

**Ernährung und Raum:
Regionale und ethnische Ernährungsweisen
in Deutschland**

23. Wissenschaftliche Jahrestagung der
Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V. (AGEV)
11. - 12. Oktober 2001, Freising/Weihenstephan

Hrsg.:
Kurt Gedrich und Ulrich Oltersdorf

Bundesforschungsanstalt für Ernährung:
Karlsruhe, 2002

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Ernährung und Raum – Eine Beziehung mit vielen Facetten <i>Gedrich K. und Oltersdorf U.</i>	3
--	---

I. Einführung

Globalisierung und Regionalisierung in der Ernährung – Fast Food versus Slow Food <i>Besch M.</i>	9
--	---

II. Ernährung und Raum – Historischer Rückblick

Von karger Selbstversorgung zur Vielfalt der Supermärkte – Ernährung und Wandel ländlicher Lebensverhältnisse von 1952 bis zur Gegenwart <i>Becker H.</i>	31
Deutsche Küche – eine Fiktion. Regionale Verzehrsgewohnheiten im 20. Jahrhundert <i>Spiekermann U.</i>	47

III. Verzehrsmuster und Raum – Nahrungslandschaften in Deutschland

Regionale Unterschiede hinsichtlich Lebensmittelaufnahme und Nährstoffversorgung in Deutschland <i>Linseisen J.</i>	75
Essen und Trinken im Familienalltag – eine qualitative Studie: Essen hessische Familien hessische Kost? <i>Brombach C.</i>	87
Ethnische Ernährungsweisen und ihre Veränderungen – Ernährungsgewohnheiten von italienischen, griechischen und türkischen Migrantinnen in Süddeutschland <i>Schmid B.</i>	101
Regional essen? Wert und Authentizität der Regionalität von Nahrungsmitteln <i>Ermann U.</i>	121

IV. Lebensmittel und Raum – Zwischen „local food“ und „global food“

Regionalprofile beim Nahrungsmittelkonsum <i>Michels P.</i>	141
Werden regionale Produkte vom Verbraucher bevorzugt? Ergebnisse einer Konsumentenbefragung in Berlin <i>Ulbricht G.</i>	157
Konsumpatriotismus in Ostdeutschland <i>Kutsch T. und Werner S.</i>	167
Kritik an Vorstellungen von der „früher bodenständigen Hausmannskost“ – Alte und junge Globalisierungstendenzen in der Nahrungslandschaft Franken <i>Heller H.</i>	187
Konzentrationsprozesse in der deutschen Ernährungswirtschaft – Ursachen, Verlauf, Auswirkungen <i>Klohn W.</i>	197
Regionale Marketing-Konzepte im Lebensmittelbereich – Bedeutung und Erfolgsfaktoren <i>Hausladen H.</i>	213

V. Lebensmittel, Verzehrsmuster und Umwelt – Die ökologische Dimension

Interdependenz von Ernährung und Mobilität <i>Zängler T. und Karg G.</i>	221
---	-----

VI. Ernährung und Raum – Ausblick

Mehr Transparenz bei der Nahrungsmittelproduktion mit Informationstechnik in der Landwirtschaft <i>Demmel M. und Auernhammer H.</i>	233
Analyse der Einkaufsmobilität privater Haushalte zur Potentialabschätzung der Shopping Box <i>Römmelt S. und Karg G.</i>	251

Autorenverzeichnis	267
---------------------------------	-----

I. Einführung

Globalisierung und Regionalisierung in der Ernährung

– Fast Food versus Slow Food –

Michael Besch

1. Einführung in die Themenstellung

Durch den infernalischen Anschlag auf das World Trade Center in New York am 11. September 2001 sind die Probleme der Globalisierung für das öffentliche Bewußtsein überdeutlich geworden.

Dadurch ist die in den letzten Jahren entstandene breite nicht-terroristische Protestbewegung gegen eine als übermächtig empfundene Globalisierung in den Hintergrund der Aufmerksamkeit gedrängt worden. Die Demonstrationen gegen die Tagung der Welthandelsorganisation (WTO) in Seattle und den Weltwirtschaftsgipfel (G8-Gruppe) in Genua haben aber deutlich ein zunehmendes öffentliches Unbehagen an den Folgen der Globalisierung gezeigt.

Obleich dieser Beitrag sich mit den Auswirkungen von Globalisierung und Regionalisierung in dem relativ spannungsarmen Bereich der Ernährung befassen wird, ist er doch durch die Ereignisse der jüngsten Zeit erheblich belastet.

Dennoch soll zunächst eine nüchterne Bestandsaufnahme der Antriebskräfte und Erscheinungsformen der Globalisierung erfolgen. Dann wird der bisherige Stand und die unterschiedlichen Entwicklungsgrade der Internationalisierung in den Branchen der Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie in den Verzehrsgewohnheiten darstellen. Danach soll der Frage nachgegangen werden, ob die Regionalisierung eine Antwort auf die Probleme der Globalisierung geben kann. Abschließend möchte ich einen vorläufigen Ausblick auf die künftige Entwicklung der angezogenen Gegensätze versuchen: Global oder local food - was wird die Zukunft bringen?

Der Untertitel dieses Beitrags „Fast Food versus Slow Food“ soll nicht nur die Problematik von Globalisierung und Regionalisierung auf den Bereich der Ernährung fokussieren, sondern auch auf die implizierten Spannungen hinweisen:

Hier global genormte industrialisierte Massennahrung als „Fingerfood“ (Reckert 1986, 83), dort traditionelle Gerichte mit individueller Zubereitung aus der Region, bei deren Genuß man sich Zeit läßt. In der Tat ist die mittlerweile auch schon internationale „Slow Food“-Bewegung in bewusster Gegenhaltung zu „Fast Food“ entstanden, als 1986 in Rom bei der Spanischen Treppe ein „Mc Donald's“ eröffnet werden sollte (Schmidt 1997, 19 f.).

2. Antriebskräfte und Erscheinungsformen der Globalisierung

Was verstehen wir unter Globalisierung? Zunächst doch wohl die alltägliche Beobachtung, dass die Welt immer enger zusammenwächst durch den zunehmenden Austausch von Gütern, Informationen, Kapital und vor allem auch von Menschen aus bisher räumlich und kulturell voneinander getrennten Teilen der Erde.

Was sind die Ursachen für diese zunehmenden weltweiten Austausch- und Verflechtungsprozesse? Angesichts der schnellen Entwicklung und der Komplexität der Vorgänge kann hier sicher keine erschöpfende Antwort gegeben werden. Es lassen sich jedoch vier wichtige Antriebskräfte der Globalisierung herausstellen.

