)

Häufigkeit und Regelmäßigkeit

Wie oft die Befragten zum Container gehen, ist unterschiedlich: Toms „Dumperkarriere“ ist abgeschlossen, wobei er über sieben Jahre intensiv gedumpstert hat. Max und Xaver waren in der Vergangenheit häufig unterwegs, um Essen aus dem Müll zu besorgen – mittlerweile sind sie beide nur mehr mäßig bis selten aktiv. Früher in seinen „Hochzeiten“, so Max, ging er mehrmals die Woche dumpstern; nun beträgt seine Frequenz im Schnitt einen Dumpster-Gang pro Monat. Als Grund für den Rückgang nennt er sein zeitintensives universitäres Engagement und das daraus bezogene Einkommen, wobei er an anderer Stelle erwähnt, dass er aus Überzeugung „eigentlich [...] wieder [mehr] aus der tonne holen sollte“ (43):

„seitdem ich verdiene [...] flaut das ab also man lässt einfach nach, man wird faul und denkt sich man hats nicht mehr so nötig [...] ziemlich pragmatisch hab ich dem nachgegeben und mach das jetzt nicht mehr so fleißig“ (13)

Die weiblichen Befragten sind die aktivsten Dumpster Diverinnen: Ihre Dumpsterroutine entspricht der Häufigkeit und Regelmäßigkeit „schneller“ privater Lebensmitteleinkäufe und der Dumpster-Ertrag ersetzt diese oft fast zur Gänze. Maria geht „alle zwei drei tage ungefähr“ (9) und Ina beantwortet die Frage, wie oft sie in einer Woche containert mit

„vielleicht dreimal... viermal... manchmal geh ich schon... ...naja nicht täglich aber aber... einen tag, nächsten tag wieder nächsten tag wieder dann zwei tage nicht“ (106)

Ihre Motivation hängt dabei von verschiedenen Faktoren ab:

„ob ich grad lust hab, ob ich grad urmüde bin ja... wenn ich überhaupt kein wenn ich wenig wenig essen zuhaus hab, is natürlich der ansporn auch größer zu gehn ja...“ (109)

Montag, Mittwoch und Samstag zählen zu ihren bevorzugten Tagen, denn

„samstag quasi [...] vorm wochenende und montag... nach dem wochenende schmeißen sie halt eher mehr weg, das is schon so... und mittwoch is es halt so, weil donnerstag meistens die müllabfuhr kommt...“ (111)

Was wird gefunden

Die Qualität einer Dumpster-Quelle ist von Standort zu Standort verschieden, das heißt, es können unterschiedliche und unterschiedlich viele Lebensmittel im Supermarktabfall gefunden werden. Nach Auskunft der InterviewpartnerInnen ist eine gewisse Erwartbarkeit des „Angebots“ jedoch gegeben. Obst, Gemüse, Brot und Gebäck sind die mengenmäßig am meisten vorhandenen und deshalb auch am häufigsten gedumpsterten Lebensmittel. Xaver ergänzt dazu:

„es wird aber alles weggeworfen, also es wird eben auch fleisch weggeworfen oder tierprodukte, fertigerprodukte, getränke, bekleidung also eigentlich alles was es gibt im supermarkt, das wird auch weggeschmissen zu einem gewissen prozentsatz“ (57)

Ina bestätigt das und berichtet von „sehr absurden Sachen“ (64), die sie im Supermarktmüll gefunden hat, wie etwa „blumen... also zimmerpflanzen ja [...] und so einen richtig großen koch äh kochtopf“ (ebd.). Sie thematisiert auch, dass ihre Funde mitunter einseitig ist und nicht ihren Vorstellungen entspricht, vor allem, wenn nichts Vitaminreiches darunter ist:

„jetzt find ich meistens brot und milchprodukte eigentlich... und kaum gemüse was mich aufregt [...] diese zwei supermärkte da irgendwie also der eine hat überhaupt keinen biomüll... container... und der andere hat einen biomüllcontainer, der eher kompostmäßig is und... ich hab da... also obst und gemüse find ich immer sehr sehr wenig eigentlich bei denen zwei, was blöd is ja...“ (64-67)

Maria findet im Gegensatz dazu reichlich davon – „also ich könnt eigentlich eine großfamilie von dem gemüse was ich find ernähren“ (13) – und meint dazu weiter: „ja man findet fast immer die gleichen sachen, davon aber sehr viel [...] also paprika bananen orangen äpfel birnen also auf jeden fall an obst wirklich alles und gemüse auch sehr viel und ab und zu mal n'paar jogurts“ (123) In einer ihrer Stammfilialen ist meistens auch biologisches Obst und Gemüse wie etwa Bio-Paprika und Bio-Bananen im Müll, was sie als „sehr cool“ (143) kommentiert und ihre Theorie dazu erklärt: „also ich denk mir mal wahrscheinlich kaufens auch weniger leute weils halt teurer is ja und deswegen bleibt halt mehr übrig“ (ebd.).



Abb. 11: tomate

© Kai Löffelbein

Was wird zugekauft

Dass Mülltonnentauchen eine Praxis ist, die es erlaubt, fast ohne Einkäufe im Supermarkt auszukommen, bzw. diese auf ein Minimum zu reduzieren, wird im Kommenden beschrieben. Je nach Ergiebigkeit der Dumpster-Stellen können so viele Lebensmittel organisiert werden, dass der eigene Haushaltsbedarf abgedeckt ist, was zu einer erheblichen Geldersparnis beitragen kann und außerdem aus Sicht der MülltonnentaucherInnen den Zwang verringert, den Supermarkt monetär zu unterstützen. Diese beiden Faktoren wurden auch von den Leitern des Dumpster Diving-Workshops ins Treffen geführt: „Die Praxis des Containers ist in autonomen Kreisen“³²

³² Nachdem die Autorin davon ausgeht, dass sich Wikipedia mit ihren webdemokratischen Partizipationsmöglichkeiten besonders eignet, um gegenwärtige, lose organisierte Bewegungen zu beschreiben, sei die „freie Enzyklopädie“ hier nochmal herangezogen:

„Als *Autonome* [...] oder *autonome Gruppen* werden heute umgangssprachlich Mitglieder bestimmter unabhängiger linksradikal-libertärer beziehungsweise anarchistischer Bewegungen bezeichnet. Autonome Gruppen sind in Bezugsgruppen organisiert. Untereinander bestehen lose Verbindungen und Netzwerke. Die Autonomen streben danach, auch unabhängig von der bestehenden Gesellschaftsordnung, selbstbestimmte Freiräume zu schaffen. Im Allgemeinen verfolgen sie antiautoritäre, sozialrevolutionäre und dem Anarchismus nahe stehende Ideale. Von den Staatsschutz-Behörden Deutschlands, Österreichs und der Schweiz wird die autonome Bewegung als linksextrem eingestuft.“ (de.wikipedia.org)

weit verbreitet. Der Mangel an materiellen Mitteln einerseits und andererseits der Wunsch, den eigenen Lebensunterhalt möglichst durch Gratisaneignung zu bestreiten, motivieren zu dieser Art der Versorgung.“ (SOHO Dumpster-Workshop Gedächtnisprotokoll, 1)

Max bringt seine Erfahrungen zum Umfang des Gefundenen auf den Punkt:

„ja also wenn man das intensiv betreibt kann man sich mehr oder weniger fast den ganzen lebensmitteleinkauf ersparen...wenn man gute quellen hat, wenn man gute supermärkte hat...ah ob das dann noch an eine ausgewogene ernährung herankommt is eine andere frage, aber kalorienmäßig is es locker möglich“ (49)

Maria ergänzt ihre Dumpster-Funde durch den Zukauf von „Grundsachen“ wie „brot, reis, nudeln... und [...] butter, milch, sahne falls ich sowas kauf“ (83). Xaver meint, seine Praxis sei weniger intensiv als die von Anderen – Dumpstern war und ist für ihn eine zusätzliche, nicht aber die hauptsächliche Quelle der Versorgung:

„ich hab schon meistens mehr einfach kauft und aus der tonne zusätzlich obst, gemüse und brot zogen und... manchmal auch mehr als ich braucht hab, dann hab ichs zum beispiel hergschenkt oder... hab ma trockenfrüchte gmacht oder solche sachen und ja es war aber sicher nie ein hauptstandbein sondern war eher so dass es...ja das ich einfach das nebenbei gmacht hab (63)

Mit sowenig Zukäufen wie möglich auszukommen hat einerseits den pragmatischen Vorteil, kein Geld ausgeben zu müssen – andererseits nährt es den Stolz, ohne regulärer Teilnahme am Konsumsystem bestehen zu können. Je weitgehender dieser Boykott gelingt, desto größer mitunter die Genugtuung, wobei Selbstdisziplin und eine hoher Überzeugungsgrad dafür essentiell scheinen. Tom berichtet von den eigenen Kontrollmechanismen, die er in der Vergangenheit angewendet hat, um das Maß an Einkäufen zusätzlich zum GeObben gering zu halten:

„eine zeitlang war ich eher strenger dann wieder lockerer dann wieder strenger...ich hab halt eine zeitlang sehr genau buch geführt was ich für lebensmittel ausgabe und das waren dann 10 schilling...oder waren das 12 schilling“ (58-59)

Inas Haushaltsorganisation hat sich seit sie dumpstert „massiv verändert“ (103). Das Containern ist zu ihrer Hauptversorgung geworden, was ihr Budget wesentlich erleich-

tert und sie auch hinsichtlich ihres konsumkritischen Anspruches sehr zufrieden macht. Nach ihrem ersten Dumpster-Gang konnte sie den Supermarkt drei Wochen lange meiden:

„und dann war ich richtig stolz nach... dass ich [...] drei wochen überhaupt nicht im supermarkt war und seitdem hab ich halt auch immer nur so n´paar dinge gekauft [...] und... ich bin dann auch im supermarkt und denk mir dann ‚nein, das kauf ich jetzt nicht, das kann ich eh auch dumpstern mal‘... [...] ich kauf mir das doch nicht um soviel geld, wenn ichs doch finden könnte irgendwann in nächster zeit... [...] aber insgesamt is es schon viel viel weniger weil ich eben wiegesagt keine supermarkteinkäufe mehr hab um 30 äh 20 euro und nicht mit mit sackweise zeug nach hause gehe“ (ebd.)

Die Müllcontainer der Supermärkte stellen eine reichhaltige Nahrungsquelle dar, da sie große Mengen an Lebensmittel beinhalten, die noch gegessen werden können. Tom zeigt sich im Interview nach wie vor beeindruckt von der „unglaubliche[n] fülle“ (35) an genießbaren Produkten im Abfall, die er als Dumpster Diver immer wieder bezeugen konnte. Eine Mäßigung in dem Sinn, dass man angesichts dieser Fülle nicht über die Stränge schlägt, müssen sich alle aneignen, die ihr begegnen:

„das is für die meisten geobber glaub ich eine ziemlich schwierige angelegenheit....das maß halten irgendwie....ganz am anfang hab ich einfach teilweise unglaublich viele krapfen gegeobbt ja und mich damit voll überessen regelmäßig mit den krapfen... aber... [...] die hab ich dann auch in der mülltonne gelassen die krapfen nach einer zeit“ (39)



Abb. 12: brotberg

© Kai Löffelbein

Bedenken wegen Hygiene & Gesundheit

Lebensmittel aus dem Abfall zu konsumieren, widerspricht den landläufigen Vorstellungen von Appetitlichkeit und Hygiene. Die Dumpster DiverInnen überschreiten bewusst eine Grenze des „guten Geschmacks“, um den Abfallstatus der entsorgten, aber einwandfreien Lebensmittel zu dekonstruieren. Da sie das aus freiem Willen tun und nicht aus materieller Not, wird diese Überschreitung zu einer besonders starken Geste. Um die noch genießbaren Sachen aus der Tonne von den Un genießbaren zu unterscheiden, muss man sich auf seine Sinne verlassen, wie Ina befindet:

„also da denk ich mir einfach dass die wahrnehmungsorgane des menschen so differenziert sind und grad eigentlich auch auf sowas ausgerichtet, dass man sehr gut unterscheiden kann... von dem was genießbar is und was nicht“ (119)

Das Ablaufdatum ist dabei vernachlässigenswert, denn obwohl die Waren von offizieller Stelle entsorgt worden sind, können sie noch verwertet werden. Viele Produkte gelangen zudem bereits vor dem Ende der Mindesthaltbarkeitsfrist in den Abfall, um Platz für neue Lieferungen oder neue Sortimente zu schaffen. Das nährt bei den KonsumkritikerInnen den Verdacht, das Ablaufdatum sei eine beliebig festgelegte Zahl, die hauptsächlich existiert, um die kapitalistische Umsatzmaschinerie zu fördern. Leicht angeschlagene oder hochreife Frischware wie Obst und Gemüse kann ebenso wie Artikel mit Verpackungs-Schönheitsfehlern aufgrund der hohen Marktansprüche in Puncto Ästhetik und Makellosigkeit nicht mehr verkauft werden. Wie Xaver bemerkt, sind manche Früchte und Gemüsen aber erst dann am Höhepunkt ihrer Genießbarkeit:

„ich nehm nix aus der mülltonne was schimmelt oder was grauslich ist.... und es gibt auch einfach so produkte wie bananen oder avocados, die eigentlich dann erst richtig reif sind wenn sie halt schon ein wenig unansehnlicher sind oder weicher und einfach nicht mehr verkaufswirksam genug sind“ (61)

Ina unterstreicht die Nichtigkeit des Ablaufdatums – gleichzeitig grenzt sie sich darin ab von Menschen, die fürs Dumpster Diving zu empfindlich sind, das heißt, sie ist sich ihres Tabubruches gegenüber „pingelig[en]“ (115) Menschen bewusst:

„ich nehm halt nichts mit was wirklich schlecht aussieht oder wenn ich dann zhaus seh ok nein, dass is nicht mehr gut dann muss ichs halt wegschmeißen aber...[...] die meisten sachen die ich jetzt find, sind nur abgelaufen und... [...] also... außer dass das ablaufdatum

abgelaufen is, haben sie... nichts... also ich hab ich hab mal so ungefähr zehn packungen fruchtzwerg gedumpstert, wo [...] die obere schicht halt dann sich auch aufgelöst hat so ein bisschen [...] wenn man pingelig is darf man... also is es wahrscheinlich nicht so toll dumpstern zu gehen und sowas zu essen aber... es war absolut ok“ (ebd.)

