Jg. 25 H.2 2025
€ 13,-

Universität Siegen

NAVIGATIONEN

Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften

Felix Hüttemann / Jens Schröter (Hrsg.)

KULINARISCHE SENSORIK



Hüttemann / Schröter: Kulinarische Sensorik und Sensoren in der Kulinarik? ➤ Salter: Sensing Machines ➤ Bartz: Eine Medienästhetik der Nahsinne ➤ Rieger: Making Scents ➤ Raffelt: Von André Jullien zum ChatGPT Wine Tasting Evaluator ➤ Hüttemann: Das situierte Wissen des Tastings ➤ Askitis: Food- and Winepairing, Social Media and »THE END« ➤ Ruchatz: Zwischen Foodporn und Alltäglichkeit ➤ Hoffmann: Körper-Essen: Speisen und gustatorische Reize in der Pornografie ➤ Schröter: Essbare Signifikanten ➤ Wagner: Pfeiffer Symposion

Jg. 25, H. 2, 2025

NAVI
GATIONEN
Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften

Felix Hüttemann / Jens Schröter (Hrsg.)

KULINARISCHE SENSORIK

NAVIGATIONEN

Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
Prof. Dr. Jens Schröter
Lehrstuhl für Medienkulturwissenschaft
Lennéstr. 1
53113 Bonn (Hauptherausgeber)

Christoph Borbach und Max Kanderske
Team »Science, Technology and Media Studies«
Universität Siegen
Herrengarten 3
57072 Siegen

Prof. Dr. Benjamin Beil
Institut für Medienkultur und Theater
Meister-Ekkehart-Str. 11
50937 Köln

REDAKTION FÜR DIESE AUSGABE:
Felix Hüttemann / Jens Schröter

UMSCHLAGGESTALTUNG
UND LAYOUT:
Christina Chalkidou
(für diese Ausgabe)
Christoph Meibom und Susanne Pütz
(Originaldesign)

BILDER:
Felix Hüttemann („This wine wasn't AI generated" von Vinhos Aparte)

TITELBILD HINTEN:
Abraham van Beyeren, Pronkstilleven, 1655

DRUCK:
UniPrint, Universität Siegen

Erscheinungsweise zweimal jährlich

universi – Universitätsverlag Siegen
Am Eichenhang 50
57076 Siegen

Preis des Einzelheftes: € 13,-
Preis des Doppelheftes: € 22,-
Jahresabonnement: € 20,-
Jahresabonnement
für Studierende: € 14,-

ISSN 1619-1641

Erscheint unter der
Creative Commons Lizenz
CC-BY-SA

Felix Hüttemann / Jens Schröter (Hrsg.)

KULINARISCHE SENSORIK

universi
UNIVERSITÄTSVERLAG SIEGEN

INHALT

Felix Hüttemann und Jens Schröter
Kulinarische Sensorik und Sensoren in der Kulinarik? 7

1. MEDIENTHEORIE- UND MEDIENÄSTHETIK

Chris Salter and Felix Hüttemann
Sensing Machines. An Interview with Chris Salter. 17

Christina Bartz
Eine Medienästhetik der Nahsinne 27

Stefan Rieger
›Making Scents‹. Die niederen Sinne zwischen Multisensory Storming und Odorveillance 37

2. MEDIENPRAXIS DES WEINS

Christoph Raffelt
Von André Jullien zum ChatGPT Wine Tasting Evaluator
Eine Geschichte der Weinrezensionen 55

Felix Hüttemann
Das situierte Wissen des Tastings
Verkostungsszenen schreiben, sensorische Situationen vermitteln 75

Toni Askitis und Felix Hüttemann
Food- and Winepairing, Social Media and »THE END«
Gespräch mit Sommelier und Contentcreator Toni Askitis 91

3. DAS AUDIOVISUELLE DES KULINARISCHEN

Jens Ruchatz
Zwischen Foodporn und Alltäglichkeit. Logiken von Essensbildern in Sozialen Medien 107

Martin J. Hoffmann
Körper-Essen: Speisen und gustatorische Reize in der Pornografie 133

Jens Schröter
Essbare Signifikanten. Über Fototorte und Buchstabensuppe 147

EXTRA

Benno Wagner
Rezension von K. L. Pfeiffer, Das Symposion. Sozialer Zusammenhalt in Geschichte und Literatur 163

Abstracts 173
Autor:innen 179

KULINARISCHE SENSORIK UND SENSOREN IN DER KULINARIK?

VON FELIX HÜTTEMANN UND JENS SCHRÖTER

»Moreover, the study of the involvement of media in eating needs to be extended by adopting a broad concept of media […].«[1]

»Is it replacement of the senses, or cooperation – tasting *with* machines?«[2]

Nirgendwo werden alle menschlichen Sinne so angeregt wie in der Kulinarik. Die Wahrnehmungen von Speisen und Getränken sind die multisensuellsten Ereignisse, mit denen Menschen in Interaktion treten können. Kulinarik war und ist eben niemals nur eine Frage der Aromatik. Sie ist ein visuelles, auditives, taktiles und vor allen Dingen ein technisches Erlebnis, das von und durch Medien gestaltet, vermittelt und transformiert wird. Von den ersten gedruckten Kochbüchern über Tischgeschirr und Küchenutensilien bis hin zu unzähligen Foodblogs, Instagram-Feeds und Kochshows, ist Kulinarik ein genuin medial produziertes Gefüge.

Die Ubiquität des Kulinarischen ist aus den sozialen und digitalen Medien nicht mehr wegzudenken: *Food-Photography* und *-Videography*, die auf den verschiedensten Plattformen stattfinden, bringen beispielsweise die Auseinandersetzung mit *Foodpairing* (der sensorisch-kulinarische Teilbereich der Wein-Gericht- bzw. Zutaten-Kombinationen) und visuelle kulinarische Inszenierung schon längst auf ein gesamtgesellschaftliches Tapet. Die Digitalisierung von Aromatik sowie der Gustatorik und Olfaktorik von Speisen und Getränken (im Speziellen von Wein) sind neue relevante Aspekte der Informationstechnologie. Das Digitale zieht immer weiter in den Bereich der sinnlichen Genüsse, der Gaumenfreuden und der Kulinarik ein. Man muss konstatieren: Wo Speisen und Getränke zu finden sind, sind Smartphones und ihre Kameralinsen nicht weit. Ebenso Bewertungs-Apps, Likes und Shares, Posts, Reels und Tweets. Smarte Küchengeräte justieren Salzgehalt und Kochzeiten automatisch, KI-generierte Rezepte berechnen perfekte Geschmackskombinationen, und hochauflösende Food-Fotografie erzeugt kulinarische Begierden, noch bevor das eigentliche Gericht existiert. Kulinarik ist längst eine Frage der Sensorik – nicht nur biologisch, sondern technologisch.

1 Bartz u.a.: Food Media Senses, S. 14.

2 Salter: Sensing Machines, S.160.

Was heißt hier allerdings Kulinarische Sensorik?[3] Stellen Sie sich vor, eine Sensorkopplung verkostet ein Gericht und prüft, ob es »gut gewürzt« ist oder wie lange die Flasche mit Fruchtsaft schon geöffnet ist. Tatsächlich sind elektronische Zungen und Nasen längst Realität: Sensoren analysieren Aromen, messen Texturen und bestimmen den idealen Reifegrad von Früchten. Zum Beispiel zu elektronischen Zungen kann man aktuell lesen:

> Chemosensoren sind in vielen Anwendungen unersetzlich. Seit 1970 gibt es ionensensitive Feldeffekttransistoren, kurz ISFET. Sie funktionieren, indem sie Veränderungen in der Zusammensetzung chemischer Lösungen in elektrische Signale umwandeln. Die Ionen einer Flüssigkeit berühren die leitfähige Schicht eines ISFET, wodurch sich der durchfließende elektrische Strom je nach der genauen Zusammensetzung der Flüssigkeit und der angelegten Spannung ändert. Auf diese Weise lässt sich etwa der pH-Wert einer Lösung testen und überwachen – oder auch der Geschmack und die Frische eines Getränks wie Wein oder Saft.[4]

Medientheoretisch ist zwischen *physikalischen* und *chemischen* Signalen zu unterscheiden. So ist z. B. die Fotografie (hier einmal außer Acht gelassen, ob die Aufzeichnung selbst analog oder digital verfährt) auf den Sehsinn bezogen. Damit ist nicht gesagt, dass sie das Sichtbare so abbildet, wie es den menschlichen Augen erscheint.[5] Aber sie speichert bestimmte Aspekte eines durch Lichtübertragung gegebenen Sichtbaren und reproduziert diese partiell und approximativ – über das Licht, das ein gegebenes Foto reflektiert. Natürlich muss das Foto nicht zwingend eine Annäherung an ein zuvor gegebenes Sichtbares zeigen, es kann manipuliert sein oder fiktiv genutzt werden. Ebenso reflektiert ein Gemälde, das eine völlig konstruierte Szene zeigt (oder abstrakte Formen und Farben) und überhaupt nicht auf der Aufzeichnung von Licht beruht, selber Licht. Die verschiedenen Bildschirmmedien emittieren Licht. All diese Verfahren sind, da sie über Licht operieren, zumindest auf der Signalebene ein physikalisches Medium, selbst wenn die Speicherung des Lichts u. U., wie z. B. in der klassischen chemischen Fotografie, erhebliche chemische Prozesse und mithin ein entsprechendes chemisches Wissen einbezieht. Ähnliches gilt z. B. für die Schallaufzeichnung (hier ebenfalls ignoriert, ob analog oder digital): Wie der Name schon sagt, speichert diese bestimmte Aspekte eines durch Schallübertragung gegebenen Hörbaren. Schall ist als mechanische Schwingung eines Mediums (z. B. Luft, Wasser, aber auch Festkörper) ein physikalisches Signal. Diese physikalischen Signale werden von den entsprechenden Medientechnologien in analoge, isomorphe Signale und letztlich, für die Aufzeichnung, Spuren

3 Für eine ausführlichere Definition, vgl. Hüttemann: »Medientheorien kulinarischer Sensorik«.

4 MIT Technology Review Online: »97 Prozent Trefferquote«.

5 Kritisch dazu Snyder: »Picturing Vision«.

umgewandelt bzw. es erfolgt ein Digitalisierungs-Zwischenschritt und die digitalen Daten werden aufgezeichnet. Das ist so weit bekannt.

Bei Geruch und Geschmack ist die Lage anders. Hier werden die Sinneseindrücke durch chemische (und im Falle des Kaugefühls, der ›Textur‹ bei Speisen auch mechanische) Signale übertragen. Ein Duft, z. B. eines Glases Wein, ist ein hochkomplexes Gemisch von Molekülen, welches im Riechsystem bestimmte Sensoren anregt. Diese erzeugen elektrische Signale, die im zentralen Nervensystem in einen Geruchseindruck übersetzt werden.

Ein Speichermedium für Duft zu konstruieren, ist diffizil. Erstens bräuchte man Sensoren, die die Moleküle in einem gegebenen Duft genau unterscheiden können, d. h. ein sehr komplexes Sensorarray wäre vonnöten – idealiter von der Struktur desjenigen, welches sich in der Nase befindet. Dann müssten die Sensoren, je nach der Stärke ihrer Affektion, elektrische Signale ausgeben, die digitalisiert und als Daten zu speichern wären.[6] Diese Daten wiederum steuerten auf der Wiedergabeseite ein irgendwie geartetes System, das in der Lage wäre, die entsprechenden Molekülgemische wieder herzustellen und auszustoßen.

Vor allem die Input/Output-Ebene stellt ein sehr schwieriges Problem dar – sowohl hinsichtlich der Analyse der Düfte als auch bei ihrer Wiedererzeugung. Die historischen Experimente mit Duftkinos haben viele Probleme aufgezeigt, z. B., dass einmal freigesetzte Düfte nicht schnell und gründlich genug entfernt werden konnten, worauf sich bald verschiedene Düfte auf das Unangenehmste überlagerten.[7] Überhaupt war das Duftkino kein Medium des Dufts in dem Sinne, dass eine Duftsituation gespeichert und dann wiedergegeben worden wäre – es wurden lediglich Düfte zum jeweils narrativ und diegetisch passend erscheinenden Zeitpunkt freigesetzt.

Allerdings gibt es seit den 1960er Jahren Entwicklungen, Düfte durch elektronische und bald auch digitale Sensoren analysieren zu lassen. Es handelt sich dabei um die Entwicklung sogenannter elektronischer Nasen[8], die allerdings durchaus anders arbeiten als menschliche Nasen, auch wenn ein solcher Sensor in quasi McLuhanscher Manier die Funktion menschlicher Nasen ›nachbildet‹:

> Die Signalentstehung bei den verfügbaren Gassensoren erfolgt nach völlig anderen Prinzipien als bei Riechzellen. Eine Anzahl von etwa 1000 verschiedenen (in großer Redundanz vorhandenen), genetisch kodierten Rezeptorproteinen in den Zellmembranen der Riechzellen hat sehr selektiv mit einem Teil der gasförmigen Verbindungen, den dadurch definierten Geruchsstoffen, eine Wechselwirkung. Teilweise werden

6 Vgl. Shapin: »A Taste of Science« und Phillips: »The Taste Machine«, die den Versuch Duft (und Geschmack) von Wein zu objektivieren und in Zahlen darzustellen (was eine Operation der Digitalisierung ist), untersucht haben.

7 Vgl. Paech: »Das Aroma des Kinos«.

8 Vgl. Bartlett/Gardner: »A Brief History of Electronic Noses«, dort auch Details zur historischen Entwicklung.

> selbst Stereoisomere von Verbindungen deutlich differenziert wahrgenommen. Die technischen Gassensoren zeichnen sich dagegen durch eine Breitbandigkeit des Ansprechens auf gasförmige Komponenten aus. Chemisch Ähnliches wird mit ähnlicher Signalstärke detektiert. Eine Filterungsfunktion bezüglich der geruchstragenden Stoffe, wie bei den Riechzellen vorhanden, tritt bei Gassensoren daher nicht auf. Unterschiedslos werden durch geruchslose und geruchsaktive Stoffe Signale erzeugt. Erschwerend kommt hinzu, dass je nach dem verwendeten Sensortyp ganz unterschiedliche und sehr begrenzte Stoffgruppen gemessen werden können.[9]

Die chemischen Sensoren reagieren also je nach Konstruktion auf verschiedene chemische Substanzen oder Substanzgemische, erzeugen elektronische Signale, deren Muster bei heutigen Designs mit Verfahren des *Machine Learning*s analysiert und auf eine »Referenzebene«[10] bezogen werden. Warum und wozu werden solche Sensoren gebraucht?

> Analysis of odour and flavour in food has traditionally been performed either by a trained sensory panel or by headspace gas chromatography mass spectrometry. These methods are time consuming and costly and there is a need in the food industry for objective automated non-destructive techniques that can characterise odour and flavour in food.[11]

Die Anwendungen solcher Sensorsysteme sind also einmal im Bereich der Lebensmittelindustrie zu finden, wo z. B. die Frische von Produkten kontrolliert werden muss. Aber auch im Bereich der Kontrolle der Luftqualität und in der Medizin kommt solchen Technologien eine Rolle zu:

> Odour control is of increasing importance in our lives, for example, in automobiles, trains, aircraft, inside and outside of buildings and factories. […] Finally, it is quite likely that there will be increasing interest in the use of electronic noses in the medical field. One particularly exciting prospect is the use of an electronic nose to supply diagnostic information to medical practitioners. The Chinese have used smell for thousands of years to help diagnose ailments. Classic examples are acetone on the breath of diabetics, halitosis for stress or stomach disorders, and a sweet skin smell for Hansen's disease. Perhaps one day an

9 Boeker u.a.: »Methodik und Technik der Online-Geruchsmessung«, S. 283.

10 Boeker: »Elektronische Nasen«, S. 432–433; Vgl. auch Gardner u.a.: »Application of Artificial Neural Networks to an Electronic Olfactory System« und Haugen/Kvaal: »Electronic Nose and Artificial Neural Network«.

11 Haugen/Kvaal: »Electronic Nose and Artificial Neural Network«, S. 273.

> electronic nose will form an integral part of diagnostic medical practice.[12]

Auch wenn digitale Sensortechnologien für Duft keine Medien in dem Sinne sind, dass sie die Speicherung und Reproduktion von Duftsituationen erlauben, sind sie offenbar von steigender Bedeutung. Die Geruchskontrolle bezieht sich auf die Kontrolle von Lebensmitteln. D. h. solche Duftsensoren sind heute Bestandteil einer fundamentalen gesellschaftlichen Infrastruktur, nämlich der Lebensmittelproduktion. Diese ist jeder weiteren politischen Ebene insofern vorgelagert, als ohne Lebensmittel überhaupt kein Überleben möglich ist – und kein gemeinschaftsbildendes gemeinsames Essen. Weil in den Gesellschaften des globalen Nordens praktisch niemand mehr seine Lebensmittel selbst herstellen kann, ist eine funktionsfähige Lebensmittelindustrie unabdingbar. Aber auch andere Aspekte der industriellen Produktion benötigen Geruchskontrolle, z. B. die Reinheit der Luft. Als Beispiel wird das »Geruchsproblem einer Papierverarbeitung« genannt: »Die Problemlage entspricht dem gängigen Schema: sporadische Geruchsimmissionen im Umfeld, Anwohnerbeschwerden, Behördeneinwirkung und Suche nach Abhilfe.« Und:

> Um den Gründen und den Bedingungen des Auftretens [des störenden Geruchs, J. S.] näher zu kommen, wurde ein olfaktometrisches Untersuchungsprogramm konzipiert, mit dem zu den Einsatzstoffen und den Produktionsbedingungen die Geruchsemissionen erhoben wurden. Parallel wurde ein chemosensorisches Messsystem installiert, das kontinuierlich chemische Daten erhob.[13]

Doch diese Verwendungen aus dem Bereich der Lebensmittelindustrie werden nun zunehmend erweitert. Die *Sensing Machines* bahnen sich in der Verkörperung von *Tasting Machines*, elektronischen Nasen und Zungen, ebenso ihren Weg in die Kulinarik.[14] Der Begriff »Sensing« bezieht sich dabei auf die Wahrnehmung und Verarbeitung der Sinneseindrücke, Sehen, Hören, Riechen, Schmecken und Tasten.[15] Es geht dabei um die Wahrnehmung und Messung physischer, digitaler oder sozialer Umgebungen mithilfe von Sensoren, Algorithmen und KI-Systemen.

Mit dem Wissensstand, etwa dem aus der sensorischen Analytik und der Kulinarik elaborierten Aromabeschreibungen, wird die Zukunft der Digitalisierung von Nahsinnen durch olfaktorische Sensoren neu befragbar. Das Wissen der Kulinarik um die Verwendung von akkuraten Beschreibungssprachen, der Verbalisierung von Aromawahrnehmungen usw., kann zu einem Analysetool der generativen KI werden, um algorithmischem Bias zu begegnen oder auch um sich der theoretischen

12 Bartlett/Gardner: »A Brief History of Electronic Noses«, S. 219.

13 Boeker u.a.: »Methodik und Technik der Online-Geruchsmessung«, S. 286.

14 Salter: Sensing Machines, S. 147.

15 Vgl. Mondada: Sensing in Social Interaction.

Konzeptualisierung von kontinuierlicher versus diskreter Informationsvermittlung anders zu nähern.[16]

Eine medienwissenschaftliche Betrachtung nicht nur quantifizierender, sondern qualifizierender digitaler Wahrnehmungsverfahren ist hierbei eine wesentliche Aufgabe der Forschung. Dabei berührt die Thematik genuin medienwissenschaftliche Felder und Problemstellungen wie die Frage nach der Bedingung der Möglichkeit von Vermittlung sowie der Medialität von Wahrnehmung, die Mensch-Computer-Interaktion, die Interface-Theorie und die Theorie der Digitalität. Insbesondere die Bearbeitung des kulinarischen und sensorischen Feldes durch das Digitale ist bis dato in der kulturwissenschaftlichen Forschung wenig beachtet.

Was einst allein den menschlichen Sinnen vorbehalten war, wird demnach heute von Algorithmen und Messinstrumenten erfasst, optimiert und in digitale Daten übersetzt. Doch was bedeutet das für unser kulinarisches Erleben? Während wir Essen immer noch mit Gaumen, Nase und Händen erfahren, beeinflussen medientechnische Entwicklungen zunehmend, was und wie wir schmecken. »Kulinarische Sensorik«, der Titel der Ausgabe und die zu entwickelnde Theorie, meint hier zum einen die Auseinandersetzung der kultur- und medienwissenschaftlichen Diskussion der Kulinarik, wie sie im englischsprachigen Raum in Form kulturwissenschaftlich informierter Food Studies wesentlich etablierter ist als im deutschsprachigen Raum.[17] Zum anderen soll es um Medienpraktiken dieser kulinarischen Sensorik gehen, wie sie in den Themen- und Forschungsbereichen oben angedeutet worden sind.

Was sind die Versprechen einer sich digitalisierenden Kulinarik? Welche Marginalisierungen, Normierungen und Ausgrenzungen werden in ›Kulinarik-Algorithmen‹ beispielsweise fortgesetzt? Die hier versammelten Beiträge werfen einen interdisziplinären Blick auf die mediale Dimension des Kulinarischen – denn Essen ist nicht nur eine Frage des Geschmacks, sondern auch eine Frage der Darstellung, der Sinne und der Kultur. Welche Rolle spielen Medien bei der Wahrnehmung von Texturen und Aromen? Und inwiefern verändern digitale Technologien unser Verständnis von Esskultur? Es ist eben nicht nur eine Frage des Gaumens, sondern auch der Bilder und Geschichten, die die Wahrnehmung von Kulinarik umgeben.[18]

---

16 Vgl. Fazi: »Digital Aesthetics«.

17 Vgl. Classen: Worlds of Sense; Classen/Howes: Ways of Sensing; Vgl. auch: Mondada: Sensing in Social Interaction; Mol: Eating in Theory; Perullo: Taste as Experience. Zur Rolle der Hierarchie verschiedener Sinne in der Philosophie und Physiologie siehe: Olafsson: The Forgotten Sense; auch Korsmeyer: Making Sense of Taste; Vgl. Telfer: Food for Thought; Vgl. zur Wissenschaftsgeschichte der Kulinarik: Shapin: Eating and Being. Auch gibt es Annäherungen, die sich eher auf Prozesse wie gemeinsames Essen beziehen, z. B. Lemke/Därmann: Die Tischgesellschaft. Für die Medienwissenschaft einschlägig: Bartz u.a.: Food Media Senses.

18 Es gibt zahlreiche Untersuchungen z. B. zur Darstellung von Essen und Ähnlichem im Film, vgl. Kofahl u.a.: Kulinarisches Kino. Siehe auch das Heft 10 (2), 2001 der Zeitschrift montage/av zum Thema »Essen! Trinken! Feiern!«.

Welche Rolle spielen digitale Plattformen bei der Verbreitung von kulinarischen Trends? Und wie verändern mediale Formate unser sensorisches Erleben von Essen? Kochsendungen wecken nostalgische Gefühle, Food-Influencer:innen versprechen mit inszenierten Gerichten eine Rückkehr zu ›authentischen‹ Geschmäckern, und KI-generierte Rezepte versprechen das perfekte Aroma durch Algorithmen. Kulinarik ist längst mehr als nur eine Frage des Essens – sie ist eine mediale Erzählung, die unsere Sinne beeinflusst, Geschmackserinnerungen formt und kulturelle Bedeutungen transportiert. Welche Rolle spielen digitale Geschmacksmodelle für die Zukunft der Esskultur? Wie beeinflussen algorithmische Vorschläge unser Verständnis von gutem Essen? Und was passiert, wenn Maschinen lernen, sensorische Erlebnisse zu simulieren?

Die Beiträge perspektivieren unterschiedliche Zugänge auf kulinarische Sensorik und ihre jeweilige medientheoretische und medienästhetische Ausgestaltung. Dabei sind die Beiträge in drei grobe Cluster sortiert:

1 Die Ausgabe startet mit Auseinandersetzungen zu einer allgemeinen Medientheorie und Medienästhetik der Kulinarik und Sensorik. **Chris Salter** gibt im Gespräch mit Felix Hüttemann Auskunft über die sensorische Umgebung, seine Perspektiven als Medienkünstler und -wissenschaftler und wie die »sensing machines« immer mehr Einfluss auf unseren medialen Alltag nehmen. Salter legt dabei die Grundlage dafür, dass über eine Medientheorie der kulinarischen Sensorik im Weiteren nachgedacht werden kann. Der Beitrag von **Christina Bartz** verfolgt das übergeordnete Ziel, das Phänomen des Essens aus einer medienwissenschaftlichen Perspektive zu erschließen und erste theoretische Überlegungen zu einer Medienästhetik des Nahsinnlichen zu skizzieren. Im Zentrum steht dabei die multisensorische Dimension des Essens, wobei insbesondere die bislang marginalisierten Nahsinne in den Fokus rücken. Durch die Entwicklung eines an diesen Nahsinnen orientierten ästhetischen Zugangs positioniert sich der Text innerhalb aktueller medienwissenschaftlicher Strömungen, die sich verstärkt mit Fragen der Sensorik und körperlicher Wahrnehmung befassen. **Stefan Rieger** elaboriert anhand der etablierten Hierarchisierung der Sinne für die niederen Sinne des Riechens und Schmeckens eine Verortung zwischen *Multisensory Storming* und *Odorveillance*. Im Fokus stehen dabei die Bedeutung des Riechens für die Auseinandersetzung mit Virtualität sowie eine olfaktorische Mensch-Maschine-Interaktion.

2 Die Kulinarische Sensorik wird im zweiten Beitragscluster am Beispiel eines der sensorisch herausforderndsten und kulturell aufgeladensten Getränke, neben Kaffee und Tee, dem Wein, ausgearbeitet. Wie fasst man etwas so Sinnliches wie einen guten Wein, das Gefühl, dass er in der Nase und auf dem Gaumen hinterlässt, in Worte? Wie beschreibt man den Charakter eines Getränks und seit wann ist diese Aufgabe Gegenstand professioneller Auseinandersetzungen geworden? Diesen Punkten geht **Christoph Raffelt** nach. Er elaboriert die Ursprünge professioneller Weinbeschreibungen und wie sich dieses Metier im Lauf der letzten zwei Jahrhunderte verändert hat: von der

Orientierungshilfe für die Upperclass über Ausbildungsrichtlinien für den britischen Weinhandel bis hin zur Digitalisierung und auch Demokratisierung des Weinwissens sowie dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Weinwelt. Von der Perspektive situierten Wissens ausgehend, behandelt **Felix Hüttemann** die Thematik des Herrschaftswissens von Verkostungen und Tastings und widmet sich dabei ebenso der Digitalisierung von sensorischer Beschreibungssprache, um die Implikationen von »Verkostungszenen« zu problematisieren. Dass Wein, Kulinarik und ihre Herausforderungen durch die Digitalisierung in den Sozialen Medien reflektiert werden und wie eine Sensorik des Kulinarischen dort vermittelt wird, besprechen Sommelier und Content-Creator **Toni Askitis** und Felix Hüttemann im Interview.

3 Dass es trotz aller Betonung medialer Nahsinnlichkeit ohne eine Elaborierung des Audiovisuellen des Kulinarischen nicht geht und welche Dispositive und Gefüge dabei verhandelt werden, zeigen die Ausgabe beschließenden Beiträge des dritten Clusters: **Jens Ruchatz** beschreibt die Veralltäglichung der *Food-Photography* und ihre medialen Logiken. Es geht ihm darum, die Logik der aktuellen essensfotografischen Praxis freizulegen, also die Prinzipien und Ordnungen, welche sich in den Produktions-, Zirkulations- und Rezeptionspraktiken dieser spezifischen Sparte fotografischer Produktion materialisieren. Dabei untersucht Jens Ruchatz die Transformation der Essensfotografie im digitalen Zeitalter, in dem sich die einst professionelle Praxis zunehmend durch alltagsnahe, nicht-professionelle Bildproduktion verschiebt. Im Fokus steht die Rolle sozialer Medien, in denen sich neue ästhetische und funktionale Ordnungen der Essensdarstellung herausbilden und sich traditionelle Unterscheidungen zwischen Amateur- und Profifotografie zunehmend auflösen. Im Text von **Martin J. Hoffmann** markiert Essen einen liminalen Bereich des Körpers, der in erotischen Praktiken und pornografischen Darstellungen kontinuierlich mitverhandelt wird. Der Beitrag zeigt anhand von Beispielen, wie Speisen und deren Geschmack sinnlich erfahrbar und zugleich metaphorisch inszeniert werden. Die audiovisuelle Transposition von Geschmack und Textur bewegt sich dabei auf einem schmalen Grat zwischen Sinnlichkeit und Sittlichkeit, wobei die affektive Spannbreite vom Lustvollen bis zum Ekelhaften reicht. In der Onlineökonomie erweisen sich beide Pole dieser Intensität als vermarktbar und verweisen auf unterschiedliche Modi sinnlich-körperlicher Ansprache in der Pornografie. **Jens Schröter** setzt sich mit einer andersartigen Praktik des Umgehens mit medialen Einheiten wie Buchstaben und Fotos im kulinarischen Dispositiv auseinander. Es handele sich um »essbare Signifikanten«, essbare mediale Objekte, denen sich Schröter am Beispiel der Buchstabensuppen und Fototorten widmet.

Im Extra rezensiert **Benno Wagner** den ausführlichen Essay »Das Symposion« von Karl Ludwig Pfeiffer.

LITERATURVERZEICHNIS

Bartlett, Philip N./Gardner, Julian W.: »A Brief History of Electronic Noses«, in: Sensors and Actuators B, Jg. 18/19, Nr. 1-3, 1994, S. 211–220.

Bartz, Christina u.a.: Food Media Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023.

Boeker, Peter: »Elektronische Nasen: Das methodische Konzept und seine Problematik. Teil 2: Methodische Anwendung«, in: Gefahrstoffe – Reinhaltung der Luft, Jg. 70, Nr. 10, 2010, S. 431–436.

Boeker, Peter: »Methodik und Technik der Online-Geruchsmessung«, in: Gefahrstoffe – Reinhaltung der Luft, Jg. 63, Nr. 7/8, 2003, S. 283–289.

Classen, Constance: Worlds of Sense. Exploring the Senses in History and Across Cultures, London/New York, NY 1993.

Constance, Classen/Howes, David: Ways of Sensing. Understanding the Senses in Society, London/New York, NY 2014.

Därmann, Iris/Lemke, Harald: Die Tischgesellschaft: Philosophische und kulturwissenschaftliche Annäherungen, Bielefeld 2008.

Fazi, Beatrice: »Digital Aesthetics. The Discrete and the Continuous«, in: Theory, Culture & Society, Jg. 36, Nr. 1, 2019, S. 3–26.

Gardner, Julian W. u.a.: »Application of Artificial Neural Networks to an Electronic Olfactory System«, in: Measurement Science and Technology, Jg. 1, 1990, S. 446–451.

Haugen, John-Erik/Kunt, Kvaal: »Electronic Nose and Artificial Neural Network«, in: Meat Science, Jg. 49, 1998, S. 273–286.

Hüttemann, Felix: Medientheorien kulinarischer Sensorik. In: Ernst, Christoph u.a. (Hrsg.): Handbuch Medientheorien im 21. Jahrhundert, Wiesbaden vrsl. 2026.

Kofahl, Daniel u.a.: Kulinarisches Kino. Interdisziplinäre Perspektiven auf Essen und Trinken im Film, Bielefeld 2013.

Korsmeyer, Carolyn: Making Sense of Taste. Food & Philosophy, Ithaca, NY/London 1999.