2.1 Antriebskräfte der Globalisierung

(1) Technische Fortschritte

Die grundlegenden Antriebskräfte der Globalisierung sind sicherlich die enormen technischen Fortschritte im Verkehrswesen und in der Informations- und Kommunikationstechnologie, die zu einem starken Rückgang der Transport- und Kommunikationskosten geführt haben. Die Folge ist die rasche Zunahme des Welthandels sowohl mit Fertigprodukten und Teilen als auch mit Rohstoffen. In der Nachkriegszeit ist der Welthandel stets schneller gewachsen als das Bruttosozialprodukt. - (Altvater, Mahnkopf 1996, 23). Seit 1980 stieg die Weltproduktion um jährlich 2%, der Welthandel dagegen um jährlich 5% (Becker-Boost, Fiala 2001, 27).

Die Integration von Datenverarbeitung, Informations- und Nachrichtentechnik zu weltweit vernetzten Systemen ermöglicht einen zeit- und distanzlosen Handel mit Informationen, Finanzprodukten und Dienstleistungen. Grenzüberschreitende Investitionen und der internationale Wertpapierhandel wuchsen in den letzten Jahren zwei- bis dreimal so schnell wie das Handelsvolumen. Schon 1997 wurden an den Devisenmärkten täglich 1,2 Billionen US \$ weltweit umgesetzt, das war etwa ein Fünftel des jährlichen Weltexportes (Jochimsen,

1997). Nach anderen Schätzungen erreichen die täglichen Finanztransaktionen weltweit etwa 10% des globalen Bruttoinlandsprodukts (Becker-Boost, Fiala 2000, 20 ff.).

(2) Ökonomische Antriebskräfte

Die technischen Fortschritte im Transport- und Verkehrswesen sowie in der Informations- und Kommunikationstechnologie könnten aber ihre globale Wirksamkeit nicht entfalten ohne die seit Ende des II. Weltkriegs erfolgte Ausbreitung der industriellen Revolution über die ganze Erde. Vor dem Krieg waren lediglich Europa einschließlich der Sowjetunion und die von Europäern besiedelten Länder Nordamerikas und Ozeaniens industrialisiert, dazu kam als einziges asiatisches Land Japan.

Inzwischen hat sich der ganze ostasiatische Raum als weiteres industrielles Kraftfeld entwickelt und diese Region wird sicher – trotz der augenblicklichen Schwierigkeiten – eine zunehmend wichtigere Rolle in der Weltwirtschaft spielen. Aber auch die Industrialisierung Südasiens und Lateinamerikas macht rasche Fortschritte. Damit ist das Monopol der industriellen Fertigung, das Europa und Nordamerika seit Anfang des 19. Jahrhunderts inne hatten, endgültig gebrochen worden (Carfantan 1996, 17 ff.).

(3) Gesellschaftliche Antriebskräfte

Als Folge der Industrialisierung erfasst der uns Europäern wohlbekannte soziale Wandel, eben der Übergang von der Agrargesellschaft zur Industriegesellschaft, immer mehr Länder der Dritten Welt. Das bedeutet Veränderung der Beschäftigtenstruktur, Verstädterung, Verkleinerung der Familien, Berufstätigkeit der Frauen, Verbreitung und Hebung von Bildung und Ausbildung.

Und eben durch diese tiefgreifenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen kommt es – wenn auch oft mit einer zeitlichen Verzögerung – zu einer Veränderung der menschlichen Einstellungen und Verhaltensweisen in der Lebensführung, im Konsum und in der Weltanschauung.

(4) Politische Antriebskräfte

Als politische Antriebskraft der Globalisierung muss die zunehmende internationale Zusammenarbeit seit Ende des II. Weltkrieges bezeichnet werden. Diese Zusammenarbeit ist weltweit durch verschiedene Institutionen organisiert, deren bekannteste die UNO ist. (Rotte 1996, 218 ff.).

Unterhalb dieser global agierenden Organisationen haben wir aber auch eine Reihe von, im Weltmaßstab betrachtet, regional begrenzten Zusammenschlüssen. Neben der Europäischen Union (EU) sind das die Nordamerikanische Freihandelszone (NAFTA), der Südamerikanische Markt (Mercosur) und die Assoziation südostasiatischer Staaten (ASEAN). (Vergl. Altvater, Mahnkopf 1996, 409ff, 470ff.; Rotte 1996, 222ff.).

2.2 Erscheinungformen der Globalisierung: „Mc World“ und Internationalisierung

Ausgehend von diesen ökonomischen und sozialen Veränderungen, hat der amerikanische Harvard-Ökonom Theodore Levitt bereits 1983 in seinem bekannten Artikel „The Globalisation of Markets“ eine „weltweite Homogenisierung der Wünsche“, die Herausbildung einer globalen Kultur (Levitt 1983) prophezeit. Nicht nur die nationalen und regionalen Präferenzen der Konsumenten würden sich weltweit angleichen, sondern auch die wirtschaftlichen, sozialen und politischen Systeme (das ist die sog. „Konvergenztheorie“).

Übersicht 1: Die Vision von „Mc World“

- ◆ Weltweite Homogenisierung der Wünsche
- ◆ Herausbildung einer globalen Kultur
- ◆ Konvergenz der wirtschaftlichen, sozialen und politischen Systeme
- ◆ Globale Standardisierung von Gütern und Dienstleistungen durch weltweit operierende Unternehmen
- ◆ Verdrängung lokaler Produkte

Quelle: Levitt 1983

Die Unternehmen der Zukunft müssten infolgedessen weltweit operieren, eine globale Standardisierung von Gütern und Dienstleistungen vornehmen und auf der ganzen Welt in identischer Art und Weise aktiv sein. Die dadurch erwirtschafteten Kostenvorteile könnten an die Konsumenten weitergegeben werden, und die weltweit standardisierten Produkte würden die lokalen Konkurrenten durch niedrige Preise und bessere Qualität aus dem Markt drängen. Für diese Zukunftsvision hat der amerikanische Politologe Benjamin Barber (1995) den Ausdruck „Mc World“ geprägt.

Heute, knapp 20 Jahre nach Veröffentlichung dieser Thesen und etwa ein Jahr nach den brutalen Massenmordanschlägen auf das Zentrum des Welthandels und der Weltfinanzen in New York, erscheint diese Zukunftsvision in einem sehr fraglichen Licht. Allerdings sollte auch weiterhin eine nüchterne Betrachtung des Phänomens der Globalisierung möglich sein.

In diesem Zusammenhang scheint die Feststellung wichtig, dass zwar der Begriff „Globalisierung“ erst in den letzten beiden Jahrzehnten verwendet wurde, die Entstehung einer globalen Wirtschaft jedoch zeitlich sehr viel weiter zurückreicht. Vorbereitet durch die europäischen Entdeckungen der Welt, die Besiedlung der neuen Kontinente und die europäische Kolonialpolitik, führte die beginnende Industrialisierung seit Anfang des 19. Jahrhunderts zu einer raschen Zunahme des Welthandels und der globalen Mobilität.

