

Salat vs. Schnitzel

Die soziale Konstruktion von Geschlecht durch unser Ernährungsverhalten

Die Qual der „richtigen“ Wahl

„Real men don't eat quiche.“

(Bruce Feirstein)

Universität St. Gallen, Mittwoch, 12 Uhr: Franz und Pamelas erstes Date – ein Mittagessen in der Mensa. Pamela hat sich extra schick gemacht, trägt Bluse zu Minirock und Stiefeln. Das Mensa-Menü bietet einiges zur Auswahl: Forellenfilet mit Spinat und Kartoffeln, Putenspiess mit frischem Gemüse und Reis, Burger mit Pommes Frites und vieles mehr. Franz bestellt einen kleinen gemischten Salat, Pamela Schnitzel mit Pommes.

Moment, da stimmt doch etwas nicht – haben Sie sich auch gewundert? Die Frau wählt ein Schnitzel mit Pommes während der Mann sich mit einem Salat begnügt? Ein solches Verhalten empfinden wir als merkwürdig – aber weshalb?

Die Antwort ist denkbar einfach: weil wir es nicht gewohnt sind. Gemäss unseren Vorstellungen von männlichem und weiblichem Essverhalten, hätte Pamela sich für den Salat entscheiden müssen, schliesslich sind Salate, Lightprodukte, Obst und vegetarische Speisen „Frauengerichte“. Kräftiges, wie ein Schnitzel mit Pommes hingegen, ist eher für Männer bestimmt. Aber ist das denn wirklich so? Ist es Frauen tatsächlich in die Wiege gelegt sich mit kleinen Portionen und kalorienarmem Essen zufrieden zu geben?

Nun, dies ist nicht der Fall. Wir sehen die in unseren Köpfen verankerten geschlechterspezifischen Essens-Normen zwar häufig als naturgegeben an, das sind sie jedoch nicht. Vielmehr sind sie ein Resultat der alltäglichen Konstruktion von Geschlecht, des so genannten „Doing Gender“ und damit Untersuchungsgegenstand der Geschlechterforschung.

Aus der Theorie des Doing Gender lassen sich viele Phänomene geschlechterspezifischen Essverhaltens erklären. Aber auch unser gesunder Menschenverstand erlaubt es uns, die vielfältigen Stereotypen bzgl. männlicher und weiblicher Ernährung zu erfassen und zu hinterfragen. Dies haben wir, fünf Studenten der Universität St. Gallen, im Rahmen einer empirischen Studie versucht.

Doch wenden wir uns zunächst kurz der Theorie zu.

„Doing Gender“ und seine Implikationen

„Can we ever not do Gender?“

(Candace West, Don Zimmerman)

Um das Thema der Geschlechter differenziert behandeln zu können, unterscheiden die Ethnomethodologen West und Zimmermann zwischen den Begriffen *Sex*, *Sex-Kategorie* und *Gender*.

Sex - auch biologisches Geschlecht - bezeichnet die auf biologischen Kriterien, wie beispielsweise Genitalien oder Chromosomen, beruhende Klassifizierung einer Person als männlich oder weiblich, wobei nicht alle biologischen Kriterien zwingend übereinstimmen müssen.

Unabhängig von dem biologischen Geschlecht wird jeder Mensch von seinem Umfeld aufgrund von gängigen Identifikationsmerkmalen einer *Sex-Kategorie* zugeordnet. Das heisst er wird, je nach Erscheinungsbild, als männlich oder

weiblich klassifiziert. Die Mitgliedschaft in einer Sex-Kategorie wiederum lässt den tatsächlichen Sex zwar vermuten, Sex und Sex-Kategorie können jedoch unabhängig voneinander variieren.

Gender - auch soziales Geschlecht - bezeichnet schliesslich das situationsbezogene Verhalten, welches Personen an den Tag legen, um sicherzustellen, dass sie der „richtigen“ Sex-Kategorie zugeordnet werden. Männer und Frauen passen sich und ihr Verhalten dazu den gesellschaftlich anerkannten Vorstellungen von Weiblich- bzw. Männlichkeit an, was als „Doing Gender“ bezeichnet wird.