Mol, Annemarie: Eating in Theory, Durham/London 2021.

montage AV: Essen! Trinken! Feiern!, Jg. 10, Nr. 2, 2001.

MIT Technology Review Online: »97 Prozent Trefferquote«, https://t3n.de/news/97-prozent-trefferquote-elektrische-zunge-1670065/, 15.05.2025.

Mondada, Lorenza: Sensing in Social Interaction: The Taste for Cheese in Gourmet Shops, Cambridge 2023.

Olafsson, Jonas: The Forgotten Sense. The New Science of Smell, New York, NY 2025.

Paech, Anne: »Das Aroma des Kinos. Filme mit der Nase gesehen: Vom Geruchsfilm und Düften und Lüften im Kino«, in: Schenk, Irmbert (Hrsg.): Erlebnisort Kino, Marburg 2000, S. 68–80.

Perullo, Nicola: Taste as Experience: The Philosophy and Aesthetics of Food, American Edition, Arts and Traditions of the Table, New York, NY 2016.

Phillips, Christopher J.: »The Taste Machine: Sense, Subjectivity, and Statistics in the California Wine World«, in: Social Studies of Science, Jg. 46, Nr. 3, 2016, S. 461–481.

Salter, Chris: Sensing Machines. How Sensors Shape Our Everyday Life, Cambridge/London 2022.

Shapin, Steven: »A Taste of Science: Making the Subjective Objective in the California Wine World«, in: Social Studies of Science, Jr. 46, Nr. 3, 2016, S. 436–460.

Shapin, Steven: Eating and Being. A History of Ideas About Our Food and Ourselves, Chicago, IL/London 2024.

Snyder, Joel: »Picturing Vision«, in: Critical Inquiry, Jg. 6, Nr. 3, 1980, S. 499–526.

Telfer, Elizabeth: Food for Thought: Philosophy and Food, London 1996.

SENSING MACHINES

AN INTERVIEW WITH CHRIS SALTER.

BY CHRIS SALTER AND FELIX HÜTTEMANN

FELIX HÜTTEMANN: Mr. Salter, how would you describe your work and research in a few sentences?

CHRIS SALTER: My artistic and scholarly work focuses on how our sensing bodies and the technical environments we inhabit co-produce each other. In this way, the immersive installations and performances that I create are partially informed by my scientific work, which operates at the intersection of STS, media and performance studies.

FELIX HÜTTEMANN: What originally inspired you to focus on immersive media and sensory perception?

CHRIS SALTER: This comes from both my doctoral training in theater and music/computer sound at Stanford (my PhD advisor was Carl Weber, a German-born theater director who assisted Bertolt Brecht in the 1950s) and my interests in how the roles of spectating and performing are re-formulated by technical systems. Things that can be called »performative« are very much anchored in the temporal emergence of new forms of subjectivity (whether human or non), and not subject to the long problematics of fixed representation. In this way, performance is something which also operates in and through the senses and the body. Theater, live performance and (for lack of a better word) »immersive experiences« are those that you are inside of and yet, are completely artificial—in the sense of how Antonin Artaud described theater itself as a »la réalité virtuelle«—as something that does not carry its reality within itself but is a doubling of reality.

FELIX HÜTTEMANN: Your work moves between art, science, and technology. How do you define the role of the artist in this field of tension?

CHRIS SALTER: Well, the production of artistic experiences is already rooted in the word *techne* (*ars* in Latin)—which indicates practice, skill, creation. While artists have long used technology in their work, it's only since the dawn of electronic and computational systems that artists are now grappling with systems that employ concepts that were earlier on strictly reserved for biological entities: autonomy, cognition, self-organization, sentience and so forth. This is leading to what Simon Penny called a »quasi-biological« sense of art, since now we are making things which can dynamically learn, adapt, recognize patterns and react to those patterns in real time. Thus, artists now have to grapple with these strange »alien agencies« (as the

title of one of my books goes) which, in essence, dethrone older notions of control, predictability and knowing that have long been the bread and butter of art making. I think this is one of the greatest tensions in the contemporary arts that attempt to harness new technoscientific explorations.

> FELIX HÜTTEMANN: You often work with multisensory experiences in your projects. Why is it important to go beyond the sense of sight?

CHRIS SALTER: We historically are seen to have five senses (actually, anthropologists and other sensory historians argue that we have far more than these five Aristotelian-established senses that correspond to the five sense organs), which we use to sense and make sense of the world. But in fact, historically, this ocularcentric view is a relatively new phenomena—dating really back to the late 18th and 19th centuries in Europe. If you encounter artistic experiences in Asia, Africa or indigenous cultures, they already are multisensorial—it's already understood that art, which was meant to celebrate gods or spirits, does this across all of the senses. This also becomes evident at the start of the 20th century in Europe when artists sought somehow new forms of spiritual awakening inspired by their interest in and investigation of indigenous societies, especially as a counter to the dawn of industrial societies. Look at the titles of works from a composer like the early 20th century Russian Alekansdr Scriabin—*Poem of Ecstasy* or his unrealized work *The Mysterium*, which sought to use scent, fire, light, sound, vibration, and architecture. These historical examples demonstrate that multimodal approaches are nothing new, and the fact that we think that the world is predominantly visual has long been challenged by the arts.

> FELIX HÜTTEMANN: In your opinion, is there an ocularcentrism in media science and/or media art?

CHRIS SALTER: In the sense that media sciences and media arts are still stuck in questions of image representation, well, yes. It seems that we are constantly trying to represent or grasp the unrepresentable. Here's an interesting example: Everyone currently is rushing to understand how deep neural networks (essentially, big groups of multiplied numbers that demonstrate statistical relationships in data—other groups of numbers) that make up what people like to call »artificial intelligence« produce the kinds of images they do—images that seem to have no solidity, that continually change and thus, have little sense of historical rootedness even though they are comprised of existing images. The models of neural networks we use to detect and classify images (for example, so-called »Convolutional Neural Networks« which were originally used to read/identify the signatures on American bank checks) are based on how we think the visual system of the brain works: breaking down images into smaller and smaller components called »features«. But when you think about it, such representations are simply numerical operations. We choose to render them as images, but there is no inherent reason to do this. My

friend Takashi Ikegami, a renowned artificial life researcher, calls this the »human bottleneck«; we have to represent these numerical processes ultimately in 2 or 3 dimensions, so our perception can grasp them. But these processes are mathematically beyond our comprehension. In other words, we quickly resort to what and how we have been culturally trained to know about the world, mainly through language and images. But according to sensory anthropologists, this strong reliance on word and image is *cultural*—it is not given in our biology (even though more than 50% of the brain's processing power is devoted to visual processing). If you look at some research in non-ocularcentric neural networks, for example, how olfaction could be modeled, you will see very different structures and models that are far away from the vision-centric models that we now use. But artists are not using these models, and many cultural studies scholars don't even know they exist. So, this lack of uptake leads to the concept that the real breakthroughs with »AI« are in generating sentences and making images of the Pope wearing a Balenciaga puffer jacket.

> FELIX HÜTTEMANN: Which new technologies currently fascinate you most in terms of their artistic or scientific application?

CHRIS SALTER: Well, I don't think we have begun to grasp what these statistically based neural networks are capable of, especially when you start to look at models that are more influenced by chemical models or dynamical systems—for example, neural networks like those modeling spiking neurons or what is called »liquid state networks« that simulate complex temporal behaviors like in the brain. Clearly, we are moving, as I said earlier, to grappling with technologies that are »quasi-biological«, which will link electronic computation with chemical computation. No one knows where this is going to go, but it is clear that we have to somehow look at earlier ideas from cybernetics that are now reappearing in a different context and with different technical possibilities. The next step is to connect these models to the real physical world and create feedback between the world and these abstract models.

> FELIX HÜTTEMANN: How does artificial intelligence influence your work in interactive art and the media laboratory, especially with regard to sensory perception of smell and taste?

CHRIS SALTER: That's an interesting question. As I said previously, right now, I'm interested in how we can embody these abstract, brain-in-a-vat models (for example, like Large Language Models) back into the physical world. I'm of the mindset of that school of AI researchers who call for an »embodied« approach to AI, because without a body, you simply (at least in my sense) cannot have intelligence—by which I take the understanding of intelligence from the late philosopher Hubert Dreyfus—as common sense about the world; that is, something that is learned in and through our bodies and our histories. The models that everyone is now

fascinated by are very much rooted in the genealogies of AI research going back to the 1950s, with their focus on Natural Language Processing and getting machines to understand images. But these systems still lack experiential common sense, because they have very limited notions of memory, especially experienced memory. The kind of neural nets that could model other senses, like taste or smell or even something distributed, like proprioception, are still in the research phase and are not really accessible, especially because they require displays that are not audiovisual, like screens.

> FELIX HÜTTEMANN: You have worked together with scientists, engineers, and artists. How do you manage to bridge the gap between these disciplines?

CHRIS SALTER: It's complex, and it depends on what the goal is. If the project is trying to generate new knowledge—i.e., a research project—then the project has to be defined around a set of goals that will be different for the different participants. There is no such thing as a common language, but there might be something called a »consensual domain«, where people from different practices and fields attempt to work together, a shared form of interaction. In this sense, an artistic object can act as a kind of »boundary object«, a term used by sociologists of science to denote a conception or physical thing that rides the boundaries of disciplines and thus, allows different people to get work done together because the object can be »flexibly interpreted« from different positions but is still strong enough to maintain its commonality among the group. Since all of my artistic projects somehow originate in these research contexts (at least at first), we are looking to see what scientific questions can emerge for different stakeholders out of the need to produce an aesthetic object or experience. Because I have training in the social sciences, humanities, arts and technology, I have to do a lot of translation between different epistemic cultures. But ultimately, there is a difference between inscription and representation (which normally is understood as how knowledge is disseminated) and experience, which is what art is. In this sense, art is not a representation of science at all—that is not its purpose—to create durable knowledge. It operates outside the realm of measurement and instead, in the realm of the aesthetic, which, as we have been discussing, is sense perception.

> FELIX HÜTTEMANN: Is there a particular interdisciplinary project that was particularly groundbreaking for you?

CHRIS SALTER: I have learned a great deal working with non-artists—anthropologists, sociologists, philosophers, physicists—because they look at the world in a different way than artists. The projects I've done with these people are the most interesting for me.

FELIX HÜTTEMANN: How do you see the future of immersive media – will we move into a sensor-driven world?

CHRIS SALTER: We're already there. Sometimes I look at scientific advances and wonder how the arts can ever catch up—things are moving very fast. So, what the arts that are involved with these new systems should do is to defamiliarize them, make them strange, and frame them in a different way from our very limited understanding of what we think of as technological or scientific »progress«. This is a political position, but it's necessary to counterbalance the overwhelming tendency to pick up and uncritically reify what capitalism keeps dishing out to us in terms of technoscientific advances.

FELIX HÜTTEMANN: Your book *Sensing Machines* examines how machines are increasingly acquiring sensory capabilities. What prompted you to delve deeper into this topic?

CHRIS SALTER: That book started out due to my interest in a kind of cultural history of psychophysics, the discipline invented by the German philosopher and physicist Gustav Fechner in the mid-19th century. I was reading all of this work in critical data studies about the quantified self (and we were conducting artistic projects on this at the same time) and was increasingly frustrated by the lack of historical understanding of these tendencies, which began emerging in the experimental psychology of the 19th century, and was about quantifying sense perception. When you examine the lab of someone like Wundt in Leipzig (who also influenced what the historian Kurt Danziger calls »constructing the subject«), all of this physiological knowledge about how we perceive the world and how we can measure, i.e., quantify, this perception comes from machines—the chronograph which measured reaction times, the kymograph, which calculated pulse or the plethysmograph, which measured blood pressure and eventually ended up in the Apple Watch (in an optical version). When one partially takes on this historical perspective, one sees that our senses have long been in a feedback loop with instruments and machines.

FELIX HÜTTEMANN: How are sensing machines changing our understanding of perception and reality?

CHRIS SALTER: The loop between human and machine sensing was established as experimental psychology emerged. But, as I write in *Sensing Machines*, our new sensing machines like distributed wireless sensor networks or worn devices like Smartwatches or the Google absorbed *Fitbit*, are different from those of physiologists or psychologists like Wundt, Titchener or Etienne Jules-Marey because they have another kind of autonomy designed into them—the data of those human subjects that are sensed is removed from the individual subject. In other words, there was still a connection between the person who produced the data, the instrument and the resulting numbers. The way we understand the temporal role of sensing

now is radically different. What we see is not necessarily what we get, but instead, a different kind of algorithmically processed time based on different statistical processes. Through sophisticated changes in electronics and computation, these sensing machines eventually become attached to and interdependent on the bodies they measure and, ironically, at the same time, completely divorced from them.

> FELIX HÜTTEMANN: Is there a historical or technological turning point that was particularly decisive for the development of such machines?

CHRIS SALTER: The mid-19th century in Europe is critical for these developments, because it is when scientists attempted to quantify the human senses using machines and thus, to make sense perception an object of technical knowledge.

> FELIX HÜTTEMANN: In your book, you talk about electronic noses and tongues. To what extent are these technologies more than mere imitations of human senses?

CHRIS SALTER: The so-called lower senses, which are both mechanical (touch) and chemical (taste and smell), have long been difficult to computationally model because they need more complex »displays« to render their results. These technologies, like biological systems, require both sensors and techniques of analysis—in humans, this involves a complex mix of neural-chemical physiology (or, in the case of touch, sensorimotor capacities)—the brain in consort with distributed neurons or receptors across the body. But in the case of these electronic systems, they depend on electrical devices and then computational systems with mathematical-statistical characteristics, neural networks that classify or predict or distinguish one molecular makeup from another. There is a difference, however, between classifying something (does this taste salty or sweet) and making meaning out of that. So, these machine sensors can detect and classify, but they can't really make meaning out of what they detect. In this sense, they are pale imitations of (at least) human senses.

> FELIX HÜTTEMANN: Can machines really adapt taste and smell, or is it just a sophisticated form of data processing?

CHRIS SALTER: If you take an engineering approach to sensing, then tasting and smelling in biological systems (like humans) can simply be articulated as stimuli-sensation-perception, insofar as perception means interpreting the difference between different molecular combinations. In this limited sense, it can be argued that biological sensing systems are simply processing chemical data. But when it comes to the production of meaning in relationship to those smells or tastes, machines have a long way to go!

FELIX HÜTTEMANN: How could electronic noses and tongues change cuisine, gastronomy or food production in the future?

CHRIS SALTER: They already are. Our food, and in particular, processed food, is being optimized by these technologies, particularly in the area of biosensors. For example, one area that these sensors are being applied to is wine tasting, which is gradually shifting from human oenophiles to machines, as electronic noses get better at classifying things like spoilage and/or the level of acidity. As more reports come out about how alcohol is really not good for your health, such systems will slowly replace human tasters. Food production has long been an area of application for chemical sensing technologies as well as mechanical sensing. E-noses were developed in the food industry in the early 1990s to cost-effectively monitor taste in test situations. At the same time, one of the interesting phenomena that came out of the COVID-19 pandemic was that scientists rushed to repurpose all of these biochemical sensors, which aim to sniff out chemical components that could be used in biological attacks, to detect airborne particles that would signify the presence of the COVID-19 virus.

FELIX HÜTTEMANN: Do you see a danger in machines being able to analyze taste and smell better than humans, for example, in relation to industrial food standards or personalized diets?

CHRIS SALTER: This is a general question in terms of whether machines that sense will replace our own abilities. But from eyeglasses and cochlear implants to sensory substitution technologies, this has long taken place. Yet, there needs to be a strong distinction made between the detection of chemicals that make up what we smell or taste, and the ability to contextualize those things into things which make meaning for human beings. So, for example, I may have an e-tongue that, through its biochemical-electronic makeup, detects a particular taste, but that machine is (still) unable to position that taste in a catalogue of memories or experiences that we can associate with those tastes.

FELIX HÜTTEMANN: Are there already artistic or experimental projects that deal with machine tasting or smelling that were particularly in the focus of your perspective?

CHRIS SALTER: There is a smattering of such projects, particularly coming from Japan, but these technologies are still relatively expensive and either confined to research labs or available only to industry. Many artistic projects play with the idea of these technologies—usually in a metaphoric manner—but rarely with the technologies themselves.

FELIX HÜTTEMANN: The combination of culinary art and technology is fascinating, but also controversial. Do you see ethical questions arise when machines replace or surpass human senses?

CHRIS SALTER: Insofar as ethical questions around artificial neural networks are predominantly focused on the lack of diversity in data sets, one could, I suppose, see ethical issues if these artificial sense organs can only recognize tastes or smells that are predominantly Euro-American-based. This is an exaggeration, of course, but the ethical questions that will emerge are mainly about whether machines can replace human senses and what that entails. As I've pointed out earlier in this interview, currently these systems are good at detecting tastes and smells but have no ability to place them into context—or to find multimodal relations (i.e., the fact that when you lose your sense of smell, it affects how you taste things) between the different senses.

> FELIX HÜTTEMANN: How could electronic noses affect the perfume industry or wine tasting? Would they make human experts superfluous? Digital sommeliers, for example, have been a dream of the wine industry for some time and are increasingly being worked on.

CHRIS SALTER: The beverage industry is one of the early adopters of these electronic noses and tongues. I've already mentioned wine tasting, but another interesting example of this is the Japanese whiskey industry. The research of one of the inventors of the e-tongue, a scientist named Kiyoshi Toko, actually led to the development of a new variation on a Japanese highball cocktail combining whiskey and soda, which was subsequently served on the Japanese ANA airline!

> FELIX HÜTTEMANN: Is machine tasting and smelling a form of creativity, or is it pure analysis?

CHRIS SALTER: If these technologies were in the hands of artists or creative people, perhaps we would see them as creative. But currently they are simply detectors that basically analyze combinations of molecules. What is impressive is that they are able to simulate what is labelled *selectivity*, the ability to decompose hundreds or thousands of molecules into individually recognizable substances. For example, each taste bud has around 50-150 receptor cells that food molecules bind to and that represent the five tastes. In other words, even though the amount of chemicals that enter the mouth when we eat is astoundingly large, our mouth and brain cooperate with each other to deduce somehow five basic tastes out of a molecular chaos. But to do this, the researchers created hardware and software that would exhibit behaviors similar to human physiology—that ability to break down chemical substances into the five tastes—by way of statistical processes.

> FELIX HÜTTEMANN: If you imagine a future where sensory machines are ubiquitous, what would it look like?

CHRIS SALTER: I like to quote McLuhan when asked questions about the future: »We look at the present through a rearview mirror. We march backwards into the future«.

FELIX HÜTTEMANN: Do you think our own perception will change as we make more and more sensory decisions dependent on machines?

CHRIS SALTER: Currently, our attention and concentration is changing based on the extensive hours we spend glued to both the screens of social networks and generating words and images with neural networks. At the moment, these neural networks are still primitive because they have few senses—mainly vision by way of cameras, sound by way of microphones and text by way of typing. But as they start gaining more sensors and sense modalities (and also gain the ability to fuse or »integrate« these different senses) and ways of interpreting the physical and material world, they will also start to become another kind of »sentient« entity in the world, together with animals and plants.

FELIX HÜTTEMANN: Is there a specific technological or artistic project that you would like to realize?

CHRIS SALTER: Right now, I'm working on theater texts from the early 20th century that had certain utopian ideas about the future, the environment, and technology. One is the Russian Cubo-Futurist poet Velimir Khlebnikov's 1922 somewhat science fiction play *Zangezi: A Supersaga in 20 Planes*, which is about the inability to communicate in standard language. The text is partially written in what the Russian Futurists called »Zaum« (literally, »beyond sense« or »trans-sense«). This is interesting in the context of a world in which we now live, where we are surrounded by machines that produce something that appears to be human language but, in effect, are just gigantic probability systems. The other text, which we are just beginning to explore in the context of another famous theater work about the future – Karel Čapek's R.U.R. (Rossum's Universal Robots), in which the Czech word *Robota* suddenly reached widespread exposure. R.U.R. celebrated its 100th anniversary in 2020, and in 2023, the MIT Press released a book which featured a new translation of the play together with commentaries not from artists or literary critics but instead, from scientists, predominantly artificial life researchers, about the impact of the play on their thinking. In the context of a new interdisciplinary research project on the performativity of AI systems in situated action (i.e., how they are actually used) which involves social, human and natural scientists together with my lab, the Immersive Arts Space at the Zurich University of the Arts, we will explore how R.U.R. might be perceived in this historic moment of sensing machines.

EINE MEDIENÄSTHETIK DER NAHSINNE

VON CHRISTINA BARTZ

1. EINLEITUNG

2013 veröffentlicht die *Zeitschrift für Medienwissenschaft* ein Themenheft zur Medienästhetik.[1] Darin geht es mit Luciana Parisi u.a. um eine Neubestimmung von Medienästhetik, verstanden als *algorithmische Ästhetik*. Die Neubestimmung erfasst nicht nur die Seite des Ästhetischen, sondern ebenso die des Medialen. Medien fungieren dabei nicht als Agenten von Repräsentation oder Kommunikation; stattdessen entwickeln sie ihre ästhetische Qualität im »immanenten Erfassen von Daten«[2] und in der »kontinuierlichen Programmierung des Empfindens«[3]. Diese tendenziell posthumanistische und an Gilles Deleuze und Félix Guattari orientierte Wende der Medienästhetik beschreibt damit, wie Erich Hörl dies übersetzt, eine »Transformation der Empfindungs- und Abtastmodalitäten«[4]. Weiter schreibt er: »Der Einsatz dieser Neubeschreibung von Ästhetik ist gewaltig.«[5] Angesichts dieses Befundes soll es nicht Anliegen des folgenden Beitrags sein, diese Neubeschreibung zu vertiefen. Das würde diesen Artikel vermutlich überfordern. Vielmehr soll das Augenmerk auf ein vielleicht eher randständiges Detail dieser Neubestimmung gelegt werden: Die algorithmische Ästhetik, wie Parisi sie beschreibt, ist eine – um es umgangssprachlich zu formulieren –, die auf den Leib rückt. Die gesamte Wortwahl um Abtasten, Empfinden und Erfassen vermittelt einen Eindruck von Nähe. Und diese Nähe markiert allein schon, d.h. auch abseits eines posthumanistischen Impetus, eine Neubestimmung von Medienästhetik – schließlich ist Medienästhetik doch i.d.R. eine der Fernsinne.[6]

Diese Feststellung macht z.B. Kay Kirchmann, der 1998 schreibt, dass die in der Medienästhetik beschriebenen Wahrnehmungsobjekte »im Kontext der kulturell bedingten Aufwertung der Fern-Sinne in der europäischen Neuzeit verstanden werden [müssen]. Denn die im Medium symbolisch manifestierte Distanznahme ist Ausfluß bestimmter, für die Neuzeit konstitutive, geistesgeschichtlicher Modifikation der Weltaneignung.«[7] Ralf Schnell kommt im Eintrag *Medienästhetik* im *Metzler Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft* zu einem ähnlichen Ergebnis: »Im

1 Zeitschrift für Medienwissenschaft. Heft 8: Medienästhetik.

2 Parisi/Hörl: »Was heißt Medienästhetik?«, S. 39.

3 Ebd., S. 41.

4 Ebd., S. 35. Vgl. auch Parisi, Luciana: »Technoecologies of Sensation«.

5 Parisi/Hörl: »Was heißt Medienästhetik?«, S. 35.

6 Das zeigt sich u.a. in den verschiedenen entsprechend betitelten Reihen wie z.B. *Beiträge zur Medienästhetik und Mediengeschichte*, erschienen im Lit-Verlag.

7 Kirchmann: Verdichtung, Weltverlust, Zeitdruck, S. 237.

Unterschied zu den geschichtsphilosophisch inspirierten Ästhetiken, die sich vor allem auf den literarischen Text beziehen, analysiert M. die audiovisuellen Medien als Ausdruck einer spezifischen […] nur ihr eigenen Form der Wahrnehmung.«[8] Schnell führt so die Medienästhetik auf Audiovision eng und bestimmt sie damit fernsinnlich.

Schnells wie Kirchmanns Überlegungen sind ca. ein Vierteljahrhundert alt, veraltet sind sie deswegen nicht unbedingt und durchweg. Dies liegt schon allein daran, dass programmatische Äußerungen zur Medienästhetik eher rar sind, obwohl das in ihnen formulierte Verständnis von Medienästhetik seit der Jahrtausendwende durchaus verbreitet zu sein scheint und insofern klassisch genannt werden kann. Jenseits der genannten Ausgabe der *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, die ja genau ein Abrücken von diesen Positionen einfordert, finden sich wenige Versuche einer gleichermaßen dezidierten Bestimmung.[9] Als Ausnahme ist hier vor allem eine kulturkritisch argumentierende Perspektive, wie sie z.B. Wolfgang Welsch prominent herausarbeitet, zu nennen. Welsch beschreibt eine um sich greifende Ästhetisierung; Ästhetik ist hier nicht auf das Kunstschöne und dem damit eigenen Wirklichkeitsbereich bezogen, sondern diffundiert in alle Lebensbereiche, weil alles gestaltbar wird – bis hin zum menschlichen Körper, der mittels Schönheitsoperationen geformt werden kann.[10]

Auch Kirchmann und Schnell argumentieren kunsttheoretisch und finden dort die Begründungen für die medienästhetische Prämierung der Fernsinne, woraus Schnell sein medienästhetisches Programm entwickelt: Walter Benjamins *Kunstwerk*-Aufsatz wird als Gründungsakte einer Medienästhetik identifiziert, die Ästhetik entsprechend seiner Etymologie (also *aisthesis*) »als Lehre von der Wahrnehmung der Medien, vor allem der des Films«[11] versteht (und damit eine erste Neubestimmung des Ästhetischen noch vor der von Hörl identifizierten erkennt). Auf dieser Basis setze sich Medienästhetik maßgeblich mit audiovisuellen Ausdrucksformen und denen ihnen eigenen Weisen der Wahrnehmung auseinander. Es geht um »ihre Spezifik in der Art und Weise, wie sie die ihr eigenen Möglichkeiten und

8 Schnell: »Medienästhetik«, S. 208.

9 Diese Aussage lässt sich allerdings nur halten, wenn man deutlich auf die Begrifflichkeit *Medienästhetik* abhebt. Auch Kirchmann spricht nicht wirklich von Medienästhetik, sondern überschreibt das entsprechende Kapitel mit ›Überlegungen zum Verhältnis von Medialität und Ästhetik‹ (vgl. Kirchmann: Verdichtung, Weltverlust, Zeitdruck, S. 234-244). Dabei wird teilweise das, was im vorliegenden Beitrag als Medienästhetik verhandelt wird, andernorts als Medialität adressiert (vgl. Krämer: »Was haben die Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun?«, S. 14). Eine Konzeptionalisierung von Medienästhetik legt, gegenüber der von Medialität, den Fokus verstärkt auf das Moment des Sinnlichen.

10 Vgl. Welsch: »Ästhetisierungsprozesse«. Ähnlich Kamper: »Der Januskopf der Medien«. Siehe dazu auch den Artikel von Schröter: »Medienästhetik, Simulation und ›neue Medien‹«.

11 Schnell: »Medienästhetik«, S. 208. Siehe auch ders.: Medienästhetik. Zur Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen, S. 9.

Fähigkeiten, ihre Techniken, ihre Mittel zur Verarbeitung von vorgegebenen oder hergestellten Materialien einsetzt. Das Wie dieser Wahrnehmung steht im Mittelpunkt dieser Medienästhetik.«[12] Das *Wie* adressiert dabei gleichermaßen die Wahrnehmung wie die Ausdrucksform; nicht nur die Modi der Wahrnehmung, sondern auch der Gestaltung, die auf entsprechende Wahrnehmungen abzielen, sind angesprochen. Dabei – so sind sich Schnell und Kirchmann einig – sind die Gestaltung und Wahrnehmung medienspezifisch, also dem jeweiligen Medium eigen und dies ungeachtet des jeweiligen Inhalts.

Dies lässt sich – trotz genannter Gründungsakte und ihrer Bezugnahme auf den Film – jedoch nicht nur als ein Programm für die Untersuchung von Audiovision formulieren; vielmehr ist nach einer Medienästhetik zu fragen, die ohne die Prämierung bestimmter Sinne bzw. den Ausschluss anderer Sinne auskommt und stattdessen auch multimodale ästhetische Erfahrungen, die verschiedene Wahrnehmungsformen inkl. des Haptischen und Geschmacklichen umfassen, beschreibbar macht. Genau dies kann eine Beschäftigung mit Essen in seiner Multimodalität leisten. Es involviert das Visuelle und Olfaktorische ebenso wie das Geschmackliche und Haptische, Letzteres u.a. als Erfühlen von Textur. Und die Akustik kann in einer besonderen Form angesprochen werden, wenn sich im Zuge des Verzehrs und des Kauens appetitanregende Geräusche wie z.B. beim Konsum von Kartoffelchips ergeben.[13] Die sinnliche Qualität von Essen, vor allem als Praxis, erschöpft sich jedoch nicht in dieser Aufzählung des Offensichtlichen, wie im Folgenden noch zu zeigen sein wird. Aufgrund dieser gleichzeitigen Adressierung der verschiedenen Sinne handelt es sich beim Essen um ein prädestiniertes Objekt für Überlegungen zu einer Medienästhetik, die die einzelnen Sinne bzw. Wahrnehmungsarten nicht isoliert betrachtet, sondern erstens in ihrem Zusammenwirken ernst nimmt und zweitens auch die Nahsinne berücksichtigt. So deutlich dabei seine ästhetische Qualität ist, so fragwürdig ist seine mediale. Daher soll im Folgenden genau diese Fragwürdigkeit bearbeitet und die Medialität des Essens herausgearbeitet werden. Im Zuge dieser Identifizierung des Essens als medienästhetisches Objekt werden erste Überlegungen zu einer Medienästhetik der Nahsinne entwickelt.

2. DIE MEDIEN DER WAHRNEHMUNG

Fragt man nach der medialen Qualität des Essens, so liegt zunächst der Gedanke an eine funktionelle Bestimmung im Sinne von Kommunikationsmedien nahe.[14] Hier tauchen Speisen vor allem als Inhalt von Medien auf – prominent sind dabei

12 Schnell: Medienästhetik. Zur Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen, S. 11.

13 Vgl. Spence: »Multisensory Flavour Perception«.

14 Vgl. Hoffmann: »Medienbegriff«, S. 18.

aktuell die entsprechenden Posts bei Instagram[15] genauso wie Kochsendungen[16]. Neben solchen eher an Unterhaltung orientierten Formaten gibt es natürlich auch Kochbücher[17] oder die Verpackung von industriell verarbeiteten Speisen als Informations- und Werbeträger für die darin enthaltenden Produkte[18]. Doch es lohnt sich zunächst einmal, von solchen kommunikativen Aspekten, die dem Essen mit Sicherheit zukommen können, zu abstrahieren, denn wie eingangs ja bereits deutlich wurde, geht es beim Essen vielmehr um die Modellierung von Wahrnehmungsakten[19] mittels der Zubereitung und des Verzehrs von Nahrungsmitteln. Dieses Abstraktionsgebot kann auch für die genannten Elemente, wie die Verpackung, gelten. Sie verweist nicht einfach auf das in ihr enthaltene Produkt, sondern verzehrbares Inneres und äußerliche Präsentation stehen in direktem Zusammenhang.