Max hat etwaige Hygienebedenken mit seiner Mutter besprochen, als er mit dem Mülltonnentauchen begonnen hat. Er beschreibt sie als „hygienisch anspruchsvoll[e]“ (17) Person, die ihm diese Genauigkeit auch weitergegeben hat und der er in dieser Hinsicht vertraut. Trotz ihrer „Pingeligkeit“ sehen sie beide im Mülltonnentauchen kein Problem, was im interessanten Kontrast zu Inas Aussage steht:

„wir beide identifizieren da eine menge lebensmittel, die einwandfrei sind und das heißt für mich, das es wirklich ok is wenn meine mutter sagt das passt...und ich sag das passt dann dann...kann man das wirklich benutzen“ (19)

Max suchte in journalistischer Begleitung eine Universitätsprofessorin für Biochemie auf, um einen Korb voll Lebensmitteln aus der Mülltonne auf ihre Genießbarkeit hin untersuchen zu lassen:

„und die hat das so gut sie konnte ad hoc ohne große labordiagnostik [...] versucht das zu analysieren und zu bewerten... und die is... bei fast allen produkten is sie zu dem konsens gekommen dass es durchaus möglich is dass das noch verzehrbar is also die war dem auch sehr aufgeschlossen... spätestens ab dem zeitpunkt wo sies gesehen hat, sie hats teilweise gar nicht geglaubt, dass diese sachen aus der tonne kommen...bedenken hat sie geäußert bei den produkten, wo die kühlkette nicht eingehalten wird... sprich tendenziell milchprodukte...fleisch war ihrer meinung nach sehr gefährlich“ (23)

Maria meint über ihre Hygienegrenzen beim Dumpstern:

„wenn [...] vielleicht irgendwie sachen ein paar tage drin liegen und da würd vielleicht irgendwie verpacktes fleisch drin liegen würd ich mir schon meine gedanken machen also ob ich das ess oder nich' aber [...] also ich mein ich wüsst nicht jetzt was am obst dran sein sollte und... ich würd keine keine geöffneten packungen oder so essen aber... also [...] wenn jetzt zum beispiel jogurt geöffnet da drin liegt dann würd ichs natürlich nich' essen aber sonst so... keinerlei bedenken, nein“ (135)

6.2 „FREEGAN“ ALS SZENE- UND MEDIENBEGRIFF

Nach der Beschreibung der Dumpster Praxis soll nun exploriert werden, inwieweit das Freegan-Konzept für die Befragten eine Rolle spielt und wie sie es für sich begreifen. Zuvor wird anhand verschiedener Indizien die Vermutung aufgestellt, dass die konsumkritische Bewegung des Freeganismus von einem bestimmten Personenkreis in Österreich bereits als Identifikationsangebot angenommen wird.

Freeganismus in Österreich

Ausgehend von seiner Formulierung in den USA ist das Freegan-Konzept auch hierzulande auf Resonanz gestoßen. Nebst der häufigen Verwendung des Begriffs „Freegan“ in der medialen Berichterstattung über Dumpster Diving fand auch eine Aneignung durch aktive Dumpster DiverInnen statt, die sich unter diesem „Label“ sichtbar zu erkennen geben. Etwa werden im „Am Schauplatz“-Beitrag *„Frisch aus dem Mistkübel“* (Moschitz 2008) zwei junge Männer in T-Shirts mit dem Aufdruck „Freegan“ öffentlichkeitswirksam bei einer Dumpster Tour begleitet.

Die heimische Freegan-Szene verfügt über einen eigenen Webauftritt: Für die Website www.freegan.at zeigen sich „Autonome Freegans“ (ebd.) verantwortlich – einer von ihnen ist Interviewpartner Xaver, der Konzept und Inhalt mitgestaltet hat. Als Informationsplattform für Interessierte ist sie in ihrer Darstellung von Fakten über Lebensmittelverschwendung und „Konsumwahn“, sowie veganen und kapitalismuskritischen Ideen ähnlich aufgebaut wie die zuvor charakterisierte freegan.info-Seite. Zusätzlich zu praktischen Tipps für Freegans und Links zu konsumkritischen Gemeinschaftsinitiativen enthält sie mehrere YouTube-Videos mit Appellen pro Tierrechte und contra Ressourcenverschwendung. Ein eigens entworfenes Freegan-Logo steht zum freien Download bereit und ist mit dem Hinweis versehen:

„Selbstverständlich kann niemand eine Bildmarke für die unabhängige Freegan-Bewegung erzeugen und als verbindlich definieren. Das auf freegan.at verwendete Freegan-Logo versteht sich als satirischer Hinweis auf die Konsumkultur mit ihrem allgegenwärtigen Markenkult. Das kleine eingekreiste F im Logo steht im Gegensatz zu den Rechtsansprüchen der echten Marken für eine völlig freie Verfügbarkeit des Symbols. Es ist [...] durch keinerlei Rechtsansprüche geschützt.“ (ebd.)



Abb. 13: Freegan Logo

Ein Hinweis auf eine Veranstaltung unter dem Motto „Freegan-Club“ findet sich im Magazin der Veganen Gesellschaft Österreichs. In einem Wiener StudentInnenheim wurde gemeinschaftlich für freegane Zwecke gegessen und gefeiert:

„Am 13.04.2008 fand in Wien im Haus Panorama Student_innenheim der erste Freegan-Club statt. Bei äußerst günstigen Getränkepreisen bot der Veranstalter Freegan-Stevie gratis Essen für alle an. Die Zutaten für die Kartoffelsuppe waren fast alle am Tag davor containert, also aus Mülltonnen gerettet. Die Veranstaltung, die starken Volksküchencharakter hatte, lockte um die 25 Gäste an.“ (Vegan AT 2008, 22)

Bedeutung und Ambivalenz des „Freegan“-Begriffs für die Befragten

Auf die Frage was der „Freegan“-Begriff persönlich für sie bedeutet, reagieren die InterviewpartnerInnen unterschiedlich: Das Spektrum reicht von der Identifikation mit dieser Selbstbezeichnung über eine distanzierte Betrachtung bis hin zur Skepsis und Ablehnung. In den verschiedenen Antworten wird deutlich, dass keine eindeutige Definition und somit keine klare Identifikationsfläche festzumachen ist – vielmehr wird diese immer aufs Neue diskursiv verhandelt.

Für Max scheint die Klärung der Bedeutung für sich persönlich nicht unbedingt relevant zu sein, er verbindet „Freegan“ aber spontan mit Personen, die durch einen Reflexionsprozess zu einem konsum- und kapitalismuskritischen Anspruch gefunden haben:

„also ich hab noch nie so drüber nachgedacht, aber auf die schnelle würd ich sofort assoziieren leute, die das irgendwie verstanden haben, "das" verstanden haben unter anführungsstrichen, also einfach die konsumgesellschaft, den kapitalismus, dass hier in massen die lebensmittel bewusst und wissentlich weggeschmissen werden nur um paradoxerweise den profit hochzuhalten. [...] also diese verschwendung während anderswo und auch hier in österreich leute wirklich jeden schilling zweimal umdrehen müssen um sich ihr essen kaufen zu können, das is ja, das mein ich mit verstanden haben“ (39)

Maria meint in ihrer Reaktion auf den „Freegan“-Begriff, er sei ihr „auf jeden fall [sympathisch]“ (7), wobei sie nicht explizit erwähnt, dass sie sich selbst so bezeichnet. Sie assoziiert damit den Boykott der Supermärkte und eine inhaltliche Nähe zum Veganismus:

„so gehört hab ichs sicherlich schon mal, ja aahm also so von wegen dass ma halt sachen nicht konsumiert oder halt irgendwie... ahm sachen [isst] die man sich halt irgendwie so besorgen kann also von wegen... containern gehen kann oder so. [...] wies halt irgendwie vegetarier gibt oder veganer gibt gibts halt die freeganer, die halt äähm fleisch essen wenn sies irgendwo finden...aber nicht [...] kaufen und ja also halt nicht versuchen irgendwelche supermarktketten zu unterstützen.“ (5)

Ina, die nicht vegan lebt, hat sich mit der Definition von „Freegan“ bereits auseinandergesetzt. Sie zeigt Identifikation mit jener Auslegung des Freeganismus, die den Konsum von gefundenem Fleisch erlaubt, da das Finden vom Zwang befreit, Fleischproduktion finanziell zu fördern. Ihrer Aussage nach zu schließen kann zwischen veganen und nicht-veganen Freegans unterschieden werden, also zwischen MülltonnentaucherInnen, die Fleisch und tierliche Produkte aus der Tonne essen und solchen, die das verweigern:

„ich kenn den freegan begriff... äh ich könnt mich selber als so... sowas wie freegan definieren [...] also bei mir is es so: ich kaufe kein fleisch... ahm ich kaufe schon eier und und tierprodukte aber das is auch eine form von von freeganism hat man mir gesagt und... äh wenn ich ah quasi fleisch finde, [...] wo ich nicht äh geld dafür ausgabe, dann ess ichs schon... ja [...] meistens nicht jetzt jetzt bloßes fleisch in einer verpackung oder so, sondern dann äh so gemachte semmeln [...] und brötchen so mit mit schinken drin und so [...] da bin ich doch dann eigentlich relativ froh, weil ich eben sonst wiegesagt kein fleisch kaufe“ (3-5)

Dass die Ambivalenzen um den Konsum oder Nichtkonsum tierlicher Produkte im Freegan-Begriff eine Rolle spielen, wird auch von Tom thematisiert, der sich in dieser Hinsicht kritisch gegenüber Zuschreibungen auf seine Person verhält. Vegan zu sein ist nach seinem Informationsstand Bedingung, um Freegan zu sein, wodurch sich für ihn eine Identifikation ausschließt, obwohl, wie er bemerkt, „es natürlich wissenschaftlich immer schön [is] in der entsprechenden kategorie zu sein“ (9): „ich hab zwar eine zeitlang vegan gelebt... aber dann, wie ich [...] geobber war, hab ich nicht mehr vegan gelebt... also könnt ich mich also auch nicht als freegan bezeichnen“ (ebd.)

Zuvor definiert er:

„unter "freegan" versteh ich leute, die eigentlich vegan leben und dann die produkte, die nicht vegan sind... sofern es sich nicht um fleisch handelt... äähhh... also tierische produkte [...] dann trotzdem konsumieren, weil sies aus der mülltonne haben... das is meine mein wissensstand ja... [...] ich mein das hab ich auch alles nur in diesen foren und so weiter gelesen“ (9)

So wie Tom die Verhandlung der Begriffsbedeutung in Internetforen anspricht, erwähnt auch Ina, dass sie am Anarchisten-Camp darüber diskutiert hat und dort erfahren hat, dass sie sich selbst den Freegans zuordnen kann. Daraus kann geschlossen werden, dass der szeneeinterne Austausch den Begriff „Freegan“ sowie generell das Gedanken- gut der Bewegung diskursiv formt.

„also ich hab da mal mit jemandem am A camp drüber geredet und der hat mir dann gesagt ääh ,ja [...] ok das heißt dann ääh du bist freegan'... ,aha ok' (lacht) und und... vorher wars mir eigentlich nicht wirklich klar, dass... ich ich habs schon gekannt und dann hab ichs halt nochmal nachschaut und mir gedacht ah ok jetzt check ichs ja“ (7)

Xavers Verbindung mit dem Freeganismus ist auf eine spannende Art mehrdimensional: Er hat sich eingehend mit dem Konzept und seiner Wirkung beschäftigt und erinnert sich zunächst, wie er auf den „Freegan“-Begriff gestoßen ist:

„ich hab [...] amal einen englischsprachigen text glesen... wo irgendjemand gschrieben hat ,vegan ist nicht genug... freegan muss es sein' oder so... und da bin ich glaub ich auf den begriff an sich gstoßen [...] also davor wars ma halt unter containern oder geobben bekannt“ (137)

Seiner Ansicht nach lassen sich mehrere Beweggründe für freegane Praktiken unterscheiden:

„eine dimension aaah is sicher die, dass freegan sein [...] für mich bedeutet, [dass man] durch den konsum, den man selbst verursacht, möglichst wenig leid in der wirtschaft oder über den marktmechanismus dann äh auslöst und eben so möglichst schonungsvoll und sozial konsumiert [...] ich weiß aber auch dass [...] sicherlich für andere leute auch eine gewisse ja wie soll ich sagen finanzielle rolle da dabei is, das einfach äh sachen aus dem container holen bedeutet, weniger geld äh zahlen zu müssen oder weniger arbeiten zu müssen und somit mehr freizeit zu haben“ (ebd.)

Persönlich will er als streng vegan lebender Mensch das Freegan-Konzept öffentlich machen und dazu benutzen, „um leuten mängel im kapitalistischen wirtschaftssystem oder in der mensch-tier-beziehung vor augen zu führen“ (15). Dass er selbst schon in österreichischen Medien als Freegan aufgetreten ist, erklärt er mit seiner bewussten Intention, „politisch was zu verändern“ (23):

„ich [nehm] das einfach als plakatives element her, anhand dessen ich illustrieren möchte, dass es gewisse probleme gibt in der wirtschaft, dass es eine überproduktion gibt und... ich möchte damit eben sozusagen die leute mit diesen zuständen konfrontieren und sie am besten dann in weiterer folge auch auf die ursachen, warum das so ist, aufmerksam machen.“ (15)

An anderer Stelle wiederholt er die Beschreibung seiner Strategie nochmals und spricht, was das Dumpster Diving betrifft von einem positiven „Boom“:

„das containern [...] boomt im moment so, das finden eigentlich alle gut denen ichs erzähl [...] die leute die berührt das eben dass die sachen weggeschmissen werden und die finden das halt oag [...] und ich probier eben genau dieses interesse zu nehmen und damit... weiterführend auf die ursachen hinzuweisen“ (191-193)

Xaver bezweifelt, dass das Freeganismus-Konzept für die Szene intern relevant ist und dekonstruiert es als Medienhype:

„ich glaub dass die meisten leut [...] in der subkultur also die meisten die wirklich containern gehn... die sprechen von ‚containern‘... weil freegan ja sozusagen darüber hinaus ein ein ganzes lebenskonzept wäre und ‚freegan‘ is halt in den medien jetzt total gehypt ja... alle reden immer von freegans und von freeganern irgendwie so diese komische wortschöpfung die halb englisch halb deutsche ungegenderte... aber, die leut dies praktizieren die... die sehn sich nicht so als freegans glaub ich“ (137)

Ob sich in Österreich unter dem Motto „Freegan“ eine noch wachsende und aktive Personengruppe formieren wird, bleibt abzuwarten. Obwohl oder gerade weil Xaver von einem „Hype“ des Themas spricht, kann jedenfalls davon ausgegangen werden, dass die Anliegen der Freegan-Bewegung in einer relativ breiten Öffentlichkeit kommuniziert und diskutiert werden. Vor allem bietet die Präsenz der freeganen Ideen im Internet mit all ihrem Potential für Diskurs, Vernetzung und Organisation eine niederschwellige Möglichkeit, Interessentinnen und Interessenten zu „rekrutieren“.

6.3 DER EINSTIEG INS MÜLLTONNENTAUCHEN

Die InterviewpartnerInnen wurden gebeten zu erzählen, wie sie dazu gekommen sind, Lebensmittel für ihren Haushaltsbedarf aus dem Müllcontainer zu holen. Alle Befragten schildern die Annäherung ans Dumpstern als einen Prozess der Bewusstseinsentwicklung, der sich zu einem bestimmten Zeitpunkt ihres Lebens vollzogen hat. Konsum, Lebensmittelkonsum und Ernährung – eigentlich Themen des eigenen, privaten Alltags – wurden nach und nach in einen größeren Zusammenhang gesetzt und bekamen eine soziale und politische Bedeutung. Als Konsequenz dieser ethischen Aufladung und Reflexion berichten alle Befragten von einer bewussten Übernahme von Verantwortung für die Folgen ihres eigenen Verbrauchs, die im Dumpstern wie auch in anderen Aktivitäten ihre praktische Ausformung fand. Parallele, aber auch unterschiedliche Entwicklungen auf ihrem Weg der zu konsumkritischen Handlungspraktiken sollen hier zusammengefasst werden.