Es ist nicht nur ein Gag, wenn ich an dieser Stelle ausgerechnet das 1848 erschienene „Kommunistische Manifest“ zitiere, wo Karl Marx und Friedrich Engels das unaufhaltsame Fortschreiten der Weltwirtschaft als zwangsläufiges Ergebnis der ökonomischen Aktivität der Bourgeoisie schildern. Beim Lesen dieser Zeilen stellt man fest (vgl. Übersicht 2, S. 14), dass Marx und Engels zwar mit erheblich mehr revolutionären Pathos schreiben, aber inhaltlich etwa das Gleiche aussagen, wie fast 150 Jahre nach ihnen Theodore Levitt

Auch der Protest gegen den freien Welthandel, der den „nationalen Industrien den Boden unter den Füßen wegzieht“, hat nicht erst Ende des 20. Jahrhunderts sondern schon mehr als 100 Jahre früher begonnen. Zur Abwehr des billigen Getreides aus Amerika und Rußland, das infolge von Eisenbahnbau und Dampfschiffahrt nach Europa strömte, führte Bismark 1879 Getreidezölle (neben einem Eisen- und Garnzoll) ein und ging damit zur Schutzzollpolitik über. Diesem Beispiel folgten in den 80er Jahren die meisten kontinental-europäischen Staaten (Herlemann 1961, 126ff.).

Unbestritten ist aber, dass sich im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts die Antriebskräfte der Globalisierung durch die „Zweite industrielle Revolution“ erheblich verstärkt haben. Damit haben sich gleichzeitig die Spannungen vergrößert, die dieser rasch fortschreitende Prozess hervorruft.

Allerdings verläuft die Entwicklung auf den einzelnen Märkten, in den einzelnen Branchen und in den verschiedenen Teilen der Welt unterschiedlich. In der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur wird auch deswegen gern die vorläufigere Bezeichnung „Internationalisierung“ anstelle von Globalisierung verwendet (German, Rürup, Setzer 1996, 21ff.).

Übersicht 2: Die „kapitalistische“ Globalisierung

„Die Bourgeoisie hat durch die Exploitation des Weltmarktes die Produktion und Konsumtion aller Länder kosmopolitisch gestaltet. Sie hat zum großen Bedauern der Reaktionäre den nationalen Boden der Industrie unter den Füßen weggezogen. Die uralten nationalen Industrien sind vernichtet worden und werden noch täglich vernichtet. Sie werden verdrängt durch neue Industrien, deren Einführung eine Lebensfrage für alle zivilisierten Nationen wird, durch Industrien, die nicht mehr einheimische Rohstoffe, sondern den entlegensten Zonen angehörige Rohstoffe verarbeiten und deren Fabrikate nicht nur im Lande selbst, sondern in allen Weltteilen zugleich verbraucht werden.“

„Die Bourgeoisie reißt durch die rasche Verbesserung aller Produktionsinstrumente, durch die unendlich erleichterten Kommunikationen alle, auch die barbarischsten Nationen in die Zivilisation. Die wohlfeilen Preise ihrer Waren sind die schwere Artillerie, mit der sie alle chinesischen Mauern in den Grund schießt, mit der sie den hartnäckigsten Fremdenhaß der Barbaren zur Kapitulation zwingt. Sie zwingt alle Nationen, die Produktionsweise der Bourgeoisie sich anzueignen, wenn sie nicht zugrunde gehen wollen; sie zwingt sie, die sogenannte Zivilisation bei sich selbst einzuführen, d.h. Bourgeois zu werden. Mit einem Wort, sie schafft sich eine Welt nach ihrem eigenen Bilde.“

Quelle: Marx, Engels 1848, 23 f.

Dabei steht der Begriff der Internationalisierung für einen Prozess der internationalen Verflechtung der Wirtschaft, der Politik und vieler Lebensbereiche, der in Richtung einer globalen Vernetzung fortschreitet, wobei das Ausmaß des bereits erreichten Grades dieses Prozesses von Branche zu Branche, Land zu Land und Bereich zu Bereich verschieden ist.

Das kann am Beispiel der Agrar- und Ernährungswirtschaft gut dargestellt werden.

3. Internationalisierung in der Agrar- und Ernährungswirtschaft

3.1 Internationalisierung der Agrarmärkte

Im Bereich der Agrarmärkte ist die Internationalisierung weit fortgeschritten.




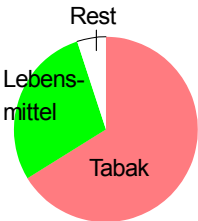

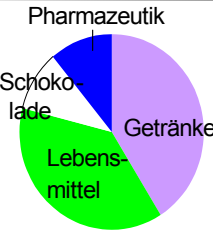

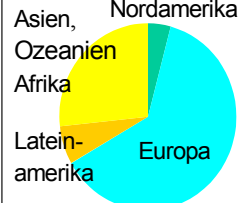

Auf der Beschaffungsseite der landwirtschaftlichen Betriebe, also auf den Märkten für Futtermittel, Dünge- und Pflanzenschutzmittel, Energie, aber auch für Ackerschlepper und Landmaschinen, haben wir es mit global vernetzten, echten Weltmärkten zu tun. Mit Ausnahme der Futtermittelindustrie werden diese Branchen von weltweit operierenden multinationalen Konzernen dominiert.

Aber auch auf der Absatzseite sind die landwirtschaftlichen Betriebe zunehmend in die Weltmärkte für Agrarprodukte eingebunden. Nachdem die Europäische Gemeinschaft in den 70er und 80er Jahren auf wichtigen Agrarmärkten, nämlich Getreide, Zucker, Milcherzeugnisse und Rindfleisch, vom Nettoimporteur zum Nettoexporteur geworden ist, wird das agrarpolitische Geschehen mehr und mehr von der Einbindung in die globalen Märkte beeinflusst.

3.2 Internationalisierung der Ernährungswirtschaft

Zur weiteren Illustration sei die Ernährungswirtschaft herangezogen. Auch diese Branche ist ein gutes Beispiel für die Komplexität und Vielfalt des Prozesses, den wir als Internationalisierung bzw. Globalisierung bezeichnet haben.

Übersicht 3: Kennzahlen der weltgrößten Nahrungskonzerne (2000)

			
Umsatz (Mrd.€)	87,57	47,58	54,70
Beschäftigte	178.000	295.000	230.929
Ertrag (Mrd.€) ¹	15,5	5,7	7,0
Ertrag nach Produktgruppen			
Ertrag nach Regionen			

¹ Ertrag vor Steuern, Zinsen, Abschreibungen und Amortisation von intangiblen Gütern (identisch mit EBITDA)
Quelle: Geschäftsberichte 2000 der Unternehmen.