Zum Ausdruck ihrer Geschlechtszugehörigkeit nutzen sie dabei ein reichhaltiges symbolisches Repertoire, das von einer distinkten Kleider- und Frisurenordnung, bis hin zu unterschiedlichen Körperpraxen reicht (‚weibliche‘ oder ‚männliche‘ Blicke, Gesten, Haltungen, Accessoires etc.). Diese geschlechterspezifischen Praktiken helfen uns jedoch nicht nur dabei eine Person in eine Sex-Kategorie einzuordnen, sie bilden auch die soziale Ungleichheit der Geschlechter in unserer Gesellschaft ab. Nach Goffmann verstärken und induzieren sie diese sogar. Denn während Männer sich im Rahmen des „Doing Gender“ zumeist als stark und überlegen darstellen, tun Frauen das Gegenteil: sie präsentieren sich als zart und kindlich.

Durch dieses ständige Vor-Augen-Führen der Unterschiedlichkeit der Geschlechter gehen die Menschen dazu über diese Unterschiede als natürlich wahrzunehmen, was jedoch nicht der Realität entspricht. Gender ist etwas, das Menschen kreieren wenn sie miteinander interagieren. Es ist etwas, das wir ‚tun‘. Doch die Illusion von der Naturgegebenheit der Gender ist mächtig und dient heute als Legitimation einer der fundamentalsten Teilungen unserer Gesellschaft.

Doing Gender auch an der HSG?

„Food is an interaction not an object“

Terry Eagleton

Ernährungsgewohnheiten spielen bei der interaktiven Produktion der Geschlechterordnung eine gewichtige Rolle. Speziell im öffentlichen Raum bieten sich durch die Wahl der Speise, den Körpereinsatz beim Essen, die Häufigkeit und Geschwindigkeit des Nahrungsverzehr und zahlreiche anderen Verhaltensweisen eine Vielzahl von Optionen zur sozialen Inszenierung der Geschlechterdifferenz. Das beruht vor allem auf der Tatsache, dass Ernährungsverhalten als besonders ‚natürlich‘ und eng mit dem Körper verbunden angesehen wird.

So waren geschlechterspezifische Besonderheiten auf diesem Gebiet bereits Gegenstand zahlreicher Studien, welche jedoch meist inhomogene Gruppen untersuchten. Das heisst, beispielsweise Bildungsgrad und Alter der beobachteten Personen konnten sich erheblich unterscheiden. Dabei sind gerade dies Faktoren, die das Ernährungsverhalten erheblich beeinflussen und dadurch Studienresultate verfälschen können.

Aus diesem Grund entschieden wir uns, selbst eine Studie durchzuführen und das Essverhalten der Studenten der Universität St. Gallen, welche alle in etwa das gleiche Alter und einen ähnlichen Bildungsgrad aufweisen, empirisch zu untersuchen.

Zudem lieferten uns die Theorien zu der Thematik nur qualitative Aussagen. Empirische Belege bzw. Quantifizierungen wie sich der Unterschied im Essverhalt beispielsweise in der Anzahl bestellter Schnitzel mit Pommes bei Studenten und Studentinnen auswirkt, konnten nicht gefunden werden. Daher wollten wir interessengeleitet die Theorien im Rahmen einer Studie an der HSG überprüfen. Dabei stellen wir auch Thesen auf, die es zu belegen galt.

Dabei stellten wir Thesen auf, deren Wahrheitsgehalt es zu überprüfen galt. Wir gingen davon aus, dass Männer eintöniger essen und sich hauptsächlich für Fleisch begeistern können, während wir den Salatessern attestierten grösstenteils weiblich zu sein. Darüber hinaus beschlossen wir, den Zusammenhang zwischen Kleidungsstil und Ernährungsverhalten zu untersuchen. Da der Kleidungsstil ebenfalls eine Ausprägung des Doing Gender ist, fragten wir uns, ob ein besonders geschlechtsbetonender Kleidungsstil (d.h. bei Frauen z.B. Kleider, Röcke und Schuhe mit hohen Absätzen), auch ein sehr „männliches“ bzw. „weibliches“ Essverhalten zur Folge haben würde.