Einstiegszeitpunkt

Xaver, Max und Maria erwähnen ausdrücklich, dass die Phase der konsumkritischen Bewusstwerdung mit dem Beginn des universitären Studiums und dem Auszug aus dem Elternhaus zusammenfiel. Xaver nennt diese Zeit „eine gewisse lebensumbruchs-situation“ (63) – eine Charakterisierung, die auch auf die anderen Beiden zutrifft:

Xaver: „ich bin halt auszogen, ich bin nach wien kommen, ich hab zum studieren begonnen, ich hab [da]mit begonnen politisch interessiert zu sein, politisch aktiv zu sein und habe eben generell einfach viel auch gelesen über vegetarismus, über linke politik über umweltschutz, das waren irgendwie so meine drei sachen, die mir wichtig waren und hab dann auch begonnen auf demos zu gehn und ... bin... vegetarisch worden und... dann... aah bin ich auch vegan worden oder wollte eben vegan werden und... hab eben einerseits im internet in diesen linksalternativen bereichen diese idee des containerns einfach gefunden und andererseits hab ich dann auch selber leut kennengelernt, die das machen“ (63)

Maria: „also von von mir ausgehend wars so dass ich irgendwie von [...] einem kleinen dorfkaff irgendwie nach wien gezogen bin und... erstmal [...] die möglichkeit hatte mich [...] zu entfalten irgendwie in jegliche richtung und... dass solche sachen.. mir eigentlich nicht wirklich geläufig waren dass man sowas überhaupt machen kann und... ja also so auch wirklich mal so einblick in die szene zu kriegen und so... leute die wirklich auch aktiv was machen und mit denen man über was diskutieren kann und die wirklich motiviert sind

und sich für sachen einsetzen und wirklich auch das leben was sie denken und... das hat mich total fasziniert“ (21)

Max: „[politisiert worden bin ich] ah definitiv über den tierschutz, also ich [...] hab so eine klassische ..sag ich mal aah männer aah jungskarriere eingeschlagen, technische schule, HTL... und tendenziell natürlich zählen da noch andere werte... als [...] die man später unter umständen auf der uni entdeckt [...] ich hab immer von anfang an schon mit mit... tierschutz sympathisiert, auch mit vegetarismus allerdings... naturgemäß wars in so einer burschenklasse eher schwer... wir hatten einen vegetarier, über den ich mich damals selber noch lustig gemacht hab [...] zum glück muss ich sagen.. gabs dann ..so einen umbruch in meinem leben, das war dann das ende dieser schulzeit... damals noch die zeit beim bundesheer [...] und dann der beginn des studiums... und während dieser phase... muss ich fast sagen, hab ich mich regelrecht... nicht selbstgefunden aber hab ich mir doch irgendwie [...] gedanken gemacht, [...] hab ich mir die zeit genommen und und recherchiert... internet zum beispiel war total essentiell...ich hab zum erstem mal internet entdeckt in den benutzerräumen auf der uni [...] google gabs damals noch nicht aber man sucht halt nach sachen, die einen interessieren und und kann sich relativ objektive meinungen einholen und da hab ich mich bild ich mir ein wirklich sehr gut und ausführlich über die problematik der der nutztierhaltung informiert und [...] wenn man das tut is es fast unausweichlich dass das dann auch konsequenzen mit sich zieht... also... zuerst eine riesige wut [dar]auf als was tiere gelten, als sachen nämlich, [...] da wird man wirklich wütend und ich habs dann für meinen teil nicht mehr geschafft, da mitzumachen bei dieser maschine... [...] da bin ich vegan geworden... ganz alleine auf eigeninitiative“ (31)

Inas Einstieg kann als Ergebnis eines längeren, nicht immer kontinuierlich verlaufenen Entwicklungsprozesses gedeutet werden. Mit 16 Jahren stellte sie ihre Ernährung auf vegetarische Kost um und beschreibt ihre erste „vegetarische phase“ (13) als „ein jahr [...] oder so, wo ich wirklich kein fleisch und keinen fisch gegessen hab aus überzeugung und dann aber wieder angefangen hab, weil ich mich eigentlich sehr schlecht ernährt hab“ (ebd.) Sie kommentiert ihre damaligen Beweggründe, kein Fleisch zu essen, und wie diese im Laufe der Jahre komplexer geworden sind:

„also meine erste phase quasi... ich glaub da wars schon auch auch ah ‚ja die armen viercher‘ in die richtung... [...] das hat sich eigentlich eher verlaufen das is eher immer weniger gworden und irgendwann hab ich dann angefangen fisch zu essen weil ja äh... ..einfach so auch [...] weils sehr viel askese eigentlich bedeutet hat [...] das ich dann wieder angefangen hab damit ääh hat eigentlich nur damit zu tun dass ich wirklich herausgefunden hab, dass es so is, also das wirklich ääh menschen verhungern weil [...] wir soviel fleisch konsumieren also... das war wirklich konkret der grund und da hab ich gesagt ok nein das will ich nicht“ (25)

Tom schildert, dass der frühe Tod seiner Eltern, die beide starben als er Ende zwanzig war, von einer Phase der tiefen Selbstbefragung begleitet wurde. Zwar war er schon vor seinem GeObb-Einstieg „bio unterwegs“ (119) – unter anderem hat er private Sammelbestellungen bei niederösterreichischen Biobauern organisiert – die Konfrontation mit der Endlichkeit des Lebens war für ihn aber ein Anstoß, sich noch intensiver mit seiner Lebensweise und seinen Lebenszielen auseinanderzusetzen:

„vielleicht bringt das dann jemanden schneller ah zu dem punkt drüber nachzudenken, wofür man eigentlich lebt [...] man kommt vielleicht weniger leicht dorthin zu sagen..was irgendwie typisch is... [...] ‚nach der matura werd ich mich verwirklichen‘ und dann ‚nach dem studium werd ich mich verwirklichen‘ und dann ‚nach der pension werd ich mich verwirklichen‘ also dieses aufschieben das... auf diese idee kommt man dann nicht mehr so leicht [...]“ (113)

Er zieht aus seinen Reflexionen die Konsequenz und kündigt aus „verschiedenen guten gründen... [...] auch aus ökologischen“ (111) seine gut bezahlte Arbeitsstelle. In dieser Umbruchssituation begleitet ihn, auf der Suche nach strengen Nachhaltigkeitskonzepten die „Tiefenökologie“, die sich „zum teil so definiert, dass man tief fragt“ (17):

„ich hab halt immer tiefer gefragt und hab mir gedacht... [...] ich möcht richtung selbstversorgung gehen und am weg dahin [war es] also am ethisch vertretbarsten, das zu essen, was... sonst verschwendet wird“ (ebd.)

Anstoß zum ersten Dumpster-Versuch

Alle InterviewpartnerInnen erwähnen Szenen bzw. Bewegungen, die bei ihrem Vertrautwerden mit konsum- und kapitalismuskritischen Ideen eine Rolle gespielt haben, denen sie sich teils nach wie vor zugehörig fühlen bzw. für die sie sich aktiv engagieren. Zur Sprache kommen die Vegetarismus-, Permakultur³³ und Nachhaltigkeitsszene, die linksalternative und antikapitalistische Szene, sowie die vegane

³³ „Permakultur ist eine Philosophie und ein Planungsansatz, mit dem sich die Umwelt ökologisch gestalten läßt. Dabei verknüpft sie Architektur, Stadt- und Raumplanung, Wasser-, Energie- und Forstwirtschaft, Gartenbau, Landwirtschaft und Sozialwesen miteinander.“ (www.permakultur.com)

Tierrechtsbewegung. Max fasst diese Strömungen mit dem Überbegriff „emanzipatorische bewegungen“ (11) zusammen.

Es kann angenommen werden, dass der direkte oder indirekte Anstoß für den Dumpster Diving-Einstieg aus einem sekundären Sozialisierwerden in einer dieser Szenen resultiert. Sie werden als mehr oder minder lose, oft „dezentral“ (Maria, 73) organisierte Gruppen verstanden, die über bestimmte Orte und Räume verfügen, an denen informeller Wissens- und Erfahrungsaustausch, aber auch gemeinsame Aktionen und Aktivismus stattfinden. Das Publizieren und Verbreiten szeneeigener Infomedien ist meist inbegriffen. Individuell schon vorhandene Einstellungen werden bei einem Treffen auf die Szene verstärkt und gefestigt – die/der Einzelne findet Halt und Bestätigung in der Gruppe, sowie Anreiz zur Umsetzung neuer Ideen, Praktiken und Aktionen. Dumpster Diving, betrachtet als Praxis, die in bestimmten Szenen verortet ist, trägt so zu einer Vergemeinschaftung bei.

Zeitlich gesehen war Tom Ende der 90er Jahre der Erste der Befragten, der das Dumpstern – unter dem von ihm gebrauchten Begriff „GeObben“ – ausgeführt hat. Im GeOb-Zusammenhang kommt ihm eine gewisse Vorreiterrolle zu, da er durch das Erstellen von praxisbezogenen Leitfäden und das Initiieren von Workshops und Dumpster-Kochveranstaltungen zur Verbreitung der Idee beigetragen hat und damit auch an die Medien gegangen ist. Mit dem Mülltauchen nach Lebensmitteln zu beginnen beschreibt er als besonderen Akt der Emanzipation von der herkömmlichen Wahrnehmung des „Abfalls“:

„da hab ich [...] diese perspektivenveränderung zugelassen, dass nicht alles was in der mülltonne [ist], müll is... also auch bei lebensmitteln... [...] für lebensmittel hab ich dann erst [...] mich emanzipiert oder hab ich die lebensmittel emanzipiert... [sie] wieder in wert gesetzt sozusagen“ (13-15)

Versteht man „Emanzipation“ im Sinne von „Befreiung“, so spricht Tom davon, dass er die Lebensmittel „befreit“ hat – eine starke Metapher für die Aufwertung der vermeintlichen Lebensmittelabfälle. Seine GeOb-Anfänge hat er im Alleingang beschritten. „nein da war keine gruppe... [...] also ich hab da niemand anderen gekannt, der mich so an der hand geführt hätte und gezeigt hat wo die mülltonnen sind“ (19), bemerkt er dazu.

Xaver ist unter anderem durch Toms „szeneinterne Öffentlichkeitsarbeit“ auf die Möglichkeit des Dumpsterns aufmerksam gemacht worden und erwähnt, dass es ein „Konglomerat an Eindrücken“ war, das ihn zum Dumpstern bewegte. Der persönliche Kontakt zu anderen Personen, die containern, war ebenso ausschlaggebend:

„also ich hab dann selbst auch den [tom] kennengelernt und ich hab auch ein paar andere aus der tierrechtsszene kennengelernt die das gmacht haben und ich weiß nimmer genau wann das jetzt war, ob das jetzt war bevor ich den [tom] kennengelernt hab oder danach...ich hab ihn sicher auch in den medien mal gsehn aber... irgendwie durch [...] dieses konglomerat an eindrücken also eben was ich ausm internet ghört hab und die medien und das politische umfeld hab ich dann einfach mal... mir dacht ich probier das auch mal aus weils mich interessiert [...] und war eben überrascht, dass das so gut funktioniert hat und das man wirklich so viel findet und hab dann eben auch begonnen, das auch regelmäßig zu machen“ (63)

Auch Maria verortet ihre Begegnung mit dem Dumpster Diving „ja halt [in] soo so so so szenelokalen und... ja eigentlich so über persönliche kontakte“, sie habe „einfach leute kennengelernt und dann plötzlich [ge]merkt halt irgendwie wie die auch leben“ (34). Ihre und auch Inas Beschreibung entsprechen dem zuvor geschilderten diffusen Eindrücke-Konglomerat, wobei beide die „Vokü“ (Volksküche)³⁴ als Mitanstoß ansprechen und Ina auch medial mit dem Thema in Kontakt kam:

„ich hab davon gehört aber ich weiß nicht mehr von welcher seite aus... ich weiß auch nicht ob das jetzt von wegen vokü das ich da auch [da]von was mitbekommen hab [...] also so von wegen einfach von leuten hören... auch mitgehen [...] also auf jeden fall persönliche kontakte und vokü“ (Maria, 15)

Ina: „über mehrere quellen, das kann ich... nicht genau sagen... ich hab auch sachen im fernsehen gsehn aber ich habs auch einfach... also ich weiß nimmer wies anfangen hat aber ich... hab einfach durch mehrere quellen gewusst was das is und... fand das total cool“ (105)

Ina: „ich hab quasi anfangen zu zur volksküche zu gehen weil ich eigentlich zum... also weil ich eigentlich mich interessiert hab fürs dumpster kollektiv“ (83)

³⁴ Das Dumpster von Zutaten und ihr gemeinschaftliches Verkochen findet u.a. unter dem Motto „Volksküche“ statt. Ziel ist das Zurverfügungstellen von Essen für Alle jenseits eines kapitalistischen Verwertungsinteresses.

Der erste Dumpster-Versuch

Max berichtet, er habe „eigentlich [...] weniger andere [...] freegans kennengelernt, sondern [...] nur gehört von der idee“, ehe er sich „ganz auf eigene faust“ dachte: „das schau ich mir an“ (11). Sein erster Gang zum Container bereitete ihm – trotz entsprechendem Vorwissen – Erschrecken und Überraschung und auch seine Familie reagierte ähnlich, als er seine Erfahrungen mitteilte:

„und es war wirklich so wie ichs... erzählt bekommen habe, dass da frisch originalverpackte lebensmittel drinnengelegen sind [...] ich mein ich habs ja schon gehört dass es das gibt, es hat mich trotzdem sehr überrascht [...] weil es is soo erstaunlich... man... man rechnet einfach nicht damit, man erwartet es nicht, obwohl man es schon rational gehört hat [...] ich war [...] erschrocken, hab das eingepackt, bin dann nachhause gefahren... und hab mir hab das dann abgewaschen, [...] hab [...] festgestellt einiges davon also ich sag mal die hälfte von dem was ich da bei meinem ersten ausflug mitgenommen hab war durchaus genießbar, selbst für meine ansprüche.“ (ebd.)

„besonders erschrocken war... meine mutter zum beispiel die also grad diese elterngeneration, die auch noch diese ganze nahrungsknappeit kennt aus den nachkriegsjahren und... also für die ist das wirklich ein skandal [...] großeltern sowieso [...] also ich glaub fast (lacht) meine mutter war noch viel mehr erschrocken als ich... weil ich ja schon... vorbereitet war... erstens weil ichs konkret gehört hab und andererseits mit kapitalismus kann man sich ja eh vorstellen, dass es sowas gibt und dass der kapitalismus zu sowas fähig is... ohne mit der wimper zu zucken“ (ebd.)

Spannend ist die Schilderung Inas ihren Gefühlen als sie zum ersten Mal selbst als Dumpster Diverin unterwegs war:

„ja ich bin mitgegangen (lacht) [...] mit zwei leuten, die das eben schon öfter gemacht haben, einer der das sehr sehr oft macht oder das schon lang intensiv macht und das war ein... richtiges glücksgefühl totale euphorie eigentlich und ich hab's nicht gefasst, dass man im müll soviel sachen findet so viel tolle sachen und... dass das alles weggeschmissen wird aber... ich war jetzt nicht so empört, es war irgendwie diese euphorie... drüber ja das das sowas so funktioniert ja und ja... also ich hab mich so ein bisschen wie ein kind im süßigkeitenladen gefühlt eigentlich ja“ (33)

Diese Mehrdeutigkeit, Zeugin dieser Lebensmittelverschwendung zu werden, gegen sie aufzubegehren und zugleich selbst einen Nutzen daraus zu ziehen, wird uns in den kommenden Verhandlungen der persönlichen und sozialen Beweggründe des Dumpsters begleiten.