Capri-Sun ist dafür ein eindrückliches Anschauungsbeispiel: Es handelt sich um ein Fruchtsaft-Getränk mit verschiedenen Geschmacksrichtungen, dessen Besonderheit in der Darreichungsform besteht. Verzehrt wird es aus einem flexiblen Standbeutel mithilfe eines Strohhalms. Um an den zuckrigen und flüssigen Inhalt zu gelangen, ist es nicht nur notwendig, am Halm zu saugen, sondern auch den Beutel zu drücken. Auf diese Weise wird der Flüssigkeitsfluss Richtung Mund dosiert, was Bestandteil des Konsums und damit des Geschmackserlebnisses ist. Der Beutel ist blickdicht, was ungewöhnlich für Getränkeverpackung ist. Häufig in transparenten Glasflaschen gereicht, gehört das visuelle Moment zum Geschmackserlebnis. Bei Capri-Sun wird jedoch die Sichtbarkeit des Getränks durch die Darstellung der Frucht auf der Verpackung ersetzt, die dann direkt mit dem Sinneseindruck auf der Zunge korrespondieren soll, ja ggf. diesen lenkt. Die äußerliche Präsentation hat also direkten und vielfältigen Einfluss auf die Art des Verzehrs. Die Fruchtdarstellung ist vielleicht geschmacklich effektiv und das Quetschen fügt dem Verzehr einen weiteren sensorischen Aspekt hinzu: Neben der Textur des wohldosierten Flüssigen und dem Geschmack der Süße des Getränks, die mittels Zunge geschmeckt und erfühlt werden, kommt durch das Drücken der Verpackung ein haptisches Moment zum Tragen. Der Quetschbeutel von Capri-Sun liefert so ein erstes Indiz dafür, dass der Zusammenhang von Essen und Medien sich nicht darin erschöpft, dass Essen als Inhalt für Medien bzw. als Gegenstand medialer Darstellung fungiert. Vielmehr können die Übergänge zwischen der medialen Präsentation und dem ›eigentlichen‹ Essen fließend sein.[20] Das Verpackungsäußere verweist auf einen Packungsinhalt, zugleich ist die Verpackung und ihre Gestaltung vom Inhalt und dem Verzehr nicht zu trennen. Stattdessen sind sie als Gesamtheit zu betrachten.[21]

15 Vgl. exemplarisch Schröer: »Picturing Food«.

16 Vgl. exemplarisch de Solier: »TV Dinners«.

17 Vgl. exemplarisch Ruchatz: »Das Kochbuch als Fotobuch«.

18 Vgl. exemplarisch Krishna u.a.: »Sensory Aspects of Package Design«.

19 Vgl. Hoffmann: »Medienbegriff«, S. 14.

20 Vgl. Krishna u.a.: »Sensory Aspects of Package Design«.

21 Vgl. Bartz u.a.: »Food – Media – Senses«, S. 12ff.

Dies zeigt sich nicht nur im Bereich der industriell bearbeiteten Nahrungsmittel, sondern auch im Fine Dining, das diese Konvergenz teilweise auch reflektiert oder doch zumindest überdeutlich einsetzt. Torsten Hahn hat letzteres anhand des Restaurants *Ultraviolet* in Shanghai deutlich gemacht: Dort werde der Gast vollständig vom städtischen Umfeld des Restaurants abgeschottet und stattdessen werde ein eigenes Ambiente geschaffen, das mit den Speisen korrespondiere.[22] Das mit Großbritannien assoziierte Gericht *Fish & Chips* z.B. werde im *Ultraviolet* begleitet von Regen serviert. Der Gang referiert damit nicht nur geschmacklich auf das populäre Street Food, sondern evoziert das Empfinden des Verzehrs im ungemütlichen Wetter der Insel. Auch wenn es dem Gast natürlich nicht auf den Teller regnet, wird so doch zumindest versucht, einen vergleichbaren Eindruck zu schaffen: »The characteristic of Ultraviolet is to try to unite multisensory technology with food.«[23] – so der Koch Paul Pairet. Durch diese Multisensorik wird ein immersiver Gesamteindruck geschaffen. Damit treibt das Restaurant nur auf die Spitze, was im Fine Dining Standard ist, nämlich sich nicht allein auf die Nahrungsmittel und ihre Zubereitung zu konzentrieren, sondern erhöhte Aufmerksamkeit ihrer Präsentation zu widmen, bspw. durch das entsprechende Eindecken des Tisches: Spezifische Gläserformen dienen dann der Betonung von Duftnoten und der Schaffung einer bestimmten Trinktemperatur des darin servierten Weines oder Teller gehen mit einer spezifischen Haptik einher.[24] Indem das *Ultraviolet* dies aber ins Extrem treibt und dabei für jeden Gang gleichsam ein neues Restaurant passend zur Speise generiert, macht es deutlich, wie der Verzehr von Speisen ganz grundsätzlich einen multisenorischen und über das Nahrungsmittel hinausgehenden Eindruck vermittelt.[25] Speisekarte, Besteck, Porzellan, Tischdekoration, Mobiliar, Raumgestaltung, -akustik und -temperatur, Musik und auch der Service sind als Teil dieses Eindrucks und nicht als ›Hintergrund‹[26] der zubereiteten Speisen zu verstehen.

Es ist diese allumfassende Gestaltung eines Wahrnehmungsobjektes, die die Sinne multimodal adressiert, welche die Medialität des Essens ausmacht und die mit Schnell eingangs formulierte Frage nach dem *Wie*, also der Art und Weise des Wahrnehmens, aber auch Denkens, Erinnerns etc. provoziert. Mit einer solchen an Wahrnehmung orientierten Medienästhetik ist ein Forschungsprogramm benannt, das mit Benjamin seinen Ausgangspunkt nimmt, bis es in der Mitte des 20. Jahrhunderts zunehmend ausformuliert wird. Es fußt auf einem veränderten Verständnis von Ästhetik, das an die Stelle kunsttheoretischer Überlegungen, einer Orientierung am Schönen und an Geschmacksbildung Fragen der Wahrnehmung und

22 Vgl. Hahn: »The Restaurant as a Medium (Connect/Disconnect)«, S. 60f.

23 The New York Times: »A 22-Course Meal, in 22 Settings – Shanghai's Ultraviolet Restaurant«.

24 Siehe dazu Dollase: »Die Fernsehköche sollten den Löffel beiseite legen«.

25 Vgl. dazu jenseits des Fine Dining auch Hahn: »Vorbemerkung zu einer Theorie des chinesischen Schnellrestaurants« und Möhring: Fremdes Essen. In ähnlichem Sinne, aber mit Bezug auf Wein argumentiert Perullo: Epistenology.

26 Vgl. zum Hintergrund und seiner Aufwertung Heilmann u.a. (Hrsg.): Ambient.

Erkenntnis setzt. Damit einhergehend tritt an die Stelle von Kunst als gesondertem und für die Geschmacksbildung zuständigen Wirklichkeitsbereich die Beobachtung einer Alltagsästhetik, die das Moment der Wohlgeformtheit in allen Lebensbereichen identifiziert.[27] Von Interesse im vorliegenden Zusammenhang sind beide Aspekte, d.h. sowohl das Verständnis von Ästhetik im Sinne von *aisthesis* als auch die Beobachtung einer allumfassenden Ästhetisierung. Mit letzterem ist die ästhetische Affizierung aller Wirklichkeitsbereiche gemeint, sodass aus einer medienästhetischen Perspektive nicht nur Medien im Sinne von Kommunikationsmedien als gestaltete Wahrnehmungsgeber erscheinen können.[28]

3. DIE MEDIEN DER KOMMUNIKATION

Gegen dieses Medienverständnis ließe sich einwenden, dass es einen wichtigen Aspekt des Medialen ignoriert, nämlich dass ihm eine Distanznahme eingeschrieben und ihm eine »Substitution des Physisch-Materiellen durch das Symbolische«[29] eigen ist, wie der bereits zitierte Kirchmann dies formuliert. Medienästhetisch interessant wird dies, wenn sich im Symbolischen mehr oder weniger stabile Strukturen identifizieren lassen, die das von Schnell genannte *Wie* bestimmen. Um dies mit Kirchmanns Beispielen aus dem Jahr 1998 zu verdeutlichen:

> So liegt eine symbolische Funktion des Films in der Suggestion begründet, Bewegung abbilden zu können, unabhängig davon, um welche Bewegung es sich dabei handelt. Eine der symbolischen Funktionen des Fernsehens liegt darin, ›live‹ senden zu können; was dabei gesendet wird, hat auf die symbolische Funktion, auf die mediale Struktur selbst nicht den geringsten Einfluß.[30]

Nicht nur in Anbetracht einer fortschreitenden Digitalisierung lassen sich solche Zuordnungen zu Einzelmedien kaum noch aufrechterhalten, aber die Beobachtung von vergleichbaren stabilen Strukturen, die Wahrnehmungsformen organisieren, bleibt virulent. Dies umso mehr als – so ein Allgemeinplatz der Medienästhetik wie der Medialitätsforschung –, dass Medien Weltzugänglichkeit strukturieren. Indem sie die Modalitäten der Wahrnehmung strukturieren, strukturieren sie auch Verhältnis zur Welt, also wie etwas überhaupt zur Wirklichkeit wird.[31] Diese Überlegung verdichtet sich noch einmal, wenn Medienästhetik mit einer umfassenden Ästhetisierung in Verbindung gebracht wird, die Wahrnehmungsformierung damit

27 Vgl. Barck u.a.: »Ästhetik/ästhetisch«, S. 389-398.

28 Vgl. Welsch: »Ästhetisierungsprozesse«.

29 Kirchmann: Verdichtung, Weltverlust, Zeitdruck, S. 237.

30 Ebd., S. 242.

31 Vgl. Krämer: »Was haben die Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun?«, S. 14.

ebenfalls umfassend ist. Und diese umfassende Ästhetisierung betrifft dann auch die Speisen.

Eindrucksvoll weist dies Johannes Lang anhand von Brot, genauer von Bio-Brot und seiner »peculiar aesthetic«[32] nach. Die ökologische Esskultur scheine – so Lang – eine anti-ästhetische Tendenz zu haben; sie werde mit der Vernachlässigung geschmacklicher Qualität und auch sonstiger Gestaltung assoziiert.[33] Aber genau auf dieser Grundlage haben sich eigene ästhetische Prinzipien entwickelt, die Natürlichkeit dokumentieren sollen.[34] Natürlich meine dabei unvorhersehbar und erwartungsunsicher, weil dies Ausdruck eines Ausbleibens menschlichen Eingreifens sei.[35] Lang nennt Beispiele:

> An example of an artificial appearance is fish fingers, as the appearance is determined by external agents, whereas an example of a natural appearance is the irregularly cracked crust of organic bread, as here the dough can largely give itself its shape and thus express itself in this […].[36]

Ohne Zweifel ist auch die Brotkruste gestaltet und nicht Effekt von Natürlichkeit, wie Lang bemerkt, aber sie ist ein gutes Beispiel dafür, wie das materiell-physische Wahrnehmungsobjekt mit seiner Ausdrucksdimension zusammenfällt und sich dabei mehr oder wenig stabile ästhetische Strukturen identifizieren lassen.

Über das Identifizieren solcher Strukturen kann anhand des Essens eine Medienästhetik formuliert werden, die über das Fernsinnliche hinaus geht. Zugleich wird auch deutlich, welche Herausforderungen damit einhergehen: So markiert die von Lang beschriebene Brotkruste zwar ein haptisches Moment, aber als Natürlichkeitsausdruck bleibt sie doch im Register des Visuellen.

4. EIN AUSBLICK

Nicht nur angesichts dieser Herausforderungen haben die hier angestellten Überlegungen eher vorläufigen Charakter; sie stellen lediglich den Versuch einer Medienästhetik der Nahsinne im eingangs genannten Sinne dar, als dass es sich um ein ausformuliertes Programm handelt. Gleichwohl ist es m.E. sinnvoll, einen solchen Versuch nachzuholen. Es geht wohl eher um ein Nachholen, denn es darf nicht vergessen werden, dass für das Digitale oder – um mit Parisi zu sprechen – für das Algorithmische dies bereits in anderer Form geleistet wurde. Das Themenheft *Medienästhetik* der *Zeitschrift für Medienwissenschaft* aus dem Jahr 2013 ist ein dazugehöriges Dokument. Es stellt mit seiner nahsinnlichen Medienästhetik den

32 Lang: »Naturalness«, S. 230.

33 Vgl. ebd., S. 231.

34 Vgl. ebd.

35 Vgl. ebd., S. 232.

36 Ebd., S. 233.

Ausgangspunkt der vorliegenden Überlegungen dar und führte zu der Beobachtung des Fehlens der Beachtung der Nahsinne in der Variante der Medienästhetik, gegenüber der Hörl das Themenheft als Neuerung bestimmt. Ohne dieser Neuerung den Respekt entziehen zu wollen, macht ein erneuter Aufschlag m.E. Sinn und dies aus zwei Gründen:

Erstens bietet die klassische Medienästhetik, wie sie hier mit Schnell und Kirchmann, aber auch mit Welsch skizziert wurde, den Boden für eine Spurensuche: Wie lässt sich aus dieser anthropozentrischen Perspektive eine Medienästhetik der Nahsinne entwickeln und was kann sie leisten? Eine erste Antwort kann lauten, dass sie auch noch einmal die kommunikativen Aspekte des Medialen berücksichtigen kann und mit Welsch die lange Tradition der Beobachtung einer Ästhetisierung aller Lebensbereiche offenlegt. Zweitens und mit der allgemeinen Ästhetisierung zusammenhängend: Wie Hörl und Parisi, aber auch viele andere deutlich machen, geht mit der zunehmenden Algorithmisierung auch eine Zunahme des Einsatzes von Sensoren einher. Dies gilt auch für den Bereich des Essens, dessen Geschmack techno-sensorisch erfasst und verarbeitet wird.[37] Es ist sogar gerade diese Zunahme der technischen Sensorik, die die Forderung nach einer Medienästhetik der Nahsinne provoziert, weil sie eine Grundlage der medienwissenschaftlichen Beschäftigung mit solcher Sensorik bietet. Geschmack und damit Essen ist hier ein guter Anlass, um darüber nachzudenken.

LITERATURVERZEICHNIS

Barck, Karlheinz u.a.: »Ästhetik/ästhetisch«, in: Barck, Karlheinz u.a. (Hrsg.): Ästhetische Grundbegriffe, Bd. 1, Stuttgart 2000, S. 308-400.

Bartz, Christina u.a.: »Food – Media – Senses. Preliminary Observation«, in: dies. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023, S. 9-36.

Dollase, Jürgen: »Die Fernsehköche sollten den Löffel beiseite legen«, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 15.11.2013.

Zeitschrift für Medienwissenschaft. Heft 8: Medienästhetik, Jg. 8, 2013

Hahn, Torsten: »Vorbemerkung zu einer Theorie des chinesischen Schnellrestaurants«, in: Pop. Kultur & Kritik, Nr. 20, 2022, S. 93-97.

Hahn, Torsten: »The Restaurant as a Medium (Connect/Disconnect). On Culinary Temples and Porous Spaces«, in: Bartz, Christina u.a. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023, S. 55-66.

Heilmann, Till A. u.a. (Hrsg.): Ambient. Ästhetik des Hintergrunds, Wiesbaden 2018.

Hoffmann, Stefan: »Medienbegriff«, in: Schröter, Jens (Hrsg.): Handbuch Medienwissenschaft, Stuttgart/Weimar 2014, S. 13-20.

37 Vgl. Salter: Sensing Machines, S. 147-161.

Kamper, Dietmar: »Der Januskopf der Medien. Ästhetisierung der Wirklichkeit, Entrüstung der Sinne. Eine metatheoretische Skizze«, in: Rötzer, Florian (Hrsg.): Ästhetik der elektronischen Medien, Frankfurt a.M. 1991, S. 93-99.

Kirchmann, Kay: Verdichtung, Weltverlust, Zeitdruck. Grundzüge einer Theorie der Interdependenzen von Medien, Zeit und Geschwindigkeit im neuzeitlichen Zivilisationsprozeß, Wiesbaden 1998.

Krämer, Sybille: »Was haben die Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun? Zur Einleitung in diesen Band«, in: dies. (Hrsg.): Medien – Computer – Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien, Frankfurt a.M. 1998, S. 9-26.

Krishna, Aradhna u.a.: »Sensory Aspects of Package Design«, in: Journal of Retailing, Jg. 93, Nr. 1, 2017, S. 43-54.

Lang, Johannes: »Naturalness. On the Aesthetics of Ecological Food Cultures«, in: Bartz, Christina u.a. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023, S. 229-243.

Möhring, Maren: Fremdes Essen. Zur Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland, München 2012.

Parisi, Luciana: »Technoecologies of Sensation«, in: Herzogenrath, Bernd (Hrsg.): Deleuze/Guattari & Ecology, Basingstoke 2009, S. 182-199.

Parisi, Luciana/Hörl, Erich: »Was heißt Medienästhetik? Ein Gespräch über algorithmische Ästhetik, automatisches Denken und die postkybernetische Logik der Komputation«, in: Zeitschrift für Medienwissenschaft, »Medienästhetik«, Jg. 8, Nr. 1, 2013, S. 35-51.

Perullo, Nicola: Epistenology. Wine as Experience, New York, NY 2021.

Ruchatz, Jens: »Das Kochbuch als Fotobuch. Theoretische Überlegungen und historiografische Sondierungen«, in: Marburger Jahrbuch für Kunstwissenschaft, Nr. 44, 2017, S. 267-317.

Salter, Chris: Sensing Machines. How Sensors Shape Our Everyday Life, London 2022.

Schnell, Ralf: »Medienästhetik«, in: Schanze, Helmut (Hrsg.): Metzler Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft, Stuttgart/Weimar 2002, S. 207-211.

Schnell, Ralf: Medienästhetik. Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen, Stuttgart/Weimar 2000.

Schröer, Marie: »Picturing Food. Sense and Sensuality of Culinary Content on Social Media«, in: Bartz, Christina u.a. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023, S. 209-228.

Schröter, Jens: »Medienästhetik, Simulation und ›neue Medien‹«, in: Zeitschrift für Medienwissenschaft, »Medienästhetik«, Jg. 8, Nr. 1, 2013, S. 88-100.

Solier, Isabelle de: »TV Dinners: Culinary Television, Education and Distinction«, in: Continuum. Journal of Media & Cultural Studies, Jg. 19, Nr. 4, 2005, S. 465-481.

Spence, Charles: »Multisensory Flavour Perception«, in: Korsmeyer, Carolyn (Hrsg.): The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink [2005], London u.a. 2017, S. 29-36.

The New York Times: »A 22-Course Meal, in 22 Settings 22 – Shanghai's Ultraviolet Restaurant«, https://www.youtube.com/watch?v=q2TPxH42MFw, 14.04.2025.

Welsch, Wolfgang: »Ästhetisierungsprozesse. Phänomene, Unterscheidungen, Perspektiven«, in: Deutsche Zeitschrift für Philosophie, Nr. 41, 1993, S. 7-29.

›MAKING SCENTS‹

DIE NIEDEREN SINNE ZWISCHEN MULTI-SENSORY STORMING UND ODORVEILLANCE

VON STEFAN RIEGER

1. DER RUCH DES RIECHENS

Über die üble Beleumundung des Riechens muss man nicht eigens reden. Die niederen, die sogenannten tierlichen Sinne, hatten in der Pyramide der Wahrnehmungsleistungen einen schlechten Stand und fanden, verglichen mit dem Sehen und Hören, über weite Strecken der Kulturgeschichte kaum Berücksichtigung.[1] Für die Philosophie war der Geruchssinn weitgehend unerheblich und so sind ihre gelegentlichen Bezugnahmen eher kasuistisch geprägt. In einer Welt, die auf hygienische Reinheit setzt und sich mit aller Finesse gegen Gerüche verwahrt, erschöpft sich die Faszination des Riechens vor allem in der Kunst. Ob als Roman (wie im Fall von Patrick Süßkinds *Das Parfüm*) oder als Zukunftsgeschichte (wie im Fall von Kurd Lasswitz' Erzählung *Bis zum Nullpunkt des Seins*), ob als Kunstinstallation (wie in Susanna Hertrichs *Jacobson's Fabulous Olfactometer*) oder als Film (wie im ersten unter der Regie von Valerien Schmidely hergestellten Geruchsfilm *My Dream* aus dem Jahr 1940) werden Geruchswelten verhandelt. Wohlig distanziert ergötzt man sich an vermittelten Gerüchen, um wirkliche Gerüche mittels Wunderbäumen und Geruchsdispensern aus der Welt zu schaffen.

Anekdotisch belangbar sind höchstens Versuche, sie im Reigen einer auf die Totalität der Sinne abgestellten Universalwahrnehmung vorzuführen. In sporadischen Verbauungen wie den Duftorgeln, in Vorrichtungen aus dem Parfümeriewesen oder der Lebensmittelindustrie trifft dieses Begehren einer Sinnesdiversität immer wieder auf Schwierigkeiten im technischen Handling. Als Begehren hält es sich bis zu Vorrichtungen wie dem *Sensorama* von Morton Heilig aus den 1960er Jahren und hinterlässt seine Spuren in den Bemühungen um ein Geruchskino, das auf nur wenige Versuche beschränkt bleiben sollte. Auch filmische Umsetzungen wie in den Filmen *Spy Kids* und *Polyester* und ihre Verwendung von Rubbelkarten zur Freisetzung von Gerüchen blieben Episode – es war dieser Form einer Zukunft des Kinos kein Erfolg beschieden. Anders verhält es sich in virtuellen Realitäten, die im Zuge einer Sinnestotalisierung das Riechen nicht nicht auf ihre Agenda setzen kann. Dort stehen Einsätze zur Disposition, die Fragen der olfaktorischen Authentizität und der Unterstützung des Präsenzerlebens behandeln, die der Vermittlung chemischer Verbindungen sowie der Identifizierung virtueller Geister bis hin zu

1 Zur Kulturgeschichte des Riechens vgl. Rickenbacker: »Sensus animalis? Olfaktorische Grenzziehungen zwischen Tier und Mensch in der Literatur«; sowie übergreifend Corbin: Pesthauch und Blütenduft. Eine Geschichte des Geruchs.

ausgewiesenen gustatorischen Erfahrungen reichen.[2] Neben der Kasuistik solcher Anwendungen sind systematische Bemühungen um andere Interfaces zu verzeichnen – eine Bewegung, die neben dem Olfaktorischen auch das Gustatorische berücksichtigt und dabei, für die Belange einer Kulinarik nicht uninteressant, auch ein veritables *edible interface* verzeichnet.[3]

Riechen wie Schmecken erfahren eine Konjunktur, die neben dem Bemühen um eine Sinneskomplettierung in virtuellen Umgebungen ihre technische Vermittlung und ihre epistemologische Aufmerksamkeit einem ausgesprochen systematischen Interesse an Naturalisierungsgesten verdanken. Diese überschneiden sich mit den Belangen der Kulinari(sti)k auf eine gleichermaßen eigenwillige wie stimmige Weise. Die an vielen Orten zu beobachtende und auch geforderte Rückkehr des Sensorischen, mit denen Menschen ihre Allianz mit dem Computer normalisieren sollen, bleibt beileibe nicht auf Taktilität und Haptik beschränkt – wenngleich entsprechende Offensiven unter Wortfügungen wie *Tangible User Interface* (TUI) massiv betrieben, entsprechend diskutiert und vielerorts zur Akzeptanzförderung eingesetzt werden.[4] Auch und gerade Riechen und Schmecken fügen sich in die neu geschlossene Allianz einer technisch genutzten Naturnähe, die gerade ihre Qualitäten als Nahsinne einzubringen weiß. Oder anders gesagt: Das Olfaktorische wird als ein nicht-traditionelles Medium entdeckt und zu einem solchen erklärt.[5]

Die Liste der Beispiele ist bei aller kasuistischen Zerstreuung solcher Unternehmungen auf die Erschließung alternativer Kommunikationsformen gerichtet, die dabei dem Ambienten Rechnung tragen. Sie fügen sich in eine auch an anderen Stellen zu beobachtende Gesamtgemengelage, die in der Reduktion von Komplexität die Möglichkeit einer möglichst universellen Teilhabe ermöglicht.[6] Kategorien wie die des Selbstverständlichen, des Intuitiven, des Instinktiven, des Außer- oder Vorsprachlichen, des Unterschwelligen und Nebenläufigen sowie des nur mit geringem Aufwand zu Vermittelnden werden zunehmend in Position gebracht, nicht nur um die Teilhabe am technischen Geschehen innerhalb der menschlichen

2 Zu dieser Reihe vgl. Ramic-Brkic/Chalmers: »Virtual Smell: Authentic Smell Diffusion in Virtual Environments«; Baus/Bouchard: »Exposure to an Unpleasant Odour Increases the Sense of Presence in Virtual Reality«; Tijou u.a.: »Using Olfactive Virtual Environments for Learning Organic Molecules«; Ranasinghe u.a.: »Tainted: An Olfaction-Enhanced Game Narrative for Smelling Virtual Ghosts«; sowie Harley u.a.: »Sensory VR: Smelling, Touching, and Eating Virtual Reality«.

3 Dazu Tewell/Ranasinghe: »A Review of Olfactory Display Designs for Virtual Reality Environments«; Vi u.a., »Gustatory Interface: The Challenges of ›How‹ To Stimulate the Sense of Taste«; sowie zur medientheoretischen Rahmung Hüttemann: »Medientheorien kulinarischer Sensorik«.

4 Vgl. dazu Hornecker: »Die Rückkehr des Sensorischen: Tangible Interfaces und Tangible Interaction«.

5 Vgl. dazu Efe: »Using Olfactory Displays as a Nontraditional Interface in Human Computer Interaction«; sowie Emsenhuber: »The Olfactory Medium. Smell in Human-Computer Interaction«.

6 Vgl. dazu Rieger: Reduktion und Teilhabe. Kollaborationen in Mixed Societies.

Nutzer auf möglichst breite Schultern zu verteilen, sondern mit dem Ziel, die Kommunikation von der Ausschließlichkeit des Menschen zu lösen und über die Artengrenzen hinaus auszudehnen. Das Projekt einer *Multi-Species Community* und damit verbunden einer *Multi-Species Awareness* bricht das Primat der *Human-Computer-Interaction* (HCI) und erweitert es systematisch über die Ausschließlichkeit menschlicher Belange hinaus. Im Umfeld eines Bewusstseins auf Formen nichtmenschlicher Interaktion und Kommunikation gelangen die anderen, die vernachlässigten Sinne zur Geltung.[7] Das Riechen wird in zahllosen, auf den ersten Blick beliebig wirkenden Anordnungen verbaut und auf seine Eigenlogik in privaten, in öffentlichen und nicht zuletzt in virtuellen Räumen hin untersucht.[8]

2. OLFACTORY INTERFACES

Als *multisensory storming* wird die Erschließung der Nahsinne kurzerhand zur Zukunftsaufgabe der *Human-Computer-Interaction* erklärt.[9] Wie aber können Riechen und Schmecken in konkrete Interfaces verbaut werden? Augenscheinlich oder, stimmiger, sinnenfällig wird das dort, wo sich die spezifischen Leistungen eines anderen, eines niederen Sinnes den Vorgaben etablierter Vorrichtungen fügen und etwa in Gestalt von *olfactory displays* ihre Umsetzung finden. Unter dieser Bezeichnung versammeln sich jedenfalls Arbeiten, die neben den operativen Details und den damit angestrebten Einzelanliegen zunächst einmal auf die Geschichte des Geruchssinnes eingehen – so etwa die Arbeit von Joseph Nathaniel Kaye *Symbolic Olfactory Display*, die im Vorlauf konkreter Umsetzungen auch die Wissensgeschichte des Riechens nachzeichnet.[10]

Die möglichen Anwendungen des Riechens sind durchaus ambitioniert, sie wollen in die Ordnung des Alltags eingreifen und gestalten. So tritt ein System unter dem multisensorischen Titel *Olfoto* mit dem Anspruch auf, eine individuelle Erinnerungskultur, wie sie im Medium der Fotografie erfolgt, durch Strategien des Riechens gezielt zu unterstützen.[11] Dazu werden den Bildern Gerüche zugewiesen. Die große Nähe des Geruchssinnes zu Emotion und Gedächtnis scheint dabei, wie in den meisten ähnlich gelagerten Arbeiten, doch weitgehend unstrittig, findet sich durch eine oft anekdotische Berichterstattung untermauert und auf die Agenda

7 Vgl. dazu Mancini u.a.: »Re-Centering Multispecies Practices: A Canine Interface for Cancer Detection Dogs«.

8 Vgl. dazu Carter u.a.: »Scent and Space: Navigating Smell Interactions in Public, Private, and Virtual Spaces«.

9 Vgl. zur Formulierung Caon u.a.: »Towards Multisensory Storming«; sowie Obrist u.a., »Sensing the Future of HCI: Touch, Taste, and Smell User Interfaces«.

10 Kaye: Symbolic Olfactory Display; Zur Einbindung in den Alltag von Interfaces vgl. Kaye: »Making Scents: Aromatic Output for HCI«.

11 Damit wird ein Aspekt aufgegriffen, der auch im Rahmen der Datenvisualisierung verhandelt wird. Vgl. dazu Washburn/Jones: »Could Olfactory Displays Improve Data Visualization?«.

künftiger Interfaceforschung gesetzt. »Our sense of smell is very rich, but not often used. It is a powerful alerting mechanism and has strong links to both emotion and memory. These make it an interesting area of study for future user interfaces.«[12] So ausgewiesen das Riechen für die individuelle Erinnerungskultur sein mag, so rar sind kommerzielle Gerätschaften zu ihrer Umsetzung. Gerade die Isolierung, Stabilisierung, Bevorratung sowie die sachgemäße Präsentation von Gerüchen erweisen sich als außerordentlich schwierig. Weil Gerüche schwer zu hegen sind, stellt ihr diffuses Ausbreitungsverhalten ein Problem, zugleich aber auch ein Spezifikum ambienter Medien dar: »One key issue is that smells may diffuse across a room and thus be smelled by many people. This may be beneficial for an ambient display, but problematic for more specific ones.«[13] Wegen der schwer domestizierbaren Flüchtigkeit muss das Ausbreitungsverhalten, also die Weise, wie sich Gerüche in Räumen halten und wie sie etwa durch aufwendige Ventilationssysteme aus ihnen zu entfernen sind, besonders berücksichtigt werden. Mit seinem Eigenzeitverhalten stellt es gerade die Synchronisierung unterschiedlicher Sinnesmodalitäten vor große Herausforderungen.[14]

Wie ein Blick in die Geschichte entsprechender Vorrichtungen schnell deutlich macht, liegt das Hauptaugenmerk für konkrete Verwendungen auf dem, was die Autoren als *notifications* beschreiben – wie eine Vorrichtung von Kaye unter der naheliegenden Bezeichnung *inStink*, die einen entfernten Ort geruchsmäßig evozieren soll.



Figure 36: inStink 1.1: tagged spice jar



Figure 37: inStink 1.0: closeup showing connectors



Figure 38: inStink used a system of airbrushes as output.

Abb. 1: Kaye, Joseph N.: Symbolic Olfactory Display, Master of Science, Massachusetts Institute of Technology, S. 82.

