

EDITORIAL

Ob Wilhelm Busch kochen konnte, ist nicht bekannt. Aber der Erfinder von Max und Moritz hatte genaue Vorstellungen von einem guten Essen: »Junge Hähnchen, sanft gebraten, dazu kann man dringend raten. Und man darf getrost inzwischen etwas Rheinwein druntermischen.«



Was würde dem deutschen Dichter heute in den Sinn kommen, mehr als 150 Jahre später? In einer Zeit, in der sich alles und nichts ums Essen dreht? In der im Fernsehen auf allen Kanälen gekocht wird und zu besten Sendezeiten nette Landfrauen andere nette Landfrauen zur raffinierten Verköstigung auf ihre Höfe einladen. Einer Zeit, in der ein Kochbuch nach dem anderen auf den Markt kommt und in der nicht selten Restaurantgäste das gerade servierte Essen fotografieren, um alle Welt daran teilhaben zu lassen.

Essen und Ernährung waren schon immer ein Thema. Aber mit Instagram und Co. hat das ganze deutlich an Fahrt aufgenommen. Alle reden mit, bloggen und posten. Da wird gekocht und gebacken, empfohlen und abgeraten, Überzeugungsarbeit geleistet wahlweise für eine pflanzliche Ernährung oder den fleischbepackten Luxusgrill. Die Internet-Welt schüttet uns zu mit Ansichten, Ratschlägen und Informationen verschiedenster Richtungen. Gibt es eigentlich noch richtig und falsch? Die Tage, in denen ausgewiesenes Expertentum die Richtung anzeigte, sind jedenfalls vorbei. In Zeiten von Internet und Social Media können alle zu allem ihren Senf dazu geben. Manchmal ist dieser Informationsaustausch auch hilfreich, etwa wenn es um alltagspraktische Tipps oder Rezepte bei Unverträglichkeiten geht. Aber die Widersprüchlichkeit der Ernährungsbotschaften hat deutlich zugenommen, jede Food-Community kocht sozusagen ihr eigenes Süppchen.

Wie hier noch durchdringen mit den für Slow Food so wichtigen Botschaften regional, saisonal, deutlich weniger Fleisch? Information und Aufklärung bleiben weiter wichtig: Wo kommt unser Essen her? Wie und von wem wird es angebaut und verarbeitet? Warum sollten wir darüber nachdenken, was bei uns auf dem Teller landet? Gut gemachte Online-Formate wie Slowpedia erreichen auch Menschen, die sich bisher noch nicht mit solchen Fragen beschäftigt haben. Ein weiterer Schlüsselweg ist der Genuss – wir müssen zeigen, wie gut die Botschaften schmecken und wie gut sie uns tun. Das fängt schon bei den Kindern an: Seit vielen Jahren wird in den Slow Mobilen zusammen mit Grundschulkindern gekocht und gegessen. Vermittelt wird hier das Allerwichtigste, nämlich prägende Geschmackserlebnisse.

Jedes gute Essen mit regionalen Zutaten, das Menschen schmeckt, ist eine wunderbare Werbung für die Slow-Food-Anliegen. Also: nicht nur anklicken, sondern auch schnippeln, weniger scrollen, mehr umrühren. Und das am besten nicht alleine, sondern gemeinsam mit anderen. Die beste Überzeugungsarbeit geht über den Geschmack.

Oder, um nicht noch einmal Wilhelm Busch zu zitieren, sondern den verstorbenen französischen Koch Paul Bocuse: »Die Wahrheit ruht auf dem Boden des Kochtopfs.« Soll er gesagt haben. Da liegt sie gut, finde ich.

Birgit Schumacher

Ihre Birgit Schumacher

Foto: privat



> MEHR ALS TUBEN

Die Tube der neuen Mayonnaisen besteht zu 100 % aus recyceltem Aluminium. Außerdem werden sie glutenfrei und in demeter-Qualität bei einem langjährigen Partner in der Schweiz hergestellt.

www.naturata.de