6.4 TYPOLOGIE-ANSATZ: PERSÖNLICHE BEWEGGRÜNDE UND SOZIALER SINN

In diesem letzten Abschnitt der Ergebnisdarstellung soll anhand jener Dimensionen, die von den Befragten als sinngleichend für die Praxis des Mülltonnentauchens genannt werden, der Ansatz einer Typologie entwickelt werden. Im Versuch der typologischen Zuspitzung können Ähnlichkeiten und Unterschiede in den „Relevanzstrukturen und Handlungsintentionen der Subjekte im untersuchten Feld“ (Kelle und Kluge 1999, 101) pointiert herausgearbeitet werden.

Eingangs kann festgehalten werden: Die Praxis des Mülltonnentauchens auszuführen setzt ein hohes Motivationslevel voraus, da sie mit dem Überschreiten gesellschaftlicher Norm- und Geschmacksgrenzen verbunden ist. Diese hohe Motivation geht mit einem starken subjektiven Sinnempfinden einher, das bei den InterviewpartnerInnen teils von ähnlichen, aber auch von differenten Faktoren bestimmt wird. Ina, Maria, Max, Xaver und Tom werden nun als Typen bestimmter Einstellungskonfigurationen in Puncto Motivation und Intention charakterisiert.

Vegan – professionell: Xaver

Xavers Bezug zum Dumpster Diving wurde über die vegane Tierrechtsbewegung hergestellt, in der er selbst politisch aktiv ist. Als veganer Aktivist will er die negativen Folgen des Konsums von Tierprodukten aufzeigen und stützt sich dabei einerseits auf das Recht von Tieren, nicht als Waren, sondern Menschen gleich behandelt zu werden und andererseits auf die Argumentation, dass Fleischkonsum und der generelle Konsum von Tierprodukten globale Ungleichheit unterstützt und Klimaschäden mitverursacht:

„für mich bedeutet tierprodukte zu essen... brutalste ermordung von lebewesen und ausbeutung und deswegen möchte ichs nicht“ (115)

„es is einfach wissenschaftlich erwiesen, dass der impact von ernährung in österreich im durchschnitt höher is als der impact von verkehr... das heißt, leute die wirklich klima schützen wollen... sollten aufhören tierprodukte zu essen“ (129)

Mit dem Veganismus verbindet er eine fundamentale Kritik der kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung, wobei Xaver das Problem der Überproduktion als Symptom für einen Mangel im System betrachtet, der „noch viel viel mehr viel schlimmere mängel verursacht, die aber nicht so plakativ und so schön anzuschauen sind.“ (91).

Der Sinn seines aktivistischen Engagements, das er für sich als „professionell“ (197) begreift und das das Mülltonnentauchen miteinschließt, liegt darin, die Ideen der Kapitalismus- und Systemkritik Anderen zu vermitteln, wofür er den Ausdruck „politisches konfrontieren“ (91) verwendet. Wichtig ist ihm dabei, mit medialer Präsenz eine große Zielgruppe zu erreichen – auch jene Leute, die „größtenteils extrem unpolitisch“ (91) sind. Das Thema Verschwendung nutzt er als Vehikel für weiterführende politische Ideen:

„da bin ich wahrscheinlich einer der wenigen in österreich dass ich eben auch in die medien geh und aufzeig, dass soviel weggeschmissn wird“ (ebd.)

„verschwendung ist einfach nur dieses blumige plakative, was leute interessiert was leute bewegt und was sie aber dann auf die wahren ursachen des problemes lenken soll.. so seh ich das“ (ebd.)

Xavers Kritik betrifft die kapitalistische Produktions- und Gewinnlogik, in der die Überproduktion rentabel ist, was zwangsweise zur Verschwendung von Lebensmitteln führt:

„zum beispiel [...] ein supermarket backt bis zur letzten minute brot auf, weil einfach der geruch dann da is und weil die regale voll sind und weil dann einfach durch diese angenehme atmosphäre aah mehr produkte verkauft werden können und sie können um fünf brote mehr verkaufen haben jetzt einen mehrumsatz von... was weiß ich... 15 euro und die materialkosten für die 50 laib brot die sie weghauen, sind weniger als 15 euro wahrscheinlich [...] das is einfach so, weil im kapitalismus [...] da muss so kalkuliert werden, weil die betriebe sind in einem wettbewerb, da nützts auch nichts wenn man sagt "hauts doch weniger weg", weil es einfach sich trotzdem auszahlt das so zu machen und solange das so is, solange es einen wettbewerb gibt, solange ein konkurrenzdruck da is, solange die preise so sind wie sie sind und eben einfach überhaupt nicht die sozialen folgekosten abbilden wird das auch immer so sein [...] mir gehts darum, das aufzuzeigen, weil einfach die wenigsten leute sich dessen bewusst sind, wie einschneidend der kapitalismus auswirkungen auf die gesellschaft hat“ (ebd.)

Seine Kapitalismuskritik drückt er im persönlichen Konsumverhalten aus, indem er versucht, wo immer möglich seinen Konsum zurückzuschrauben. Das bedeutet viel

Selbstbefragung, insbesondere die Befragung des eigenen Gewissens, um zu entscheiden, welcher Konsum tragbar ist und welcher nicht. Xavers Haltung könnte, frei nach dem buddhistischen Grundsatz „Alles Leben ist Leid“, als „konsumbuddhistisch“ bezeichnet werden, gründend auf seinen Aussagen

„jeder konsum auf der welt bedeutet leid und sicher wärs eine der schonendsten varianten wenn man sich umbringt... ..aber... also einen gewissen konsum den gesteh ich ma halt zu“ (119)

„konsum also der konsum von konsumgütern zieht einfach vorgelagert gewisse negative konsequenzen nach sich und das ist bei allen konsumgütern so“ (37)

Das konstante Hinterfragen und Minimieren der eigenen materiellen Ansprüche ist zur alltäglichen Aufgabe geworden und mündet in der Ablehnung vieler Annehmlichkeiten. Die sozialen und ökologischen Folgen des eigenen Konsums abzuwägen spielt in allen Lebensbereichen eine Rolle:

„ich leb sowieso im absoluten luxus, das bedeutet für mich ich kann öffis nutzen ich hab ein fahrrad das ich benutzen kann ich kauf lebensmittel ich geh hie und da mal essen vielleicht aahm [...] also für mich gibts zum beispiel keine fernreisen, ich benutze ein auto so selten wies möglich ist... ich kauf auch sowenig lebensmittel wie möglich ein, [...] das is auch die komponente wo ich dann auch containern geh... wenn ich dann was kauf acht ich zum beispiel darauf dass es bio ist oder fair trade, um wieder den impact zu minimieren aah... wenn ich konsumier, dann benutz ich zum beispiel ökostrom, ich bin aber auch ein großer freund [...] so sachen wie energiesparen“ (53)

Seine Vision einer „umweltmäßig und sozial nachhaltig[en] [gesellschaft]“ würde beinhalten, dass „einfach weniger produziert und weniger konsumiert und weniger gearbeitet [wird]“. (ebd.) Wirklich nachhaltig zu leben bedeute für ihn in Puncto ökologischem Fußabdruck „radikale [...] konsequenzen [zu] ziehn“ (127). Die Praxis des Containerns kann dazu beitragen, sie bleibt jedoch eine individuelle Lösung, die nicht von allen Gesellschaftsmitgliedern angenommen werden kann:

„das problem halt beim containern is irgendwie dass [...] es ein konzept auch is das nicht für alle funktioniert also zum beispiel ich könnt nicht sagen alle sollen jetzt containern und dann wird die welt plötzlich besser und wir haben den kapitalismus abgeschafft oder so... [...] insofern sozusagen is es jetzt keine keine lösung oder kein lösungskonzept“ (165)

Ethisch – multiplikatorisch: Tom

Inspiziert von seinem Selbststudium der Ideen der Nachhaltigkeit, Permakultur und Tiefenökologie begann Tom mit dem GeObben, das für ihn eine „übergangslösung“ (47) war am Weg Richtung Selbstversorgung. Sein Ziel, so autark wie möglich zu leben entstand aus der Erkenntnis, dass er aus ethischen Gründen nicht länger am herkömmlichen Konsum- und Kapitalkreislauf teilhaben wollte. Er konnte die Folgen seines damaligen Konsumverhaltens nach tiefgehenden Reflexionen nicht mehr vertreten:

„ich hab mich recht viel [mit diesem ethischen aspekt] auseinandergesetzt... also tief gefragt ja..ich hab sozusagen einmal verstanden ungefähr, was auf dem planeten los is... und das es da ziemlich viel leid gibt und da ziemlich viel falsch läuft... und da hab ich mich gefragt ja.. was ist mein teil davon..wie bin ich bin ich dafür mitverantwortlich oder hab ich da eh eine weiße weste... und nach weitrem [...] selbststudium bin ich draufgekommen, dass ich ein funktionierendes und sogar initiierendes rädchen bin in diesem wahnsinnssystem... und das es gar nicht viel bringt, mit dem finger irgendwie auf die anderen zu zeigen, solange ich sozusagen gut mitspiel und gut initiiere durch meinen konsum... ja... fang ich am besten mal bei mir an bei dem hebel der sozusagen am nächsten is“ (69)

Mittlerweile ist Tom in einem teilweise auf Selbstversorgung basierenden Gemeinschaftsprojekt tätig und hat das GeObben hinter sich gelassen. Dass er den Hebel angesichts der Verschwendung von Lebensmitteln bei sich selbst angesetzt hat, empfindet er rückblickend als „moralisches muss“. (53), wobei er betont, er hatte „kein bedürfnis, irgendwelche gesamtconzepte zu erstellen“ (55), denn „wenns alle machen dann schaut die welt auch wieder ganz anders aus“ (ebd.). Aktivismus ist für Tom persönlich nicht erstrebenswert – mit einem Spruch von Franz von Assisi drückt er aus, welches Engagement ihm eher entspricht:

„ich zitiere gern den franz von assisi... [...] ‚du sollst‘... ich mein, das fangt schon ur unpulär an dieses zitat aber er [...] soll gesagt haben... ‚du sollst nicht kritisieren und polemisieren, sondern etwas neues schaffen und es neben das alte stellen‘ (53)

Es bedeutet für ihn, „anstatt ahm irgendwelche leute zu überzeugen... [einfach] was schaffen, was vorleben und das... dann erleben und erspüren lassen ob das dann für die anderen auch passt.“ (53-57)

In Sachen GeObben wurde er zum Multiplikator, in dem er im Rahmen eines Forums für Permakultur von seinen Praktiken berichtete und auch Workshops in Sachen Mülltonnentauchen durchführte. Sein Know-How wurde zur wichtigen Anleitung für EinsteigerInnen:

„[wir waren] dann gemeinsam geobben und ham einen geob-workshop gehalten... war wirklich so und mit viel informationsfluss weil ich schon viel erfahrung hatte von wegen... ja wo sind die richtigen plätze und [...] wie soll ma auftreten an diesen plätzen... mit welchem gefühl auch... also ich hab den leuten immer gsagt wenn ihr euch da verhaltets wie einbrecher, dann werdts ihr auch wie einbrecher behandelt... aber wenn ihr sozusagen dort rein gehts als die die (räusper) was verwerten was was verrückterweise da entsorgt wird ja [...] dann is das gefühl auch ganz anders und so, dann wird man auch anders behandelt“ (39)

Der eigenen ethischen Haltung durch GeObben Ausdruck zu verleihen, bedeutet für Tom, Verantwortung zu übernehmen und stellt den Gegensatz dar zu dem von ihm beobachteten Phänomen des „Globalisierens von Verantwortung“ in Puncto Konsum:

„ich hab so das gefühl es wird teilweise von den menschen ihre verantwortung globalisiert ja... sie sagen so sachen wie... ‚das flugzeug fliegt sowieso‘ oder ‚wenn ich diese autoreise nicht mach, dann is es nur ein tropfen auf den heißen stein‘ oder so... also es wird [...] alles mögliche globalisiert und scheinbar auch die eigene verantwortung... was ich ..ziemlich eigenartig find... [...] ich kann das eigentlich nicht wirklich ganz ernst nehmen... dass man so argumentiert (69)

Dumpstern hat ihn gelehrt, die „existenzangst“ (47) abzulegen – darin sieht er auch den tiefen Sinn der Praxis, den er Anderen weitervermitteln wollte. Indem er bekräftigt, dass weniger Konsum für ihn mehr Zeit für Selbstverwirklichung bedeutete, argumentiert er ganz im Sinne des Freeganismus:

„also irgendwie [...] habs ich mit dem geobben gschaftt, wirklich in fülle zu leben... ich habs gefühl [...] ich hab eine quelle wo... wenns mir wichtig is, ich mich zu neunzig prozent ernähren kann und ich... hab... [...] ein paar schritte weggemacht vom sachzwang, geldverdienen zu müssen... [...] von der lohnsklaverei die sehr üblich ist unangenehmerweise in unserer gesellschaft und kann mich äh mit dieser freiheit auch noch mehr dem widmen, was mich wirklich interessiert“ (ebd.)