Ein anderes System Kayes koppelt unter dem Titel *Dollars & Scents* die Bewegungen des NASDAQ-Börsenmarkts mittels zweier Gerüche (einer davon ist Minze, für das Steigen, und der andere Zitrone für das Fallen des Index – wobei die Zitrusfrucht einen Rosengeruch zu ersetzen hatte, der wegen einer entsprechenden

12 Vgl. dazu Brewster u.a.: »Olfoto: Designing a Smell-Based Interaction«, S. 653.

13 Brewster u.a.: »Olfoto: Designing a Smell-Based Interaction«, S. 654.

14 Vgl. dazu Murray u.a., »Olfaction-Enhanced Multimedia Synchronization«.

Allergie eines der am MIT Media Lab beschäftigten Mitarbeiter für einen Dauerbetrieb nicht in Betracht kam). Wie sehr sich ein derartiges Indizierungssystem in die Ordnung des Alltags und seiner kommunikativen Gepflogenheiten fügte, zeigten beiläufige Bemerkungen der dort Arbeitenden: »For example people passing and saying ›Smelling of mint today‹.«[15] Andere Systeme wie der *Scent Reminder* sind gekoppelt an Microsoft Outlook und betreiben eine Art wohldosiertes und mit Blick auf andere Wahrnehmungsoptionen kalkuliertes Unterbrechungsmanagement.[16] Ähnlich funktioniert auch ein System namens AROMA (*Ambient awaReness Through Olfaction in a Messaging Application*), ein Akronym, das sich dem Ambienten auch terminologisch verschrieben hat und das ebenfalls im Rahmen von Unterbrechungsstudien die Anschlussfähigkeit an den Büro- oder Berufsalltag zu sichern weiß.[17]

Was als zusätzliche Schwierigkeit für die Geruchscodierung neben praktischen Belangen der Umsetzung, also der Identifizierung, der Beschreibung einzelner Geruchskomponenten und natürlich auch ihrer Dosierung benannt wird, ist das Fehlen einer einheitlichen Nomenklatur – ein Problem, dass das Riechen auch mit dem Bereich des Haptischen teilt.[18] So ist die Benennung von Gerüchen sehr eng angelehnt an konkrete Anwendungsbereiche etwa aus der Genuss- und Lebensmittelbranche oder dem Kosmetik- oder Parfümeriewesen, ohne dass es im Zuge von deren jeweiligen Klassifikationsbemühungen Verbindlichkeiten in der Sprache gibt. Auch sind die in solchen Benachrichtigungssystemen verwendeten Gerüche in der Regel willkürlich ausgewählt und die Selektion selbst bleibt oftmals unbegründet. Zudem erweist sich das Differenzierungsvermögen zwischen einzelnen Sinnen als durchaus problematisch.[19] So wurden Gerüche wie Eukalyptus und Nelke von einigen Probanden als zu ähnlich und damit als verwechslungsanfällig beschrieben.

OLFOTO verlagert das Geschehen von der Ordnung des Büros und den Besonderheiten einer möglichst störungsfreien Benachrichtigungspolitik zur Ordnung des individuellen Erinnerns.[20] Mit diesem Trend folgt es Vorgaben, die als

15 Brewster u.a.: »Olfoto: Designing a Smell-Based Interaction«, S. 655.

16 Zu den Details Arroyo u.a.: »Interruptions as Multimodal Outputs: Which Are the Less Disruptive?«.

17 Bodnar u.a.: »AROMA: Ambient AwaReness Through Olfaction in a Messaging Application«.

18 Zu den Problemen der Verwissenschaftlichung vgl. etwa Wise u.a.: »Quantification of Odor Quality«; Zum fehlenden Vokabular des Fühlens und seiner Kompensation vgl. Obrist u.a.: »Talking About Tactile Experiences«.

19 Zur Standardisierung des Riechens und der Klassifikation einzelner Gerüche vgl. etwa aus der frühen Phase der Geruchsforschung van der Hoeven: »Über ein abweichendes Geruchssystem«.

20 Für den Bereich einer kollektiven Erinnerungsgeruchspolitik, die ihren Ort im Museumsbetrieb hat, verweisen die Autoren auf eine Arbeit, bei der es um die Darstellung von Wikingern im musealen Raum geht. Vgl. dazu Aggleton/Waskett: »The Ability of Odours to Serve as State-Dependent Cues for Real-World Memories: Can Viking Smells Aid the Recall of Viking Experience?«.

Autobiografisierung des Mediengebrauchs verstärkt die Aufmerksamkeit auf sich zieht und zu einer eigenen Richtung im Design Anlass gibt.[21] Die Ausgangslage für OLFOTO zeichnet die Notwendigkeit von Indizierung- und Wiederauffindestrategien vor dem Hintergrund von Bilddatenbanken nach, die im Zuge der digitalen Fotografie aus dem Rahmen geläufiger Bilderverwaltung etwa durch analoge Fotoalben fielen. Für die Organisation großer Mengen von Digitalbildern soll in der Studie daher untersucht werden, inwieweit das Riechen für das Suchen und Wiederauffinden bestimmter Bildinhalte von Nutzen sein könnte. Das vorgeschlagene Verfahren wird dazu mit anderen, bereits auf dem Markt befindlichen Systemen, die ihr Tagging auf der Grundlage von textuellen Hinweisen vornehmen (PhotoFinder, PhotoMesa), in Bezug gesetzt und in ihrer Leistungsfähigkeit verglichen.

Das Geruchs-Tagging, das in einem ersten Schritt visuelle Informationen mit bestimmten Gerüchen verbindet, erfolgt entlang von Listen, die bestimmte Substantive mit spezifischen Qualitäten (Wodka, Baum, Zigaretten) beinhalten. Neben dem Fenster, das die Bilder in einer Überblicksdarstellung anzeigt, stehen zwei weitere Fenster zur Verfügung, die sowohl die Zuweisung von Gerüchen als auch von Textinhalten erlauben. Klickt man auf ein bestimmtes Bild, so wird durch eine entsprechende Vorrichtung (es handelt sich dabei um *smell cubes* von Dale Air und einem RFID-basierten *tag reader*) ein Geruch freigesetzt, der im *tagging mode* vorher zugewiesen wurde. Möglich sind Mehrfachverwendungen desselben Geruchs für unterschiedliche Bilder, auch können die Bilder mit mehr als nur jeweils einem Geruch getaggt werden. Die Zuweisungen selbst sind aufhebbar.

Mit einem durchaus selbstkritischen Blick auf den Status als Pilotstudie gerät in der abschließenden Diskussion die Praktikabilität eines solchen Unterfangens in den Blick. Der grundsätzliche Nutzen steht außer Frage, problematisch sind operative Aspekte wie die Bevorratung und Verfügbarmachung einer hinreichenden Menge von Gerüchen. Was neben Details der Umsetzung zu beobachten ist, sind allerdings auch übergeordnete Fragen, die auf die Integration des Riechens in eine Lebenswelt abzielt, die gerade auf die Absenz von Gerüchen ausgerichtet ist oder anderes gesagt, für die Gerüche und die damit verbundenen Gesten der Naturalisierung alles andere als selbstverständlich sind. Der Anspruch ist hoch und zugleich ambivalent; Er changiert zwischen einer weitgehenden Naturalisierung, die auf das Ambiente des Riechens abzielt und dieses umzusetzen sucht: »We tried to allow users to make a natural mapping between photo and tag. This is difficult as a large number of different smells would be required.«[22] Zum anderen würde sie sich in die Engführung zu arbiträren Zuweisungen begeben: »An alternative would be to use an abstract or semi-abstract mapping. One might tag photos of the beach with chocolate, which has no relevance to the scene, but is easily identified«.[23] Praktikabilität der Umsetzung und ambienter Universalanspruch klaffen dabei auseinander: »This

21 Vgl. dazu etwa Desjardins/Ball: »Revealing Tensions in Autobiographical Design in HCI«.

22 Brewster u.a.: »Olfoto: Designing a Smell-Based Interaction«, S. 661.

23 Ebd.

would remove the emotional link but might still help recall«.[24] Oder anders gesagt: Bei willkürlicher Codierung bliebe die Funktion des Wiederauffindens zwar gewahrt, die emotionale Einbindung aber auf der Strecke.

Ebenfalls auf Kopplung setzt ein Verfahren namens *Clayodor: Retrieving Scents through the Manipulation of Malleable Material*.

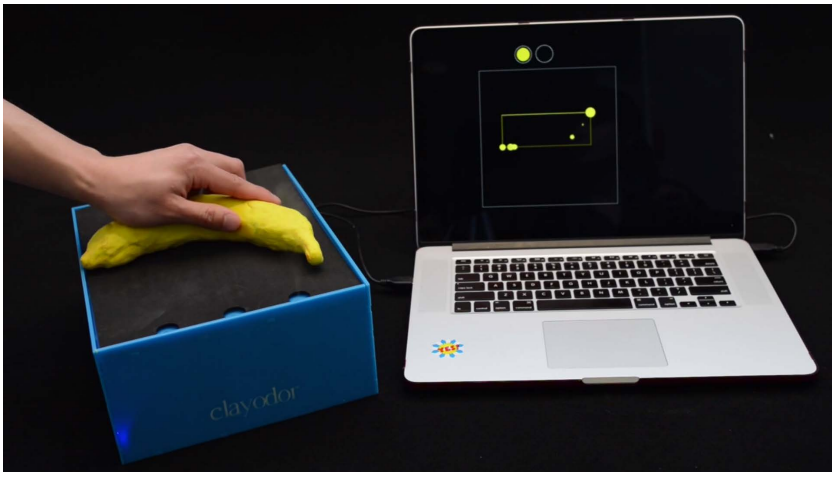


Abb. 2: Kao, Hsin-Liu C. u.a.: »clayodor: Retrieving Scents through the Manipulation of Malleable Material«, TEI 2015, Stanford, CA 2015, S. 699.

Allerdings beschreitet es dazu einen anderen Weg und setzt dazu auf eine bestimmte Praxeologie – auf die des händischen Formens und Verformens. Die Arbeit reiht sich damit ein in andere, stärker in der Tradition verhaftete Bemühungen einer operativen Umsetzung unterschiedlicher Sinnesqualitäten.[25] Das zugehörige Abstract informiert nicht nur über die richtige Aussprache, sondern über die strategische Verbindung von Geruch und händisch vorgenommenem Gestaltwandel. »[C]laydor (\klei-o-dor\) is a clay-like malleable material that changes smell based on user manipulation of its shape. This work explores the tangibility of shape changing materials to capture smell, an ephemeral and intangible sensory input.«[26]

Die Autoren der Arbeit positionieren sich vor dem Hintergrund ähnlich gelagerter Bestrebungen und kommen damit zwangsläufig auch auf Systeme wie das zuletzt geschilderte *Olfoto* zu sprechen – ebenso wie auf kommerzielle Varianten wie *Scentee*, ein Verfahren, das Smartphone-Nachrichten an die Freisetzung bestimmter Gerüche koppelt. In seiner aktuellen Variante firmiert dieses Produkt unter dem Titel *AI diffuser ›Scentee Machina‹* und verspricht, die technischen Bürden der Geruchsbenachrichtigung doch weitgehend überwunden zu haben. Unmerklich, unaufdringlich und leicht zu bedienen lässt es sich in den Alltag integrieren – in

24 Ebd.

25 Vgl. dazu etwa Colter u.a., »SoundFORMS: Manipulating Sound through Touch«.

26 Kao u.a.: »clayodor: Retrieving Scents through the Manipulation of Malleable Material«, S. 697.

einer optischen Schlichtheit, die ein wenig an das reduktionistische Design hochpreisiger Röhrenverstärker aus dem HiFi-Bereich erinnert und das selbstredend mit einer Smartphone-App einfach, weil intuitiv, zu steuern ist.[27]



Abb. 3: Scentee Machina: »IoT Diffuser ›Scentee Machina‹«, https://scentee-machina.com, 24.05.2025.

Vor dem Hintergrund entsprechender Bemühungen und einig in der Anerkenntnis, dass Gerüche die Erinnerungen zu beeinflussen vermögen, geraten die einzelnen Verfahren auf den Prüfstand. Vor allem eine Arbeit von Marianna Obrist dient als Anlass sowohl der Bezugnahme als auch einer signifikanten Absetzungsbewegung. Moniert wird an bestimmten Verfahren, dass sie der Geläufigkeit einer Zuordnung verhaftet bleibt (also das betreibt, was bei *Olfoto* als *semi-abstract mapping* gegenüber dem *natural mapping* beschrieben wurde).[28] Im Selbstverständnis der Clayodor-Betreiber, die sich in der Tradition des vollimmersiven Sensoramas von Morton Heilig aus den 1960er Jahren wissen und mit ihm die intensive Phase der Geruchsforschung beginnen lassen, sei ihr eigenes Verfahren damit radikaler als etwa das Olfoto-System von Brewster, weil es ihnen gelingt, die Arbitrarität der dort vorgenommenen Geruchszuweisung zu umgehen und die Kopplung von Geruch und Form aus zur Verfügung gestellten Schemata zu lösen und zu individualisieren.

> Similarly, Obrist et al. […] has also indicated the evocative quality of scent to connect people to memories and past experiences. However, there is no focus on the power for objects to be used as a symbol in the production or recall of smell. Further, we posit that because smell is a distinctively difficult sense to describe, shaping and molding objects

27 Dazu Scentee Machina: »IoT Diffuser ›Scentee Machina‹«.

28 Als Bezug dient Obrist u.a.: »Opportunities for Odor: Experiences With Smell and Implications for Technology«.

> has potential to forgo the necessity for users to attempt at providing descriptions of smells for recall. On a poetic note, our work explores how shaping materials into symbolic forms serves as triggers to scents that connect people to past experiences.[29]

Argumentiert wird also mit der Macht der persönlichen Objekterfahrung, einer Poesie der Verformung und (einmal mehr) mit einer Umgehung des Problems der als leidig wahrgenommenen Versprachlichung. Die Poesie ihrer Schnittstelle besteht in einem Ausscheren aus abstrakten Zuordnungen der Geruchswelt zu biografisch relevanten und daher individuell erinnerbaren Ereignissen – unter Einschaltung von manipulierbaren Objekten. Im individuellen händischen Objektbezug vollzieht sich mehr als nur eine mnemotechnische Hilfestellung: Das Erinnern mit den formenden Händen wird kurzerhand zu einer nachgerade ästhetischen Praxis erklärt und soll weitreichende Anschlüsse eröffnen. Die Durchführung selbst straft die versprochene Poesie allerdings Lügen, erfolgt sie doch ausgesprochen prosaisch: Mittels eines ton- oder lehmähnlichen Materials können die Benutzer zunächst Gegenstände gestalten und diese auf eine sensitive Oberfläche legen. Diese ist mittels eines *machine-learning algorithm* in der Lage, Formen zu identifizieren und einen entsprechend zugeordneten Geruch freizusetzen – aus einem fixen Repertoire von zur Verfügung gestellten und asservierten Gerüchen, die sich über in Vibration versetzte Bauteile in ihre Umgebung entäußern. In den Beschreibungen, welche Form von Vergangenheitsevozierung damit jeweils umzusetzen ist, kommt es zu einem unfreiwilligen *clash of cultures* in der Begegnung zweier Backwaren. Die Passage der Clayodor-Betreiber handelt von der Beschwörungsmacht eines natürlich von einer Großmutter selbstgebackenen Brötchens (*bun*) – die amerikanische Variante dessen, was Marcel Proust in seinem Roman *Auf der Suche nach der verlorenen Zeit* mittels eines Madelaine-Gebäcks beschreibt und mit der Episode um das geschmacksintensive Gebäck einen Topos der individuellen Erinnerungspolitik in die Welt setzt.[30]

3. SCENTS TO GO

Ohne das olfaktorische Display selbst beim Namen zu nennen, bringen auch andere Systeme verstärkt die Freisetzung von Gerüchen ins Spiel – etwa um das allgemeine Wohlbefinden zu fördern, um bestimmte Gefühlslagen zu stimulieren oder um sehr konkret bei der Bewältigung posttraumatischer Belastungsstörungen zu helfen. Das

29 Kao u.a.: »clayodor: Retrieving Scents through the Manipulation of Malleable Material«, S. 698.

30 Zur nachträglichen Bestätigung durch die Neurowissenschaften (etwa durch den Nobelpreisträger Eric Kandel), welche Geruch und Geschmack als für das Erinnern zentral veranlagen, vgl. Lehrer: Proust Was a Neuroscientist; Zur Referenz an Proust vgl. auch Matsukura u.a.: »Smelling Screen: Development and Evaluation of an Olfactory Display System for Presenting a Virtual Odor Source«; sowie Chu/Downes, »Odour-Evoked Autobiographical Memories: Psychological Investigations of Proustian Phenomena«.

geschieht etwa in Anwendungen, die virtuelle Expositionstherapien mit bestimmten Gerüchen verbinden.[31] Auch für die Unterstützung des persönlichen Wohlbefindens sollen Gerüche förderlich sein – etwa durch ein selbstredend tragbares Verfahren zur Überprüfung (und olfaktorischen Zustellung) von Bioinformationen. Neben der Eigenart des gewählten Sinneskanals, die dabei natürlich im Mittelpunkt steht, wird auch immer wieder das Argument des Unterschwelligen und des Nicht- oder nur Schwer-Wahrnehmbaren bemüht, das mit dem Riechen eine geradezu strategische Allianz zu bilden scheint. Dieses Operieren im Off der Aufmerksamkeit führt in anderen Kontexten zu einer ausgesprochenen Analogie mit einer Geste der akustischen Zurückhaltung, dem Flüstern (*Scent Whisper*).[32] Mit der Tragbarkeit dringt das verhaltene Riechen in Räume vor und erschließt sich damit Anwendungsformen, die Fragen des Designs mit unterschiedlichen Aspekten des Wohlbefindens, der Sozialität und nicht zuletzt der Gesundheit verbinden.[33] Gerüche und Kleider sind operativ verschränkt – und erlauben eine Rekonstruktion, die sich selbst als *A Science Fashion Story* betitelt.[34]



Figure 5: Photographs showing the wireless sensor spider brooch. The brooch was designed by Don Baxendale at CSM. In the lower picture, the cover is removed to show the electronics including HIH-3610 humidity sensor.

Abb. 4: Tillotson, Jenny u.a.: »Scent Whisper«, Vortrag, The Institution of Engineering and Technology Seminar on MEMS Sensors and Actuators 2006, London 2006.

An vielen Orten erfolgt die Einbindung des Riechens auf eine Weise, die sich nicht auf die Erschließung eines prototypischen Möglichkeitsraums beschränkt. So wird

31 Vgl. dazu Xiang u.a.: »Odor Emoticon: An Olfactory Application That Conveys Emotions«; Serrano u.a.: »Virtual Reality and Stimulation of Touch and Smell for Inducing Relaxation: A Randomized Controlled Trial«; Tillotson: »Scentsory Design: A ›Holistic‹ Approach to Fashion as a Vehicle to Deliver Emotional Well-Being«; sowie Aiken/Berry: »Posttraumatic Stress Disorder: Possibilities for Olfaction and Virtual Reality Exposure Therapy«.

32 Vgl. dazu Tillotson u.a.: »Scent Whisper«.

33 Tillotson: »Emotionally Responsive Wearable Technology and Stress Detection for Affective Disorders«.

34 Tillotson: Interactive Olfactory Surfaces. The Wellness Collection – A Science Fashion Story.

unter der essentialistischen Rhetorik von *BioEssence* und *Essence* die Flüchtigkeit des Riechens für unterschiedliche Aspekte der konkreten Lebensführung von Belang – und markiert mit dem Hinweis auf Details ihrer Institutionalisierung den eigenen Ort zwischen Medienkunst, Wissenschaft und Selbsttechnik.[35] Beide Verfahren zielen darauf ab, Vitalparameter am Körper zu erheben und mit der Freisetzung einer überschaubaren Zahl von Gerüchen auf das Wohlbefinden ihrer Träger unmittelbar Einfluss zu nehmen (*BioEssence: A Wearable Olfactory Display that Monitors Cardio-respiratory Information to Support Mental Wellbeing*). Natürlich spielt dabei auch wieder das Argument des Unbewussten eine gewichtige Rolle (*Essence: Olfactory Interfaces for Unconscious Influence of Mood and Cognitive Performance*).

Die Topik der Geruchsverwendung verdichtet sich in einer Reihe von Aspekten, die eine entsprechende Rhetorik nicht müde wird zu betonen. Das Verlassen der Labore als Ort einer ausgewiesenen Einschränkung und das Freisetzen in den Alltag dank der neuen Tragbarkeit werden ebenso Programm wie die Einbindung der Vorrichtungen in die Register des Alltäglichen und Intimen, des Schmuckhaften und dessen, was man vielleicht unter Rückgriff auf entsprechende Beschreibungsangebote aus den zuständigen Segmenten selbst als *aesthetic* oder *cosmetic computing* nennen könnte (oder vielleicht sollte man eher und entgegen der eingespielten Verwendung von einem *personal personal computing* reden): »The main aim of Essence was to fabricate a technology that people could use in their daily life, without the need for medical assistance nor burdensome devices.«[36] Und natürlich ist es wieder die Rhetorik des Saumlosen, das als Naturalisierungsgeste den Anschluss an den Alltag sicherstellen soll. Weil diese Gesten auch hier nicht ohne Anschluss an das semantische Feld des Intuitiven und des Unbewussten auskommen, erfolgt einmal mehr der Hinweis darauf, die Ausrichtung der HCI von ihrer dominanten Vorstellung eines rationalen Bezugs zu lösen. Das Riechen wird nicht nur zum Einfallstor des Unbewussten erklärt, vielmehr wird es zu seiner bevorzugten Sinnesqualität und zu einem privilegierten Medium natürlicher Saumlosigkeit: »A considerable amount of effort in HCI has been directed to make the user experience more seamless, natural and integrated in our physical lives.«[37]

Während bestimmte Systeme dabei in die Ordnung realer Räume eingreifen und dort Interaktionen steuern, zieht das Riechen aber gerade auch in seiner virtuellen Variante viel Aufmerksamkeit auf sich. Die kontrollierte Geruchsverbreitung umfasst spezialistische Aspekte wie die gezielte Berücksichtigung des konkreten

35 Vgl. Amores u.a.: »BioEssence: A Wearable Olfactory Display That Monitors Cardio-Respiratory Information to Support Mental Wellbeing«; sowie Amores Fernandez/Maes: »Essence: Olfactory Interfaces for Unconscious Influence of Mood and Cognitive Performance«.

36 Amores Fernandez/Maes: »Essence: Olfactory Interfaces for Unconscious Influence of Mood and Cognitive Performance«, S. 29.

37 Amores Fernandez/Maes, »Essence: Olfactory Interfaces for Unconscious Influence of Mood and Cognitive Performance«, S. 28.

Airflows.[38] Smelling Screens werden an virtuelle Geruchsquellen geknüpft – etwa mit dem einigermaßen überschaubaren Vorsatz, entlang zweier am Display angebrachter Geruchsquellen etwa den spezifischen Geruch von Kaffee zu exponieren.[39] Anspruchsvoller in Zielsetzung wie auch in der Exposition sind da schon Verfahren, die mittels einer Geruchsprojektion die Räumlichkeit der Geruchsausbreitung stärker berücksichtigen, dabei den Eindruck der Natürlichkeit sichern und sich in der Kopplung mit anderen Sinnesreizen beruhigend auswirken, wie zum Beispiel in *Scentery: A Calming Multisensory Environment By Mixing Virtual Reality, Sound, and Scent*.[40] Über die Lokalisierung einzelner Geruchsquellen hinaus reichen die Anwendungen bis zur Erschließung von komplexen und auch eigens benannten Interaktionsräumen. Um die Notwendigkeit von Gerüchen für den Realismus entsprechender Geruchsszenarien zu beschreiben, wird ein Vergleich bemüht, der den Nagel auf den Kopf der sinnlichen Unvollständigkeit trifft: Ein immersives System ohne Gerüche verhielte sich wie ein Raumanzug ohne Berücksichtigung der Luft, ein Hinweis, der auf eine Arbeit mit dem Titel *SpotScents: A novel method of natural scent delivery using multiple scent projectors* zurückgeht.[41]

4. ODORVEILLANCE

Die natürliche Verkörperung und die technische Reproduktion eines tierlichen Vermögens eröffnen eine Vielzahl von Handlungs- und Bezugsmöglichkeiten – bis hin zu solchen, die sich in Redeweisen wie der von der technischen Organwerdung (*electronic* oder *artificial nose*) niederschlägt.[42] Die Leistungsfähigkeit technischer und natürlicher Medien steht auf dem Prüfstand und erlaubt einmal mehr Beschreibungen, die auf ihre Weise das tierliche Vermögen mit dem Register des Technischen verschränken. »Artificial noses have not come close to the accuracy and versatility demonstrated by our noses, let alone those with more specialized olfactory apparatuses, such as dogs.«[43]

---

38 Matsukura u.a.: »On the Effect of Airflow on Odor Presentation«; Neben Stabilisierung und Kontrolle spielt auch die Wiederholbarkeit eine wichtige Rolle, vgl. dazu Howell u.a.: »A Reproducible Olfactory Display for Exploring Olfaction in Immersive Media Experiences«.

39 Matsukura u.a.: »Smelling Screen: Development and Evaluation of an Olfactory Display System for Presenting a Virtual Odor Source«.

40 Vgl. dazu Luo/Vega: »Scentery: A Calming Multisensory Environment by Mixing Virtual Reality, Sound, and Scent«.

41 Nakaizumi u.a.: »Spotscents: A Novel Method of Natural Scent Delivery Using Multiple Scent Projectors«.

42 Zur technischen Reproduktion des Riechens vgl. Wen u.a.: »The Odor Characterizations and Reproductions in Machine Olfactions: A Review«; Zum Verhältnis tierliches und maschinelles Riechen vgl. Stark u.a.: »Medicine Has Gone to the Dogs: Deep Learning and Robotic Olfaction to Mimic Working Dogs«.

43 Kaye: »Making Scents: Aromatic Output for HCI«, S. 53.

Gerade die zaghaft beginnende Reproduzierbarkeit des Riechens und seine Delegation an Roboter gibt jenseits aller damit verbundenen Naturalisierungsgesten und der Öffnung für artenübergreifende Kooperationen zu Befürchtungen Anlass, die auf die damit verbundenen Möglichkeiten einer sich abzeichnenden Biometrisierung des Riechens zielen. Der olfaktorische Fußabdruck ist so einmalig wie die Muster menschlicher Finger, ein Befund, der in einer Dissertation von Jenny Tillotson eindrucksvoll und für diesen Beitrag nachgerade emblematisch in ein Bild gefasst wird.

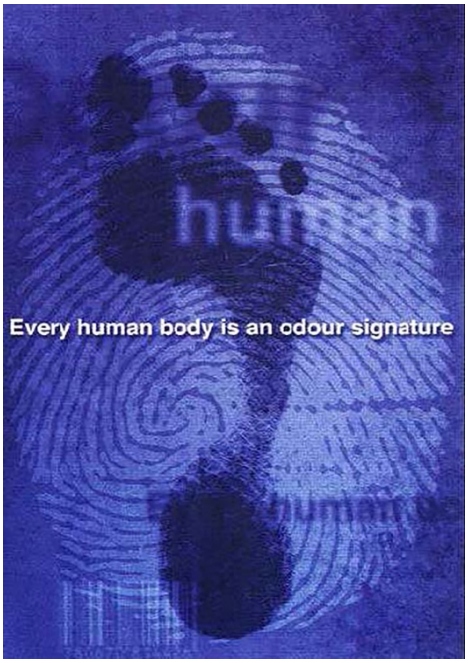


Abb. 5: Tillotson, Jenny: Interactive Olfactory Surfaces. The Wellness Collection - A Science Fashion Story, Royal College of Art 1997 (PhD Thesis), S. 5.

Und weil es zur Formulierung solcher Ängste sowohl entsprechende Theorievorgaben als auch terminologische Versatzstücke gibt, findet das Riechen sogar in die Register einer Foucault geschuldeten *Veillance* Eingang: Das Riechen scheint dabei die Rolle des Sehens zu übernehmen und den Panoptismus des Überwachens in ein anderes Sinnesregister zu überführen. Markant und bezeichnend ist die Formulierung von der *Odorveillance* (und vom *Odorprint*) und einer rhetorischen Frage, die auf die damit verbundenen Risiken und Chancen verweist: »Is this sort of odorveillance really what we want?«[44]

Weil selbstredend niemand die anrüchige Atmosphäre der Überwachung und damit die Übertragung von Jeremy Benthams Panoptismus auf das Riechen gutheißt, bedarf es einer sorgfältigen Kritik, um den naturnahen Sinn und seine ambiente Ausgestaltung nicht zu einem Werkzeug der gefürchteten Repression werden zu lassen. Gerade das robotische Riechen benötigt deshalb eine eigene Ethik und

44 Stark u.a.: »Odorveillance and the Ethics of Robotic Olfaction [Opinion]«, S. 18.

ein verantwortliches Design, das dieser Ethik Rechnung trägt: »Wider implications for privacy and personal security of individuals need to be considered to ensure responsible design and ethical application of robotic olfaction devices and to prevent unauthorized data collection, sharing, and use.«[45] Nicht zuletzt wegen des medizinischen und kommerziellen Potenzials stehen der Geruchsforschung nach einer langen Phase der Vernachlässigung blühende Zeiten ins Haus – so die Prognose aus dem Jahr 2018. Wie ausgereift und damit delegierbar diese Verfahren sind, zeigt *SniffyPlant*, eine riechende Pflanze, in ihrer Interaktion mit Marcello, einem geruchsblinden und daher der Fürsorge bedürftigen Mitbewohner.

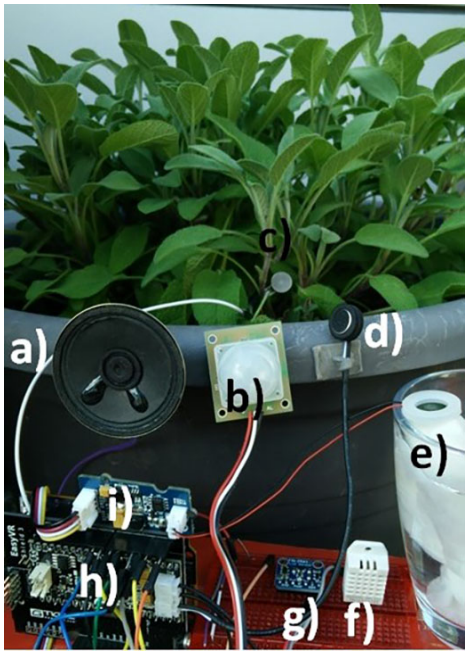


Abb. 6: Angelini, Leonardo u.a.: »Multi-Sensory EmotiPlant: Multimodal Interaction With Augmented Plants«, Ubicomp/ISWC'16 Adjunct, Heidelberg 2016, S. 1007.

> SniffyPlant helps purifying the air from formaldehyde, benzene and trichloroethylene volatile compounds, as a natural property of the spathiphyllum. SniffyPlant sensors able to spot propane gas as well as excesses of CO2 and CO. When Marcello is in the kitchen and SniffyPlant detects abnormal gas concentrations, SniffyPlant starts blinking an LED strip, emitting a bright red light. Marcello can ask to the plant ›What's happening‹ or touch the plant and the SniffyPlant will show a histogram with the different gases concentrations, telling to Marcello ›Cough, Cough! There's too much CO2 in the room!‹[46]

45 Stark u.a.: »Odorveillance and the Ethics of Robotic Olfaction [Opinion]«, S. 18.

46 Angelini u.a.: »Multi-Sensory EmotiPlant: Multimodal Interaction With Augmented Plants«, S. 1007.

LITERATURVERZEICHNIS

Aggleton, John P./Waskett, Louise: »The Ability of Odours to Serve as State-Dependent Cues for Real-World Memories: Can Viking Smells Aid the Recall of Viking Experience?«, in: British Journal of Psychology, Vol. 90, 1999, S. 1-7.

Aiken, Mary P./Berry, Mike J.: »Posttraumatic Stress Disorder: Possibilities for Olfaction and Virtual Reality Exposure Therapy«, in: Virtual Reality, Vol. 19, No. 2, 2015, S. 95-109.

Amores Fernandez, Judith u.a.: »BioEssence: A Wearable Olfactory Display That Monitors Cardio-Respiratory Information to Support Mental Wellbeing«, 40th Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society (EMBC), 2018, S. 5131-5134.