Feldforschung an der HSG

Wir brachen also auf, um unsere Thesen zu testen. Unsere Untersuchungen sollten eine Woche lang in der Mensa der Universität St.Gallen zur Mittagszeit stattfinden. Wir setzten uns zum Ziel, alle an diesen Mittagen (jeweils 12.00 bis 13.00Uhr) gekauften Essen nach der Speisenzusammenstellung sowie dem Kleidungsstil der Kaufenden zu erheben. Die Herausforderung bestand darin, innerhalb weniger Sekunden eine ganze Bandbreite von Informationen zu protokollieren: Geschlecht, Kleidungsstil, gewähltes Hauptgericht (Fleisch, Salat, Pasta oder Vegiteller) und Beilagen (Pommes, Kartoffeln, Reis, Gemüse, Salat). Es waren darum einige Optimierungsgänge notwendig, bis wir einen für dieses Ziel optimalen Kodierbogen entwickelt hatten.

Die Endversion unserer Bögen war schliesslich auf das Mensa Angebot zugeschnitten und ermöglicht eine Erfassung des Kleidungsstils anhand möglichst objektiver Kriterien. Wir entschieden uns, die erfassten Personen in drei „Stil-Kategorien“ einzuteilen: gestylt, normal und ungestylt. Als „gestylt“ sollten diejenigen Frauen und Männer gelten, die ein hohes Mode- und Körperbewusstsein an den Tag legten, denen man also ansehen konnte, dass sie am Morgen

überdurchschnittlich viel Zeit vor dem Spiegel verbracht hatten. Dies drückt sich beispielsweise durch die Kombination von aufwändigen Frisuren, Make-Up und Accessoires, sowie hohen Schuhen, Röcken und Kleidern bei Frauen aus. Die „Ungestylden“ hingegen standen Mode- und Körperbetonung hingegen vergleichsweise desinteressiert gegenüber und achteten kaum auf ihr Äusseres.

Dabei ist zu bemerken, dass die beiden Kategorien „gestylt“ und „ungestylt“ zwei Extreme darstellen, die „Normalen“, die zwischen den beiden anzusiedeln sind, stellen also die bei weitem grösste Gruppe dar. Diese Einteilung in zwei Extreme und eine sehr große mittlere Gruppe (Normal) diente zur Objektivierung bei der Erfassung des Kleidungsstil seitens der Beobachter.

Nach anfänglichen Startschwierigkeiten aufgrund fehlerhafter Bögen ging es los: Wir untersuchten das Nahrungsverhalten unser Kommilitonen und Kommilitoninnen zur Mittagszeit. Begleitet von skeptischen Blicken und nervösen Anfragen, ob die Daten denn auch anonym seien, generierten wir einen Datensatz von über 800 Beobachtungen, der uns helfen sollte, unsere Thesen zu testen und zu quantifizieren. Der Frauenanteil unserer Beobachtungen stimmte dabei weitgehend mit dem offiziellen Frauenanteil der Universität St. Gallen überein und lag bei rund 30%. Damit kann die Stichprobe in Bezug auf das Geschlechterverhältnis als repräsentativ bezeichnet werden.

Speisepläne der Geschlechter

Insgesamt ergab sich ein klares Bild: Über Dreiviertel der Männer essen Fleisch, während es bei den Frauen nur knapp 42 % Fleischesserinnen gibt. Überhaupt bestätigte sich unsere eingangs erwähnte These, dass Männer eintöniger essen. Während sich nur 22% der Männer für etwas anderes als Fleisch begeistern können, sind es bei den Frauen 58%, wobei sich der Fleischkonsum auf alle fleischhaltigen Speisen bezieht. Darunter fallen neben den klassischen

Fleischgerichten wie Schnitzel und Pouletschmetterling auch Reisgerichte mit Fleisch oder fleischhaltige Speisen aus dem Wok. Insbesondere die Salatteller und Vegiteller sind bei Männern weniger beliebt. Gerade mal 53 Männer haben sich für eines von beiden entschieden. Das entspricht nur etwa 10% der beobachteten Männer.