Vegan – pragmatisch: Max

Max' Einstieg ins Mülltonnentauchen passierte über sein Interesse und Engagement für den Tierschutz, das ihn mit zunehmendem Reflexionsniveau zum Annehmen einer veganen Lebensweise bewog. Seine Einstellung zum Veganismus deckt sich mit Xavers, indem er sich vollends mit der Ablehnung von Tierprodukten identifiziert und in dieser Hinsicht auch aktivistisch tätig ist. Er nennt zwei Beweggründe für das Containern:

„der... ganz große motivator war einerseits die wut nicht über die erkenntnis, dass da lebensmittel [...] im riesigen maßstab... noch teilweise nicht mal abgelaufen weggeworfen werden... ah also das entsetzen und... [...] eine wut einfach, man möchte das nicht geschehen lassen man kann da nicht tatenlos mit zusehen und andererseits auch muss ich klar dazusagen, die finanzielle situation, als student vor allem früher, also jetzt verdien [ich] relativ gut... aber früher wars wirklich ein sehr praktisches mittel zum zweck... einfach wirklich extrem pragmatisch die geschäfte haben zu, du bist am abend daheim weißt genau du kannst dir aus der tonne locker dein abendessen holen nd... das ist einfach nicht so unattraktiv, wenn man einmal diesen weg entdeckt hat. aber wiegesagt..es is bei mir doch auch aus einer primären politisierung heraus gekommen, dass ich überhaupt soweit gedacht habe, weil die allermeisten menschen würden ja wohl nicht amal im traum auf die idee kommen“ (9)

Den Vorteil der Geldersparnis beurteilt Max als pragmatische Motivation, während ihn andererseits die Wut über Lebensmittelüberproduktion dazu bewegt hat, sich die weggeworfene Ware anzueignen. Er betrachtet die materiellen und ideologischen Gründe getrennt voneinander, als „irgendwie [...] zweiseitig“ (ebd.). Ohne seine „primäre politisierung“ (ebd.) hätte er nicht zum Dumpstern gefunden – in diesem Sinne war die Geldersparnis vorerst ein angenehmer Nebeneffekt und ist dann zu einem Motivationsverstärker geworden. Max beschreibt, wie beide Motivationsfaktoren im Laufe seiner zehnjährigen Dumpster-Aktivität nachließen und er den Sinn des Containerns immer mehr in Frage gestellt hat:

„ich [muss] ganz ehrlich zugeben, seitdem ich [...] relativ [gut] verdiene [...] flaut das ab also man lässt einfach nach, man wird faul und denkt sich man hats nicht mehr so nötig, man is sich der problematik sowieso bewusst, man ist sich auch bewusst allerdings dass freeganismus für sich genommen... das nicht verbessert das nicht ändert, es is eben kein... wie ich vorhin gsagt hab widerständisches instrument oder [...] mechanismus der das verbessert oder ändert oder angreift, überhaupt nicht, deswegen hab ich jetzt nicht so ein schlechtes gewissen wenn ichs nicht mehr mach“ (13)

Die Dumpster-Praxis war in Max' ersten Studienjahren besonders attraktiv – diese Attraktivität hat sich mit der zunehmenden Bindung an seine Arbeitsstelle und der stärker werdenden zeitlichen Auslastung relativiert und ist einer resignativen Haltung gewichen. Diese rührt nicht nur vom Zeitmangel her, sondern ist auch Ausdruck einer intensiven Reflexion über die Effekte des Containers:

„aber WAS veränderterts??... was veränderterts... das is das ein bissl die frustrierende komponente... weil beim veganismus weißt du... du kaufst as nicht... du zeigst denen... ich kauf euer [tier]produkt nicht, aber beim freeganismus holst das halt aus der tonne denkst dir gmütlich... ok gratis abendessen... aber die industrie hat davon nichts gespürt... denen is es scheißegal“ (127)

Mülltonnentauchen hat für Max keine widerständische Wirkung (mehr) und dient nicht als nachhaltiges Konzept:

„es is ja nicht nachhaltig na weil.. es können ja nicht alle machen...[...] freeganismus... wens dann ein prozent der bevölkerung machen würde... wär schluss... weil dann würd alles was weggeschmissen wird, aufgebraucht... mehr geht nicht... [...] und dann hat sich der umsatz vielleicht um ein prozent reduziert aber das juckt die industrie wahrscheinlich relativ wenig...[...] der schluss is prinzipiell vorgegeben strukturell schon... [...] es wird keinen lawineneffekt geben... ... und das is halt jaa das irgendwie unattraktive am freeganismus“ (133)

Die reguläre Teilnahme am Konsumsystem erscheint als ein notwendiger Kompromiss, der Max aber nicht zufriedenstellt, sondern ihm Gewissensbisse bereitet:

„ich hab höchstens ein schlechtes gewissen wenn ich einkaufen geh und in dieser komischen konsumatmosphäre in den supermärkten steh, die berieselnde musik mich versucht zu stimulieren zu kaufen und... ich weiß eigentlich genau, wenn ich jetzt... die paprika da nehme... dass ah dass die a halbe stunde später in der mülltonne liegt“ (13)

Er lebt „im Falschen“ und fühlt sich von der Oberflächenästhetik der Konsumwelt manipuliert.

Widerständig – pragmatisch: Maria

Marias Studienbeginn und ihr Umzug vom Land in die Großstadt eröffneten ihr viele Möglichkeiten der Selbstentfaltung. Die Begegnungen mit Leuten aus der „Szene“, die „wirklich auch das Leben was sie denken“ (21), inspirierten sie dazu, selbst aktiv zu werden. Die Praxis des Containers ist für sie ein Akt der Befreiung: Sie hilft ihr, authentischer zu leben und erleichtert ihr Konsumgewissen:

„ich fühl mich freier also ich fühl mich so als ob ich mein Leben mehr leben könnte wie ich mir das vorstell... ahm ich hab ich hab n´besseres Gewissen so irgendwie meinem Konsumverhalten und so weiter gegenüber und... ..also ich finds schön dass es solche Möglichkeiten wirklich [...] auch aktiv gibt und dass es genügend Leute gibt, die sowas auch machen [...] also es beruhigt mich auch dass es weitgehender praktiziert wird und... also dass sich mehrere Leute für so ne Idee begeistern lassen und... das es doch [...] teilweise sogar eher was Angesehenes is“ (79)

Die Vergewisserung, mit dem Ausüben des Dumpsterns nicht alleine unterwegs zu sein, gibt ihr Bestätigung – Maria lässt anklingen, dass die MülltonnentaucherInnen für ihre Praxis mitunter Respekt ernten. Das pragmatische Element in puncto Motivation spielt auch bei ihr eine Rolle, denn „dass es halt eben ´ne Alternative zum einkaufen zum konsumieren is von Sachen die man halt einfach doch gerne isst und... find ich schön“ (81) Als Studentin sind ihre finanziellen Mittel trotz Zuverdiensten so begrenzt, „dass es nicht reicht um mich den ganzen Monat zu ernähren und davon auch noch zu leben“ (145). Sie bestätigt, dass ihr das Dumpstern ein angenehmeres Auskommen ermöglicht: „es is nicht so, dass ich dass ich total nur davon leben muss [...] aber ohne das [wärs] sehr sehr sehr knapp (ebd.)

Marias Erfahrungszeitraum ist kürzer als der von Xaver, Tom und Max. Sie ist seit neun Monaten aktiv und sehr motiviert, was sich in der Häufigkeit ihrer Containergänge ausdrückt – man könnte im Vergleich zu den langjährigen Dumpster Divern von einer „Anfangseuphorie“ sprechen. Die Sinnhaftigkeit des Dumpsterns steht für sie außer Frage und fügt sich vollends in ihre generell konsum-, ernährungs- und umweltbewusste Lebenseinstellung ein. Sie achtet darauf, Strom- und Heizkosten zu sparen, „nicht nur wegen..wegen der Kohle“ (57). Die Wahrnehmung und Definition jener Güter, die sie als Luxus definiert, hat sich geändert, ebenso wie ihre Ernährungsweise, die sie beschreibt als „schon sehr in Richtung Vegan aber noch nicht

ganz“ (10). Wichtig sei es,

„[bei] luxusgüter[n] sich halt [zu] überlegen also ob man das wirklich braucht [...] mittlerweile definier ich auch milch als luxusgut... und [...] sowas wie schokolade [...] und wenn schokolade dann halt wirklich fair... ess ich auch wirklich sehr sehr sehr selten“ (59)

Für Maria macht die Reduktion der negativen Konsumfolgen durch Containern Sinn. Sie misst diesen Sinn an der Reduktion der eigenen Teilhabe am Supermarktkonsum und ist erleichtert, Lebensmittelgroßkonzerne, die sie als Akteure in einem ausbeuterischen System sieht, weniger unterstützen zu müssen. Sie ist davon überzeugt, dass eine kollektive Konsumverweigerung durch Dumpstern etc. etwas bewirken kann:

„ich hab mir schon überlegt irgendwie was ich halt früher zu mir genommen hab, was ich eingekauft hab was ich konsumiert hab und was ich jetzt konsumier das ist ein sehr großer unterschied [...] und ich denk mir wenn das mehrere leute in die richtung machen, auch nur die hälfte davon reduzieren dann [...] dann hat das glaub ich schon sehr große auswirkungen... sicherlich jetzt für mich alleine nicht spürbar aber [...] für das andere ende der leute denke ich mir immer schon spürbar auch“ (89)

Im Sinne dessen würde Maria es auch begrüßen, wenn sich die Idee von der Aneignung des Mülls als Möglichkeit der Konsumreduktion samt zugehöriger Praxis noch weiter verbreitet:

„ich würd mich halt freuen wenns halt irgendwie noch weiter kommt und für [...] leute dies halt irgendwie noch nicht machen [...] irgendwie machbar wird [...] und jetzt auch nicht nur irgendwie szeneintern sondern einfach auch ein bisschen breiter dann wär das auf jeden fall schön“ (173)

Widerständisch – pragmatisch: Ina

Ähnlich wie Maria hat Ina keine jahrelange Erfahrung, sondern dumpstert erst seit drei Monaten. Auch sie kultiviert und versteht das Abfalltauchen als aktiv widerständige Praxis, wobei sie sich nicht der Tierrechtsbewegung verbunden fühlt, sondern „humanistische gründe“ (13) als ihre Hauptmotivation angibt.

Sie erklärt am Beispiel des Fleischkonsums:

„der tieraspekt is für mich äh nicht wichtig... also das ist kein grund für mich, warum ich kein fleisch kaufe, also bei mir sind es wirklich humanistische gründe ja dass ich weiß, dass soja [...] von ärmeren ländern wirklich für unsere tiere für unseren enormen fleischkonsum produziert wird und dass deshalb leute verhungern und deshalb möchte ich quasi nicht aktiv [...] teilhaben an diesem prozess“ (13)

Über die Dimensionen des noch genießbaren Lebensmittelabfalls ist Ina angesichts der globalen Ungleichheitsverhältnisse und der Armut, die auch in westlichen Ländern vorkommt, bestürzt:

„es is einfach find ich ein verbrechen an der menschlichkeit, dass unsere supermärkte unmengen an nahrungsmitteln wegschmeißen... es gibt leute hier die arm sind und es gibt leute in anderen teilen der welt die verhungern ja und... quasi es den verhungern den leuten wegzunehmen und es hier wegzuschmeißen zum beispiel ja [...] also es sind dimensionen, die man sich überhaupt nicht vorstellen kann aber... so... so is halt das system [...] die sachen sind teuer und man schmeißt lieber ein drittel davon weg, weil das eben den profit mindern würde und das is eigentlich also das is ne ungerechtigkeit, ja, die eigentlich unvorstellbar is und wo man eigentlich was dagegen tun müsste“ (125)

Dieses System durch Containern zu boykottieren ist für Ina die einzige logische Reaktion – für sie ist Dumpstern eine genuin politische Praxis. Persönlich aktiv gegen das System zu handeln gibt ihr eine gewisse Genugtuung, die ihr vor ihrem Einstieg ins Mülltonnentauchen gefehlt hat:

„ich hab so... bisschen mehr das gefühl von aktivem widerstand oder sowas... [...] dass ich halt wirklich... was mach was was was ich sehr gut find [...] irgendwie so auch dass ich [...] im widerstand bin also dass ich aktiv was gegen dieses system mach“ (122)

Für Ina besteht im Konsumsystem eine ungleiche Machtverteilung, die in der Situation des Dumpstern deutlich wird. Durch ihre hohe Motivation kann sie dem Supermarkt als eigentlich überlegenem Akteur dennoch Widerstand leisten:

„das perfide is ja auch irgendwie, [...] dass ich mir denk ‚aaah hoffentlich kommt niemand‘ und ich [...] komm mir vor wie ne kleinkriminelle [...] obwohl ich ja das einzig also das richtige da mach, ich nehm das zeug [...] bevors weggeschmissen wird... konsumiers bevors... auf dem müll landet, und die schmeißens weg aber sind im vollen recht damit ja... also... es is schon absolut ne ne überzeugung auch dabei für mich ja“ (125)

Ihr persönliches konsumkritisches Engagement besteht im Arbeiten gegen den Konzern, dem sie die Unterstützung verweigert, indem sie Gratisware aus dem Müll nimmt:

„das was ich dumpster müsst ich ja... also sonst kaufen [...] [im] supermarkt und da würd ich eben wieder die die konzerne unterstützen [und den] supermarkt [...], der eben genau dieses ausbeuterische verhalten..äh system unterstützt ja, der auch dazu beiträgt, dass leute verhungern dass dass soviel zeug weggeschmissen wird dass die mitarbeiter ausgebeutet werden, die hersteller von produkten und so weiter und... dass ich dem quasi... dieser ganzen kette entgehen kann und [...] so wirklich dagegenwirken kann, weil ich kanns mir ja nicht nicht aussuchen weil ich hab halt nicht soviel geld dass ich jetzt alles irgendwie im kleinen rahmen einkaufen könnte also... ich nehm ihm das geld also ich geb ihm quasi kein geld, weil ich nicht bei ihm einkaufe oder kaum ja und nehm mir dafür den müll... also es is halt... auch so n´arbeiten gegen den konzern so im kleinen kreis“ (141)

Es geht ihr ausschließlich darum, keine Konzerne zu fördern – „informellen“ Konsum wie das Einkaufen von Kleidung am Flohmarkt oder den Lebensmitteleinkauf auf Märkten findet Ina akzeptabel:

„es is halt ok wenn ich [...] bei irgendwelchen ständen was kauf auch naschmarkt, damit hab ich überhaupt kein problem... aber es geht wirklich so um dieses um konzerne und... das sind supermärkte schließlich auch (141)

Analog zu den anderen Befragten bewirkt das Dumpstern für Ina eine finanzielle Ersparnis. Ihr geht, seit sie begonnen hat, „weniger [ab]“ (163) – Mülltonnentauchen ist in ihren Augen ein wahrer Luxus:

„es is eben auch es is luxus in wahrheit... ja [...]der luxus den man durchs dumpstern hat is viel größer [...] der luxus is viel größer als das was ich früher eingekauft hab, weil ich so viel aufs geld gschaut hab“ (105)

7 CONCLUSIO

Konsum wird von allen InterviewpartnerInnen als genuin soziale Handlung verstanden, die sich in ihren Effekten auf die ökologische und menschliche Umwelt auswirkt und deshalb mit sozialer Verantwortung verbunden ist. Der gegenwärtig in westlichen Konsumgesellschaften dominierende Massenkonsum ist dabei weitgehend negativ konnotiert, weil seine vielerorts beschriebenen sozialen und die Umwelt betreffenden Folgen für das globale und auch nationale Ungleichheitsgefüge mitverantwortlich gemacht werden. Sie werden als Symptom für die Fehlentwicklungen im heutigen Konsumsystem begriffen, das sich aus global-kolonialen Interdependenzen heraus entwickelt hat und sich nunmehr auf diese Differenzen stützt.

Der Supermarkt als Schauplatz des Massenkonsums und als profitorientierter Akteur, der den Gutteil seiner Waren von Großkonzernen bezieht, bietet ausreichend Angriffsfläche für konsumkritische Praktiken. Seit zusehends mehr Fakten über die Entsorgung großer Mengen noch essbarer Lebensmittel durch Marktketten bekannt werden – zur Öffentlichmachung haben KonsumkritikerInnen und AktivistInnen einen wichtigen Teil beigetragen – rückt er ins Zentrum der Kritik. Dass die im Supermarkt angebotenen Waren einerseits unter ökosozialen Folgekosten hergestellt und andererseits in großen Mengen noch vor dem Verkauf weggeworfen werden, wird als unverantwortliches Paradoxon angeprangert. Die Gründe für das paradoxe Agieren erkennen die Befragten in der Prämisse der Profitmaximierung, gemäß der die Marktketten als kapitalistische Unternehmer handeln: Wie in Schulzes „Erlebnisgesellschaft“ beschrieben, werden Lebensmittel in der Umgebung des Supermarktes zu makellosen Trägern von Images und Erlebniswerten. Engpässe im Sortiment würden den Ansprüchen erlebnisorientierter KundInnen nicht gerecht werden, die auf ästhetisch einwandfreie Produkte und eine angenehme Kaufatmosphäre konditioniert sind. Essen aus dem Müllcontainer zu nehmen, kann insofern auch als Persiflage-Akt auf den Erlebnismarkt gedeutet werden.