Amores Fernandez, Judith /Maes, Pattie: »Essence: Olfactory Interfaces for Unconscious Influence of Mood and Cognitive Performance«, CHI 2017, Denver, CO 2017, S. 28-34.

Angelini, Leonardo u.a.: »Multi-Sensory EmotiPlant: Multimodal Interaction With Augmented Plants«, UbiComp Adjunct 2016, S. 1001-1009.

Arroyo, Ernesto: »Interruptions as Multimodal Outputs: Which Are the Less Disruptive?«, Vortrag, Proceedings of the Fourth IEEE International Conference on Multimodal Interfaces (ICMI'02), 2002.

Baus, Oliver/Bouchard, Stéphane: »Exposure to an Unpleasant Odour Increases the Sense of Presence in Virtual Reality«, Virtual Reality, Vol. 21, No. 2, 2017, S. 59-74.

Bodnar, Adam u.a.: »AROMA: Ambient AwaReness Through Olfaction in a Messaging Application«, Vortrag, ICMI '04 Proceedings of the 6th international conference on Multimodal interfaces, State College, PA 2004.

Brewster, Stephen u.a.: »Olfoto: Designing a Smell-Based Interaction«, in: CHI 2006, S. 653-662.

Caon, Maurizio u.a.: »Towards Multisensory Storming«, in: Conference on Designing Interactive Systems (Companion Volume), 2018, S. 213-218.

Carter, Anna u.a.: »Scent and Space: Navigating Smell Interactions in Public, Private, and Virtual Spaces«, in: Interaction, Vol. 31, No. 6, 2024, S. 38-43.

Chu, Simon/Downes, John J.: »Odour-Evoked Autobiographical Memories: Psychological Investigations of Proustian Phenomena«, in: Chemical Senses, Vol. 25, No. 1, 2000, S. 111-116.

Colter, Aubrey u.a.: »SoundFORMS: Manipulating Sound Through Touch«, Vortrag, CHI'16 Extended Abstracts, San Jose, CA 2016.

Corbin, Alain: Pesthauch und Blütenduft. Eine Geschichte des Geruchs, Fischer: Frankfurt a.M. 1990.

Desjardins, Audrey/Ball, Aubree: »Revealing Tensions in Autobiographical Design in HCI«, in: Conference on Designing Interactive Systems 2018, S. 753-764.

Efe, Alper: »Using Olfactory Displays as a Nontraditional Interface in Human Computer Interaction«, in: Journal of Learning and Teaching in Digital Age, Vol. 2, No. 2, 2017, S. 14-25.

Emsenhuber, Bernadette: »The Olfactory Medium. Smell in Human-Computer Interaction«, in: Science, Technology & Innovation Studies Vol. 7, No. 1, 2011, S. 47-64.

Harley, Daniel u.a.: »Sensory VR: Smelling, Touching, and Eating Virtual Reality«, TEI ,18: Proceedings of the Twelfth International Conference on Tangible, Embedded, and Embodied Interaction, 2018, S. 386-397.

van der Hoeven, Leonhard J.: »Über ein abweichendes Geruchssystem«, in: Zeitschrift für Sinnesphysiologie, Jg. 42, 1908, S. 210-223.

Hornecker, Eva: »Die Rückkehr des Sensorischen: Tangible Interfaces und Tangible Interaction«, in: Hellige, Hans Dieter (Hrsg.): Mensch-Computer-Interface. Zur Geschichte und Zukunft der Computerbedienung. Bielefeld 2008, S. 235-256.

Howell, Michael J. u.a.: »A Reproducible Olfactory Display for Exploring Olfaction in Immersive Media Experiences«, Multimedia Tools Appl., Vol. 75, No. 20, 2016, S. 12311-12330.

Hüttemann, Felix: »Medientheorien kulinarischer Sensorik«, in: Ernst, Christoph u.a. (Hrsg.): Handbuch Medientheorien im 21. Jahrhundert, Wiesbaden 2025.

Kao, Hsin-Liu C. u.a.: »clayodor: Retrieving Scents through the Manipulation of Malleable Material«, TEI 2015, Stanford, CA 2015, S. 697-702.

Kaye, Joseph: »Making Scents: Aromatic Output for HCI«, in: Interactions, Vol. 11, No. 1, 2004, S. 48-61.

Kaye, Joseph N.: Symbolic Olfactory Display, Massachusetts Institute of Technology 2001 (MA).

Lehrer, Jonah: Proust Was a Neuroscientist, Boston, MA/New York, NY 2007.

Luo, Elle/Vega, Katia: »Scentery: A Calming Multisensory Environment by Mixing Virtual Reality, Sound, and Scent«, MobileHCI, 18 Adjunct, Barcelona 2018, S. 158-165.

Mancini, Clara u.a.: »Re-Centering Multispecies Practices: A Canine Interface for Cancer Detection Dogs«, Vortrag, CHI 2015, Seoul 2015.

Matsukura, Haruka u.a.: »Smelling Screen: Development and Evaluation of an Olfactory Display System for Presenting a Virtual Odor Source«, in: IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics, Vol. 19, No. 4, 2013, S. 606-615.

Matsukura, Haruka u.a.: »On the Effect of Airflow on Odor Presentation«, Vortrag, IEEE Virtual Reality 2010 20 - 24 March, Waltham, MA 2010.

Murray, Niall u.a.: »Olfaction-Enhanced Multimedia Synchronization«, in: Montagud, Mario u.a. (Hrsg.): MediaSync. Handbook on Multimedia Synchronization, Cham 2018, S. 319-356.

Nakaizumi, Fumitaka u.a.: »Spotscents: A Novel Method of Natural Scent Delivery Using Multiple Scent Projectors«, IEEE Virtual Reality 2006, Alexandria, VA 2006, S. 213-218.

Obrist, Marianna u.a.: »Sensing the Future of HCI: Touch, Taste, and Smell User Interfaces«, in: Interactions, Vol. 23, No. 5, 2016, S. 40-49.

Obrist, Marianna u.a.: »Opportunities for Odor: Experiences with Smell and Implications for Technology«, Vortrag, CHI 2014, Toronto 2014.

Obrist, Marianna/Seah, Sue Ann/Subramanian, Sriram: »Talking about Tactile Experiences«, CHI 2013, April 27–May 2, 2013, Paris, S. 1659-1668.

Ramic-Brkic, Belma/Chalmers, Alan: »Virtual smell: Authentic Smell Diffusion in Virtual Environments«, Vortrag, AFRIGRAPH, 10 Proceedings of the 7th International Conference on Computer Graphics, Virtual Reality, Visualisation and Interaction in Africa, Franschhoek 2010.

Ranasinghe, Nimesha u.a.: »Tainted: An Olfaction-Enhanced Game Narrative for Smelling Virtual Ghosts«, in: International Journal of Human-Computer Studies, Vol. 125, 2019, S. 7-18.

Rickenbacker, Sergej: »Sensus animalis? Olfaktorische Grenzziehungen zwischen Tier und Mensch in der Literatur«, in: Museum Jean Tinguely (Hrsg.): Belle Haleine. Der Duft der Künste, Heidelberg 2016, S. 88-95.

Rieger, Stefan: Reduktion und Teilhabe. Kollaborationen in Mixed Societies, Berlin 2022.

Scentee Machina: »IoT Diffuser ›Scentee Machina‹, https://scentee-machina.com, 24.05.2025.

Serrano, Berenice u.a.: »Virtual Reality and Stimulation of Touch and Smell for Inducing Relaxation: A Randomized Controlled Trial«, Computers in Human Behavior, Vol. 55, 2016, S. 1-8.

Stark, Emily u.a.: »Medicine Has Gone to the Dogs: Deep Learning and Robotic Olfaction to Mimic Working Dogs«, IEEE Technology and Society Magazine, Vol. 37, No. 4, 2018, S. 55-60.

Stark, Emily u.a.: »Odorveillance and the Ethics of Robotic Olfaction [Opinion]«, in: IEEE Technology and Society Magazine, Vol. 37, No. 4, 2018, S. 16-19.

Tijou, Angèle u.a.: »Using Olfactive Virtual Environments for Learning Organic Molecules«, in: Pan, Zhigeng u.a. (Hrsg.): Technologies for E-Learning and Digital Entertainment. First International Conference, Edutainment 2006, Hangzhou 2006. Proceedings, Berlin u.a. 2006, S. 1223-1233.

Tillotson, Jenny: »Emotionally Responsive Wearable Technology and Stress Detection for Affective Disorders«, in: Psychiatria Danubina, Vol. 29, No. 3, 2017, S. 604-606.

Tillotson, Jenny: »Scentsory Design: A ›Holistic‹ Approach to Fashion as a Vehicle to Deliver Emotional Well-Being«, in: Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process and the Fashion Industry BERG, Vol. 1, No. 1, 2009, S. 33-62.

Tillotson, Jenny: Interactive Olfactory Surfaces. The Wellness Collection – A Science Fashion Story, Royal College of Art 1997 (PhD Thesis).

Tillotson, Jenny u.a.: »Scent Whisper«, Vortrag, IET Seminar on MEMS Sensors and Actuators, Stevenage 2006.

Tewell, Jordan/Ranasinghe, Nimesha: »A Review of Olfactory Display Designs for Virtual Reality Environments«, ACM Computing Surveys, Vol. 56, No. 11, 2024, Article 276.

Vi, Chi T. u.a.: »Gustatory Interface: The Challenges of ›How‹ to Stimulate the Sense of Taste«, MHFI'17, Glasgow 2017, S. 29-33.

Washburn, Donald A./Jones, Lauriann M.: »Could Olfactory Displays Improve Data Visualization?«, in: Computer in Science & Engineering, Vol. 6, No. 6, 2004, S. 80-83.

Wen, Tengteng u.a.: »The Odor Characterizations and Reproductions in Machine Olfactions: A Review«, in: Sensors, Vol. 18, No. 7, 2018, S. 23-29.

Wise, Paul M. u.a.: »Quantification of Odor Quality«, in: Chemical Senses, Vol. 25, 2000, S. 429-443.

Xiang, Wei u.a.: »Odor Emoticon: An Olfactory Application That Conveys Emotions«, in: International Journal of Human Computer Studies, Vol. 91, 2016, S. 52-61.

VON ANDRÉ JULLIEN ZUM CHATGPT WINE TASTING EVALUATOR

EINE GESCHICHTE DER WEINREZENSIONEN

VON CHRISTOPH RAFFELT

1. SINN UND SINNLICHKEIT

Es war in den letzten Wochen des Jahres 2021 als ich meinen kompletten Geruchs- und Geschmackssinn verloren habe. Der Grund dafür – man kann es sich denken – war eine COVID-Infektion. Nun gehöre ich zu jenen Menschen, deren Geruchs- und Geschmacksvermögen essenziell ist, um ihren Beruf ausüben zu können. Ähnlich wie Köche oder Sommeliers, muss ich riechen und schmecken können, um das zu beschreiben, womit ich mich tagtäglich auseinandersetze.

Als ich die Einladung erhielt, an dieser Stelle aus der Perspektive eines Weinjournalisten über die Verbindung von gustatorischen und olfaktorischen Erfahrungen mit artifizieller Intelligenz zu schreiben, musste ich an diese Phase meiner professionellen Tätigkeit zurückdenken. Einerseits fehlte mir das sensorische Vermögen, die Fähigkeit im Prozess des Verkostens einen Wein in seiner Eigenheit wahrzunehmen und einzuordnen und ich war zurückgeworfen auf das Wissen, das ich über die Jahrzehnte aufgebaut und memoriert hatte. Andererseits war es, schon aus dieser Not heraus geboren, der Zeitpunkt, an dem ich anfing, mich mit den Möglichkeiten und Grenzen von KI für den Weinjournalismus zu beschäftigen und auszuloten, inwieweit mir KI in der Beschreibung von Weinen behilflich sein könnte. Nun hat die Beschreibung eines Genussmittels ja tatsächlich viel mit dem Genuss selbst und also mit einer gewissen Sinnlichkeit zu tun. Macht es da Sinn, eine künstliche Intelligenz zu nutzen, um das Sinnliche mithilfe von Daten zu überbrücken, um zu einer distanzierten Einschätzung zu kommen oder die Sinnlichkeit, den Genuss von einer kühlen Maschine vortäuschen zu lassen? Um zur Sinnhaftigkeit einer KI-basierten Weinbeschreibung zu gelangen, werfe ich im Folgenden einen Blick auf die Geschichte der Weinrezensionen. Dass Wein im Laufe der Zeit in unzähligen Gedichten besungen wurde – man denke nur an Alkaios von Lesbos mit seinem Lobgesang »οἶνος […] καὶ ἀλάθεα«, der in der lateinischen Übersetzung »in vino veritas« unsterblich geworden ist[1] – steht außer Frage. Doch wann hat man angefangen, das Wesen des Weines in einer Form zu beschreiben, die die Sinneseindrücke mit Fragen nach Herkunft, Machart oder auch Rebsorten in Verbindung bringt? Wann hat das Wechselspiel zwischen Grundwissen zur Weinerzeugung und -herkunft, Praktiken des Verkostens, der sinnlichen Wahrnehmungsschulung begonnen, und wie hat sich damit das Sprechen und Schreiben über Wein

1 Wiktionary: »in vino veritas«.

verändert, und wie könnte es sich mit KI weiterentwickeln? Um auf die Anfänge dessen zu schauen, blicken wir zurück ins beginnende 19. Jahrhundert.

2. DIE ANFÄNGE DER WEINREZENSION

Begründet wurde die Gattung der Weinrezension und damit einhergehend die Klassifizierung von Wein von einem Franzosen: Der Pariser Weinhändler André Jullien veröffentlicht 1816 die *Topographie de tous les vignobles connus*. In diesem über 600 Seiten langen Buch beschreibt Jullien den Weinbau in Frankreich, aber auch weltweit. Es enthält Kapitel zu Westfalen, zu Dänemark, Schweden und Polen, Russland, Arabien, China und Japan – allesamt Länder, die Jullien selbst bereist hatte. Darüber hinaus verdanken wir ihm ein fünfseitiges *Vocabulaire*, in dem er Begriffe benennt, mit denen er Weintypen und Qualitäten umschreibt. Schon acht Jahre später wurde dieses bahnbrechende und in seinem Umfang bis heute nicht übertroffene Werk ins Englische übersetzt. Die Innovationskraft von Julliens Werk kontextualisiert die *Master of Wine* Rebecca Gibb in ihrem Artikel für *The Birth of the Wine Connoisseur* wie folgt: »In der Zeit vor seiner Veröffentlichung hatte sich die Weinliteratur auf die medizinischen Vorzüge bestimmter Weine, auf die Weinbereitungsverfahren in der jeweiligen Region des Autors oder auf die Vorzüge der Weine des antiken Griechenlands und Roms konzentriert […]«.[2] Wein wurde über lange Zeit weniger als Genussmittel, denn als tonisches Stärkungsmittel wahrgenommen. Man wusste zwar um die besten Weinregionen und auch um Weinlagen und hat die Vorzüge guter Weine durchaus gepriesen, darüber aber keine Abhandlungen verfasst. Dies änderte sich erst mit der Veränderung der Gastronomie vornehmlich in Paris, später aber auch in London. Innerhalb dreier Jahrzehnte stieg die Menge an Pariser Restaurants von 100 bis auf 3.000 in Jahr 1820[3], was dazu führte, dass Leitfäden und Restaurantführer wie die von Grimod de La Reynière populär wurden. Damit einher gingen gastrophilosophische Betrachtungen wie die von Jean Anthelme Brillat-Savarin. Mit dem immer größer werdenden Angebot an Speisen, stieg auch das der verfügbaren Weine, was eine neuartige Auseinandersetzung mit den Erzeugnissen erforderte.

Wie wegweisend Julliens Einschätzungen waren, kann man anhand zweier Beispiele belegen. Das Buch wurde 39 Jahre vor der *Classification officielle des vins de Bordeaux de 1855* veröffentlicht[4], die der damalige französische König Napoléon III. anlässlich der bevorstehenden Weltausstellung in Paris in Auftrag gegeben hatte, um die seinerzeit berühmtesten und exportstärksten Weine Frankreichs zu würdigen und in eine Reihenfolge ihrer Exzellenz zu stellen. Jullien benannte *Château Lafitte* (heute Lafite-Rothschild), *Latour*, *Margaux* und *Haut-Brion* als die vier

2 Gibb: »The Birth of the Wine Connoisseur«.

3 Ebd.

4 Wikipedia: »Classification officielle des vins de Bordeaux de 1855«.

Châteaux, die er in Bordeaux in die oberste Kategorie der *Première Classe* zählte. Die *Klassifikation von 1855* kam zu demselben Schluss.

> Le CHATEAU-MARGAUX […] fournit des vins très-riches en sève et en bouquet, d'une finesse extrême, soyeux et très-délicats.
>
> Le CHATEAU-LAFITTE […] donne des vins très-fins, très soyeux, pleins de sève et de bouquet.
>
> Le CHATEAU-LATOUR […] produit […] de vins pourvus de sève et de bouquet ; ils ont plus de corps et d'étoffe que ceux du Chateau-Lafitte; mais ils sont moins soyeux et ont besoin d'être gardés
>
> Le CHATEAU-HAUT-BRION […] fait des vins qui se distinguent par une couleur vive et brillante, un charmant bouquet, beaucoup de vivacité et de chaleur, mais moins de moelleux que les précédents; ils ont ordinairement besoin d'être gardés en tonneaux pendant six ou sept ans, tan-dis que ceux du Château-Margaux et du Château-Laffitte sont mûrs au bout de cinq ans.[5]

Jullien beschreibt die Weine in ihrem Charakter und stellt Vergleiche an. Dies ist ein Novum und ist umso beeindruckender, als dass diese Charaktere und Vergleiche bis heute durchaus stimmig sind und das, obwohl sich die genutzten Rebsorten und natürlich auch die Ausbaumethoden der einzelnen Weingüter in den letzten 200 Jahren fundamental geändert haben. Lediglich die Herkunft, das sogenannte *terroir,* ist im Wesentlichen gleichgeblieben. Mit diesem Werk hat Jullien die Grundlage eines neuen Genres erschaffen, das Lesern (vor allem aus der gebildeten und finanzstarken Oberschicht) eine vorher nie dagewesene Orientierungshilfe und einen Einkaufsführer bot, der erst sehr viel später sein modernes Äquivalent in Robert Parkers *The Wine Advocate*[6] finden sollte.

Jullien beließ es nicht bei dem Verfassen des *Topographie de tous les vignobles connus,* sondern schrieb noch zwei weitere Werke: Das *Manuel du sommelier ou Instruction pratique sur la manière de Soignier les Vins* im Jahr 1817 sowie *Appareils perfectionnés propres à transvaser les vins et autres liqueurs avec ou sans communication avec l'air extérieur* in 1832, das wenig später als *Der Erfahrene Weinkellermeister: Enthaltend Gründliche Belehrungen Über die Bereitung des Weines, Nebst Anweisung, die Weine zu Bearbeiten und im Keller zu Behandeln, Stets zu Prüfen, zu Versenden, Sie Aufzufüllen und Abzuziehen, zu Verschneiden, zu Kräftigen, zu Schönen* ins Deutsche übersetzt wurde. Letzteres geschah noch ohne das chemische Wissen, wie Wein überhaupt entstehen kann.

> Die Bedeutung der ›kugeligen Gebilde im Trub vergorener Flüssigkeiten‹ erkannte erst der Apotheker und Fabrikant Christian Erxleben,

5 Jullien: Topographie de tous les vignobles connus.

6 Parker: »Robert M. Parker, Jr.«.

> und seine Erkenntnis wurde 1837 unterstützt durch die Aussagen von drei weiteren Forschern. […] Eine wichtige Rolle spielte auch Louis Pasteur, der in seiner Heimat Arbois im Jura die Weinwerdung der *Vins Jaunes* über Jahre hinweg intensiv verfolgte und sie in seinen *Études sur le vin* in Buchform goss. Er konnte neben der Umwandlung des Zuckers in Alkohol auch die Umwandlung der Apfelsäure in Milchsäure mit Hilfe von Milchsäurebakterien nachweisen – die malolaktische Gärung.[7]

André Jullien folgten der britische Journalist Cyrus Redding mit *A History and Description of Modern Wines* aus dem Jahr 1833, sowie der Schotte James Busby, der ebenfalls im Jahr 1833 die Abhandlung *Journal of a Tour Through Some of the Vineyards of Spain and France* veröffentlichte. Der Weinbauspezialist, der als Gründungsvater des neuseeländischen und australischen Weinbaus gilt, war von Australien aus noch einmal nach Frankreich und Spanien zurückgekehrt, um 570 unterschiedliche Stecklinge zu sammeln – darunter auch die rote Rebsorte Syrah, die die Basis des Erfolgs des australischen Weinbaus werden sollte. Während seiner Reisen durch die Weinbaugebiete ließ er seine Gedanken zum Wein, dessen Ausprägungen und Anbauformen in schriftlicher Form Revue passieren.

3. DIE PROFESSIONALISIERUNG DER WEINBEWERTUNG

In den folgenden hundert Jahren waren es abermals vor allem Männer der britischen Oberschicht, die sich der Weinbeschreibung widmeten. So zum Beispiel André Simons *Wine and Spirits: The Connoisseur's Textbook* im Jahr 1919, ein Nachschlagewerk und Leitfaden für alles, was mit Alkohol zu tun hat, einschließlich praktischer Ratschläge für den Kauf, die Lagerung und den Ausschank von Wein.

Um den Weinhandel in England weiter zu professionalisieren, wurde mit dem *Master of Wine* die Weinkennerschaft erstmals in ein System gegossen. Angeboten wird die Qualifikation vom 1953 gegründeten *Institute of Masters of Wine*, einer Non-Profit-Organisation mit Sitz in London, dessen Träger heute *The Wine & Spirit Education Trust (WSET)* ist. Das Institut wurde gegründet, um Mitarbeitern im britischen Weinhandel eine fachliche Zusatzausbildung und eine offizielle Qualifikation zu bieten. In den ersten 30 Jahren seines Bestehens waren die Prüfungen den britischen *traders in wine*, also Weinhändlern (und vom Institut genauer definiert als Importeure, Groß- und Einzelhändler) vorbehalten. Seit den 1980er Jahren dürfen auch Weinautoren und Sommeliers daran teilnehmen, seit 1987 auch Kandidaten, die nicht in Großbritannien ansässig sind. Auf dem Weg zum *Master of Wine* sind insgesamt vier Stufen der Qualifizierung zu überwinden und gerade die letzte zum eigentlichen *Master of Wine* erfordert mehrere Jahre Vorbereitung, Reisen in alle wesentlichen Weinbaugebiete dieser Welt, Jahre an Verkostungstraining und entsprechend hohen monetären und zeitlichen Einsatz, sodass es aktuell weltweit 418 Personen dieser Qualifikation gibt.

7 Raffelt: »Die große Transformation«, S. 66.

4. DIE CHEMISCHE ZUSAMMENSETZUNG DES WEINES UND SEINE UMSETZUNG IN SPRACHE

92 **Die WSET®-Methode des Systematischen** Verkostens

WSET® Level 3 Systematisches Verkosten (Advanced)

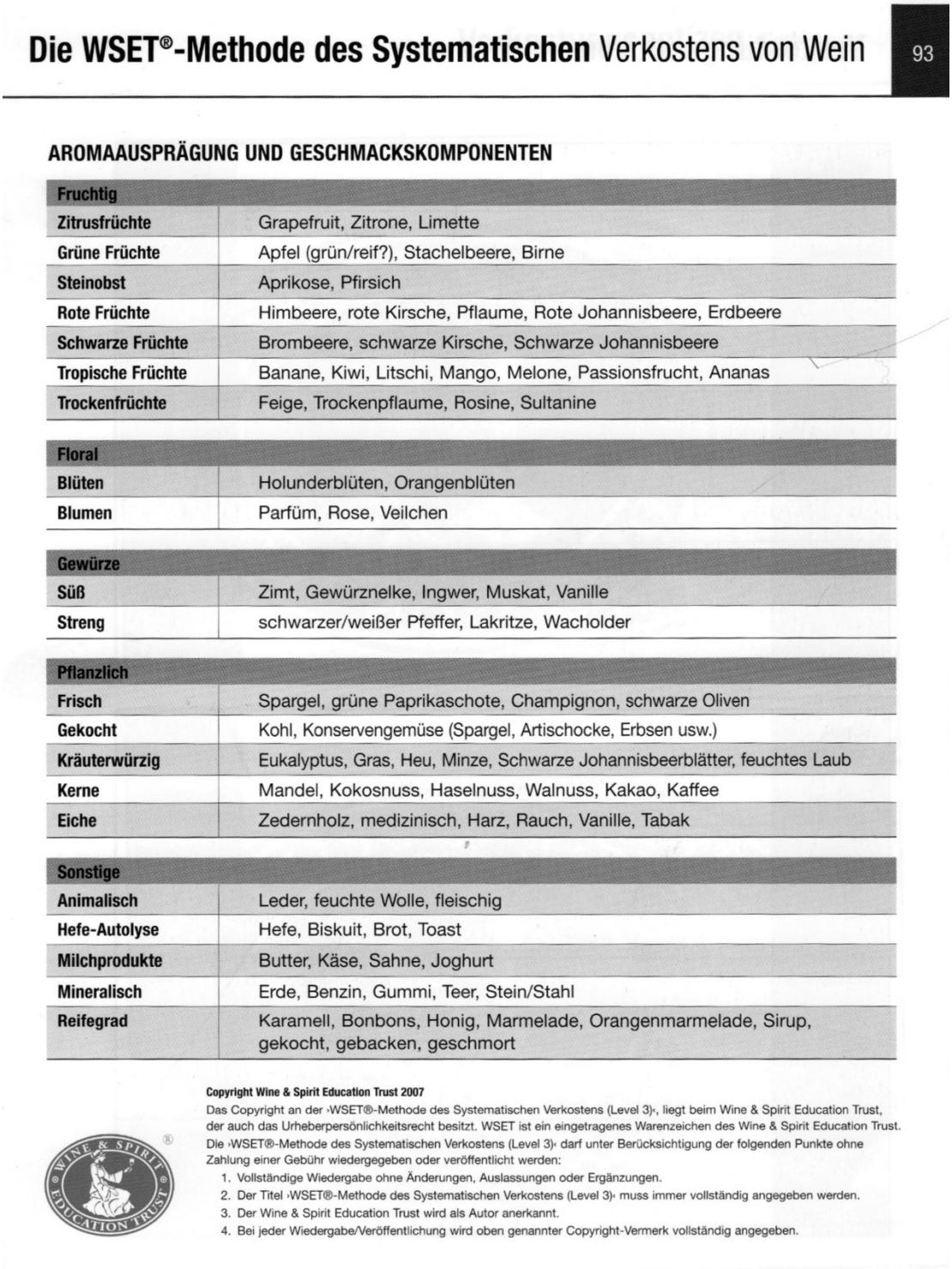
Optischer Eindruck	
Klarheit	klar – trüb
Intensität	wasserklar – blass – mittel – tief – undurchsichtig
Farbton weiß: rosé: rot:	farblos – gelbgrün – zitronengelb – goldgelb – bernsteingelb – braun hellrosa – lachsfarben – orange purpurrot – rubinrot – granatrot – braunrot – braun
Andere Beobachtungen	z.B. Rand- und Kernzone, Schlieren/Tränen, Depot, Perlage, Farbabstufungen/Reflexe

Geruch	
Reintönigkeit	sauber – unsauber (*Fehler: oxidiert - verdorben - Korkengeschmack - andere*)
Intensität	verhalten – mittel (-) – mittel – mittel (+) – ausgeprägt
Entwicklungsstadium	jugendlich – entwickelt – gereift – müde/Höhepunkt überschritten absichtlich oxidiert?
Aromaausprägung	fruchtig – floral – würzig – pflanzlich – Eichennote – andere

Geschmack	
Süße	trocken – halbtrocken (-) – halbtrocken (+) – mittel – mittelsüß- süß – üppig
Säure	gering – mittel (-) – mittel – mittel (+) – hoch
Tanningehalt	gering – mittel (-) – mittel – mittel (+) – hoch
Alkoholgehalt	gering – mittel (-) – mittel – mittel (+) – hoch Aufgespritet: (niedriges/mittleres/hohes Level)
Körper	leicht – mittel (-) – mittel – mittel (+) – voll
Mousse	fein – cremig – aggressiv
Geschmacksintensität	leicht – mittel (-) – mittel – mittel (+) – ausgeprägt
Geschmackskategorien	fruchtig – floral – würzig – pflanzlich – Eiche – sonstiges
Abgang	kurz – mittel (-) – mittel – mittel (+) – lang

Gesamteindruck	
Qualität	schwach – durchschnittlich – gut – hervorragend
Preiskategorie	sehr günstig – mittlerer Preis – hoher Preis – Premium
Trinkreife	braucht noch Zeit – trinkbereit mit Reifepotenzial – auf dem Höhepunkt/bald trinken – müde/Höhepunkt überschritten

Copyright Wine & Spirit Education Trust 2007
Das Copyright an der ›WSET®-Methode des Systematischen Verkostens (Level 3)‹, liegt beim Wine & Spirit Education Trust, der auch das Urheberpersönlichkeitsrecht besitzt. WSET ist ein eingetragenes Warenzeichen des Wine & Spirit Education Trust.
Die ›WSET®-Methode des Systematischen Verkostens (Level 3)‹ darf unter Berücksichtigung der folgenden Punkte ohne Zahlung einer Gebühr wiedergegeben oder veröffentlicht werden:
1. Vollständige Wiedergabe ohne Änderungen, Auslassungen oder Ergänzungen.
2. Der Titel ›WSET®-Methode des Systematischen Verkostens (Level 3)‹ muss immer vollständig angegeben werden.
3. Der Wine & Spirit Education Trust wird als Autor anerkannt.
4. Bei jeder Wiedergabe/Veröffentlichung wird oben genannter Copyright-Vermerk vollständig angegeben.



Die WSET®-Methode des Systematischen Verkostens von Wein 93

AROMAAUSPRÄGUNG UND GESCHMACKSKOMPONENTEN

Fruchtig	
Zitrusfrüchte	Grapefruit, Zitrone, Limette
Grüne Früchte	Apfel (grün/reif?), Stachelbeere, Birne
Steinobst	Aprikose, Pfirsich
Rote Früchte	Himbeere, rote Kirsche, Pflaume, Rote Johannisbeere, Erdbeere
Schwarze Früchte	Brombeere, schwarze Kirsche, Schwarze Johannisbeere
Tropische Früchte	Banane, Kiwi, Litschi, Mango, Melone, Passionsfrucht, Ananas
Trockenfrüchte	Feige, Trockenpflaume, Rosine, Sultanine
Floral	
Blüten	Holunderblüten, Orangenblüten
Blumen	Parfüm, Rose, Veilchen
Gewürze	
Süß	Zimt, Gewürznelke, Ingwer, Muskat, Vanille
Streng	schwarzer/weißer Pfeffer, Lakritze, Wacholder
Pflanzlich	
Frisch	Spargel, grüne Paprikaschote, Champignon, schwarze Oliven
Gekocht	Kohl, Konservengemüse (Spargel, Artischocke, Erbsen usw.)
Kräuterwürzig	Eukalyptus, Gras, Heu, Minze, Schwarze Johannisbeerblätter, feuchtes Laub
Kerne	Mandel, Kokosnuss, Haselnuss, Walnuss, Kakao, Kaffee
Eiche	Zedernholz, medizinisch, Harz, Rauch, Vanille, Tabak
Sonstige	
Animalisch	Leder, feuchte Wolle, fleischig
Hefe-Autolyse	Hefe, Biskuit, Brot, Toast
Milchprodukte	Butter, Käse, Sahne, Joghurt
Mineralisch	Erde, Benzin, Gummi, Teer, Stein/Stahl
Reifegrad	Karamell, Bonbons, Honig, Marmelade, Orangenmarmelade, Sirup, gekocht, gebacken, geschmort

Copyright Wine & Spirit Education Trust 2007
Das Copyright an der ›WSET®-Methode des Systematischen Verkostens (Level 3)‹, liegt beim Wine & Spirit Education Trust, der auch das Urheberpersönlichkeitsrecht besitzt. WSET ist ein eingetragenes Warenzeichen des Wine & Spirit Education Trust. Die ›WSET®-Methode des Systematischen Verkostens (Level 3)‹ darf unter Berücksichtigung der folgenden Punkte ohne Zahlung einer Gebühr wiedergegeben oder veröffentlicht werden:
1. Vollständige Wiedergabe ohne Änderungen, Auslassungen oder Ergänzungen.
2. Der Titel ›WSET®-Methode des Systematischen Verkostens (Level 3)‹ muss immer vollständig angegeben werden.
3. Der Wine & Spirit Education Trust wird als Autor anerkannt.
4. Bei jeder Wiedergabe/Veröffentlichung wird oben genannter Copyright-Vermerk vollständig angegeben.