Gerade in der Lebensmittelherstellung finden sich eine Reihe von bekannten multinationalen Konzernen, wie Unilever, Nestlé, Philipp Morris u.a., die in vielen Ländern der Welt vertreten sind und die weltweit Umsätze machen, deren Höhe an die Staatsausgaben kleinerer europäischer Länder heranreicht. Diese Konzerne sind jedoch in der Regel Mischkonzerne, d.h. sie produzieren eine Vielzahl von Marken aus verschiedenen Produktbereichen, wobei durchaus auf unterschiedliche Konsumgewohnheiten in den einzelnen Teilen und Ländern der Erde eingegangen wird.

Echte „Global Players“ im Sinne der Levittschen „Globalisierung der Wünsche“ sind eigentlich nur jene Unternehmen der Ernährungsindustrie, die weltweit die gleichen Produkte anbieten, wie die bekannten Softdrink- und Fast-Food-Hersteller.

Betrachtet man jedoch die ganze Palette der Ernährungsindustrie in den Ländern der Welt, so erscheinen die vorgestellten multinationalen Konzerne nur wie spektakuläre Vorreiter eines langgezogenen Feldes. Nach wie vor operiert die Mehrheit der Lebensmittelhersteller in ihrem Stammland, höchstens im Bereich einiger benachbarter Länder. Ebenso gibt es viele Sparten der Ernährungsindustrie, in denen nach wie vor die regionalen Märkte dominieren.

Ähnliches gilt auch für den Lebensmittelhandel, obgleich wir hier eher hohe Konzentrationsgrade finden. Während in den 70er und 80er Jahren die großen europäischen Handelskonzerne europaweite Kooperationen und Fusionen mit dem Ziel der „Euro-distribution“ anstrebten, kam in den 90er Jahren die Expansion in den mittel- und osteuropäischen Raum hinzu. In den letzten Jahren haben sich jedoch deutsche, französische, britische und holländische Handelskonzerne zunehmend in Übersee engagiert, neben den USA, wo einige schon länger Erfahrungen haben, sind das vor allem Lateinamerika und Südostasien. Dort treffen sie auf die Konkurrenz der US-Amerikaner, (LZ, Sondernummer vom 07.10.1997) die in den gleichen Weltgegenden expandieren.

Allerdings machen auch die europäischen Handelsgiganten (mit ganz wenigen Ausnahmen) nach wie vor den weitaus größten Teil ihrer Umsätze in ihren Stammländern bzw. auf dem europäischen Kontinent.

3.3 Internationalisierung der Verzehrsgewohnheiten

Eine differenzierte Verhaltensweise findet sich auch bei den Verbrauchern. Wie von uns durchgeführte vergleichende Untersuchungen in ausgewählten europäischen Ländern und in den USA zeigen (Ziemann 1999; Köhler 1994; Besch 1993), gibt es eine gewisse Tendenz zur Internationalisierung der Verzehrsgewohnheiten, die durch den weltweiten Güteraus-tausch und die Angleichung der Lebensgewohnheiten bedingt ist (vgl. Übersicht 4).

Übersicht 4: Grundzüge der Internationalisierung in der Ernährung in vier eu-ropäischen Ländern (D, E, F, GB)

Allgemeine Tendenzen zur Internationalisierung:

- Traditionelle Grundlebensmittel und Mahlzeiten verlieren an Bedeutung
- Industrialisierte Produkte verdrängen die traditionelle Kost
- Essen mit der Familie wird seltener
- Mahlzeiten werden durch Snacks ersetzt
- Der Außer-Haus-Verzehr steigt

Verstärkte Internationalisierung:

- In den Metropolen
- An Arbeitstagen
- Unter Berufstätigen

Rangfolge der Tendenz zur Internationalisierung:

- Großbritannien
- Deutschland und Frankreich
- Spanien

Quelle: Ziemann 1999, 174

Hierunter fallen die verstärkte Übernahme von hochverarbeiteten und Convenience-Produkten sowie Veränderungen in der Mahlzeitenfolge und eine zunehmende Auflösung der häuslichen Tischgemeinschaft durch den steigenden Snack-Verbrauch und den wachsenden Außer-Haus-Verzehr. In der Schnelligkeit der Angleichung gibt es aber nach wie vor beträchtliche Unterschiede zwischen den einzelnen untersuchten Ländern und zwischen städtischen und ländlichen Gebieten.

So finden wir eine verstärkte Internationalisierung der Ernährung in den Großstädten, an Arbeitstagen und unter Berufstätigen. Dagegen werden in ländlichen Gebieten und allgemein an Sonn- und Feiertagen die traditionellen Gerichte bevorzugt.

Deutlich zeigt sich auch eine Reihung der vier untersuchten Länder in der Tendenz zur Internationalisierung: An der Spitze steht Großbritannien, das die größte Ähnlichkeit zu den USA aufweist. Im Mittelfeld liegen Deutschland und Frankreich; während Spanien das Schlusslicht darstellt.

Weitere Anstöße zur Internationalisierung der Ernährungsweisen gehen von der zunehmenden Mobilität der Menschen aus. Während der Massentourismus nur kurzzeitige interkulturelle Kontakte schafft, führt die wachsende Migration zu einem dauernden Austausch. Man macht sich oft zu wenig bewusst, dass auch Europa von den weltweiten Wanderungsbewegungen seit Kriegsende betroffen ist. Die erste Welle war die Rück- und Zuwanderung aus den ehemaligen Kolonien in die Mutterländer. Die zweite Welle bildete die Anwerbung der Gastarbeiter in die mittel- und westeuropäischen Industrieländer, deren Umfang auf 30 Millionen Menschen geschätzt wird (Münz 1996).

Für unser Thema ist wichtig, dass die Immigrantengruppen, insbesondere wenn sie große ethnische und kulturelle Unterschiede zur Gastgesellschaft aufweisen, häufig beharrlich an traditionellen Speisen und Verzehrssitten festhalten. Über eine kürzlich abgeschlossene Untersuchung unter italienischen, griechischen und türkischen Migrantinnen im süddeutschen Raum berichtet Brigitte Schmid (vgl. S. 101).

Dabei erscheinen Ernährungsweisen als ein zwar zentraler, aber friedlicher Bestandteil der ethnischen Identität. So erfolgt ein reger Austausch von Speisen und Verzehrformen zwischen den Minderheiten und der eingewohnten Bevölkerung. Hierfür ist der Siegeszug des Döner Kebap von Berlin-Kreuzberg durch Deutschland ein eindrucksvolles Beispiel (Seidel-Pielen 1996).

4. Regionalisierung als Antwort auf Globalisierung

4.1 Probleme der Globalisierung

Von der Darstellung der Antriebskräfte der Globalisierung über die Betrachtung des gegenwärtig erreichten Internationalisierungsgrades in der Agrar- und Ernährungswirtschaft sind wir allmählich auf die Problemfelder der Globalisierung gestoßen – und die liegen offensichtlich im Verhalten der Menschen.