Nichtkonsum und Konsumverweigerung, die sich im Freeganismus, Dumpster Diving, Containern und GeObben ausdrücken, stehen in Opposition zur Konsumgesellschaft, zum Massenmarkt und seinen unbegrenzten Glücksversprechen. Die KonsumkritikerInnen argumentieren dabei im Sinne der Manipulationsthese, die, angewandt auf Lebensmittel, von einer Entfremdung des Menschen von seiner Nahrung ausgeht. Die

Lebensmittel „wieder in Wert zu setzen“, wie Interviewpartner Tom es an einer Stelle formuliert, heißt aufzuzeigen, dass sie auch im Müll noch etwas wert sind, beziehungsweise aufgrund ihres Wertes nicht im Abfall hätten landen dürfen. Wenn mit Zygmunt Baumann nochmals in Erinnerung gerufen wird, dass „das Wegwerfen von Dingen einen der Tatsache [versichert], [...] dass man genug, ja mehr als genug Ressourcen hat“ (2001, 114), dann kann die Wegwerfpraxis innerhalb der kapitalistischen Marktwirtschaft angesichts der Debatten um die Knappheit von Rohstoffen und Ressourcen fundamental kritisiert werden.

Mülltonnentauchen stellt eine mit sozialem Sinn aufgeladene Konsumhandlung dar, deren Bedeutung sich im Laufe der Biografie aus individuellen Persönlichkeits- und Sozialisationsstrukturen heraus sowie durch den Kontakt mit bestimmten Szenen und Medien konstituiert. Die Intensität der Praxis variiert mit bestimmten Lebens- und Einkommenszusammenhängen und ist in der Studienphase häufig hoch. Die Motivation hängt dabei neben den ideologischen Zusammenhängen auch mit der finanziellen Ersparnis zusammen, die das Dumpstern zu einem profitablen Akt macht. Die Teilautonomie innerhalb der Konsumgesellschaft, die durch das Dumpstern erreicht werden kann, kann sich als subjektiv bereicherndes Gefühl des Widerstandleistens zeigen. Über die Vergemeinschaftung in einer konsumkritischen, emanzipatorischen Szene wird dieses Gefühl bestätigt bzw. erst hervorgebracht. In Opposition zur Konsumkultur wird das dort proklamierte Konsumglück in Frage gestellt und alternativ im Konsumverzicht gesucht.

Fasst man die oben beschriebene Typologie noch einmal zusammen, so können die befragten MülltonnentaucherInnen in ihrem Überzeugungsgrad unterschieden werden, der mit zunehmendem Erfahrungszeitraum abnimmt. Die Dumpster-Praktik wird von den beiden „Einsteigerinnen“ Maria und Ina stärker mit einer idealistischen Bedeutung versehen als von den vergleichsweisen „Routiniers“ Max, Xaver und Tom. Während die weiblichen Befragten mit dem Mülltonnentauchen einen genuinen Widerstand gegen die Lebensmittelverschwendung in Supermarktkonzernen verbinden, beurteilen die männlichen Interviewpartner das konsumkritische Potential des Dumpsterns zusehends nüchtern bis resignativ.

Darin liegt eine wichtige Differenz, die die Ambivalenz der anti-konsumistischen Praxis im Kern betrifft: Ob sie die Strukturen der Konsumgesellschaft tatsächlich angreift, ist diskussionswürdig. Die Frage, was passieren würde, „wenn es Alle machen“, kann nur hypothetisch beantwortet werden. Da die „Müllressourcen“ der Supermärkte zwar groß, aber dennoch endlich sind, ist das Mülltonnentauchen nur einer begrenzten Zahl von Menschen möglich. Interviewpartner Max befindet es aus diesem Grund als nicht nachhaltig.

„Containern gehen“ kann dennoch als kreative Form des Widerstands der/des Einzelnen gegen als schadenverursachend begriffene konsumgesellschaftliche Entwicklungen gelten: Zieht man Hermann Pfützes philosophische Definition von „Nachhaltigkeit“ heran, so kann man diese begreifen als „*luxuriöses, ambivalentes Resultat aus Vielfalt und Bewusstsein*“ (2002, 114). Sie ist seiner Auffassung nach etwas Gesellschaftsimmanentes, das „weder Ding, noch abstrakter Begriff [ist], sondern eine Haltung und Art zu leben“ (ebd. 116) – eine „Lebenspraxis“ (ebd. 115). Im Sinne eines systemischen Zusammenhanges ist sie immer dort, wo auch Nicht-Nachhaltigkeit ist und vice versa. Nachhaltigkeit als letztlich nie zur Gänze erreichbares Ideal strebt nach dem „unsichtbare[n] Design, [der] Ausstrahlung, die von etwas Unverfügbarem ausgeht“ (ebd. 116).

Im Sinne Pfützes könnte eine Reflexion über das Mülltonnentauchen lauten: Dumpster passiert inmitten des *Luxus* der Konsumgesellschaft und versucht, diesen zu dekonstruieren, gleichzeitig wird es aber auch erst durch ihn möglich gemacht. Insofern ist es *ambivalent*, und es erhält seinen Sinn im *bewusstseins*schaffenden Diskurs um die Negativfolgen von Konsum und Kapitalismus. Im Verfolgen der aktuell unverfügbaren Utopie einer Gesellschaft jenseits des Kapitalismus ist es Teil einer nachhaltigen Lebenspraxis.

Dumpster Diving stellt eine mögliche individuelle Reaktion auf Lebensmittelverschwendung dar, aber sie geht in ihrer Bedeutung dort über den individuellen Nutzen hinaus, wo sie diskursiv verhandelt wird. Die verstärkte öffentliche Aufmerksamkeit, die die Praxis in der jüngeren Zeit erfahren hat, kann folglich als positiver Beitrag zur Bewusstseinsbildung gegen verschwenderische Momente der Konsumgesellschaft bewertet werden. Besonders dort, wo das Mülltonnentauchen im Rahmen von

Workshops oder Aktionen wie etwa der „Volksküche“ stattfindet, die auch zum Partizipieren einladen, öffnet es Raum für Diskussion. Ein im Laufe der Arbeit bereits zitierter Aktivist der „Projektwerkstatt“ trifft mit seiner diesbezüglichen Aussage auf den Punkt:

„Containern selbst ist keine gesellschaftliche Perspektive, sondern eine Methode unter vielen, um innerhalb des Kapitalismus ökonomische Zwänge zurück zu drängen. Nicht mehr und nicht weniger. Containern als Alternative zum Kapitalismus zu bezeichnen wäre eine Verklärung der Verhältnisse – Selbstorganisation in einer herrschaftsfreien Welt wäre was total anderes als Abfälle sammeln. Aber wo Containern offensiv in Aktionen eingebunden wird, ist es möglich, über die Vision einer Welt ohne Markt und Staat zu diskutieren.“ (Lunger und Moder 2004, 82)

Wie mit Wunderlich im Rahmen des Abschnitts über die Grenzen der Konsumgesellschaft bemerkt wurde, tragen konsumkritische Bewegungen das Potential in sich, kulturelle und ökologische Neuerungen voranzutreiben. Sie kratzen an der „überwältigenden“ Legitimation der Konsumgesellschaft, die „keineswegs lückenlos und widerspruchsfrei ist“ (Wunderlich 1997, 807). Die TrägerInnen „freeganer“ Praktiken können hinsichtlich Brewers Charakterisierung konsumgesellschaftlicher Merkmale (vgl. Brewer 1997, 52ff) als Teil jener institutionalisierten Konsumkritik interpretiert werden, die einer modernen Konsumgesellschaft inhärent ist. Welche Entwicklungen die Freegan-Bewegung dabei in Zukunft annimmt, ob sie in Österreich noch stärker Fuß fassen und weiterhin mediale Aufmerksamkeit auf sich ziehen wird, bleibt zu erwarten und zu erforschen.

Mit dem Konzept des Sozialen Wertstofftransfers können kooperative und institutionalisierte Lösungen des Lebensmittelabfallproblems, das anhand von Zahlen aus dem Raum Wien belegt wurde, überlegt und umgesetzt werden. Aus der dargestellten Studie des ABF-BOKU geht eine deutliche Empfehlung für die Etablierung Sozialer Supermärkte hervor, weshalb als Schlusspunkt der Arbeit in einem Exkurs zusammengefasst werden soll, wie weit die Etablierung der Sozialmärkte in Österreich gediehen ist und wie zudem die Wiener Tafel als ein weiterer Akteur der Lebensmittelumverteilung agiert.

C EXKURS: SOZIALMÄRKTE IN ÖSTERREICH UND WIENER TAFEL

Sozialmärkte österreichweit

Gab es in Wien vor fünf Jahren zum Zeitpunkt des Erscheinens der ABF-BOKU Studie noch keinen einzigen Sozialmarkt, so existieren mittlerweile 4 Filialen – vermutlich hat der Diskurs um die Studienergebnisse die Umsetzung beschleunigt. Seit der Eröffnung der ersten österreichischen Filiale im Jahr 1999 in Linz hat das Konzept des Sozialmarktes kontinuierlich an Bedeutung gewonnen. Bundesweit sind in der jüngeren Vergangenheit laufend neue Standorte entstanden. Internetrecherchen ergaben eine Gesamtzahl von 32 etablierten Sozialmarkt-Filialen in ganz Österreich³⁵, wobei die Tabelle im Anschluss einen Überblick über die Standorte in den einzelnen Bundesländern geben soll:

| | | |
|------------------|---|---|
| Wien | 4 | Neubau, Mariahilf, Favoriten, Hernals |
| Niederösterreich | 7 | Baden, Stockerau, St. Pölten, Ternitz, Tulln, Wiener Neustadt, Schwechat, Krems |
| Oberösterreich | 4 | Linz, Steyr, Vöcklabruck, Wels |
| Burgenland | | keine Sozialmarkt-Filiale; Verein Pannonische Tafel |
| Steiermark | 4 | 3 Filialen in Graz, Voitsberg |
| Salzburg | 3 | Hallein, Salzburg, Zell am See; mobiler Sozialmarkt |
| Kärnten | 5 | Klagenfurt, Spittal/Drau, St. Veit/Glan, Villach, Wolfsberg |
| Tirol | 4 | Innsbruck, Imst, Schwaz, St. Johann (als Teil des Caritas-Ladens) |
| Vorarlberg | | mobiler Sozialmarkt |

Abb. 14: Tabelle Sozialmärkte in Österreich

³⁵ 29 Filialen waren im Herold Telefonbuch (www.herold.at) unter dem Stichwort „Sozialmarkt“ zu finden; eine Wiener, eine Tiroler und eine Salzburger Filiale waren nicht aufgelistet.

In Vorarlberg und Salzburg bieten mobile Sozialmärkte, die teils auch in Gemeinden außerhalb der Bezirks- und Landeshauptstädte Station machen, günstige Lebensmittel für Menschen mit geringem Einkommen an. Das „Laube-Markt Mobil“ im Salzburger Pinzgau (www.laube.at) fährt einmal pro Woche für einen Stopp nach Kaprun, Mittersill, Saalfelden, Leogang, Bruck und Zell am See. Der rollende Sozialmarkt-Bus des ehrenamtlichen Vorarlberger Vereins „Tischlein deck dich“ (www.tischlein-deckdich.at) macht in den Stationen Bludenz, Feldkirch, Götzis, Dornbirn und Bregenz Halt. Auch in Niederösterreich ist die Einrichtung von zusätzlichen mobilen Märkten für 2009 in Planung (vgl. www.noel.gv.at). Vom SOMA Wiener Neustadt wird berichtet, dass unter den rund 1.100 registrierten KundInnen 150 BurgenländerInnen einen Einkaufspass besitzen, für die im eigenen Bundesland bis dato keine fixe Sozialmarkt-Einkaufsmöglichkeit besteht. Der seit Mai 2008 existente Verein „Pannonische Tafel“ (www.pannonischetafel.at) versorgt neben der hauptsächlichen Belieferung sozialer Einrichtungen auch einen kleinen Kreis von Privatpersonen.

SOMA Österreich und Partner

Hinter Österreichs Sozialmärkten stehen verschiedene Trägerorganisationen, wodurch sie bundesweit keine einheitliche Organisationsstruktur aufweisen und regional unterschiedlich konzipiert sind. Die Bandbreite reicht von gemeinnützigen Vereinen (*SOMA Sozialmarkt*) und Privatpersonen (*Alexander Schiel, Gründer von smw–Sozialmarkt Wien*) über kirchliche Einrichtungen (*Vinzenzgemeinschaft, Caritas*) und Soziale Dienstleister (*Volkshilfe, Hilfswerk, Laube GmbH*). Vielfach sind es auch Kooperationen dieser Träger mit anderen regionalen Sozialeinrichtungen, durch die ein Sozialmarkt zustande kommt. Neben den Warenspenden von Handels-, Industrie- und Wirtschaftsbetrieben kommen finanzielle Mittel aus privaten und öffentlichen Spenden- und Fördergeldern (vgl. www.wieninternational.at).

Dem im Oktober 2007 gegründeten Dachverband „*SOMA Österreich und Partner*“ sind mehr als 20 SOMAs zugehörig, die teils vom Hilfswerk oder der Volkshilfe betrieben werden. „*SOMA – Verein für Mitmenschen mit geringerem Einkommen*“ war es, der 1999 Österreichs ersten Sozialmarkt in Linz eröffnete. Mag. Gerhard Steiner, Gründungsmitglied des ersten SOMAs und Obmann von SOMA Österreich und Partner,

spricht im Interview mit dem Neubauer Rundfunk von anfänglichen Akzeptanzproblemen:

„Als wir vor neun Jahren den ersten Markt in Österreich eröffneten, haben wir, zum Unterschied von heute, eine ganz andere Situation in Bezug auf die Wahrnehmung von SOMA in der Öffentlichkeit gehabt – sowohl in Bezug auf Vertreter von politischen Funktionären als auch von kirchlichen Institutionen, aber auch von der Presse und der Bevölkerung im Allgemeinen. Damals wurde SOMA als überflüssig, als nicht notwendig, als eine verrückte Idee abgetan. Handel, Industrie und der Bürgermeister von Linz, die haben diese Idee gutgeheißen und unterstützt.“ (Knierzinger/Lehrner 2008)

Der große Andrang, der sich gleich nach der Eröffnung einstellte, bewirkte einen Meinungsumschwung und auch das rege Medieninteresse verhalf SOMA zu öffentlicher Akzeptanz. Mittlerweile ist das Konzept mehrfach mit Preisen ausgezeichnet worden (u.a. Preis der Wirtschaft Österreichs 2004, Preis der SozialMarie 2005). (vgl. www.sozialmarkt.at)

SOMA Leitbild und Qualitätskriterien

Im SOMA Leitbild, das auf der Webseite www.sozialmarkt.at nachzulesen ist, heißt es:

„Menschen mit geringem Einkommen haben die Möglichkeit, Produkte des täglichen Bedarfs zu äußerst günstigen Preisen in unseren SOMA-Märkten zu kaufen. [...] Zu symbolischen Preisen verkauft werden gespendete Produkte von Handel, Industrie, Gastronomie, Landwirtschaft etc. mit leichten Verpackungsschäden oder kurz vor Ablauf der Mindesthaltbarkeit, die zum Konsum geeignet sind. [...] Menschen, die aus dem Arbeitsprozess gedrängt wurden, werden innerhalb eines Programmes qualifiziert und schrittweise in den Arbeitsmarkt zurückgeführt.“ (ebd.)