Abb. 1: Verkostungsbogen aus »WSET® Level 3 Advanced Certificate in Wine and Spirits«, London [4]2008.

Selbst wenn man nicht so tief in die Materie eintauchen will, wie es ein *Master of Wine* tut, so ist es doch nützlich, das System kennenzulernen, das hinter der Ausbildung steht. Es gibt ein klares Verkostungssystem, die *WSET®-Methode des*

Systematischen Verkostens, in der der optische Eindruck, der Geruch, der Geschmack und der Gesamteindruck nach ganz klaren Mustern beurteilt und bewertet werden. Das wirkt in gewissem Maße statisch und begrenzt, hat aber eine Grundlage für die gesamte britische Weinbranche gelegt. Während ich bei einem zwischenzeitlichen Engagement bei einem großen deutschen Weinimporteur mit den Verkostungskollegen und -kolleginnen keine einheitliche Sprache und Bewertung gefunden habe, wäre das mit britischen Kollegen aufgrund dieser gemeinsamen Basis kein Problem gewesen.

5. DIE DEMOKRATISIERUNG DER WEINBEWERTUNG

Im professionellen Kontext des Weinhandels ergibt es Sinn, auf präzise Beobachtungen, ein Qualitätssystem und eine gemeinsame Ausdrucksform zurückgreifen zu können. Ist man darin geschult, kann man einen Wein sehr schnell nach bestimmten Eigenschaften bewerten. Im freien Schreiben über Wein hat es dagegen einen Wert, einen eigenen Stil und im Zweifelsfall sogar ein eigenes Bewertungssystem zu entwickeln.

Der bereits erwähnte Robert Parker kann sicher als Begründer eines neuen Umgangs mit Weinen und seiner Bewertung bezeichnet werden. 1978 erschien die erste Ausgabe von Robert Parkers *The Wine Advocate*, einem US-amerikanischen Wein-Newsletter eines Mannes, der bis dahin in seinem erlernten Beruf als Anwalt für Verbraucherschutz gearbeitet hatte. Die Bewertungen darin erfolgten nach einem Schema, das den meisten Amerikanern aus ihren College-Zeiten wohlvertraut war: dem 100-Punkte-System – auch wenn es bis heute noch andere gibt. Keine 10 Jahre später war es der weltweite Branchenstandard für Weinbewertungen und Robert M. Parkers Wertungen die meistbeachtete Quelle nicht nur, aber vor allem auch für Bordeaux-, Rhône- und kalifornische Weine. Der Kritiker, der seinen ursprünglich per Telefax verschickten Newsletter zur besseren Information für Verbraucher ins Leben gerufen hatte, war zum internationalen Star geworden, dessen besondere Vorlieben für konzentrierte Weine langsam aber sicher die Weinwelt verändern sollten. *The Wine Advocate* hat sich von einem Telefax-Blatt zu einer Online-Plattform entwickelt, aus der sich dann viele weitere Plattformen von meist ehemaligen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen entwickelt haben. Heute kann man neben Robert Parkers *The Wine Advocate* auch *James Suckling*[8], *Vinous*[9], den *Wine Spectator*[10] oder *The Wine Enthusiast*[11], *Tim Atkin*[12] oder *Jeb Dunnuck*[13] abonnieren. Wie unterschiedlich Beschreibungen auf verschiedenen Plattformen ausfallen

8 Suckling: »Subscription Tier«.

9 Vinous: »Which Subscription Plan Is Best for You?«.

10 WineSpectator: »Subscribe«.

11 »Wine Enthusiast Magazine«.

12 Atkin: »Tim Atkin«.

13 Dunnuck: »Subscribe«.

können, sei hier an Beispielen zu einem Muscadet der Domaine Luneau-Papin namens *Excelsior* gezeigt:

Yohan Castaing für *The Wine Advocate*:

> The 2020 Excelsior was crafted from vines planted in 1936 with a massal selection on schist and mica-schist soils. Evoking aromas of herbs, smoke, lemon oil and pear, it's fleshy and tense with excellent concentration, schist structuring extract and a long, saline finish. This well-made, forward, balanced wine will drink well right out of the gate and over the next decade.[14]

Rebecca Gibb MW für *Vinous*:

> This is a lightly aromatic, youthful expression of Excelsior that has florals and nectarine characters, showing the warmer season. The 2018 retains a delicacy despite the warmer season providing fuller body and blossoming. It has still maintained its structure and sense of tension and could be approached at this early stage despite it being a cuvée that typically has longevity. I wonder if it has the intensity of concentration that some of the longer-lived vintages display.[15]

Tamlyn Currin für *Jancis Robinson*:

> Toasty. Tingling. And then, unexpectedly, absolutely stunning. Whoever this is, they've nailed Goulaine. A wine like this is impossible to describe except to say it's complete, it's vaulted, it's blazing with energy, it's everything it is meant to be and it is gloriously happy in its own skin. This tastes of Goulaine (having stood in my almost-bare-feet sandals into the vineyard and felt the earth under my toes). It tastes of the light and space and gentle iris-eye-camber of the curves of the hills turning towards the river, of the dark forest on one line and the stone wall on the other. It tastes of the wide sky above it and of tangerines and tangerine peel and beeswax candles. And it feels utterly, utterly alive. It brought tears to my eyes.[16]

6. DIE DIGITALISIERUNG DER WEINSZENE

Neue Varianten kamen mit neuen Möglichkeiten der digitalen Welt. So hat beispielsweise Gary Vaynerchuk am 17.5.2006 die erste Sendung von *WineLibraryTV*[17]

14 Castaing: »2020 Domaine Luneau-Papin« (hinter Bezahlschranke).

15 Gibb: »2018 Excelsior« (hinter Bezahlschranke).

16 Currin: »Loire – the Muscadet Crus Communaux«.

17 Gary Vaynerchuk, *Episode 1 – Verite*, 2006.

lanciert, in der dann fünfmal wöchentlich ein im Internet abrufbares Videoformat ausgestrahlt wurde, in dem er Weine aus dem Sortiment der großen Weinhandlung seines Vaters besprach, und zwar offen und ehrlich mit Lobenshymnen und gnadenlosen Verrissen, was ihm den Ruf eines authentisch wirkenden Grassroots-Weinkritikers einbrachte. Dabei steigerte Vaynerchuk bis 2005 den Umsatz des Unternehmens seiner Familie von 4 Millionen auf jährlich 50 Millionen US-Dollar.[18] Tatsächlich hat er für eine wachsende Fangemeinde eine eigene, lockere Sprache für seine Weinbeschreibungen gefunden. So hat er seine Analyse der Weine immer mit einem »let's give it a sniffy sniff« eingeführt. Einige Jahre später kamen in Deutschland Video-Formate wie Hendrik Thomas *Wein am Limit*[19] auf, die *Wine Library TV* zunächst stark glichen, wenn sie auch nicht die Distanz zu den einzelnen Produkten hatten. Beide Formate waren nicht unabhängig, sondern Marketinginstrumente innovativ arbeitender Weinhändler. Meine eigenen Formate waren 2012 der erste deutschsprachige Wein-Podcast unter dem Titel *Originalverkorkt – über flüssige und überflüssige Eskapaden*[20], vor allem aber der mit Holger Klein ebenfalls seit 2012 monatlich durchgeführte Non-Profit-Live-Podcast *WRINT Flaschen*[21], in dem wir jeweils drei Weine vorstellen, die man vorher bei einem Händler oder Erzeuger erwerben kann, um dann live mitzutrinken. Solche Weinunterhaltungsformate bilden mit diversen Weingruppen auf Facebook und Influencern auf Instagram oder TikTok sowie mittlerweile diversen Podcasts ein breites Spektrum an – in gewissem Sinne – demokratischer Teilhabe am Weinwissen. Bemerkens- und erwähnenswert ist auch die Plattform *Cellartracker.com*, eine Website, die 2003 vom ehemaligen Microsoft-Programmmanager Eric LeVine gegründet wurde[22]. Mit ihr verbunden ist ein ausgefeiltes Weinkeller-Programm, das zu einer der umfassendsten Weindatenbanken der Welt geworden ist. Interessant ist sie nicht zuletzt deshalb, weil man in diese selbst Weinrezensionen eingeben und die anderer abrufen und damit auf Weinbeschreibungen sowohl von ambitionierten Amateuren als auch von professionellen Weinkritikern zurückgreifen kann.

7. DIE KI HÄLT EINZUG

Mit KI, *ChatGPT* und anderen Chatbots verändert sich die Weinwelt erneut, und das auf unterschiedlichsten Ebenen. Absehbar einen großen Einfluss wird die Künstliche Intelligenz in den Bereichen haben, für die sie von Beginn an gedacht war: in der Organisation der Warenströme, in der Verschlankung von Arbeitsprozessen in Weingütern, aber auch in der Datafizierung und Präzisierung von Prozessen in den Weinbergen. Mithilfe von Satellitentechnik und Drohnen in Verbindung mit KI wird

18 Pattison: »Selling Wine the Web 2.0 Way«.

19 Thoma, *DIE PREMIERE*, 2012.

20 Raffelt, *Flickschusterei. Der Originalverkorkt-Podcast mit der Nummer 001,* 2012.

21 Klein/Raffelt, *WR133 Flaschen Wein I*, 2012.

22 CellarTRACKER: »Eric LeVine (Founder/CEO/Chairman)«.

hier eine große Menge an Daten generiert, die sich in der Verbindung der Technologien für eine viel genauere Auswertung der Daten und damit für Vorhersagen eignen. Experimentiert wird derzeit mit Spritzdrohnen wie mit Rebschnitt-Robotern.

Immense Fortschritte macht die KI zudem beim Analysieren von Wein. So haben Forscher der Universität Genf zusammen mit der Universität von Bordeaux KI zum einen mit den Isotopendaten der EU-Weindatenbank gefüttert, zum anderen mit Ergebnissen von Analysen eines Gaschromatographen, der 80 verschiedene Weine aus sieben unterschiedlichen Weingütern aus Bordeaux ausgewertet hat.[23] Der KI kam die Aufgabe zu, die Mischung von Molekülen auszuwerten. Wie Alexandre Pouget, Forschungsleiter des Projektes, erklärt:

> Die Konzentrationen dieser Moleküle variieren von Wein zu Wein. Sie können von kleinsten Unterschieden beeinflusst werden, etwa von der Rebsorte, von der Beschaffenheit des Bodens, auf dem die Trauben gewachsen sind, oder von der Arbeitsweise der Winzerinnen und Winzer. So entsteht für jeden Wein eine Art chemischer Fingerabdruck. Unterschiede zwischen verschiedenen Weinen in diesen chemischen Signaturen zu erkennen sei wie die Suche nach der Nadel im Heuhaufen […]. Denn ein Chromatogramm, eine chemische Analyse eines Weins, besteht laut den Forschenden aus bis zu 30.000 verschiedenen Punkten.[24]

Auf diese Weise kann man den chemischen Fußabdruck eines Weines erkennen und Fälschungen identifizieren, die im Bereich seltener Weine, die längst als Wertanlage gehandelt werden, nicht selten vorkommen.[25]

8. ERNÜCHTERUNG IM UMGANG MIT KI

Die Euphorie, mit Chatbots und weiterer KI mehr Wein verkaufen zu können, ist allerdings einer gewissen Ernüchterung gewichen. *Winemakers.com,* das sich mit dem kalifornischen Start-up *tastry.com* zusammengetan hatte, wurde als Vorzeigeprojekt betrachtet. *Tastry* bezeichnet sich als »The Industry's Most Advanced Chemistry Analysis Combined with AI-Driven Consumer Insights«[26]. Es soll Winzern dabei helfen, marktorientiert die richtigen Tanks im Keller für eine Cuvée auszuwählen. Zu diesem Zweck nutzt *Tastry* als Basis einen eigenen Algorithmus, um zehntausende Weine pro Jahr zu analysieren. Die Software vergleicht dann die Proben mit allen anderen Weinen der Datenbank. Was auf diese Weise vermieden

23 Marchand/Pouget: »How To Identify Vintage Wines by Their Chemical Signature«.

24 Der Standard: »KI kommt Weinfälschungen auf die Schliche«.

25 Schartner u.a.: Predicting Bordeaux Red Wine Origins and Vintages from Raw Gas Chromatograms, S.1-10.

26 Tastry: »The Industry's Most Advanced Chemistry Analysis Combined with AI-Driven Consumer Insights«.

werden soll, sind all jene Unterschiede, die sich in der Bewertung von Weinen durch Menschen nicht verhindern lassen. Die Gründerin des Start-ups, Katerina Axelsson, versteht ihr Angebot als gezielte Unterstützung von Winzern insbesondere für die Prozesse, die mit dem Verschneiden von Weinen, der Zusammenstellung aus unterschiedlichen Tanks und Fässern einhergehen. Im Onlinemagazin *Wein-Plus* wird sie folgendermaßen zitiert: »›Tastry ersetzt nicht die Winemaker‹ […] ›, aber es hilft, rascher zu den erwünschten Ergebnissen zu gelangen, indem es die am besten geeigneten Chargen vorschlägt‹«[27]. Die Datenbank soll gleichzeitig dazu dienen, dass Konsumenten durch Angabe einiger weniger Geschmackspräferenzen passende Empfehlungen erhalten. Dieses Tool haben die Schweizer Gründer von *winemaker.com* übernommen. Doch erste Gegenproben, wie die der Journalistin Ruth Fulturer und der Chef-Sommelière des Zürcher Dolder Grand, ergaben, dass die Ergebnisse nicht überzeugen konnten.[28] Mittlerweile steht die Domain zum Verkauf. Und auch Chatbots wie der *sommelier.bot* sind in manchen Märkten auf dem Rückzug, wie Johannes Nielsen, der Co-Gründer von *sommelier.bot* bestätigt. Er sieht die Zukunft solcher Systeme aktuell vor allem in neuen Märkten mit wenig Trink-Tradition und hoher Aufgeschlossenheit innovativen Ideen gegenüber. So liegen die Klickraten in den Golfstaaten bei Getränkesommelier-Bots bei rund 30 %, während sie sich in Deutschland eher im mittleren einstelligen Bereich bewegen.

9. WEINBESCHREIBUNGEN UND KI

Während KI im Analysieren von Wein deutliche Fortschritte macht, ist es für sie ungleich schwieriger, eine Weinbeschreibung zu erzeugen, die Sinneswahrnehmungen mit einbezieht. Sie kann das naturgemäß nur aus zweiter Hand machen und im Idealfall sinnvolle Informationen liefern, ohne zu halluzinieren. Im Folgenden vergleiche ich einen Text, den ich zum oben bereits erwähnten *Excelsior Muscadet* für einen Kunden verfasst habe, mit dem, was *ChatGPT Wine Tasting Evaluator*[29] leistet:

> Dieser *Muscadet* aus der Sorte Melon de Bourgogne stammt aus dem Clos des Noëlles in der Lage La Plécisière im Dorf La Chapelle-Heulin. Es handelt sich um 1936 gepflanzte Reben, die zu den ältesten des gesamten Nantais gehören. Der Boden besteht aus Schiefer und Glimmerschiefer.
>
> Der *Muscadet* stammt aus Parzellen, die zum Cru Communal Goulaine gehören. Diesen Cru gibt es im Nantais seit dem Ende der 1990er Jahre. Sein Name bezieht sich auf den Fluss, der durch die Weinberge

27 wein.plus: »KI-System von ›Tastry‹ soll Cuvées optimal zusammenstellen«.

28 Fulterer: »Das Smartphone als Sommelier: Kann künstliche Intelligenz vorhersagen, welcher Wein uns schmeckt?«.

29 Rajagopal: »Wine Tasting Evaluator«.

fließt und in die Loire mündet. Vom Aussichtspunkt auf dem La Butte de la Roche hat man einen Blick über das Sumpfgebiet der Goulaine.

Die von Hand gelesenen Trauben wurden in einer pneumatischen Presse gepresst, wobei Stärke und Dauer der Pressung dem jeweiligen Jahrgang angepasst wurden. Es folgte die Spontanvergärung mit natürlichen Hefen, danach die Gärung und Reifung auf der Hefe in unterirdischen, mit Glas ausgekleideten Zement-Cuves für 24 bis 36 Monate.

Farbe

intensives Strohgelb

Nase

Wenn es im Muscadet einen Grand Cru gäbe, dann wäre der *Muscadet Excelsior* der Ausdruck dessen. Er hat alle Anlagen eines großen Weines. Und da es immer noch Flaschen dieses Weines aus dem hervorragenden Jahrgang 2002 auf dem Markt gibt, weiß man, wie gut der *Excelsior* reifen kann. Er macht aber auch in seiner jungen Version schon Spaß. Im Duft erinnert der Muscadet an reifes weißfleischiges Obst von Äpfeln, Birnen, Quitten und Pfirsichen. Dazu kommen Noten von gedörrtem Apfel, etwas Muskat, Hefe und Brotrinde, aber auch von etwas Minze, Flechten und nassem Stein.

Gaumen

Am Gaumen präsentiert sich der junge *Excelsior* tief und kraftvoll [sic!] mit einer Mischung aus reifer Frucht, Mandelmus, Hefe sowie Apfel- und Grapefruitschalen. Gerade die Mandelnoten sind typisch für diesen Muscadet, und man findet sie bei jungen wie gereiften Exemplaren. Der Muscadet wirkt präzise und linear [sic!] mit einer reifen, aber lebendigen Säure und einer untergründigen Mineralität und Steinigkeit. All das ist unterlegt mit einer Anmutung von Mille-feuille, Hefe, gelber Frucht und feinstem Gerbstoff. Der *Excelsior* verfügt über alle Anlagen eines großen Weißweines.

Speiseempfehlungen

- In geräucherter Butter geschwenkter Steinbutt mit Mandel-Sesam-Kruste (Fisch)

- Bretonischer Hummer auf Erbsencreme und Kartoffelpüree mit Safran-Beurre Blanc (Fisch)

- Zucchini-Soufflé mit gebackenem Ziegenkäse (vegetarisch)[30]

ChatGPT Wine Tasting Evaluator:

The 2020 Luneau-Papin Excelsior Muscadet Sèvre et Maine is a benchmark example of high-quality Muscadet, showcasing the complexity and depth that can be achieved with Melon de Bourgogne from the Loire Valley. Produced by Domaine Luneau-Papin, one of the region's most respected estates, this wine comes from a single parcel of old vines planted in 1936 on the Butte de la Roche, a site known for its rare gneiss and serpentine soils.

Tasting Profile:

Attribute	Description
Grape Variety	100% Melon de Bourgogne
Region	Muscadet Sèvre et Maine, Loire Valley, France
Vineyard & Terroir	Butte de la Roche – ancient gneiss and serpentine soils
Winemaking	Long lees aging (at least 24 months) in underground vats with no stirring (sur lie)
Color	Pale gold with green reflections
Aromas (Nose)	Intense minerality with iodine, sea spray, wet stones, lemon zest, white peach, green apple, subtle white florals, and a touch of almond
Palate	Bracing acidity, saline-driven minerality, flavors of citrus (lemon, lime), crisp green apple, pear, and a hint of fennel. The lees aging imparts a delicate creaminess and texture without diminishing freshness.
Finish	Long, saline, and structured, leaving a lingering impression of oyster shell and flinty minerality.

30 Raffelt: »Excelsior AOP«.

Body & Texture	Light to medium-bodied, yet deeply structured with a fine, almost crystalline texture.
Acidity	High and racy, emphasizing the wine's freshness and aging potential.
Aging Potential	Exceptional for Muscadet – can age for 10+ years, gaining richer texture and tertiary notes of hazelnut, honey, and dried fruit over time.

Food Pairing:

Given its intense minerality and saline freshness, this Muscadet is a perfect match for seafood—especially oysters, mussels, and scallops. It also complements light cheeses, vegetable dishes, and sushi, and works beautifully with Loire Valley goat cheese.

Conclusion:

The 2020 Luneau-Papin *Excelsior* is an outstanding expression of Muscadet, proving that this style is capable of profound depth and complexity. Its combination of sharp acidity, saline minerality, and textural depth makes it a benchmark for age-worthy Melon de Bourgogne.

Would you like to compare your tasting notes to the professional ones?

Natürlich wage ich gerne den Vergleich:

Comparison of Your Tasting Notes vs. Professional Profile

Your tasting notes align closely with the expected profile of the 2020 Luneau-Papin Excelsior Muscadet Sèvre et Maine, but there are some nuanced differences in specific aromas, palate descriptors, and structural observations. Below is a detailed comparison:

Wine Profile & Terroir

Your notes are partially correct regarding vineyard sourcing. While you mention Clos des Noëlles in La Plécisière (La Chapelle-Heulin), Excelsior is specifically sourced from the Butte de la Roche in the Communal Cru Goulaine—a site known for its rare gneiss, serpentine, and schist soils rather than primarily slate and mica schist. However, your

> understanding of the terroir's influence on minerality and ageability is well-founded. [31]

Nach dem Vergleich des Terroirprofils folgte eine lange Passage mit dem Vergleich des Aromen- und Geschmacksprofils, das ich auslasse, weil beides schon zitiert wurde. Interessant sind dann noch einmal die abschließenden Gedanken und die Frage, ob mich der Bot durch ein geführtes Muscadet-Tasting leiten soll:

> Final Thoughts & How to Improve Your Tasting Skills
>
> Your tasting notes were highly detailed and well-articulated, demonstrating an excellent ability to capture complexity. However, to refine your palate further:
>
> Focus more on citrus and saline elements to distinguish Muscadet's fresh minerality from simple ripe fruit.
>
> Differentiate fine tannins from mineral grip—Muscadet's texture is structured but rarely tannic.
>
> Train your perception of oxidative vs. fresh fruit (dried apple suggests slight aging effects, while green apple and citrus suggest youth).
>
> Would you like to conduct a structured blind tasting exercise for Muscadet to sharpen these distinctions? I can guide you through it![32]

Insgesamt bietet diese Version von *ChatGPT* ein umfangreiches Profil dieses Weines, mit dem ich auch als Wein-Professional viel anfangen kann. Im direkten Vergleich wird offensichtlich, dass der Bot bei der Herkunft des Weines aber einen Fehler macht, den er in meinem Text sucht:

> Your notes are partially correct regarding vineyard sourcing. While you mention Clos des Noëlles in La Plécisière (La Chapelle-Heulin), Excelsior is specifically sourced from the Butte de la Roche in the Communal Cru Goulaine—a site known for its rare gneiss, serpentine, and schist soils rather than primarily slate and mica schist.

Was der Bot nicht versteht, ist, dass Goulaine nicht nur ein Ort, sondern eine Cru-Appellation im Muscadet-Gebiet ist, zu der auch La Chapelle-Heulin gehört. Luneau-Papin beschreibt es folgendermaßen: »Parcelle de vignes du village de La

31 Ebd.

32 Ebd.

Chapelle-Heulin. Vignes plantées en 1936. Sélection massale (pas de clones). Roche mère de schistes et Micaschistes, Lieu-dit ›la Plécisière‹, parcelle les Noëlles«[33].

Vom *Butte de la Roche* ist hier keine Rede, auch wenn es ein bekannter Weinberg in Goulaine ist.

10. FAZIT

Die zunehmende Digitalisierung im Bereich der Rezeption von Kulinarik hat in den letzten Jahren zu einer zunehmenden Demokratisierung des Weinwissens geführt. Galt dieses lange Zeit über als das Herrschaftswissen einer eurozentrisch geprägten Oberschicht, ist immer mehr Wissen frei verfügbar. Dies führt unweigerlich dazu, dass neben professionellem Wissen zunehmend mehr Halbwissen und Falschaussagen stehen. Damit unterscheidet sich der Bereich der Kulinarik nicht von anderen Feldern. Problematisch wird es dort, wo professioneller Weinjournalismus nicht mehr finanzierbar ist, weil es so viele freie Angebote gibt, dass Bezahlangebote wie gedruckte Magazine zunehmend wegfallen. Dabei ist es für das Verständnis von Weinbau und Weinerzeugung essenziell, auf den Spuren von James Busby auch die Weinregionen und Winzer vor Ort zu besuchen. Wer einmal den Clos des Noëlles in der Lage La Plécisière im Dorf La Chapelle-Heulin mit seinen fast 100 Jahre alten Reben besucht und in den von Glimmerschiefer geprägten Boden gegriffen hat, bekommt ein ganz anderes Verständnis vom Ort und auch vom Wein.

Das ist mit KI bisher nicht präzise zu ersetzen, auch wenn beispielsweise *ChatGPT Wine Tasting Evaluator* meist (aber nicht immer, wie im Falle des *Excelsior*) auf Quellen, die es nutzt, verweist, sodass man Informationen schnell nachprüfen kann. Die Ergebnisse können dazu genutzt werden, recht schnell Informationen aufzubereiten, die beispielsweise in Weinkarten von Restaurants oder auch im Weinhandel genutzt werden können. Dabei sind diese Angebote natürlich immer nur so gut wie die Datenlage, die hinter diesen Angeboten steht:

> Manche Beispiele zeigen, dass das Programmieren Fallstricke hat. So empfiehlt etwa die KI der Website *vinovoss.com*, aufgesetzt von Datenanalysten der UC Berkeley, als »Schweizer Wein zum Raclette« den Chardonnay von Martha und Daniel Gantenbein: Nicht ausgeschlossen, dass dieser hervorragende Weiße zum Raclette passt, aber will man wirklich eine 300-Euro-Flasche zu Kartoffeln mit geschmolzenem Käse trinken? Bei der Suche nach einem »passenden Wein zu Spaghetti« spuckt das Programm diskutable italienische Weine aus, darunter allerdings auch einen Passito di Pantelleria, einen edelsüßen Muskateller, der ganz sicher nicht zu einem Nudelgericht passt.[34]

33 Les Passionnés du Vin: »Excelsior – Goulaine«.

34 Dhawan/Sautter: »DIE ZUKUNFT HAT BEGONNEN: WIE KI DEN WEINBAU REVOLUTIONIERT«.

Diese Programme sinnvoller als im oben genannten Beispiel zu programmieren oder mit mehr Daten zu hinterlegen, ist nur eine Frage der Zeit. Wenn man erneut den *ChatGPT Wine Tasting Evaluator* nach Informationen befragt, antwortet er wiederum recht präzise. Er empfiehlt »Swiss Chasselas (Fendant in Valais) is the gold standard. Recommended producers: Domaine Jean-René Germanier, Domaine du Daley, Cave Caloz, or Château d'Auvernier«, hat aber auch noch fünf andere Rebsorten parat, die auch meiner Ansicht nach genau passen würde.[35] Bei der Vermittlung von sensorischen Feinheiten sind der KI jedoch Grenzen aufgezeigt. Sie mag zwar mittlerweile in der Lage sein, den besten GO-Spieler Welt auch mit unkonventionellen Zügen zu schlagen, doch bleibt sie bei der Sensorik auf die Daten derer angewiesen, die als Menschen einen Wein bereits probiert und das sinnliche Empfinden in Worte gefasst haben. Sie muss also beim *Excelsior* die Rezensionen unterschiedlicher Kritiker zusammenbringen oder auf frühere Jahrgänge verweisen. In den meisten Fällen wird das Ergebnis den meisten Nutzern genügen, so wie es oft ausreicht, mit einem Smartphone zu fotografieren statt mit einer Spiegelreflexkamera oder Musik per MP3 zu hören statt hochauflösende Kompressionsformate zu nutzen oder audiophil zu genießen. Die Vermittlung von Kulinarik dürfte sich insofern auch in Zukunft weiterhin von wenigen an eine kleine Gruppe *kulinariophiler* Genießer richten, die die von Profis gemachten Urteile nutzen möchten und bereit sind, dafür entsprechend zu zahlen.

Einen Wein lediglich anhand von Primär-, Sekundär- und Tertiäraromen zu beschreiben, kann man zudem tatsächlich der KI überlassen. Es scheint vor allem eine Mode der Weinbeschreibungen beginnend mit Robert Parker gewesen zu sein, der konzentrierte Weine mit vielen Primäraromen goutiert hat und ein ganzes Wortuniversum dafür geschaffen hat. Schon André Jullien hatte es 1816 auf den Punkt gebracht, als er ein Vokabular vor allem für die Struktur und Textur von Weinen schuf und damit für Attribute, die so etwas wie das innere Wesen eines Weines ausmachen – und wie im Falle der zitierten *1er Classé* aus Bordeaux in ihrem Charakter auch zwei Jahrhunderte überdauern können. Er schrieb und erläuterte Begriffe wie *délicatesse*, den *Goût de terroir*, *Grain*, womit er eine Art von Schärfe meinte, die, ohne etwas Unangenehmes zu haben, in den meisten lieblichen oder trockenen Weinen mehr oder weniger spürbar ist, oder den Begriff *Sève*, um die Kraft und den aromatischen Geschmack zu bezeichnen, der sich bei der Verkostung entwickelt, den Mund mit Aromen erfüllt und auch, wenn man den Wein längst geschluckt hat, noch spürbar bleibt.

Dieser Charakter eines Weines dürfte von einer KI ähnlich schwer zu erforschen sein wie das Innere eines Menschen – vielleicht nicht ganz so komplex, aber zumindest herausfordernd.

35 Ebd. S.14

LITERATURVERZEICHNIS

Atkin, Tim: »Tim Atkin«, https://timatkin.com/, 20.05.2025.

Brillat-Savarin, Jean Anthelme: Physiologie du Goût, ou Méditations de Gastronomie Transcedante, Paris 1993.

Busby, James: Journal of a Tour Through Some of the Vineyards of Spain and France, Sydney 1833.

Castaing, Yohan: »2020 Domaine Luneau-Papin Excelsior«, https://www.robertparker.com/wines/gc63ud9HPoW9Fgyay/domaine-luneau-papin-excelsior-2020, 20.05.2025.

cellarTRACKER: »Eric Levine (Founder/CEO/Chairman)«, https://www.cellartracker.com/m/content/3, 20.05.2025.

Currin, Tamlyn: »Loire – The Muscadet Crus Communaux«, https://www.jancisrobinson.com/articles/loire-muscadet-crus-communaux, 20.05.2025.

Der Standard: »KI kommt Weinfälschungen auf die Schliche«, https://www.derstandard.de/story/3000000198429/ki-kommt-weinfaelschungen-auf-die-schliche, 20.05.2025.

Dhawan, Aakriti/Sautter, Ulrich: »Die Zukunft hat Begonnen: Wie KI den Weinbau revolutioniert«, https://www.falstaff.com/de/news/die-zukunft-hat-begonnen-wie-ki-den-weinbau-revolutioniert, 20.05.2025.