Der Speisplan der Frauen lässt auf einen vielfältigeren Ernährungsstil schliessen. Knapp ein Drittel der Frauen kauft sich einen Salatteller – somit wurden fast dreiviertel der insgesamt erfassten Salatteller von Frauen konsumiert. Dabei machen diese nur einen Anteil von ca. 30% unter den Kunden der Mensa aus. Würde man das auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis umrechnen, würde fast vier von fünf Salattellern von Frauen gekauft werden. Auch der Vegiteller ist bei Frauen wesentlich beliebter als bei Männern und kann mit einem 15% Anteil am Speisplan der Frauen glänzen. Lediglich bei der Entscheidung Pasta zu nehmen, gleichen sich Männer und Frauen an: beide wählen mit 12%er Häufigkeit Nudeln als Hauptspeise.

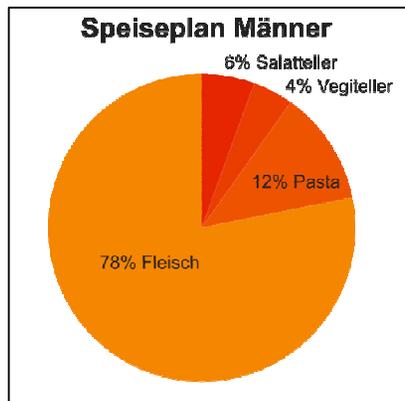


Abbildung 1: Fleisch ist männlich

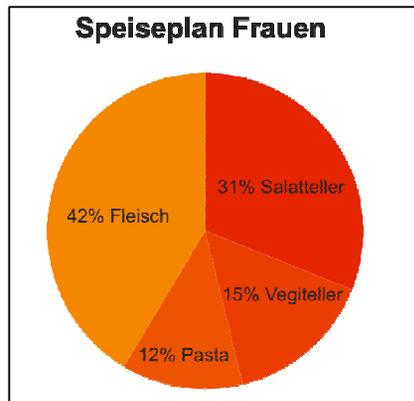


Abbildung 2: Frauen ernähren sich vielfältig

Der Fleischkonsum aufgeschlüsselt

Interessant wird es nun, wenn wir den Fleischkonsum innerhalb der Geschlechtergruppen differenzieren, wenn wir uns also die zum Haupt-gericht gewählten Beilagen ansehen. Überraschen-derweise zeigen sich hier keine so grossen Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Natürlich muss hier bedacht werden, dass das Mensaangebot ein begrenzender Faktor ist und möglicherweise die Wahl der Fleischbeilage einschränkt oder gar steuert. Dadurch würden automatisch die gleichen Wahlmuster bei Männern und Frauen erzeugt. Diesem Argument kann man aber entgegenhalten, dass die Wahl zwischen Salat, Reis und Pommes immer offen ist und somit nicht durch das Mensaangebot gesteuert wird.

Vergleicht man die beiden nebenstehenden Abbildungen besticht die Ähnlichkeit. Beispielweise scheint Reis bei beiden Geschlechtern gleich beliebt zu sein, sogar Pommes und Salat weisen ähnliche Häufigkeiten auf. Hat Frau oder Mann sich erst einmal für den Fleischkonsum entschieden, so kann man grössere Unterschiede in der Wahl der Beilage also nicht mehr feststellen.

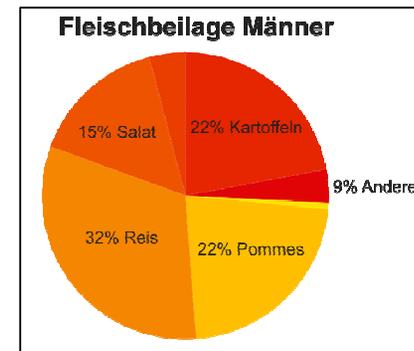


Abbildung 3: Fleischbeilage der Männer: durchaus diversifiziert

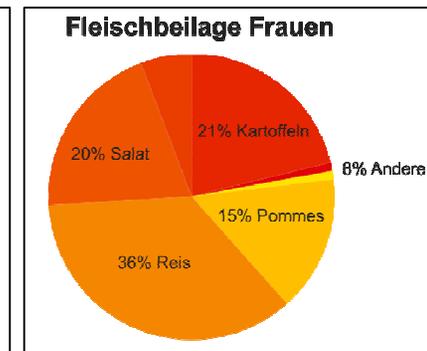


Abbildung 4: Ähnliche Diversifikation bei der Frau

Von weissen Schwänen und grauen Entchen

Zuletzt haben wir noch das Essverhalten in Verbindung mit dem Kleidungsstil untersucht. Das heisst wir ermittelten, ob sich die Gruppen der „Gestylten“, „Normalen“ und „Ungestylten“ in der Art ihrer Nahrungswahl signifikant unterscheiden. Bei den Männern zeigten sich zwischen den Gruppen keine grossen Unterschiede, daher wird von einer genaueren Betrachtung in der vorliegenden Untersuchung abgesehen.