SOMA konzipiert die Sozialmärkte als sozioökonomische Betriebe, die in Kooperation mit dem Arbeitsmarktservice Transitarbeitskräfte beschäftigen, welche nach längeren Phasen der Arbeitslosigkeit auf einen Wiedereinstieg vorbereitet werden. Dabei entspricht das Konzept von SOMA den Zielsetzungen des in der ABF-BOKU Studie vorgezeichneten Modells des Sozialen Wertstofftransfers. Auch im Hinblick auf die Logistik lassen sich viele Entsprechungen finden, die den SOMA Dachverband als SoWie Netzwerk auszeichnen, so Gerhard Steiner:

„Wir haben eine Logistikstruktur im Hintergrund erstellt, dass wir innerhalb von 24 Stunden an jeder beliebigen Stelle Österreichs Ware abholen und transportieren können. Das ist ganz wesentlich auch für die Handels- und Industriepartner, wenn sie eine Ware haben, dass die schnell von ihrem Lager wegtransportiert wird. [...] Wir können jede beliebige Menge von Ware, sei sie noch so groß, abholen. [...] Das kann kein einzelner SOMA Markt, [denn] er hat nicht diese Lagerkapazitäten und kann diese Ware auch nicht an den Kunden bringen.“ (Knierzinger/Lehrner 2008)

SOMA Österreich und Partner soll alle SOMA Märkte als zentrale Plattform vertreten und durch klare Strukturen die Kommunikation mit den Unternehmen vereinfachen. Wichtig für Steiner ist es, als Qualitätskriterium hochzuhalten, dass keine Waren zugekauft werden. SOMA Sozialmärkte nehmen ausschließlich Spenden entgegen und bieten sie zum symbolischen Preis an, da sie bei Zukauf als Quasi-Billigstanbieter in Konkurrenz zum Handel treten würden (vgl. ebd.).³⁶ Die Preise liegen bei 30 bis 50 Prozent des regulären Handelspreises, was bewirken soll, dass Einkommensschwache Menschen im Sozialen Supermarkt nicht als Bittsteller auftreten müssen, sondern als KundInnen mit beschränkten finanziellen Mitteln (vgl. Schneider/Wassermann 2004, 34).

SOMA Einkaufsberechtigung

Exemplarisch für SOMA sollen hier die Richtlinien der ersten Wiener Filiale dargestellt werden, die am 10. Oktober 2008 in der Neustiftgasse im 7. Bezirk eröffnet hat und vom Hilfswerk Wien geführt wird.

Einkaufsberechtigt sind Einzelpersonen mit einem maximalen Monatseinkommen von 893 Euro – diese Schwelle entspricht dem Wert der österreichischen Armutsgrenze 2008 (www.armutskonferenz.at). Bei Paaren beträgt die Obergrenze 1340 Euro und wird pro Kind um 270 Euro nach oben gesetzt. Um Missbrauch in Form von Hamsterkäufen oder Weiterverkäufen auszuschließen, sind den SOMA KundInnen

³⁶ In Deutschland und der Schweiz gibt es Sozialmärkte, die auch zugekaufte Ware anbieten. Die Unabhängigkeit eines Sozialmarktes kann leichter aufrechterhalten werden, wenn es keine Zukäufe gibt, wengleich das Sortiment dann allein von den Spenden abhängt und dadurch schwankt (vgl. Schneider/Wassermann 2004, 25)

Einkaufslimits gesetzt. Pro Woche können von einer einkaufsberechtigten Person drei Einkäufe getätigt werden, wobei der Gesamtwert dieser drei Einkäufe 30 Euro nicht übersteigen darf. Sind zusätzliche Familienangehörige registriert, erhöht sich die Einkaufsgrenze um 5 Euro je Person. Brot ist von diesen Regelungen ausgenommen – es wird täglich in begrenzten Mengen kostenlos ausgegeben. (vgl. SOMA Neustiftgasse)

In Wien sollen im Laufe des Jahres 2009 ein fünfter und sechster Sozialmarkt entstehen: Der Betreiber smw Sozialmarkt Wien plant eine Filiale in Floridsdorf oder Donaustadt, während das Hilfswerk einen Standort außerhalb des Gürtels anstrebt (vgl. Medianet 2009). Ziel der SOMA Österreich und Partner ist es laut ihrem Obmann, „das System in Österreich so zu etablieren, dass möglichst viele Menschen etwas davon haben“ (Knierzinger/Lehrner 2008). Am Transferpotential wird es dabei nicht mangeln, denn, wie Schneider betont: Man habe erst „einen Bruchteil [der] Dinge angezapft, die vorhanden sind“ (ebd.).

Wiener Tafel

„*Versorgen statt entsorgen*“ lautet der Leitspruch der „Wiener Tafel“, die im Gegensatz zu den Sozialen Supermärkten überschüssige Ware nicht zum Verkauf anbietet, sondern an soziale Einrichtungen abgibt. Laut Leitbild agiert sie als eine „unabhängige NPO, arbeitet auf ehrenamtlicher Basis und finanziert sich durch private Spenden und Sponsoring“ (www.wienertafel.at).

Der Film „essen fassen. Ein Dokumentarfilm über lebensmittel.“ (sic!) (Kovacz/Kugler et.al. 2008) zeigt die Tafel-Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit und lässt Geschäftsführer Martin Haiderer zu Wort kommen, der die Wiener Tafel 1999 gegründet hat. Das Spektrum der MitarbeiterInnen, so Haiderer, reicht „von der Studentin bis zum Pensionisten, von der Managerin bis zum Arbeitslosen, quer durch alle Altersklassen und Gesellschaftsschichten, weil einfach die Botschaft der Wiener Tafel ‚Essen haut man nicht weg, wenn nebenan jemand hungert‘ über alle ideologischen Gräben und über alle politischen oder religiösen Befindlichkeiten hinweg Menschen überzeugt.“ (ebd.)

Rund zwei Tonnen Lebensmittel täglich werden an über 50 Wiener Mutter-Kind-Heime, Männerwohnheime, Obdachlosenherbergen oder Flüchtlings- und Jugendhäuser ver-

teilt (vgl. ebd.). Ein Tafel-Fahrer berichtet: „Ich hab zum Beispiel persönlich letztes Jahr 5.000 Marmeladegläser ausgeliefert, die noch ein Jahr haltbar gewesen wären, die wären sonst weggeworfen worden – Überproduktion oder ich weiß nicht warum.“ (ebd.)

Martin Haiderer fasst den Auftrag des Vereins nochmals zusammen: „Armut ist nichts Gottgewolltes oder Schicksalhafteres, Armut ist das Produkt von ungleicher Verteilung und die Wiener Tafel versucht in einem kleinen Rahmen auf ganz unbürokratische Art und Weise zu zeigen, wie eine gerechtere Verteilung funktionieren kann, nämlich indem man einfach da wo zuviel ist, das nimmt und dorthin bringt, wo es benötigt wird.“ (ebd.) Er bezieht Stellung dazu, wie die Wiener Tafel ihre Arbeit in Relation zu staatlichen Sozialleistungen positioniert:

„Die Kritik, dass die Arbeit der Wiener Tafel die öffentliche Hand aus ihrer Verantwortung entlässt ist eine ernstzunehmende, weil es schon die Tendenz in unserer Gesellschaft gibt, dass immer mehr zivilgesellschaftliche Organisationen Aufgaben wahrnehmen, [...] welche eigentlich ureigenste Aufgabe der öffentlichen Hand sind in einem Wohlfahrtsstaat als der sich Österreich empfindet. Deswegen ist uns auch wichtig zu kommunizieren, dass die Wiener Tafel ein Zusatzangebot darstellen soll, aber keinesfalls die öffentliche Hand aus ihrer Verantwortung entlässt.“ (ebd.)

Erstklassige
Lebensmittel
aus Überproduktion

**Verteilen
statt
vernichten!**

Erstklassige Lebensmittel, die der Handel nicht verkaufen kann, werden vernichtet. Wir haben was Besseres damit vor: Wir holen die Lebensmittel ab und verteilen sie an bedürftige Menschen. Was uns dazu noch fehlt, ist ein Kühlwagen. Helfen Sie uns bitte einen zu kaufen.


wiener tafel

Spendenkonto 3100 530 3005 ERSTE Bank BLZ 20111 www.wienertafel.at

Abb. 15: Anzeigensujet der Wiener Tafel

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

Adams Matthews, Kymberlie (2006): It's Not That Gross! Freeganism and the Art of Dumpster Diving. <http://www.satyamag.com/may06/weissman.html>, Zugriff am 4.12.2007.

Armutskonferenz Österreich.

www.armutskonferenz.at/armut_in_oesterreich_armut_ist.htm, Zugriff am 20.1.2009.

ARTE (8.6.2006): Tribal – Freegans. <http://www.arte.tv/de/suche/1233680.html>, Zugriff am 10.12.2007.

Autonome. <http://de.wikipedia.org/wiki/Autonome>, Zugriff am 19.3.2009, 12:14.

Baldauf, Anette (2008): Entertainment Cities. Unterhaltungskultur und Stadtentwicklung. Springer Verlag. Wien, New York.

Bauman, Zygmunt (2001): Die Wirtschaftskultur der flüssigen Moderne. In: Benedikter, Roland (Hg.): Postmaterialismus Band 1. Einführung in das postmaterialistische Denken. Passagen Verlag, Wien, S. 91-115.

Benedikter, Roland (Hg.) (2001): Postmaterialismus Band 1. Einführung in das postmaterialistische Denken. Passagen Verlag, Wien.

Biogasanlage Wien Simmering. www.wien.gv.at/wirtschaft/eu-strategie/energie/zahlen/erneuerbare/biogasanlage.html. Zugriff am 12.2.2009.

Bohnsack, Ralf; Lüders, Christian; Reichertz, Jo (Hg.) (1999): Qualitative Sozialforschung. Band 4. Leske + Budrich, Opladen.

Bohnsack, Ralf; Meuser, Michael; Marotzki, Winfried (Hg.) (2003): Handbuch Qualitativer Sozialforschung. Leske + Budrich, Opladen.

Bögenhold, Dieter (2000): Konsum und soziologische Theorie. In: Rosenkranz, Doris; Schneider Norbert F. (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Leske + Budrich, Opladen, S. 95-116.

Brewer, John (1997): Was können wir aus der Geschichte der frühen Neuzeit für die moderne Konsumgeschichte lernen? In: Siegrist, Hannes; Kaelble Hartmut; Kocka, Jürgen (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert). Campus Verlag, Frankfurt/ New York, S. 51-74.

Comment devenir déchétarien.

www.commentfaiton.com/fiche/voir/13863/comment_devenir_dechetarien, Zugriff am 9.2.2009.

Containern. <http://de.wikipedia.org/wiki/Containern>, Zugriff am 19.3.2009, 12:08.

D-Mart. www.urbandictionary.com/define.php?term=d-mart, Zugriff am 11.2.2009.

Dumpster. [http://en.wikipedia.org/wiki/Dumpster_\(brand\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Dumpster_(brand))), Zugriff am 19.3.2009, 12:04.

Dumpster Diving. http://en.wikipedia.org/wiki/Dumpster_diving, Zugriff am 19.3.2009, 12:06.

Fanta, Maria; Schuss, Cornelia (11.4.2007): Gib meinen Müll zurück! Falter Steiermark, 15/07, www.falter.at/web/print/detail.php?id=462&sub_id=193, Zugriff am 22.12.2007.

Featherstone, Mike (22007): Consumer Culture and Postmodernism. Sage Publications Ltd., London.

Finis Feinstes. www.finisfeinstes.at/html/index.aspx?page_url=Produkte&mid=125, Zugriff am 6.12.2008.

Finis Feinstes Werbekampagnen.

www.finisfeinstes.at/html/index.aspx?page_url=Werbung&mid=129, Zugriff am 6.12.2008.

Food Not Bombs. http://de.wikipedia.org/wiki/Food_not_bombs, Zugriff am 19.3.2009, 12:10.

Forsthuber, Martina (02/2008): Das Böse Geschäft mit dem guten Gewissen. In: Trend – Das österreichische Wirtschaftsmagazin. 3/08, S. 62-82.

Freegan. <http://freegan.info>, Zugriff am 9.2.2009.

Freegan. www.freegan.at, Zugriff am 10.2.2009.

Freeganismus. www.freegan.at, Zugriff am 10.2.2009.

Freegan-Zine. <http://freegan.info/freeganzine.pdf>, Zugriff am 20.3.2009.

Froschauer, Ulrike; Lueger, Manfred (2003): Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme. WUV Universitätsverlag, Wien.

Helfferrich, Cornelia (2005): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Herold Telefonbuch. www.herold.at, Zugriff am 17.4.2009.

Hoffman, John (1993): The Art And Science of Dumpster Diving. Paladin Press, Boulder, Colorado/ USA.

Kainrath, Verena (11.6.2008): Jedes fünfte Brot landet auf dem Müll. Tageszeitung Der STANDARD, S. 11.

Kapeller, Maria (30.3.2009): Jogurt, Krapfen, Paprika: Von der Mülltonne frisch auf den Tisch. <http://derstandard.at>, Zugriff am 2.4.2009.

Kelle, Udo; Kluge, Susann (1999): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. In: Bohnsack, Ralf; Lüders, Christian; Reichertz, Jo (Hg.): Qualitative Sozialforschung. Band 4. Leske + Budrich, Opladen.

Klemun, Magdalena (11.4.2009): Einkaufen in der Mülltonne.
<http://diepresse.com/text/home/leben/ausgehen/469587>, Zugriff am 15.4.2009.

Knierzinger, Johannes; Lehrner, Andreas (Radiobeitrag 15.12.2008): SOMA in the City. Stream-Download unter <http://www.neubauerrundfunk.at/2008/soma-in-the-city.html>, Neubauer Rundfunk, Wien.

Kovacs, Liesa; Kugler, Kornelia; Rauer, Eva; Scheibelhofer, Andrea; Skutl, Martin (DVD 06/2008): essen fassen. Ein Dokumentarfilm über Lebensmittel. Diplomprojekt an der Graphischen in Wien.

Krommer, Barbara (11.6.2008): Handel bestreitet Wegwerfwahnsinn.
<http://oe1.orf.at/inforadio/91969.html?filter=0>, Zugriff am 19.2.2009.

Kuckartz, Udo (2007): Einführung in die computerunterstützte Analyse qualitativer Daten. 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Kuckelkorn, Julia (10.11.2008): Verschwendung von Lebensmitteln. Interview mit Felicitas Schneider. <http://www.euranet.eu/ger/content/view/full/7217>, Zugriff am 15.2.2009.

Laube-Markt Mobil. <http://www.laube.at/index.php?id=224>, Zugriff am 17.1.2009.