Es findet sich hier eine merkwürdige Zwiespältigkeit. Einerseits nimmt die internationale Orientierung der Menschen bis hin zu einer globalen Interessiertheit zu. Nicht nur der weltweite Güter- und Informationsaustausch und die Massenmobilität haben ein Gefühl für die Einheit der Welt gefördert, sondern auch die ökologischen Probleme und die allmähliche Einsicht in die Begrenztheit der Erde und ihrer Ressourcen.

Andererseits verstärkt sich in den letzten Jahren die Abwehr gegen eine als bedrohlich empfundene Globalisierung, insbesondere in den Bereichen der globalen Finanzmärkte und des Welthandels (vgl. SZ-Serie: die Globalisierung und ihre Kritiker, September 2001; Soros 2000). Die Kritiker warnen vor allem vor den Schäden der Globalisierung für die Umwelt, der wachsenden Kluft zwischen den armen und den reichen Ländern sowie vor den immer stärker werdenden Turbulenzen auf den Weltfinanzmärkten.

Überfordert die Globalisierung den Menschen? Ist der Spagat zu groß, den die weltweite Orientierung einerseits und das Bemühen, „mit den Füßen auf dem Boden zu bleiben“, andererseits dem Menschen abverlangt?

Die eigentümliche Doppelbedeutung des Wortes Erde als Globus um uns und als Erdboden unter uns, zeigt schlagartig die ungeheure Spannweite zwischen global und lokal (Sachs 1996, 90). Wie lassen sich diese beiden Dimensionen zusammenbringen? Kann Regionalisierung eine Antwort auf Globalisierung sein?

4.2 Die politische Dimension der Regionalisierung

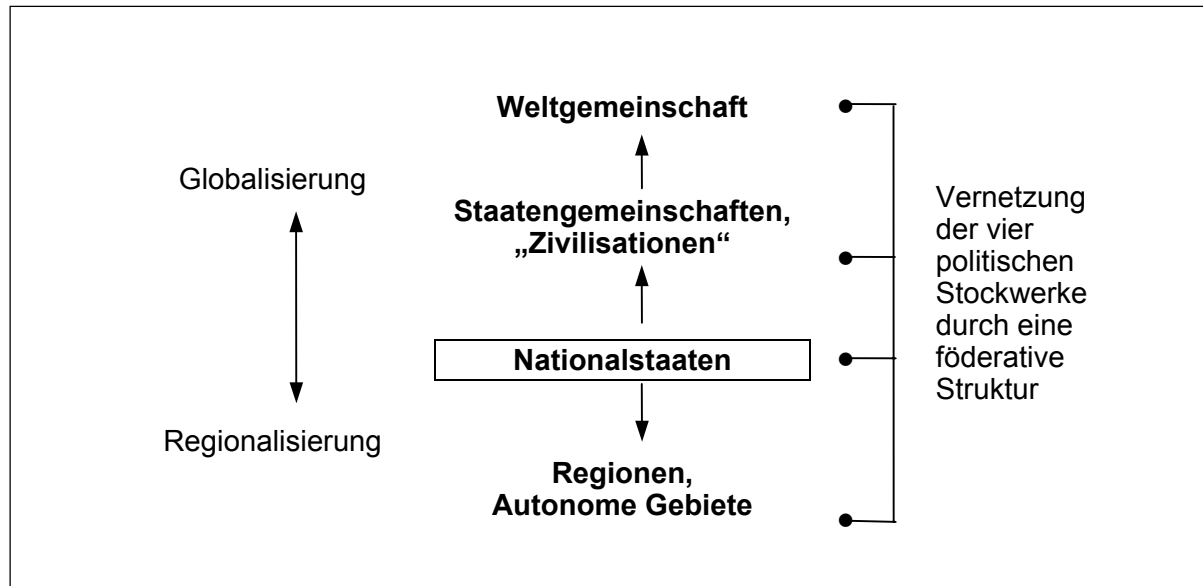
Hierbei muss man sich zunächst darüber verständigen, welche Ebene der Regionalisierung man meint.

Aus der Sicht der politischen Globalisierung und der globalen Märkte gesehen, ist der Zusammenschluss von mehreren Nationen zu Wirtschaftsblöcken bis hin zu Staatengemeinschaften eine Regionalisierung. Es gibt Anzeichen dafür, dass die Einzelstaaten in den verschiedenen Kulturkreisen sich mehr und mehr zu solchen wirtschaftlichen und kulturell homogenen Blöcken gruppieren. Das ist die These des amerikanischen Harvard-Politologen Samuel Huntington, dessen Schriften zum „Clash of Civilizations“ (1993; bzw. „Kampf der Kulturen“, 1996) für großes Aufsehen gesorgt haben.

Auf der anderen Seite finden wir unterhalb der Ebene der Nationalstaaten mehr und mehr Tendenzen zur regionalen Aufsplitterung. Dies wird verständlich, wenn man berücksichtigt, dass nur in etwa der Hälfte der gegenwärtig rd. 200 existierenden Staaten die größte ethni-

sche Gruppe mehr als 75% der Einwohner stellt (Barber 1996, 13). Ethnische und kulturelle Konflikte bis hin zum „Heiligen Krieg“ sind also vorprogrammiert. (Kohler-Koch 1996).

Übersicht 5: Globalisierung versus Regionalisierung: Die politische Dimension



Quelle: Eigene Zusammenstellung

Um diese widerstreitenden politischen Kräfte der Globalisierung einerseits, der Regionalisierung andererseits zu einem friedlichen Ausgleich zu bringen, ist m. E. ein politisches System der regionalen Integration und eines stufenweisen vertikalen Aufbaus nötig, wie es der Föderalismus bereitstellt.

Damit könnte eine Vernetzung der vier politischen Stockwerke in der Welt (vgl. Übersicht 5) durch eine föderative Struktur erfolgen, die eine sinnvolle Einbindung und vertikale Aufgabenverteilung auf die einzelnen Stufen nach dem Subsidiaritätsprinzip ermöglicht. Wichtig ist dabei, dass jede der vier Stufen ihre Existenzberechtigung behält, also dass die Regionen sich nicht verselbständigen oder die Staaten sich nicht in den Gemeinschaften auflösen.

Sicherlich würden die Nationalstaaten, als bisher stark bevorzugte Machtzentren in diesem vierstöckigen System, Teile ihrer Souveränitätsrechte an die über und unter ihnen liegenden Stufen abtreten müssen.

Am Beispiel der Europäischen Union lässt sich diese Wechselwirkung zwischen dem supranationalen Zusammenschluss und den subnationalen Autonomiebestrebungen sehr schön studieren. Vor allem in den streng zentralistisch aufgebauten romanischen Staaten wurden

mit der Verlagerung staatlicher Souveränität auf die Gemeinschaft regionale föderative Strukturen gefördert. Der jüngste Fall ist das Vereinigte Königreich. Gleichzeitig mit der stärkeren Orientierung der neuen Labour-Regierung nach Europa wurde ein Programm der „Devolution“, der staatlichen Dezentralisation, zugunsten der nationalen Minderheiten in Schottland und Wales umgesetzt.