Bei den Frauen liessen sich jedoch grössere Differenzen ausmachen. Die Ergebnisse zeigen beachtliche Unterschiede. Die Mitglieder der gestylten Gruppe essen wesentlich mehr Salat als die der ungestylten. Ebenso im Fleischkonsum zeigen sich beachtliche Unterschiede, was aus den beiden Graphiken ersichtlich wird.

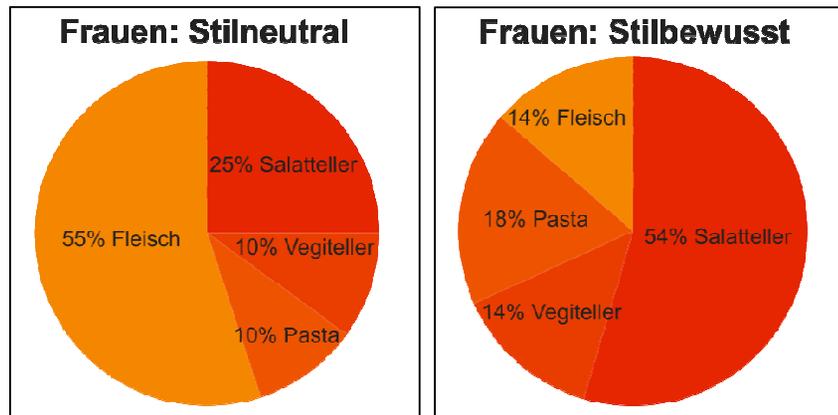


Abbildung 5: Nicht nur das Geschlecht spielt eine Rolle: Frauen, die den Beobachtenden als stilbewusst aufgefallen sind, essen deutlich mehr Salat.

Abbildung 6: Kleider machen Leute: Frauen die nicht explizit feminin gekleidet waren, ernährten sich auch eher wie Männer.

Salat, Schnitzel und Stereotypen

Unsere Ergebnisse bestätigen, dass „Doing Gender“ auch an der HSG zu geschlechterdifferenzierenden Verhaltensweisen führt. Erstaunlich ist nicht nur, dass es signifikante Unterschiede in einer so homogenen Gruppe mit hohem Bildungsniveau wie den HSG-Studierenden gibt, sondern auch das Ausmass der Unterschiede. Dass diese so deutlich ausfallen, hätten wohl nur wenige vorausgesagt.

Es liess sich sogar zeigen, dass der Kleidungsstil Hinweise auf das Ernährungsverhalten gibt – zumindest bei Frauen. So essen Frauen, die stark auf ihr Äusseres achten und sich Mode- und Körperbewusst kleiden, besonders viel Salat und wenig Fleisch und nutzen so Styling und Ernährungsverhalten gleichermassen als Mittel zur Inszenierung ihrer Femininität durch die bewusste Anpassung an die gesellschaftlichen Normen der Weiblichkeit.

Kurz gesagt: je femininer ein Frau wirken möchte, je wichtiger ihr ein weibliches Erscheinen ist, desto mehr passt sie sich den vorherrschenden Stereotypen an, trägt Pumps statt Sneakers und isst Salat statt Schnitzel.¹ Derartiges Verhalten beeinflusst jedoch nicht nur die Wahrnehmung ihrer Person durch die Umwelt, es verstärkt ebenfalls die bereits vorherrschenden Geschlechternormen. Denn sicherlich ein Grund, warum Salat als weiblich klassifiziert wird, ist die Tatsache, dass er eben nicht von Männern, sondern hauptsächlich von Frauen konsumiert wird!

¹ Diese hier am Beispiel des Verhaltens von Frauen erläuterte Praxis lässt sich verallgemeinernd selbstverständlich auch auf Männer übertragen.