Lehner, Christian (31.1.2009): Essen aus dem Müll. Freegans essen, was die Überflusgesellschaft wegwirft. Auf Trash Tour durch Manhattan.
<http://fm4.orf.at/stories/1601028/>, Zugriff am 15.2.2009.

Lunger, Alrun; Moser, Karin (2004): ‚Containing‘ – Leben aus dem Füllhorn ‚Wegwerfgesellschaft‘ In: Bricolage. Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie. Heft 2: Müll/ Abfall. Innsbruck University Press, Innsbruck, S. 81-94.

Mara, Martina (2007): Ein Menü aus der Mülltonne. News Magazin, 42/07, 56-57.

Medianet (22.1.2009): Wiens Sozialmärkte expandieren.

<http://www.medianet.at/content18823-38.html>, Zugriff am 13.2.2009.

Moschitz, Ed (Fernsehbeitrag 31.10.2008): Frisch aus dem Mistkübel. Am Schauplatz-Reportage, ORF 2.

Neubauer, Christa (2007): Draußen sein und doch zuhause – Der Wagenplatz Simmering feierte vor kurzem sein einjähriges Bestehen. Augustin – Die erste österreichische Boulevardzeitung, Nr. 216, 21.11. bis 4.12.07, S. 6-7.

Niederndorfer, Florian (2006): Rebellion in der Mülltonne. Datum. Seiten der Zeit, 08/06, <http://www.datum.at/0806/stories/2601896/>, Zugriff am 15.11.2007.

Niederösterreichische Landesregierung. Presseaussendung.

www.noel.gv.at/Presse/Presse/Pressearchiv-Suche/81388_soma.print.html, Zugriff am 17.1.2009.

Oldag, Andreas (9.12.2006): Tauchen im Müll.

<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/202/341045/text/>, Zugriff am 13.2.2009.

Palsule-Desai, Priya (30.8.2007): Leben aus der Mülltonne.

<http://www.zeit.de/online/2007/35/freegan-new-york>, Zugriff am 13.2.2009.

Pannonische Tafel. www.annonischetafel.at/test/node/2, Zugriff am 17.1.2009.

Permakultur. <http://www.permakultur.com/fragen.html>, Zugriff am 17.3.2009.

Pfabigan, Alfred (2004): Nimm 3, zahl 2. Wie geil ist Geiz? Sonderzahl Verlags-
ges.m.b.H., Wien.

Pfütze, Hermann (2002): Das Ideal der Sorglosigkeit: Der Nachhaltigkeitsdiskurs zwi-
schen Idealisierung und Desillusionierung. In: Scherhorn, Gerhard; Weber, Christoph
(Hg.): Nachhaltiger Konsum: Auf dem Weg zur gesellschaftlichen Verankerung. ökom
Verlag, Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH, München, S. 109-117.

Rosenkranz, Doris; Schneider Norbert F. (Hg.) (2000): Konsum. Soziologische, öko-
nomische und psychologische Perspektiven. Leske + Budrich, Opladen.

Scherhorn, Gerhard; Weber, Christoph (Hg.) (2002): Nachhaltiger Konsum: Auf dem
Weg zur gesellschaftlichen Verankerung. ökom Verlag, Gesellschaft für ökologische
Kommunikation mbH, München.

Schneider, Felicitas; Smidt, Ena (2007): Heizen mit dem Frühstücksei oder der ganz
normale Wahnsinn. Lebensmittel in der Abfallwirtschaft: Energiebilanz – Maßnahmen.
Forschungsbericht, ABF-BOKU, Wien.

Schneider, Felicitas; Wassermann, Gudrun (2004): SoWie – Sozialer Wertstofftransfer
im Einzelhandel. Forschungsbericht im Auftrag der Stadt Wien, Initiative Abfallvermei-
dung in Wien. ABF-BOKU, Wien.

Schneider, Norbert F. (2000): Konsum und Gesellschaft. In: Rosenkranz, Doris;
Schneider Norbert F. (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische
Perspektiven. Leske + Budrich, Opladen, S. 9-22.

Schulze, Gerhard (82000): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart.
Studienausgabe. Campus Verlag Frankfurt a. Main; New York.

Siegrist, Hannes; Kaelble Hartmut; Kocka, Jürgen (Hg.) (1997): Europäische Konsum-
geschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20.
Jahrhundert). Campus Verlag, Frankfurt/ New York.

SOHO in Ottakring (2008): Aktionen/ Workshops. Programmheft, S. 6.

SOHO in Ottakring Dumpster-Workshop (28.5.2008). Gedächtnisprotokoll.

SOMA Neustiftgasse (09/2008). Infofolder.

SOMA Neustiftgasse (30.07.2008). Merkblatt für KundInnen bezüglich Antragstellung.

SOMA Sozialmarkt. www.sozialmarkt.at, Zugriff am 18.1.2009.

Ströck Bäckerei. www.stroeck.at, Zugriff am 6.12.2008.

Ströck BIO-Adams Brot.

www.stroeck.at/frameset.html?page=produkt_details.aspx?queue=553&ceid=4901,
Zugriff am 6.12.2008.

Ströck BIO-Frauenbrot.

www.stroeck.at/frameset.html?page=produkt_details.aspx?queue=553&ceid=4641,
Zugriff am 6.12.2008.

Ströck Produkte. www.stroeck.at/frameset.html?page=produkte.aspx, Zugriff am
6.12.2008.

Tischlein deck dich. www.tischlein-deckdich.at, Zugriff am 17.1.2009.

Vegan AT (2008): Freegan-Club 2008. Vegan AT– Das Magazin der Veganen Gesellschaft Österreich, Nr. 11, 2/2008, S. 22.

Wagenhofer, Erwin (DVD 2005): We feed the world. Dokumentarfilm. Allegro Filmproduktion.

Weltjournal (Fernsehbeitrag 10.1.2007). ORF 2.

Wetlands Activism Collective. <http://wetlands-preserve.org/>, Zugriff am 25.1.2009.

Wiener Tafel. www.wienertafel.at/_site/, Zugriff am 30.1.2009.

Wien International. www.wieninternational.at/de/node/10839, Zugriff am 18.1.2009.

Wikipedia. <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>, Zugriff am 19.3.2009, 12:02.

Wiswede, Günter (31998): Soziologie. Grundlagen und Perspektiven für den wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bereich. Verlag Moderne Industrie, Landsberg am Lech.

Wiswede, Günter (2000): Konsumsoziologie – Eine vergessene Disziplin. In: Rosenkranz, Doris; Schneider Norbert F. (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Leske + Budrich, Opladen, S. 23-72.

Wünderich, Volker (1997): Zum globalen Kontext von Konsumgesellschaft und Konsumgeschichte. Kritische und weiterführende Überlegungen. In: Siegrist, Hannes; Kaelble Hartmut; Kocka, Jürgen (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert). Campus Verlag, Frankfurt/ New York, S. 793-810.

Wyrwa, Ulrich (1997): Consumption, Konsum, Konsumgesellschaft. Ein Beitrag zur Begriffsgeschichte. In: Siegrist, Hannes; Kaelble Hartmut; Kocka, Jürgen (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert). Campus Verlag, Frankfurt/ New York, S. 747-762.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Tabelle Lebensmittelabfall in Wien

Schneider, Felicitas; Wassermann, Gudrun (2004): SoWie – Sozialer Wertstofftransfer im Einzelhandel. Forschungsbericht im Auftrag der Stadt Wien, Initiative Abfallvermeidung in Wien. ABF-BOKU, Wien, S. 55.

Abb. 2: kopfüber

Mit freundlicher Genehmigung von Kai Löffelbein.

Abb. 3: Sprühschablonenmotiv (Stencil) für Graffiti

der autonome container-blog, <http://container.blogspot.de>, Zugriff am 9.2.2009.

Abb. 4: Comic 1

Hoffman, John (1993): *The Art And Science of Dumpster Diving*. Paladin Press, Boulder, Colorado/ USA, S. 15.

Abb. 5: Dumpster Diver-Prototyp

Ebd., S. 40.

Abb. 6: Comic 2

Ebd., S. 111.

Abb. 7: Hintergrundgrafik der Freegan MySpace-Webseite

www.myspace.com/freeganinfo, Zugriff am 11.2.2009.

Abb. 8: Internationales Food Not Bombs Logo

www.foodnotbombs.net/, Zugriff am 20.3.2009.

Abb. 9: Logo einer FNB Untergruppe

<http://foodnotbombs-wien.blogspot.com/>, Zugriff am 20.3.2009.

Abb. 10: Zeichnung aus dem Freegan Zine

<http://freegan.info/freeganzine.pdf>, Zugriff am 20.3.2009.

Abb. 11: tomate

Mit freundlicher Genehmigung von Kai Löffelbein.

Abb. 12: brotberg

Mit freundlicher Genehmigung von Kai Löffelbein.

Abb. 13: Freegan Logo

www.freegan.at/kontakt.htm, Zugriff am 3.2.2009.

Abb.14: Tabelle Sozialmärkte in Österreich

Erstellt von der Verfasserin.

Abb. 15: Anzeigensujet der Wiener Tafel

Mit freundlicher Genehmigung der Wiener Tafel.

ANHANG

ABSTRACT DEUTSCH

In Österreichs Supermärkten werden täglich erhebliche Mengen an Lebensmitteln entsorgt, die aus Gründen der Überproduktion, Überlagerung oder wegen anderweitigen gerinfügigen Mängeln nicht verkauft werden können. Viele dieser Lebensmittel stehen kurz vor dem Ablaufdatum oder haben dieses gerade überschritten, sind noch genießbar und landen dennoch im Abfall. Die kontinuierliche Ausdehnung und Ausdifferenzierung des Produktsortiments kann als konsumgesellschaftliche Entwicklung dafür mitverantwortlich gemacht werden, ebenso wie der von AnbieterInnen und KundInnen gleichermaßen konstruierte Anspruch auf ein stets lücken- und makellooses, ästhetisch vollkommenes und individuellen Bedürfnissen entsprechendes Warenangebot. Die Konsumgesellschaft zeigt sich in diesem Punkt als Erlebnisgesellschaft, deren Erlebnisanspruch sich, wie Gerhard Schulze beschreibt, zusehends auf Lebensmittel überträgt.

Supermärkte sind konsumgesellschaftliche Akteure am Massenmarkt und Schauplätze modernen Massenkonsums. Als solche werden sie zur Angriffsfläche für KonsumkritikerInnen, die Großkonzernen vorwerfen, an ausbeuterischen Prozessen mit sozialen und ökologischen Negativfolgen beteiligt zu sein. Sie begreifen Konsum als soziales Handeln, das sich auf andere bezieht und im Falle des Massenkonsums – also des Einkaufs im Supermarkt – die kapitalistische Marktwirtschaft und ihre Folgewirkungen unterstützt. Als Reaktion darauf und in Anbetracht des Wissens über den Umfang der noch essbaren Lebensmittel im Supermarktabfall wenden sie sich als TrägerInnen konsumkritischer Praktiken wie „*Dumpster Diving*“, „*Containern*“ oder „*GeObben*“ gegen das Konsumsystem: Sie holen Nahrungsmittel aus den Mülltonnen der Märkte und essen das, was weggeworfen wird. Die Idee, durch „*Mülltonnentauchen*“ aus dem System des Massenkonsums auszusteigen, findet ihren philosophischen Halt im Gedankengut des „*Freeganismus*“. Sein Ideal des „*Living beyond Capitalism*“ drückt sich in der Absicht aus, durch eine „weitgehende Verweigerung der Teilnahme an einer

kapitalistischen Volkswirtschaft [den negativen Einfluss des Einzelnen] auf die Umwelt, die Tierwelt und das menschliche Leben zu verringern“. (www.freegan.at)

Im Rahmen dieser Arbeit werden nach einleitenden Abschnitten zum soziologischen Konsumbegriff und zur Konsumgesellschaft die Beweggründe von fünf Wiener Dumpster DiverInnen dargestellt, die in qualitativen Interviews befragt wurden. Darüber hinaus wird das Konzept des „Sozialen Wertstofftransfers“ als institutionalisierte und kooperative Antwort auf das Lebensmittelabfallproblem erläutert.

ABSTRACT ENGLISCH

Large amounts of food are discarded everyday in Austrias supermarkets, consisting of items that have been in stock for too long due to reasons of overproduction or have been slightly damaged and can no longer be sold. Many of these goods could still be used, as the product´s expiration date is still valid or the product has only recently expired. Why not “save” those products? Why are they considered “waste” in the first place?

The reason for those wasteful practices lies within the structure of our current consumer society which is based on the continuous development of new products and brands in order to meet consumer demands for a range of perfectly manufactured, aesthetic goods that are always offered and even available to meet individual needs. The consumer´s selection of goods – especially food products – that convey a certain aspect of excitement and distinctiveness is what links these structures to Schulzes concept of *“Die Erlebnisgesellschaft”*.

Supermarkets are institutions of modern mass consumption that play a crucial part within consumer society. Considered as such, they play a critical role for critics of consumerism, who blame corporate conglomerates for participating in exploitive processes that cause social and ecological damage. Their perception of shopping – particularly shopping in supermarkets – is that of a social act, directed to others and, through the mechanisms of a capitalist economy, followed by negative impact on humans and nature. In response and as a result of knowing about the waste practice of food stores, certain people oppose consumerism by adopting practices such as *“Dumpster Diving”*, *“Containern”* or *“GeObben”*: Hence, they search for food in the garbage of supermarkets in order to eat what has been disposed of.

Moreover this idea of withdrawing from the capitalist system connects those practices to the philosophy of *“Freeganism”*, which pursues the ideal of “living beyond capitalism” for ethical reasons. Thus, “Freegans” are described as “people who employ alternative

strategies for living based on limited participation in the conventional economy and minimal consumption of resources". (<http://freegan.info>)

Within a qualitative research project, five Viennese men and women who practice dumpster diving were interviewed. Their interpretations of anti-consumerist methods are compared and discussed in this thesis. In addition, the concept of "Sozialer Wertstofftransfer" which acknowledges the social potential of recyclable resources is reviewed as a possible cooperative reaction to the problem of edible food discarded by supermarkets.

LEBENS LAUF

Bakk.^a Christa Edlmayr

geboren am 21.08.1982 in Wels

E-mail: edlechrista@gmx.at

Ausbildung

| | |
|-------------------|--|
| 09/1996 – 06/2000 | Adalbert Stifter Gymnasium Linz, musischer Schwerpunkt |
| 10/2001 – 04/2005 | Bakkalaureatsstudium Soziologie, Universität Wien |
| 03/2006 – 04/2009 | Magisterstudium Soziologie, Universität Wien |

Studienschwerpunkte

Kunst-, Kultur- und Konsumsoziologie, Gender Studies

Wahlfachschwerpunkt Publizistik- und Kommunikationswissenschaften

Forschungspraktikumsprojekt zum Thema „Reformhaus“

Praktika im Rahmen des Bakkalaureatsstudiums

04/2003 – 07/2003

UNODC – Büro der Vereinten Nationen für Drogen- und Verbrechensbekämpfung, External Relations Abteilung: Recherche- und Kampagnenarbeit, Kooperation und Korrespondenz mit NGOs

04/2003 – 07/2003

Präventionsabteilung der AIDS Hilfe Wien, Parkprojekt: HIV/ AIDS Aufklärung mit Jugendlichen in Wiener Parks, Projektdokumentation und -reflexion