Dunnuck, Jeb: »Subscribe«, https://jebdunnuck.com/subscribe/, 20.05.2025.

Fulterer, Ruth: »Das Smartphone als Sommelier: Kann künstliche Intelligenz vorhersagen, welcher Wein uns schmeckt?«, https://www.nzz.ch/technologie/das-smartphone-als-sommelier-kann-kuenstliche-intelligenz-vorhersagen-welcher-wein-uns-schmeckt-ld.1656605, 20.05.2025.

Gibb, Rebecca: »2018 Excelsior«, https://vinous.com/wines/domaine-pierre-luneau-papin-excelsior/2018, 20.05.2025.

Gibb, Rebecca: »The Birth of the Wine Connoisseur«, https://www.guildsomm.com/public_content/features/articles/b/rebecca-gibb/posts/wine-connoisseur-history, 20.05.2025.

Grimod de La Reynière/Alexandre-Balthazar-Laurent: L'Almanach des Gourmands: Texte Intégral des Huit Années (1803-1812), Chartres 2012.

Jullien, André: Der Erfahrene Weinkellermeister: Enthaltend Gründliche Belehrungen Über die Bereitung des Weines, Nebst Anweisung, die Weine zu Bearbeiten und im Keller zu Behandeln, Ste zu Prüfen, zu Versenden, Sie Aufzufüllen und Abzuziehen, zu Verschneiden, zu Kräftigen, zu Schönen, London 2018.

Jullien, André: Manuel du Sommelier, ou Instruction Pratique sur la Manière de Soigner les Vins, Paris 1817.

Jullien, André, Jullien: Topographie de tous les Vignobles Connus, Contenant leurs Position Géographique, l'Indication du Genre et de la Qualité des Produits de Chaque Cru, les Lieux où se Font les Chargements et le Principal Commerce

de Vin, le Nom de la Capacité des Tonneaux et des Mesures en Usage, les Moyens de Transport Ordinairement Employés, etc., etc.; Suivie d'une Classification Générale des Vins, Paris[5] 1866.

Klein, Holger/Raffelt, Christoph: »*WR133 Flaschen Wein I*«. Podcast-Folge, *WRINT: Wer redet ist nicht tot*, https://wrint.de/2012/12/16/wr133-flaschen-wein-i/, 20.05.2025.

Les Passionnés du Vin: »Escelsior – Goulaine«, https://www.lespassionnesduvin.com/muscadet-sevre-et-maine-cru-communal-goulaine-excelsior-2021-domaine-pierre-luneau-papin.html, 20.05.2025.

Marchand, Stéphanie/Pouget, Alexandre: »How To Identify Vintages Wines by Their Chemical Signature«, https://www.unige.ch/medecine/en/public-outreach/media/how-identify-vintage-wines-their-chemical-signature, 20.05.2025.

Parker, Robert M., Jr.: »Robert M. Parker, Jr,«, https://www.robertparker.com/author/B7JmykPiiAEp9T2vY, 20.05.2025.

Pattison, Kermit: »Selling Wine the Web 2.0 Way«, https://www.fastcompany.com/1005871/selling-wine-web-20-way, 20.05.2025.

Raffelt, Christoph.: »Der Stein im Wein«, in: Schluck, das anstößige Weinmagazin, Nr. 3, 2016, S. 86–90.

Raffelt, Christoph: »Die große Transformation«, in: Schluck, das anstößige Weinmagazin, Nr. 6, 2018, S. 66–69.

Raffelt, Christoph: »Excelsior AOP«, https://www.vinaturel.de/excelsior-aop-2020-750ml, 20.05.2025.

Raffelt, Christoph: »*Flickschusterei. Der Originalverkorkt-Podcast mit der Nummer 001*«. Podcast-Folge, *Originalverkorkt Podcast*, https://player.fm/series/originalverkorkt-podcast-2894346, 20.05.2025.

Rajagopal, Shruti: »Wine Tasting Evaluator«, https://chatgpt.com/g/g-iW6GLnVy6-wine-tasting-evaluator, 20.05.2025.

Redding, Cyrus: A History and Description of Modern Wines, London 1876.

Schartner, Michael u.a.: »Predicting Bordeaux Red Wine Origins and Vintages from Raw Gas«, in: Communications Chemistry, Jg. 6, Nr. 1, 2023, S.1-10.

Simons, André Louis: Wine and Spirits: The Connoisseur's Textbook, London 2018.

Suckling, James: »Subscription Tier«, https://www.jamessuckling.com/subscriptions, 20.05.2025.

Tastry: »The Industry's Most Advanced Chemistry Analysis Combined With AI-Driven Consumer Insights«, https://tastry.com/, 20.05.2025.

Thoma, Hendrik: *DIE PREMIERE*. Online-Video, https://shop.weinamlimit.de/seite/1-folge-die-premiere/, 20.05.2025 [nicht mehr abrufbar, ehemals via Adobe Flash Player].

Vaynerchuk, Gary: *Episode 1* – Verite. YouTube-Video, https://www.youtube.com/watch?v=5Vo0nykuplo&t=6s, 20.05.2025.

Vinous: »Which Subscription Plan Is Best For You?«, https://vinous.com/users/plan?selected=consumer, 20.05.2025.

wein.plus: »KI-System von ›Tastry‹ soll Cuvées optimal zusammenstellen«, https://magazin.wein.plus/news/ki-system-von-tastry-soll-cuvees-optimal-zusammenstellen-us-startup-will-sein-system-in-diesem-jahr-nach-europa-bringen, 20.05.2025.

Wikipedia: »Classification Officielle des Vins de Bordeaux de 1855«, https://fr.wikipedia.org/wiki/Classification_officielle_des_vins_de_Bordeaux_de_1855, 20.05.2025.

Wiktionary: »in vino veritas«, https://de.wiktionary.org/wiki/in_vino_veritas#cite_note-1, 20.05.2025.

Wine Enthusiast Magazine, https://www.englischezeitschriften.de/wine-enhusiast-abonnement.html, 20.05.2025.

WineSpectator: »Subscription«, https://sub.winespectator.com/pubs/M5/WNE/3-Subscribe-button-monthly.jsp?cds_page_id=275167&cds_mag_code=WNE&id=1744462800750&lsid=5102075909505907 1&vid=2, 20.05.2025.

DAS SITUIERTE WISSEN DES TASTINGS

VERKOSTUNGSSZENEN SCHREIBEN, SENSORISCHE SITUATIONEN VERMITTELN

VON FELIX HÜTTEMANN

In meinem Beitrag geht es um eine spezifische Situation, die im Bereich der Kulinarik und der Wahrnehmung von Geschmack und Geruch eine besondere Rolle einnimmt: das Tasting bzw. die Verkostung. Das *Tasting* in seiner spezifischen Situiertheit sowie dessen Umgebungen und seine Medien sind von Interesse unter dem Fokus, wie aus diesem Gefüge ›objektives‹ Herrschaftswissen abgeleitet wird. Mit Herrschaftswissen ist im Folgenden eine Wissensformation beschrieben, die bestimmten gesellschaftlichen Gruppen vorbehalten bleibt und somit Hierarchien stabilisiert. Sie ist eine durch diskursive Formationen erzeugte und institutionell stabilisierte Wissensordnung, die Machtverhältnisse reproduziert und legitimiert.[1]

Es geht im Weiteren darum, einen ersten Versuch zu unternehmen, diese Art der Wissensproduktion von Verkostungsszenen zu hinterfragen. Zentral hierbei sind in der Hauptsache nicht die allgemeinen Konsumszenen von Wein, sondern der Spagat zwischen individueller Verkostung, der subjektiven Wahrnehmung des Getränkes, und der vermeintlich objektiven Beurteilung und Bewertung. Im Vordergrund der Auseinandersetzung steht dabei die Produktion von Herrschaftswissen im Anspruch von vermeintlicher Objektivität. Anlass dazu ist, wie dieses Wissen aktuell durch technisch-mediale Verfahren, einen computergestützten Anspruch auf allgemeingültige Urteilsfähigkeit hinsichtlich höchst individueller Wahrnehmungsschilderungen, beansprucht. Dies passiert etwa durch die Kopplung von Sensortechniken und Künstlicher Intelligenz, vor allem mithilfe maschinellen Lernens.

1. ICH KENNE WEIN, DEN DU NICHT KENNST: WEINWISSEN SITUIEREN

Donna Haraway leitet ihr Plädoyer für eine feministische Wissenschaftstheorie des situierten Wissens aus der Abgrenzung zum Okularzentrismus der Wissenschaft und dem dazugehörigen Objektivitätspathos ab. Der Geruchssinn ihrer Hunde als ein Anreiz für ein alternatives Erkenntnisprogramm zwingt sie zum Nach- und Umdenken:

> Diese Lektion lernte ich unter anderem, als ich mich auf Spaziergängen mit meinen Hunden fragte, wie die Welt ohne Fovea und mit nur sehr wenigen farbempfindlichen Netzhautzellen aussieht, aber mit einer

1 Vgl. Foucault: Archäologie des Wissens.

> großen neuronalen und sensorischen Ausstattung für die Wahrnehmung und Verarbeitung von Gerüchen.[2]

Wenngleich in ihrer Auseinandersetzung die Metapher des Blickes, der Vision usw. auch in der Formulierung eines alternativen Wissens- und Wissenschaftsmodells, in welchem es darum geht partielle, spezifische Orte einzunehmen, eine wesentliche Rolle spielt, deutet Haraway eine für die These dieses Textes wesentliche Problematik an: »Welche anderen sensorischen Fähigkeiten wollen wir neben der Vision kultivieren?«[3] Wie können alternative Modelle jenseits des vermeintlich objektiven wissenschaftlichen Blickes erarbeitet werden und wie könnte ein Modell nicht-visuell codierten situierten Wissens aussehen? Bei Haraway spielt die ›Vision‹ – die Fähigkeit, Wissen und Wissenschaft anders zu sehen – eine essenzielle Rolle. Aber ist ein situiertes Wissen in den Kontexten möglich, in denen es im Wesentlichen um die Fähigkeiten und Erkenntnisprozesse des Riechens und Schmeckens geht? Anstatt sich ein Bild zu machen, eine Vision zu haben, könnte man auch eine Aromawahrnehmung zum Ziel einer alternativen situierten Wissenschaft machen? Im Folgenden soll hier Situieren folgendermaßen begriffen werden.

> Als Praxis bedeutet das Situieren in diesem Sinne erstens, die Auswirkungen der Situation auf das eigene Handeln, Wissen und Denken zu reflektieren, zweitens einzubeziehen, wie sich dadurch die eigene Identität in ihrem Verhältnis zur Welt verändert, und ebenjene Selbsttransformation drittens zum Ausgangspunkt der eigenen Aussagen zu machen.[4]

Neben aller Kritik am Herrschaftswissen der Verkostung soll hier ein Versuch unternommen werden, eine nicht-visuell codierte Wissensproduktion am Beispiel der Verkostungssituation und des vermeintlich objektiven *Tastings* von Wein zu untersuchen. Bevor die Situation des *Tastings* spezifisch lokalisiert wird, geht es in aller Kürze um den Versuch der Einordnung von Wissen um Wein. Im Folgenden sei eine kurze Geschichte des situierten Weinwissens versucht, bevor anhand eines aktuellen Beispiels, zu technischen Verfahren und medialen Umgebungen von Weinanalysen, ein Ausblick auf die Produktion von Herrschaftswissen angedeutet wird.

Warum spielt Wein in der Erfassung situierten Wissens von Verkostungen eine so brisante Rolle? Man hätte ebenso Tee, Kaffee oder Käse[5] als Beispiel nehmen können: Die Gründe für Wein jedoch liegen zum einen darin, dass Wein ein kulturell hoch aufgeladenes Produkt ist, das durch seine vermeintliche Exklusivität Ausschlüsse generiert und um das paradigmatisch Diskurse des Herrschaftswissens und

2 Haraway: Situiertes Wissen, S. 28f.

3 Haraway: Situiertes Wissen, S. 87.

4 Sprenger: Ich-Sagen, S.13f.

5 Vgl. Mondada: Sensing in Social Interaction.

Machtgefälle kreisen. Zum anderen ist Wein ein sensorisch herausforderndes Getränk mit hunderten von Aromen, das in der Entwicklung sensorischer Beschreibungstechniken eine wesentliche Rolle spielt.[6] Für einen ersten Einstieg zum Wissen um Wein und dessen Ausschließungsmomente sei an dieser Stelle auf Pierre Bourdieu verwiesen. In *Die feinen Unterschiede* spricht er an mehreren Stellen über Wein, insbesondere im Zusammenhang mit Geschmack, sozialem Kapital und Habitus. Eine zentrale Passage findet sich im dritten Teil des Buches, in welchem Bourdieu den Zusammenhang zwischen Klassenhabitus und kulinarischen Vorlieben untersucht. Er beschreibt, wie sich die Geschmacksentscheidung für Wein zwischen den ökonomischen Klassen unterscheidet: Die Bourgeoisie und das Bildungsbürgertum neigen dazu, Wein als Kulturgut zu betrachten, mit einer ausgeprägten und angelernten Kenntnis für Herkunft, Jahrgang und Verkostungstechniken. Die Arbeiterklasse hingegen konsumiere Wein als Tafelwein, somit in einem praktischeren, alltäglicheren, unreflektierten Sinne – als Getränk zum Durststillen, Berauschen oder zur Geselligkeit, ohne besonderen Fokus auf Prestige oder Raffinesse.

Eine entscheidende Passage im Kapitel *Der Habitus und der Raum der Lebensstile* verdeutlicht, wie Geschmack, einschließlich der Vorlieben für bestimmte Lebensmittel und Getränke wie Wein, nicht nur eine persönliche Präferenz ist, sondern eine durch soziale Bedingungen geformte und reproduzierte Praxis. Es sind die »konstitutiven Praxisformen eines anderen Lebensstils«[7], die hier im Weiteren entscheidend sind. Das situierte Wissen der Verkostung muss sich sowohl vom Notwendigkeits- und Luxusgeschmack abgrenzen, als auch im Weiteren vom »›freimütigen‹, ungezwungenen Essen, der ›einfachen Leute‹« und dem bourgeoisen »Bemühen um formvollendetes Essen«[8]. Denn Verkostungswissen etabliert eine Form von, zum einen, symbolischem Kapital und, zum anderen, eine andere Wahrnehmung von Speisen und Getränken, welche je nach gesellschaftlichem Knowhow weiter ausdifferenziert wird. Beide Klassenwahrnehmungen von Wein, diejenige der snobistischen, angelernten Expertise der Etiketten, Fakten und Herkünfte, welche dem zur Exklusion oder zum Geltungskonsum genutztem Fachwissen entspricht und diejenige eines unreflektierten, primär bedürfnisorientierten Trinkens, vergessen die sensorische Herausforderung und die mediale Präsenz des Weines; »forgetting the wine that is in the glass, and the actual embodied engagement while drinking, sipping and appreciating it.«[9]

Die Ausklammerung der Körperlichkeit des Verkostens in konkreten sozialen Kontexten sowie den Körper im Verhältnis zu anderen und somit die soziale Konstruiertheit von solchen Erkenntnisprozessen zu verstehen, ist eine Herausforderung dieser Form situierten Wissens. Im Fokus steht aber ebenso die grundsätzliche

6 Vgl. Shapin: »A Taste of Science«; Vgl. Amerine/Roessler: Wine; Vgl. auch den Beitrag von Christoph Raffelt in dieser Ausgabe.

7 Bordieu: Die Feinen Unterschiede, S. 278.

8 Ebd., S. 315.

9 Mondada: Sensing in Social Interaction, S. 34.

Frage nach der Verarbeitung sensorischer Informationen durch die Wahrnehmungsprozesse und wie diese ebenso durch Verkörperungen und durch die Umgebungsgebundenheit (Environmentalität) konstruiert werden: Wer bin ich in der Umgebung der Verkostung? Mit anderen? Mit dem Wahrnehmungsgegenstand Wein? Welches soziale und kulturelle Wissen bringe ich mit? Was wird von mir im Rahmen der Verkostung erwartet?

> Tasting wine at a friend's dinner or a high-end restaurant, in a wine shop, a tasting workshop or a customer testing constitute different experiences. Not only are they differently organized, but they adjust to the relevancies and purposes of that activity, shaping different ways of accessing sensory qualities, of focusing on them and of expressing them.[10]

Im Weiteren spreche ich von der professionellen Verkostung, dem *Tasting* als einem Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Beschreibungssetting und schließe den Diskurs um das Herrschaftswissen in den anderen Verkostungssettings definitiv nicht aus, sondern konzentriere mich hier auf die Produktion dieses Wissens innerhalb der vermeintlich objektiven Produktion von Weinbeschreibungen.

Haraways Konzept des situierten Wissens geht, wie angedeutet, davon aus, dass Wissen nicht objektiv und universell ist, sondern immer aus einer bestimmten Perspektive und in einem spezifischen Kontext entsteht. Überträgt man dieses Konzept auf den Wein, so müsste man fragen: Was wissen wir über Wein, und aus welcher Perspektive wird dieses Wissen geformt? Welchen Regeln unterliegt ein solches Tasting? »[W]e can think about sensoriality as a sociointeractional phenomenon.«[11] Welches Wissen wird durch die sozialen Interaktionen produziert und welches durch ein vermeintlich objektives Verfahren?

Über Medialität und Sensorialität kann das situierte Weinwissen konstituiert werden, jenseits des Geltungskonsums, des Etikettentrinkens oder der ökonomischen Relation von Luxusgütern. Das bedeutet sich dem aromatisch-sensorischem Medium Wein zu nähern als einem nicht-visuellen und nicht-auditiven Speichermedium.

Ein Weg wäre, zu versuchen, die Informationen des Terroirs und der Materialität des Weines zu erfassen und auszudifferenzieren. Wein ist wesentlich an das Konzept des Terroirs gebunden – also an Boden, Klima, geografische Gegebenheiten und die jeweiligen Keller- und Vinifizierungsbedingungen. Das Wissen über Wein ist weiterhin stark lokal: Winzer:innen in der Bourgogne haben ein anderes Wissen über ihre Weine als Winzer:innen in Kalifornien oder Südafrika. Das Gleiche gilt verstärkt für Verkostende verschiedener Beschreibungssprachen, eurozentrischer und nicht-eurozentrischer Hintergründe, westlicher und nicht-westlicher Kulinarik. Eine andere Perspektive ist diejenige der sozialen und kulturellen

10 Mondada: Sensing in Social Interaction, S. 24.

11 Ebd., S. 4.

Implikationen, wie sie mit Bourdieu bereits angeklungen ist: Ein französischer Sommelier oder eine Sommelière und eine italienische Landwirt:in sprechen über Wein aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Die dritte Perspektive bildet die genderdeterminierte und körperliche Disposition des Weinwissens: Traditionell ist das Wissen über Wein, sowohl in der Sommelierie als auch in der Vinifikation, im Wine-Making, stark männlich dominiert. Dabei steht dies in einem Widerspruch zur Körperlichkeit sensorischer Fähigkeiten. Bei fast allen Tests zu Dufterkennung und Riechgedächtnis schneiden Frauen deutlich besser ab als Männer.[12] Frauen besitzen im Durchschnitt doppelt so viele Neuronen zur Übertragung von Geruchsreizen als Männer.

> 16,2 Millionen Zellen pro Riechkolben ermittelten die Forscher für die Frauen, nur 9,2 Millionen bei den Männern. Und bei den Neuronen, den für die Verarbeitung wichtigen Hirnzellen, war der Unterschied sogar noch deutlicher: Den 6,9 Millionen Neuronen bei den Frauen standen nur 3,5 Millionen Neuronen bei den Männern gegenüber – dies entspricht einer Differenz von 49,3 Prozent […].[13]

Dennoch ist der Weindiskurs, sowohl in der Verkostung als auch Beschreibung, nach wie vor unzweifelhaft männlich dominiert. Der Zugang zur Partizipation zum Diskurs um Wein und Kulinarik ist bis heute durch patriarchale Verhältnisse und materielle, ökonomische Bedingungen sanktioniert. Ausnahmen bestätigen auch hier die Regel, auch wenn das Feld in dieser Hinsicht langsam aufzuweichen beginnt, gilt es dies für die Wissensproduktion weiterhin zu problematisieren.[14] Diese Perspektive auf situiertes Weinwissen führt zu den Bedingungen des *Tastings* selbst. Was bedeutet es, verkostende Person zu sein? Unzweifelhaft ist die zu thematisierende Partialität der Situation. Es existiert primär nur das Wissen, das Forschende sowie Verkostende und Bewertende selbst in die Verkostung mitbringen und medial, durch Texte, Videos usw., vermittel- und speicherbar machen.

2. DIE VERKOSTUNGSSZENE

Der *Oxford Companion to Wine*, das kanonische Nachschlagewerk zum Weindiskurs, definiert *Tasting* als »the act of consciously assessing a wine's quality, character, or identity. It is certainly not synonymous with, nor necessarily contemporaneous with nor accompanied by, the act of drinking it.«[15] Aber was ist genau eine

12 Oliveira-Pinto u.a.: »Sexual Dimorphism in the Human Olfactory Bulb«.

13 Scinexx: »Warum Frauen besser riechen können«.

14 Vgl. Eine der bedeutendsten Weinkritiker:innen ist zum Beispiel Jancis Robinson; Vgl. Robinson: »Staff«; Vgl. auch die Naturwein-Koryphäe und Kritiker:in, Alice Feiring; Vgl. Feiring: The Battle for Wine and Love; Oder, als Kritik am toxisch-männlichen System der Kulinarik: Victoria James: Winegirl.

15 Harding/Robinson: »Tasting«, S. 741.

Verkostung? Welche mediale Umgebung spielt da im Besonderen eine Rolle? Eine Weinverkostung läuft, sobald sich der Wein im Glas befindet, in der Regel in drei Schritten ab. Erstens: Die visuelle Überprüfung der Farbe, dessen Klarheit, ob trüb oder nicht, lässt darauf schließen, ob der Wein beispielsweise filtriert wurde – sind Schwebstoffe darin usw.. Die Farbtiefe lässt einen ersten Rückschluss auf das Alter des Weines zu. Je heller und bräunlicher ein Rotwein, je dunkler ein Weißwein ist, desto reifer und älter sind in der Regel die Weine. Darauf folgt, zweitens, die olfaktorische Prüfung der Aromen. Welche Aromen nehme ich wahr: zitrische, pyrazinische (gemüsig, grasig), animalische Aromen usw.. Abschließend, drittens, die gustatorische Prüfung. Wie ist das Verhältnis von Süße und Säure? Lassen sich Spitzen wahrnehmen, ist das Verhältnis ausgewogen? Ist dort eine wahrnehmbare Bitterkeit oder Salzigkeit vorhanden? Lassen sich Texturen, ob der Wein eher dickflüssig oder dünn ist, wahrnehmen oder gibt es prickelnde Kohlensäure. Wie ist die Temperatur? Hat der Wein Extrakt, d.h. wie ›saftig‹ bzw. dick fühlt sich der Wein an? Wie lange bleibt der Geschmackseindruck im Mundraum wahrnehmbar? Dieser Dreierschritt (Auge, Nase, Mund) der sensorischen Verkostung kulminiert in der Bewertung. Diese Bewertung kann anhand unterschiedlicher Schemata verlaufen. Anhand von Skalierungen durch Punktesysteme von 1 bis 5 oder auf einer 100-Punkteskala, wie etwa bei Robert Parker und anderen. Ebenso sind Schulnoten möglich, wobei erwähnt sein soll, dass das 100-Punkte-Modell bei Robert Parker dem amerikanischen Notensystem entlehnt ist. Das erklärt auch den Erfolg solcher Punktesysteme, gerade im angloamerikanischen Raum. Der *Wine Spirit Education Trust* (WSET),[16] eine Ausbildungsstätte für Weinhändler:innen und mittlerweile auch Kritiker:innen und Sommeliers, empfiehlt eine Bewertung nach dem BLIC-System. Bewertet werden die Kategorien: *Balance*, *length*, *intensity* und *complexity*. Wie ausgewogen ist der Wein (Balance). Wie lange verbleibt die Wahrnehmung im Mundraum (Länge). Wie intensiv bzw. deutlich sind die Aromen im Wein wahrnehmbar (Intensität). Besitzt der Wein wahrnehmbare Aromen aus mehr als nur einer Kategorie des Spektrums, etwa durch Reife, Holzausbau, andere Lagerungsvarianten (Ton, Beton, oxidativ vs. reduktiv, etc.) etc., dann wird er als komplex beschrieben.

Der *Oxford Companion to Wine* verweist neben dieser Herangehensweise an das zu verkostende ›Objekt‹ auf die medialen Praktiken des Verkostens; die so bezeichneten Verkostungstechniken: Das Spucken des Weines um eine Intoxikationsreduktion, durch Verhinderung der Aufnahme des im Wein enthaltenden Alkohols zu erreichen, wäre eine wesentliche Technik. Zu diesen Praktiken gehört aber ebenso das Schreiben von Verkostungsnotizen:

> Professional Tasting usually involves making Tasting Notes, often under the four headings [Auge, Nase, Mund, Konklusion (F.H.)] noted above. It may also involve scoring by allotting numbers to different elements

16 Vgl. dazu auch den Beitrag von Christoph Raffelt in dieser Ausgabe, sowie das Interview mit Toni Askitis.

> according to carefully predetermined scale, especially if wine judging is involved.[17]

Tastings sind, so könnte man eine vorläufige Definition versuchen, Situationen, in denen sensorisch prüfende Wahrnehmungen, Bewertungen und Beschreibungen stattfinden, die in der Regel schriftlich und/oder audiovisuell fixiert werden. So kann man ergänzen: Verkostungsszenen sind, mit Rüdiger Campe, Schreibszenen:

> Mit ›Schreiben‹ ist oft eine Bewegung gemeint, die die Grenze der Unterscheidungen in Richtung auf den Körper oder auf Materialität überquert. ›Die Schreibszene‹ kann einen Vorgang bezeichnen, in dem Körper sprachlich signiert werden oder Gerätschaften am Sinn zu dem sie sich instrumental verhalten, mitwirken – es geht dann um die Arbeit der Zivilisation oder den Effekt von Techniken.[18]

3. WEINSPRACHE (ER)FINDEN

Die flüchtige sensorische Situation der Verkostung wird durch Medien, vor allem durch die Schrift, überzeitlich in Szene gesetzt, d.h. in Sprache oder aber auch in Programmiercode, übertragen. Die Versprachlichung der Sinneseindrücke ist bereits ein medialer Akt, der sich vor die vermeintlich unmittelbare Wahrnehmung stellt. Diese Datafizierung der sensorischen Eindrücke ist die Stellschraube für das Inaugurieren von Herrschaftswissen. Die Verwendung bestimmter Fachsprache oder der bewusste Verzicht auf diese lässt Rückschlüsse auf den jeweiligen Bias der Beschreibenden zu. Hier setzt ebenso die vermeintliche Objektivierung durch Statistik und Datafizierung an.

In seinem Aufsatz *A Taste of Science: Making the Subjective Objective in the California Wine World* untersucht Wissenschaftshistoriker Steven Shapin die Bemühungen der Önologie in Kalifornien, vor allem der University of California in Davis zwischen den fünfziger und achtziger Jahren, subjektive Geschmacksurteile in objektive Beschreibungen und Bewertungen zu überführen und in eine gemeinsame verlässliche, eindeutige Weinsprache zu fassen. Er analysiert, wie sensorische Wissenschaft und Chemie, allen voran die Gaschromatographie, eingesetzt wurden, um ›weiche‹ subjektive Urteile in ›harte‹ objektive Daten zu übersetzen. Shapins Zugang verdeutlicht**,** Wein als epistemisches Objekt wahrzunehmen: Wie wird dieses Wissen datafiziert und skaliert?

Anhand der entstandenen Systematisierung von Geschmacksurteilen als subjektives und romantisch-anekdotisches Erfahrungswissen im Gegensatz zu objektiven allgemein gültigen und mathematisierbaren Kriterien der Qualitätsbewertung von Wein, zeigt sich die Enthumanisierung bzw. Deindividualisierung von Geschmacks- bzw. Sensorikurteilen durch Technik wie der Gaschromatographie und

17 Harding/Robinson: »Tasting«, S. 743.

18 Campe: »Die Schreibszene«, S. 270.

der sich zugleich systematisierenden Standardisierung von verbalen Aromabeschreibungen in der Önologie. Ein Schwerpunkt in Shapins Wissenschaftsgeschichte liegt dabei auf der Forschung des Önologen Maynard Amerine und seinen Kollegen an der University of California, in den 1950ern bis in die 1980er Jahre. Shapin diskutiert die Entwicklung standardisierter Verkostungsmethoden und die Schaffung von Instrumenten wie dem Aromarad, um die Kommunikation über Weinaromen zu verbessern und subjektive Wahrnehmungen zu objektivieren. Amerine war eine Schlüsselfigur in der Gründung der modernen Weinwissenschaft sowie der sensorischen Evaluation. Der von ihm im amerikanischen Raum nach der Prohibition neu ins Leben gerufene Forschungsbereich der *Enology and Viticulture* spielte eine zentrale Rolle bei der Entwicklung objektiver Bewertungssysteme für Wein.[19] Seine Arbeiten thematisieren die Klassifizierung von Weinaromen, die sensorische Analyse und die chemische Zusammensetzung von Wein und die darauf rekurrierende unzweideutige Weinsprache, die beispielsweise bis heute im WSET oder durch das Aromarad zur Wein- und Aromabeschreibungen genutzt wird.

Ohne an dieser Stelle tiefer in die Details der Weinsprache eindringen zu können, kann jedoch konstatiert werden, dass sich der Diskurs des Herrschaftswissens in der Ausarbeitung der sensorischen Evaluation bei Amerine deutlich abbildet: »Objectivity here presumed not only an orientation to the ›wine itself‹ but also the focused engagement of a free, disengaged, and competent sensing subject. […] Judges de-personalized themselves or were assisted by others to do so.«[20] Das von Amerine entworfene, man muss hinzufügen, männliche, objektive, oder wie er es bezeichnet, ›intersubjektive‹ Verkostungssubjekt sollte spezifische Kurse und Trainings durchlaufen und sich anhand der von ihm entworfenen Skala und der auf die Statistiken bezogene Weinsprache beziehen. Mit seiner Datafizierung der Weinsprache lieferten Amerine und Kolleg:innen daraufhin einen Anknüpfungspunkt für aromachemische und physikalische Verfahren, um die weiteren Aromauntersuchungen und sensorischen Evaluationen in Zahlen zu übersetzen und die Weinanalyse nach Möglichkeit vollkommen von Verbalisierungen abkoppeln zu können.

Diese Bemühungen waren ein erster Anlauf, einen Rahmen zu schaffen, in dem organoleptische Charakteristiken von Wein verlässlich und eindeutig vermittelbar gemacht werden sollten. Aus einer sensorischen Evaluation wurde in der Entwicklung der Önologie und der Aromachemie ein sensorisch-analytischer Zugang elaboriert, der in der Verwendung der Gaschromatographie-Olfaktometrie (GC-O) für die Weinanalyse in den 1970er Jahren mündet. Wein sollte nicht mehr in der Summe seiner sensorischen Eindrücke bewertet werden, sondern in seinen (chemischen) Einzelteilen analysierbar gemacht werden. Das erfolgreichste Buch *Wines Their Sensory Evaluation* von Amerine und dem Aromachemiker Edward Roessler erschein 1976 genau in der Phase, in der die Gaschromatographie begann, in der

19 Seine Nachfolgerin auf dem Lehrstuhl für *Enology und Viticulture* war Anne Noble, die mit ihrer Forschungsgruppe das diagrammatische Aromarad erfand; Vgl. Noble u.a.: »Modification of a Standardized System of Wine Aroma Terminology«.