4.3 Die ökonomische Dimension der Regionalisierung: Regionale Märkte und regionale Ernährung

Soll die Region die politische Basis eines funktionierenden Föderalismus bilden, muss ihre wirtschaftliche Selbständigkeit gewährleistet sein. Zur Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung von Regionen sind in jüngster Zeit Konzepte entwickelt worden, die in einer Übertragung der unternehmerischen Marketingkonzeption als Instrument der Regionalentwicklung bestehen (vgl. Manschwetus 1995).

Insbesondere in ländlichen Räumen ist die Land- und Ernährungswirtschaft immer noch ein wichtiger Faktor im regionalen Entwicklungspotential. Somit haben regionale Marketingprogramme in diesen Gebieten eine große Bedeutung.

In den letzten Jahren haben wir uns in mehreren Untersuchungen mit der Entwicklung von regionalen Marketingkonzepten beschäftigt. Über die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten berichtet Helmut Hausladen (vgl. S. 213). Grundsätzlich gilt aber, dass regionale Märkte Marktnischen sind, die für diejenigen, die diese Nischen zu nutzen verstehen, erhebliche Wettbewerbsvorteile bieten.

Regionale Marktnischen können auf drei Aspekten aufbauen:

Das ist einmal das Bedürfnis nach **Herkunftsgarantie und Sicherheit**, das angesichts der nahezu unübersehbaren Warenfülle und der Anonymität des Angebots über lange Transportwege bei vielen Verbrauchern latent vorhanden ist. Dieses latente Bedürfnis kann beim Auftreten von Lebensmittelskandalen – wie wir es bei der bayerisch-deutschen BSE-Krise im Winter 2000/2001 gesehen haben – zu einem dominierenden Faktor werden (Meyer-Hullmann 1998). Regionale Herkünfte und überschaubare Vertriebswege sind ein geeignetes Mittel, das Misstrauen der Verbraucher abzubauen.

Das ist zweitens der Wunsch vieler Menschen nach **Überschaubarkeit und regionaler Identität**. Auf das zwiespältige Verhalten des Menschen und sein Schwanken zwischen Weltläufigkeit und Heimatverbundenheit wurde bereits verwiesen. Es liegt somit in der

menschlichen Natur, dass die globalen gesellschaftlichen Strömungen gleichzeitig Gegengewichte in der Betonung von kleinräumigen ethnischen und kulturellen Besonderheiten hervorrufen.

Schließlich werden lokale und regionale Märkte immer wieder unter **Umwelt- und Landschaftsschutzgründen** propagiert. Mit den Schlagworten „aus der Region – für die Region“ und „global denken – lokal handeln“ werden regionale Wirtschaftskreisläufe gefordert (vgl. Moll 1996).

Allerdings müssen diese regionalen Programme den komparativen Kostenvergleich und den Vergleich des Ressourcenverbrauchs gegenüber der überregionalen und internationalen Arbeitsteilung bestehen und eine tatsächliche ökonomische und ökologische Transportersparnis erbringen.

Im Zusammenhang mit der Förderung regionaler Produkte sei auch auf die Möglichkeit der Wiederbelebung von traditionellen regionalen Spezialitäten verwiesen, die in den romanischen Ländern eine große Tradition haben. Die EWG-Verordnung 2081/92 bietet die Möglichkeit einer EU-weiten Anerkennung als „geschützte Ursprungsbezeichnung“ bzw. „geschützte geographische Angabe“. Nach einer kürzlich abgeschlossenen Untersuchung von Frank Thiedig über das Marketing-Potential Bayerischer Spezialitäten (2001) ergeben sich für eine ganze Reihe bayerischer Produkte beachtliche Möglichkeiten, die durch entsprechende kooperative Marketingkonzepte genutzt werden sollten.

Von hier aus ist es nur ein kurzer Weg zu der eingangs erwähnten „Slow-Food-Bewegung“. Die inzwischen in 30 Ländern und auch in Deutschland verbreitete Bewegung wendet sich gegen die Standardisierung in der Ernährung, indem sie zur Erhaltung der traditionellen Küche und der regionalen Gastronomie aufruft, die regionale und saisonale Produkte verwenden (Schmidt 1997).

5. Global oder local food – Was wird die Zukunft bringen?

Versuchen wir abschließend einen Ausblick auf die künftige Entwicklung, der eingangs mit der schlagwortartig zugespitzten Frage: „global oder local food – was wird die Zukunft bringen?“ angekündigt wurde.

Zunächst kann man davon ausgehen, dass sich die Tendenzen zur Globalisierung fortsetzen werden, da die herausgestellten Antriebskräfte ihre Wirksamkeit in der nächsten Zeit beibehalten. Allerdings wird man zukünftig die Sorgen und Ängste der Menschen vor den

anonymen Abläufen der Globalisierung ernster nehmen müssen, als das bisher geschehen ist.

Dazu ist es notwendig, dass baldmöglichst das bisher sehr einseitig verfolgte Ziel der Liberalisierung der Weltwirtschaft in Form freier und ungehinderter Güter- und Finanzströme ergänzt wird durch den Aufbau einer funktionierenden Weltwirtschaftsordnung. Dazu gehören nicht nur internationale Vereinbarungen, sondern auch internationale Institutionen mit Lenkungs- und Kontrollbefugnissen.

Auf der anderen Seite kann man ebenso davon ausgehen, dass die Globalisierung in absehbarer Zukunft sicherlich keine flächendeckende Erscheinung werden wird. Die Propheten der Globalisierung von Marx bis Levitt haben nämlich vorausgesetzt, dass die Menschen sich zu einer homogenen Masse entwickeln und schließlich eine uniform nivellierte „Eine-Welt-Gesellschaft“ bilden werden.

In Wirklichkeit ist aber die Menschheit – wie schon die Alltagserfahrung lehrt – ganz und gar nicht homogen, sondern stellt aufgrund ihrer geschichtlichen Entwicklung ein nach Kultur, Rasse, Sprache, Erbgut und Erziehung vielfältig gegliedertes und differenziertes komplexes Gebilde dar. Somit wird sich die menschliche Existenz auch weiterhin in dem Spannungsfeld zwischen global und lokal bewegen, und das gilt ebenso für die Ernährungsweisen.

Zur Darstellung dieses Spannungsfeldes (vgl. Übersicht 6) verwenden wir wieder das viergliedrige räumliche Schema und ordnen diesen vier Ebenen bestimmte Ausprägungen der Ernährungsweisen und -gewohnheiten zu. Dabei handelt es sich – wie bei der Darstellung vermerkt – um eine Momentaufnahme vorläufigen Charakters.

Auf der **globalen Ebene** können wir zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur einzelne Elemente der industrialisierten Ernährung aufführen, wie die bekannten Fast Food-, Soft Drink- und Convenience-Produkte, die internationalen Charakter besitzen. Das Gleiche gilt für die industrialisierte, standardisierte Küchentechnik und bestimmte Formen des Außer-Haus-Verzehrs.

Auf der **Ebene der Zivilisationen bzw. Kulturen** (ich meine hiermit beispielsweise die europäische Zivilisation im Vergleich etwa zur chinesischen oder japanischen) finden wir zunächst das kulturelle Rahmenwerk der Ernährung, das ich hier als „Esskultur“ bezeichnet habe, eben die Tischsitten, die typischen Möbel, Geschirre und Gedecke, die sich im Verlauf des jeweiligen Zivilisationsprozesses herausgebildet haben (Elias 1995, 110ff.). Dazu gehören aber auch die Koch- und Zubereitungstechnik sowie bestimmte Leitprodukte, wie beispielsweise das Brot zur europäischen und der Reis zu den asiatischen Kulturen.

Übersicht 6: Ausprägungen der menschlichen Ernährungsweisen auf den vier räumlichen Ebenen (eine vorläufige Momentaufnahme)

<p>Globale Ebene</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Fast Food, Soft Drinks ◆ Convenience Food, Snacks ◆ Küchentechnik (standardisiert) ◆ Außer-Haus-Verzehr 	<p>Ebene der Zivilisationen/Kulturen</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Esskultur: Tischsitten, Möbel, Geschirr, Gedeck ◆ Koch- und Zubereitungstechnik ◆ Leitprodukte ◆ Ernährungsmodelle
<p>Nationale Ebene</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ „Nationalgerichte“ ◆ Leitprodukte und Getränke ◆ Speisenfolge ◆ Mahlzeitenordnung (zeitlich) ◆ Nationale Gastronomie 	<p>Regionale Ebene</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Regionale Spezialitäten ◆ Regionale Gerichte und Getränke ◆ Regionale Gastronomie

Quelle: Eigene Zusammenstellung

Schließlich lassen sich, nach dem Anteil der Hauptnährstoffe an der Kost, bestimmte Ernährungsmodelle unterscheiden, wie etwa das kontinentaleuropäische oder das mediterrane (Malassis, Padilla 1986, 63ff.).

Der **nationalen Ebene** lassen sich bestimmte „Nationalgerichte“ sowie Leitprodukte und Getränke zuordnen, die aber häufig nicht scharf abgegrenzt sind. Das Gleiche gilt für die Speisenfolge bei den Mahlzeiten und die zeitliche Mahlzeitenordnung. Das, was wir „nationale Küche“ nennen, hat sich im historischen Prozess der Nationenbildung aus den einzelnen regionalen Küchen entwickelt und weist heute noch deutliche regionale Unterschiede und Beziehungen zu den benachbarten Ländern auf (Ziemann 1998, 49ff.).

Aus dem eben Gesagten ergeben sich die engen Wechselbeziehungen zwischen der nationalen und **regionalen Ebene**. Die Wiederbelebung der regionalen Speisen und Gerichte in allen Regionen Europas kann durchaus als Zeichen eines neuen regionalen Selbstbewusstseins und als ein bewusstes Gegensteuern zur Globalisierung gedeutet werden.

Was wird die Zukunft bringen? Sicher weder 100% *global food* noch 100% *local food*, sondern eine Mischung zwischen regionaler, nationaler und internationaler Küche. Dabei werden die Internationalisierungstendenzen mit der fortschreitenden Industrialisierung weltweit zunehmen. Noch bedeutsamer werden m.E. aber die Querverbindungen zwischen den einzelnen Ländern und Kulturkreisen sein. Ich meine damit die Austauschprozesse in den Er-

nährungsweisen, die durch den weltweiten Tourismus, die internationale und interkulturelle Migration und die ethnische Gastronomie gefördert werden.

Auch weiterhin werden die Länder und Regionen mit einer prägnanten nationalen bzw. regionalen Küche und ausgeprägten gastronomischen Talenten für eine weltweite Verbreitung ihrer Speisen und Verzehreseigenarten sorgen.

Die Befürchtung, die Menschheit von morgen würde in einer „Mc World“-Einheitswelt leben und sich nur noch von Hamburgern ernähren, ist gegenstandslos. Die Tische werden noch reichhaltiger gedeckt sein und die Teller noch bunter gefüllt werden.

6. Literatur

Albrecht U, Volger H (Hrsg.) (1997): Lexikon der Internationalen Politik. München, Wien : Oldenburg

Altwater E, Mahkopf B (1996): Grenzen der Globalisierung. Ökonomie, Ökologie und Politik in der Weltgesellschaft. Münster

Balling R (2000): Ergebnisse von Verbraucherbefragungen zur Bedeutung der regionalen Herkunft bei Nahrungsmitteln. In: Dachverband Agrarforschung (Hrsg.), Regionale Vermarktungssysteme in der Land-, Ernährungs- und Forstwirtschaft. (Schriftenreihe agrarspectrum, Band 30), Frankfurt/M., 19-37

Barber B (1996): Coca-Cola und Heiliger Krieg. Wie Kapitalismus und Fundamentalismus Demokratie und Freiheit abschaffen. (Deutsche Übersetzung von „Jihad vs. Mc World“). Bern, München, Wien

Becker J (1993): Marketing-Konzeption. Grundlagen des strategischen Marketing-Managements. 5. Auflage. München

Becker-Boost E, Fiala E (2001): Wachstum ohne Grenzen. Globaler Wohlstand durch nachhaltiges Wirtschaften. Wien, New York

Besch M, Prummer S (1997): Regionale Marketingkonzepte auf einzelbetrieblicher und kooperativer Basis. In: Märkte der Agrar- und Ernährungswirtschaft. (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues, Bd. 33). Münster-Hiltrup, 327-338

Besch M (1993): Veränderung der Ernährungsweisen infolge regionaler und sozialer Mobilität und interkultureller Assimilation, dargestellt am Beispiel ethnischer Minoritäten in den

USA In: Weihenstephaner Beiträge aus den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Heft 6. TU München-Weihenstephan

Carfantan JY (1996): L'épreuve de la mondialisation. Pour une ambition européenne. (Editions du Seuil). Paris

Eibl-Eibesfeldt I (1991): Der Mensch - das riskierte Wesen. Zur Naturgeschichte menschlicher Unvernunft. (Serie Piper, Bd. 585). München, Zürich

Elias N (1995): Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Erster Band: Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes, 19. Aufl., Frankfurt/M.

Frey B (1992): Umweltökonomie, 3. Aufl., Göttingen

Germann H, Rürup B, Setzer M (1996): Globalisierung der Wirtschaft: Begriff, Bereiche, Indikatoren. In: Steger U (Hrsg.) Globalisierung der Wirtschaft. Berlin u.a., 18-55

Hausladen H (2001): Regionales Marketing. Ein Marketing-Management-Ansatz für kleinräumige Kooperationsprojekte zur Erzielung regionaler Wettbewerbsvorteile. Agrarwissenschaftliche Dissertation, WZW Weihenstephan. Im Druck Kiel : Vauk-Verlag

Hensche H-U, Hauser A, Reintger M, Wildraut C (1993): Verbraucherpräferenzen für Nahrungsmittel aus der näheren Umgebung - eine Chance für marktorientierte Landwirte. Empirische Ergebnisse aus Nordrhein-Westfalen. In: Marketing der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Bd. 7. Kiel

Herlemann H-H (1961): Grundlagen der Agrarpolitik. Die Landwirtschaft im Wirtschaftswachstum. Berlin, Frankfurt/M.

Huntington SP(1996): Kampf der Kulturen. The Clash of Civilizations. Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert. München, Wien

Huntington SP (1993): The Clash of Civilizations?, „Foreign Affairs“, Volume 72, No. 3

Jochimsen R (1997): Am Gelde hängt doch alles. Die Globalisierung der Finanzmärkte ist eine Herausforderung, die die Politik nicht verschlafen darf. SZ, 28./29.06.1997 (SZ am Wochenende, S. I)

Köhler S (1994): Internationalisierung der Verzehrsgewohnheiten in ausgewählten europäischen Ländern. In: Weihenstephaner Beiträge aus den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Heft 8. TU München-Weihenstephan

- Kohler-Koch B (1996): Politische Unverträglichkeiten von Globalisierung. In: Steger U. (Hrsg.) Globalisierung der Wirtschaft. Berlin u.a, 83-114
- Kratz S (Hrsg.) (1996): Regionalisierung als Antwort auf Globalisierung (Zentrum für europäische Studien, Universität Trier, Bd. 33). Trier
- Levitt T (1986): The Globalization of Markets. In: Levitt T: The Marketing Imagination. New, Expanded Edition. New York
- LZ (Lebensmittelzeitung). Sondernummer vom 07.10.1997.
- Malassis L, Padilla M (1986): Economie agroalimentaire. Tome III: L'économie mondiale. Paris
- Manschwetius U (1995): Regionalmarketing. Marketing als Instrument der Wirtschaftsentwicklung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag
- Marx K, Engels F (1848/1999): Manifest der Kommunistischen Partei. Stuttgart: Reclam 19.
- Meffert H (1986): Marketing im Spannungsfeld von weltweitem Wettbewerb und nationalen Bedürfnissen. In: ZfB, 8/1986, 689-712
- Menzel U (1998): Globalisierung versus Fragmentierung. Frankfurt/M. : Suhrkamp
- Meyer-Hullmann K (1998): Lebensmittelskandale und Konsumentenreaktion. Analyse und Auswirkungen von Lebensmittelskandalen unter besonderer Berücksichtigung des Informationsverhaltens, dargestellt am Beispiel BSE. Dissertation oec.troph., TU München-Weihenstephan
- Moll P (1996): Lokale Ökonomien: Randphänomen oder Lösungsansatz? In: Kratz S (Hrsg.) Regionalisierung als Antwort auf Globalisierung? Trier, 69-77
- Münz R (1996): Internationale Migration nach Europa und nach Deutschland. In: Steger U (Hrsg.). Globalisierung der Wirtschaft, 177-186
- Nohlen D, Schultze R-O (1995): Band 1, Politische Theorien. Lexikon der Politik, Nohlen D (Hrsg). München: Beck
- Reckert G (1986): Zur Adoption neuer Speisen und Verzehrformen - Die Einführung von fast food in der Bundesrepublik Deutschland -. Dissertation zum Dr.oec.troph., TU München-Weihenstephan

Reichardt W (1995): Föderalismus. In: Nohlen D, Schultze R-O (Hrsg.): Lexikon der Politik. Bd. 1, Politische Theorien. München, 102-110

Rotte R (1996): Das internationale System zwischen Globalisierung und Regionalisierung. Makroanalytische Grundstrukturen der Weltpolitik nach dem Ost-West-Konflikt. In: Nomos Universitätsschriften. Politik, Bd. 65. Baden-Baden

Sachs W (1996): Regionalisierung als Antwort auf Globalisierung? In: Kratz S (Hrsg.). Trier

Scherrer CP (1997): Ethno-Nationalismus im Zeitalter der Globalisierung - Ursachen, Strukturmerkmale und Dynamik ethnisch-nationaler Gewaltkonflikte. Bd. 2. Münster : agenda Verlag

Schlosser E (2001): Fast Food Nation. The Dark Side of the All-American Meal. Boston, New York

Schmid B (2000): Veränderung der Ernährungsweise infolge regionaler und sozialer Mobilität und interkultureller Assimilation - eine empirische Erhebung unter italienischen, griechischen und türkischen Migranten in Deutschland. Forschungsberichte an die DFG, TU München, WZW Weihenstephan, Fachgebiet für Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft, November 2000 und März 2001

Schmidt K (1997): Aktuelle Ernährungstrends - eine Analyse der Slow-Food-Bewegung. Diplomarbeit, TU München-Weihenstephan

Seidel-Pielen E (1996): Aufgespießt. Wie der Döner über die Deutschen kam. Hamburg : Rotbuch Verlag

Soros G (2000): Die Krise des globalen Kapitalismus. Offene Gesellschaft in Gefahr. Frankfurt/M.

Steger U (Hrsg.) (1996): Globalisierung der Wirtschaft. Konsequenzen für Arbeit, Technik und Umwelt. Berlin, Heidelberg, New York

Thiedig F (1996): Regionaltypische traditionelle Lebensmittel und Agrarerzeugnisse. Kulturelle und ökonomische Betrachtungen zu einer ersten Bestandsaufnahme deutscher Spezialitäten. Arbeitsbericht Nr. 21 der Professur für Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Weihenstephan

Trinczek R (1999): „Es gibt sie, es gibt sie nicht, es gibt sie, es ...“ - Die Globalisierung der Wirtschaft im aktuellen sozialwissenschaftlichen Diskurs. In: Schmidt G, Trinczek R (Hrsg.):

Globalisierung - Ökonomische und soziale Herausforderungen am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts. „Soziale Welt“, Sonderband 13. Baden-Baden, 55-75

Werlen B (1997): Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen. Bd. 2: Globalisierung, Region und Regionalisierung. In: Erdkundliches Wissen, Heft 119. Stuttgart

Ziemann M (1999): Internationalisierung der Ernährungsgewohnheiten in ausgewählten europäischen Ländern. In: Europäische Hochschulschriften, Reihe V, Volks- und Betriebswirtschaft, Bd. 2470. Frankfurt/M.