20 Shapin: »A Taste of Science«, S. 444.

chemischen Analyse verbreitet genutzt zu werden.[21] Bei der evaluativen Sensorik handelt es sich um eine bemerkenswerte konvergent verlaufende Wissenschaftsgeschichte; der organischen Chemie, der Anatomie, der Technologie und der Kulinarik, die sich zunehmend um das Spektrum der Digitaltechnik erweitert. Die Schlüsselentwicklung für die Sensorik ist die Gaschromatographie – als Medium der Relationierung, Quantifizierung und Korrespondenz von Weinbeschreibung und -bewertung. Dies wird sich durch die weitere Entwicklung der Sensorkopplungen und der verbalisierenden KI, durch die E-tongues und E-noses allerdings in Zukunft ändern.

> Elsewhere, Amerine suggested a possibility that quality judgement might, in the remote, future, bypass human agency and be mechanically produced, but for the present, one had to accept that both the quality of wines and the pleasure they afforded were ›of subjective nature‹.[22]

4. VERKOSTUNGSMEDIEN

Für die Schreibszene gilt, dass das Schreibmedium – das Material (Papier, Pergament, Computerbildschirm), das Schreibgerät (Feder, Schreibmaschine, Tastatur) – und die daraus resultierenden Möglichkeiten und Einschränkungen – wesentlich an unseren Gedanken und der Schreibszene als solcher mitarbeiten.[23] Dieser Fakt der Materialität des Schreibens lässt sich ebenso auf die Materialität der Verkostungsszene übertragen: Die Verkostungsumgebung wird ebenso medial konstituiert wie die Schreibszene: So sieht das Begleitbuch der WSET Level 2 Ausbildung folgende »Vorbereitungen für die Verkostung« vor:

> Eine ideale Verkostungsumgebung ist hell beleuchtet, um den optischen Eindruck des Weins prüfen zu können. Sie ist frei von starken Gerüchen, die die Aromen des Weins beeinflussen können. Sie bietet zudem ausreichend Platz für die Anordnung und das Abstellen der Weingläser und um sich Notizen zu machen. Zum Ausspucken sollten Spucknäpfe oder Becher bereitstehen.[24]

Das Umgebungssetting muss auf die Verkostung hin eingerichtet werden. Das Netzwerk aus Licht, geruchsbildenden Aktanten, die Glasanordnungen, die Gläser selbst, die Schreibutensilien, Verkostungsbögen, Listen und Tabellen usw., wie auch die berühmt-berüchtigten Spucknäpfe oder -becher, bilden alle eine eigene Agency im Verkostungsensemble aus und arbeiten mit an den Ergebnissen der Weinwahrnehmung, -beschreibung und -bewertung. Die Temperatur des Weins, die

21 Vgl. Ebd., S. 448.

22 Ebd., S. 443

23 Vgl. Stingelin: Unser Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken.

24 WSET: Wein: Was das Etikett verrät, S.7.

Verkostungsreihenfolge der zu prüfenden Gläser sowie die Luftfeuchtigkeit, die Geräuschunterdrückung und andere Gerüche der Umgebung prägen die Produktion des Verkostungswissens wesentlich mit. Darauf weisen sowohl der WSET als auch bereits Amerine und die frühen Konzeptionen der kalifornischen Önologie hin.

> Over time, Amerine and his colleagues also suggested requirements for the construction of dedicated tasting spaces, including specifications for ambient light, temperature, humidity, odor, and noise. Similarly, equipments had to be standardized so that identical glasses and preparation in procedures were used in all settings.[25]

Ebenso, neben aller Umgebungsrelation, tritt die eigene Körperlichkeit der Verkostungspersonen als Teil dieser Verkostungsumgebung auf und wird in die Vorbereitungen einbezogen.

> Als Vorbereitung auf das Verkosten von Wein müssen Sie dafür Sorge tragen, einen neutralen Gaumen zu haben, der also nicht durch Zahnpasta oder den Nachgeschmack intensiver Speisen beeinträchtigt ist. Nehmen Sie auch Rücksicht auf die anderen und tragen Sie kein Parfüm, Aftershave oder andere stark duftende Produkte, da diese die Aromen des Weins beeinflussen.[26]

Interessant ist der Verweis auf Rücksichtnahme gegenüber anderen Verkostenden und die Bitte um Verzicht auf duftende Produkte. Das Verkosten wird demnach immer auch als ein Miteinander-Verkosten gedacht und bezieht somit auch in der objektiven Weinbewertungssituation immer die soziale Interaktion in die Verkostungssituation mit ein. Wie für die Schreibenden das Schreibmedium, ist bei den Verkostenden etwa die Suche nach dem richtigen Weinglas eine immerwährende Diskussion: Welche sind die sensorisch effizientesten Weingläser? Es gibt diverse namhafte Hersteller:innen, von Riedl, Zalto, Spiegelau, Josephinenhütte bis Zwiesel, um nur einige zu nennen.[27] Ebenso ruft die Glasform eine ganze Glaskunde herbei, von den Rebsorten-spezifischen Weinglasformen usw. ganz abgesehen.[28] Auch hier wäre eine von Bourdieu und Haraway inspirierte Kritik durchaus angemessen, wo sensorische Verbesserung durch Glaskunde stattfindet und wo es bloß zu weiterem Exklusions-, d. h. Herrschaftswissen und symbolischem Kapital wird. Das WSET-Lehrbuch schreibt zur Glasfrage in der Verkostungsumgebung:

25 Phillips: »The Taste Machine«, S. 466.

26 WSET: Wein: Was das Etikett verrät, S.7.

27 Vgl. Dettweiler: »Zalto gegen Zalto«.

28 Vgl. zum, momentan vor allem in Natural Wine Bars trendigen, ISO-Tasting Glas: Walhout: »The Tiny Wine Glasses Taking Over Wine Bars«.

> Unabdingbar sind geeignete Gläser, die geruchsfrei und farblos sein müssen, ohne anhaftende Rückstände von Spülmittel, Spülmaschinensalz oder Schmutzpartikeln aus unsauberen Poliertüchern. Für die Beurteilung von Weinen ist das ISO-Glas gut geeignet. Seine beiden wichtigsten Eigenschaften sind der rundliche Kelch, in dem der Wein geschwenkt werden kann, um seine Aromen freizusetzen, und die sich verjüngende Form, die diese Aromen nach oben hin bündelt.[29]

Die Frage der Materialität und der Sensorialität der Umgebung der Verkostung ist eine weitere Aufschlüsselung des situierenden Wissens des Weintastings, das über Lehrbücher, veranstaltete Verkostungskurse usw. vermittelt und erlernt werden soll. Dabei gilt es ebenso abzuwägen, ob es sich um deskriptive Weinbeschreibungen oder evaluative Weinbewertungen handelt. Wird dort skaliert, d. h. in Punktesystemen bewertet oder wird relationiert, werden beispielsweise Weine eines Jahrganges vergleichend verkostet, also eine Horizontalverkostung durchgeführt oder wird der gleiche Wein aus verschiedenen Jahrgängen verglichen, was einer Vertikalverkostung entspräche. Dies sind entscheidende Ausgangspunkte, die die gesamte Situation der Verkostung von vornherein determinieren. Jedoch steht und fällt weiterhin jedes *Tasting* durch den humanen (Stör-)Faktor:

> Making and marketing wine is different from much else in the modern economy, and the tasting booth is unlike other midcentury industrial laboratories in at least one key aspect: Human sensory experience was inescapably at the heart of the exercise. Consequently ›judges‹ diets, physical comfort, and mental states were part and parcel of the experimental apparatus itself.[30]

5. AUSBLICK: SENSING TECHNOLOGIE UND SITUIERTES WISSEN

Am 13. Dezember 2023 erschien ein Aufsehen erregender Artikel im Magazin *Wine-Enthusiast*: »A.I. Can Identify Wine 100 % of the Time. What Now?«[31], sowie eine Woche zuvor im *Decanter Magazine*: »AI can pinpoint which estate Bordeaux wines come from with 100% accuracy.«[32]

Was war geschehen? Diese Texte reagierten auf einen in *communications chemistry* erschienen Artikel *Predicting Bordeaux red wine origins and vintages from raw gas chromatograms* einer Forschungsgruppe u. a. an der Universität Genf und der Universität Bordeaux.[33] Das Ergebnis der Experimente setzte so manche in

29 WSET: Wein: Was das Etikett verrät, S.7.

30 Phillips: »The Taste Machine«, S. 462.

31 Wilson: »A.I. Can Identify Wine 100% of the Time. What Now?«.

32 Green: »AI Can Pinpoint Which Estate Bordeaux Wines Come From With 100% Accuracy«.

33 Vgl. hierzu auch ausführlich den Beitrag von Christoph Raffelt.

Erstaunen: Die Wissenschaftler:innen nutzten maschinelles Lernen, um die chemische Zusammensetzung von 80 Rotweinen von 7 Chateaus aus 12 Bordeaux-Jahrgängen zwischen 1990 und 2007 zu analysieren. Es ging darum herauszufinden, ob es eine chemische Signatur, einen individuellen Fingerabdruck gibt, der spezifisch für jedes der Weingüter ist, unabhängig vom Jahrgang. Die Untersuchung dringt in den Kern aller Verkostungsziele und das Herz der Weinbranche vor: Hat der Wein eines einzelnen Chateaus ein wiedererkennbares wahrnehmbares chemisches Profil – und daher einen spezifischen individuellen und damit eindeutig identifizierbaren Geschmack – Jahrgang für Jahrgang und kann man diesen mit Mitteln des maschinellen Lernens herausarbeiten?

> The fact that we could perfectly identify estates, independently of vintages, suggests that the estates we have analyzed here have distinct identities. While wine experts believe that some Bordeaux estates have indeed distinct profiles, this is, to our knowledge the first time that this is demonstrated with a purely chemical analysis of Bordeaux wines.[34]

Das ist eine Frage, die Verkostende, von der Weinkritik, über die Gastronomie, zu Produzent:innen und Endverbraucher:innen verbindet. Gibt es eine wahrnehmbare Spezifikation der Herkunft und Vinifizierung eines Weines, wie sie unter dem hochaufgeladenen Begriff des bereits erwähnten *Terroir* zusammengefasst wird?

Die 80 Weine wurden verdampft und durch Gaschromatographen auf ihre Bestandteile analysiert, um die chemischen Verbindungen der Weine zu trennen und zu katalogisieren. Die Auslesung jedes Weins bzw. dessen Chromatogramm hatte 30.000 Punkte, die verschiedene chemische Verbindungen darstellten. 73 der Chromatogramme der Weine zusammen mit Daten über das Weingut und den Jahrgang verwendeten die Forschenden, um einen Machine-Learning-Algorithmus zu trainieren. Der Machine-Learning-Algorithmus wurde mit den verbleibenden sieben Weinen getestet – jeweils 50-mal in verschiedenen Reihenfolgen.

Der KI-Blindverkostungsalgorithmus (AI Blind-Tasting Algorithm) identifizierte die Weine jedes Mal zu 100 % korrekt. Welche Schlussfolgerung kann daraus abgeleitet werden? Der Algorithmus erkennt zum einen Terroir. Zum anderen wird einem Machine Learning Algorithmus die Fähigkeit eines Blind-Tastings, der Blindverkostung, zugesprochen. Das Erkennen von Wein-Typizität und Authentizität sind Schlüsselbegriffe und Kernanalyseziele im Erkennen, Beschreiben und Bewerten von Weinen.

Warum spielt Wein in der Analyse und im Training von Tasting-Algorithmen eine so prominente Rolle? Wenn es mit der komplexen Flüssigkeit Wein mit seinen hunderten unterschiedlichen Aromen funktioniert, ist es mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit möglich, auch andere Getränke und Flüssigkeiten durch dieses Verfahren zu erkennen, zu beschreiben und zu bewerten.

---

34 Schartner u.a.: »Predicting Bordeaux Red Wine Origins and Vintages from Raw Gas Chromatograms«, S. 7.

In einer weiteren Variante eines solchen experimentellen Verfahrens erreichten Forschende durch spezifische Sensorkopplungen in Kombination mit Machine-Learning-Algorithmen in der Untersuchung verschiedener Fruchtsäfte Ergebnisse mit elektronischen Zungen im Bereich der Lebensmittelsicherheit.[35] Eine Forschungsgruppe der Penn State University erhöhte mithilfe des Einsatzes eines neuronalen Netzes die Genauigkeit ionensensitiver Feldeffekttransistoren, die man auch als elektronische Zungen beschreibt. Diese Kombination aus Machine Learning und den Sensorkopplungen führte dazu, dass durch diese so verbesserte elektronische Zunge der Geschmack und die Frische von Getränken, wie Kaffee, Tee, Wein und Fruchtsäften, mit einer 97-prozentigen Genauigkeit bestimmt werden konnte. Diese verschiedenen Getränke wurden anhand der Messwerte der Sensoren klassifiziert, erhielten also ihren individuellen elektronischen Fingerabdruck.

6. FAZIT

Erworbenes Weinwissen durch Tastings sind kein rein chemisches oder physikalisches Wissen. Es entsteht in Verkostungen, in der Praxis der Weinherstellung und in der Weinkritik, durch Aushandlungen sozialer und sprachlicher Art. Es ist ein prozessuales, hybrides Wissen, vermittelt durch humane und non-humane Anteile des Verkostungsnetzwerkes.

> It is a hybrid instrument: One bit of it is glassware and electronics intended to establish objective chemical facts about aromatic substances, and another bit is the human nose, attached to human beings reporting in their own sensory experiences. The one is meant to render knowledge of chemical substances objective; the other to objectify the subjective qualities of human sensory experience.[36]

Produziertes vermeintlich objektives Herrschaftswissen ist zwar, zum einen, ein hybrides Artefakt, jedoch, zum anderen, wird damit eine diskursgebende Dominanz in der Weinsprache etabliert; etwa durch das Medium-Werden des Aromarads als diagrammatische Schablone der Weinbeschreibung.

> At the same time, the language represented by the Aroma Wheel, and encouraged by the program of sensory evaluation, has had significant effects in how consumers, as well as wine experts, have now come to talk about the organoleptic characteristics of wine – and indeed, of many other products on the market (foods, beer, whiskey, coffee, tea, perfume, soaps, room fresheners, new cars, and so on).[37]

35 Pannone u.a.: »Robust Chemical Analysis With Graphene Chemosensors and Machine Learning«.

36 Shapin: »A Taste of Science«, S. 449.

37 Ebd., S. 452.

Dieses Expert:innen- und Herrschaftswissen über Wein ist, das zeigen die Ausführungen über *Tastings* und Verkostungsmedien, performativ: Sommeliers und Sommelière, Winzer:innen oder Weinkritiker:innen müssen ihr Wissen verkörpern und in sozialen Kontexten ständig legitimieren. Die Institutionen des Weinwissens (z. B. Sommeliers, Weinkritiker:innen, Weinwettbewerbe) sind in dieser Hinsicht Mechanismen, die bestimmten Geschmäckern, bestimmten Vorlieben, Stilen und Moden im Weindiskurs Legitimität verleihen. Ein Beispiel dafür ist etwa die lange Dominanz der Bordeaux-Rotweine (*Petrus*, *Lafite*, *Haut Brion*, *Margaux* usw.) als Weltspitze durch Quasi-Rating Agenturen wie Robert Parker und sein *Wine Advocate*. Die moderne Weinkultur mit Expert:innenwissen und Degustationsnotizen ist ein relativ neues Phänomen, dass man, wie es Shapin und Phillips getan haben, in eine Wissensgeschichte nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges verorten kann. Die Wissensgeschichte impliziert typische Diskurse um Herrschaftswissen und Postkolonialismus. Ein prägendes Beispiel ist die oben angedeutete Standardisierung einer internationalen Weinsprache: Diese ist jedoch bis dato durchweg eine eurozentrische Weinsprache, an der es seit längerem fundierte und berechtigte Kritik gibt – etwa von der aus Ostafrika stammenden Sommelière, Linguistin und Kulturwissenschaftlerin Alice Achayo.[38] Sie setzt sich für eine Dekolonialisierung der Weinsprache ein bzw. vertritt eine spannende postkoloniale Perspektive hinsichtlich der hier problematisierten Konstituierung von Herrschaftswissen in *Tastings*. Die Fragen des Foodpairing, der Wein- und Speisebegleitungen, werden in der Regel mit westlich-europäischen Gerichten trainiert. Gerichte, Kulinariken und Geschmacksprofile des globalen Südens, in denen es durchaus eine Geschichte des Weinkonsums gibt, werden immer noch häufig außen vor gelassen. Ihre Kritik bezieht sich ebenso auf den *Wine and Spirits Education Trust* (WSET), der lange Zeit der Goldstandard der Weinausbildung war bzw. in vielen Ländern immer noch ist. Achayo weist zurecht darauf hin, dass der WSET im Vereinigten Königreich für britische Importeur:innen, Vertriebsunternehmen und Einzelhändler:innen gegründet wurde. Achtzig Jahre nach seiner Gründung wird der WSET in über 70 Ländern studiert und wurde in 15 Sprachen übersetzt[39] und hat die eurozentrische Weinbeschreibung lange geprägt. Mittlerweile reagiert der WSET durch die weiterwachsenden nicht-westlichen Absatzmärkte, allen voran China, auf ihre Beschreibungsproblematiken und weicht die Eurozentrik aromenspezifischer Weinsprache auf.

> Eurocentricity is shown through the reliance on flavors unfamiliar to those outside Western cultures such as milk products (butter and cream) which are unfamiliar to Asian palates and lactose intolerant people. Gooseberries are virtually unknown in China. The WSET acknowledges difficulties and are updating their terminology.[40]

38 Vgl. The Wine Linguist: »Wine, Food, Culture«.

39 Dingwall: »A New Generation of Sommeliers is Rewriting the Language of Wine«.

40 Brady: »Is the Language of Wine Broken?«, S. 34.

Es stellt sich tatsächlich die Frage, ob die Computerisierung der Weinsprache und von Geschmacksalgorithmen nicht die Diskriminierungen und Exklusionen des eurozentrischen Diskurses reproduzieren wird oder ob es die Möglichkeit bieten wird einen möglichen Verkostungsbias der ›Intersubjektivität‹ zu umgehen? *Is the wine language broken? Or maybe not?*

LITERATURVERZEICHNIS

Amerine A., Maynard/Roessler Edward B.: Wines, Their Sensory Evaluation, New York, NY/San Francisco, CA 1976.

Bordieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Berlin 2023.

Brady, Richard: Is the Language of Wine Broken?, Cambridge, MA 2022. https://doi.org/10.21427/ag2h-1h84.

Campe, Rüdiger: »Die Schreibszene, Schreiben«, in: Zanetti, Sandro (Hrsg.): Schreiben als Kulturtechnik, Frankfurt a.M. 2012, S. 269-282.

Dettweiler, Marco: »Zalto Gegen Zalto«, https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/zoff-in-der-weinglas-branche-ist-kurt-zalto-ein-genie-oder-ein-betrueger-19645852.html, 20.05.2025.

Dingwall, Kate: »A New Generation of Sommeliers is Rewriting the Language of Wine«, https://www.wineenthusiast.com/culture/rewriting-the-language-of-wine/?srsltid=AfmBOorv4hEH1Aiv-Rfmi9jR4GAsJXS39Wx0P8XMbdKE8r8SgEgm2RzuU, 20.05.2025.

Feiring, Alice: The Battle for Wine and Love. Or How I saved the World From Parkerization, Orlando, FL 2009.

Foucault, Michel: Archäologie des Wissens, Frankfurt a.M. 1981.

Green, Martin: »AI Can Pinpoint Which Estate Bordeaux Wines Come From With 100% Accuracy«, https://www.decanter.com/wine-news/ai-can-pinpoint-which-estate-bordeaux-wines-come-from-with-100-accuracy-518702/, 20.05.2025.

Haraway, Donna: »Situiertes Wissen. Die Wissenschaftsfrage im Feminismus und das Privileg einer partialen Perspektive«, in: Hammer, Carmen/Stieß, Immanuel (Hrsg.): Die Neuerfindung der Natur. Primaten, Cyborgs und Frauen, Frankfurt a.M./New York, NY 1995, S. 73-97.

Harding, Julia/Robinson, Jancis: »Tasting«, in: The Oxford Compangion to Wine, New York, NY 2023, S. 741-745.

James, Victoria: Winegirl, a Sommelier's Tale of Making It in the Toxic World of Fine Dining, London 2021.

Robinson, Jancis: »Staff«, https://www.jancisrobinson.com, 15.04.2025.

Mondada, Lorenza: Sensing in Social Interaction, the Taste for Cheese in Gourmet Shops, Cambridge, MA 2023.

Noble, Anne C. u.a.: »Modification of a Standardized System of Wine Aroma Technology«, in: American Journal of Enology and Viticulture, Jg. 38, Nr. 2, 1987, S. 143–46.

Oliveira-Pinto Ana V. u.a.: »Sexual Dimorphism in the Human Olfactory Bulb: Females Have More Neurons and Glial Cells Than Males«, in: PLOS One, Jg. 9, Nr. 11, 2014.

Pannone, Andrew, u.a: »Robust Chemical Analysis with Graphene Chemosensors and Machine Leaning«, in: Nature, Jg. 634, 2024, S. 572–578.

Phillips, Christopher: »The Taste Machine: Sense, Subjectivity, and Statistics in the California Wine World«, in: Social Studies of Science, Jg. 46, Nr. 3, 2016, S. 461-481.

Schartner, Michael, u.a: »Predicting Bordeaux Red Wine Origins and Vintages from Raw Gas Chromatograms«, in: COMMUNICATIONS CHEMISTRY, Jg. 6, Nr. 1, 2023.

Scinexx: »Warum Frauen besser riechen können«, https://www.scinexx.de/news/biowissen/warum-frauen-besser-riechen-koennen/#:~:text=Sensibles%20Näschen%3A%20Frauen%20nehmen%20Gerüche,Neuronen%20im%20Riechkolben%20ihres%20Gehirns, 20.05.2025.

Shapin, Steven: »A Taste of Science: Making the Subjective Objective in the California Wine World«, in: Social Studies of Science, Jg. 46, Nr. 3, 2016, S. 436-460.

Stingelin, Martin: »Das Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken«, in: Zanetti, Sandro (Hrsg.): Schreiben als Kulturtechnik, Frankfurt a.M. 2012, S. 283-304.

Sprenger, Florian: Ich-Sagen, Eine Genealogie der Situiertheit, Berlin 2025.

The Wine Linguist: »Wine, Food, Culture«, https://www.thewinelinguist.com, 20.05.2025.

Walhaot, Hannah: »The Tiny Wine Glasses Taking Over Wine Bars«, https://www.wineenthusiast.com/basics/how-to-serve/wine-bar-tasting-glass-trend/?srsltid=AfmBOopvtyvaCaWzmM3pTuwok7g6pps8yFEbNKiOOrnT-poE9svQQtiSE, 20.05.2025.

Wilson, Jason: »A.I. Can Identify Wine 100% of the Time. What Now?«, https://www.wineenthusiast.com/culture/industry-news/ai-wine/?srsltid=AfmBOorEgXdpeA27SGr4bcoju5Ahdu33HYYA3FysA1oJqtxkSi6igLHB, 20.05.2025.

WSET: Wein. Was das Etikett verrät. Begleitmaterial für die WSET-Qualifikation Level 2, Weine, London 2023.

FOOD- AND WINEPAIRING, SOCIAL MEDIA AND »THE END«

GESPRÄCH MIT SOMMELIER UND CONTENTCREATOR TONI ASKITIS

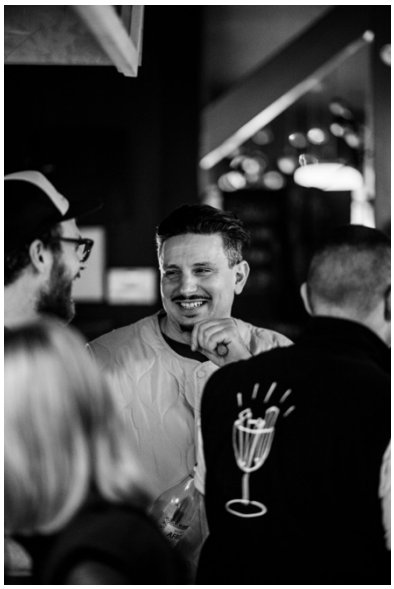


Abb. 1: Toni Askitis im Pommes und Wein © Nicolas Spanier.

FELIX HÜTTEMANN: Wie würdest du deinen Alltag mit Wein und Sensorik beschreiben?

TONI ASKITIS: Es ist so: Irgendwann mal, wenn ich mich zurückerinnere, wenn mich die Leute fragen: »Ja, du Toni, wenn du mir sagst, was du wahrnimmst, dann ist es sofort im Mund.« Meiner Meinung nach ist Sensorik reine Trainingssache. Deswegen wenn man wissbegierig ist, dann willst du halt den Kern der Aromen kennen. Mir fällt immer das Beispiel der Stachelbeeren ein. Irgendwann hat man gelernt *Sauvignon Blanc* hat ein Aroma von Stachelbeere. Aber irgendwie hatte ich damals keine Stachelbeeren gegessen, wie der wirkliche Geschmack ist, wusste ich nicht. Dann habe ich mir *limitless* Stachelbeeren besorgt, gerochen, geschmeckt und irgendwann … ach klar, ok, das ist es jetzt. So funktioniert das, dass du auf einmal etwas Neues hast mit irgendetwas, das man kennt und dann geht so eine Extra-klappe auf. Du hast da eine Kapazität. Und du sagst: Also das ist Kirsche. Das ist Schwarzkirsche usw. damit das dezidierter wird.

Der Rest ist dann Work in Progress. So entsteht das einfach: Dass du durch das Training lernst. Vor allem das *Food-* and *Winepairing*: Welche Komponenten wichtig sind im Essen und im Wein, die sich dann spiegeln oder manchmal kreuzen, das ist in 5 Minuten auswendig gelernt. Aber das Training, das Erschmecken dahinter, das ist das Eigentliche. Ich trainiere halt viel. Ich opfere meine Leber für euch. (lacht)

FELIX HÜTTEMANN: Auf der einen Seite ist es somit eine Praxis. Auf der anderen Seite hast du auch eine Sommelierausbildung gemacht. Da steckt ja auch ordentlich Theorie dahinter.

TONI ASKITIS: Die Ausbildung bringt dir eine Basis, auf der du dann professionell aufbauen kannst. Aber das ist deine eigene Aufgabe. Ich habe ein paar Fachkollegen, die sagten, damit seien sie fertig. Aber ich habe damals schon gemerkt, dass es jetzt erst anfängt, dass du diese Basis hast, auf der du dann alles stapelst. Das vorherige Durcheinander setzt sich durch das Verkosten-Lernen von Essen und Wein dann fest. Aber danach fing es eben erst richtig an.

FELIX HÜTTEMANN: Man spricht ja in der Wahrnehmungspsychologie vom *Proust-Effekt*. Du beißt in diese Madeleine und du erinnerst dich daran beispielsweise wie deine Oma die gebacken hat und du bist mit dem Geschmack wieder in der Situation, in die Kindheit zurückgeworfen. Würdest du sagen, dass es im Grunde in der Kindheit anfängt, Sensorik, Geschmack usw. zu lernen, die Erfahrungen zu machen?

TONI ASKITIS: Mit Sicherheit, aufgrund der Assoziationen zum Geborgenen, Schönen usw. Deswegen schmeckt dann etwas gut. Wenn man jetzt frei davon die Lieblingsgerichte deiner Oma, meiner Oma und zehn Anderen dahin setzen würde, könnte man niemals unabhängig urteilen, was denn nun das beste Gericht wäre.

Man kann das ein wenig mit Musik vergleichen, was ich gerne tue. Das bringt dich genauso an Orte zurück und lässt dich Erinnerungen erfahren. Wein macht das genauso. Wenn wir jetzt beispielsweise irgendein tolles Erlebnis hatten, eine Musik oder ein Wein hat uns berührt und wir sind da im Austausch und diese bringen uns wieder zurück.

FELIX HÜTTEMANN: Dieses Feeling, man probiert etwas, Riesling XY und der war ein Erweckungserlebnis, beispielsweise für mich, einer der ersten, die mich in das Spiel *Wine- and Foodpairing* gebracht haben *7 Terroir* von Gut Hermannsberg. Das war mein Einstieg und wenn ich die heute probiere, bin ich wieder da, der mag so oder so ein Ranking haben, aber einen sentimentalen Platz wird dieser immer für mich haben.

TONI ASKITIS: Bei mir war das was anderes: In Weiß war es ein *Sancerre*, sehr laut im Aroma, und in Rot, ein reifer *Châteauneuf-du-Pape* von 1997, Domaine weiß ich leider nicht mehr. Das waren die Weine, bei denen ich sofort gefragt habe: »Was ist das?«, da wollte ich mehr wissen. Aber mein Geschmack hat sich dahingegen verändert, dass ich einen kargen und keinen lauten Stil bei *Sauvignon blanc* suche. Aber vielleicht ändert sich das irgendwann mal. So aktuell hat sich meine Stilvorliebe festgesetzt. Das heißt aber nicht, dass man nicht professionell verkosten kann, ohne seine Vorlieben da immer ins Spiel zu bringen.

FELIX HÜTTEMANN: Das wäre ja die Kunst bzw. das, was gelernt werden soll. Verkosten heißt etwas anderes, als sich hinzusetzen, Wein zu trinken und darüber zu sprechen, wie etwa im privaten, spielerischen Kontext. Wie würdest du das objektive Verkosten für jemanden beschreiben, der, die bisher sozusagen in der Freizeit Weine probiert, trinkt?

TONI ASKITIS: Das hat mit Erfahrung zu tun, da spielt natürlich die Sommelierausbildung eine Rolle, dass man professionell verkosten lernt. Dass man ein Tool an die Hand bekommt und umso mehr man verkostet, desto präziser wird das. Es gab auch eine Phase, das weiß ich noch ganz genau: Man fängt an, dann sind Rebsorten, die sehr typisch sind im Vordergrund. Dann ist man recht fokussiert und präzise in der Bestimmung der Rebsorten. Du verkostest beispielsweise Riesling, merkst aber schlichtweg dann, dass es den »einen« Riesling natürlich gar nicht gibt, sondern dass sich der von karg mineralisch bis breit im Holz ausgebaut erstrecken kann. Deswegen die Aussage, dass jemand keinen Riesling möge, kann ich immer nur schwer stehen lassen, da es nahezu jeden Weintypen mit dieser Rebsorte gibt. Deswegen ist die ja so großartig. Da ist das Gelernte, dass etwas klar ein Riesling sei, nicht immer korrekt. Es wird immer kleinteiliger, dann festigt sich dieser Rieslinggedanke, dieses Knowhow des Schmeckens und dann kann man sagen: Das ist ein Riesling, der kommt da und da her und wahrscheinlich auf diesem oder jenem Boden gewachsen, warmer Jahrgang usw. und dann kannst du zum Schluss sagen: Dieser Wein ist gut oder nicht gut. Aber du kannst ja noch Haptik, Struktur und solche Dinge bestimmen. Mit Training kannst du, wenn du dir bewusst gemacht hast, wie das alles sein kann, darauf aufbauen. Du kannst deinen persönlichen Geschmack daraufhin hintanstellen. Ehrlicherweise habe ich erlebt, dass Kollegen, die sich in diesem Feld gut auskennen, auch schon andere ausgegrenzt haben. Es ist einfach Training, nichts weiter. Man braucht kein Talent dazu.

FELIX HÜTTEMANN: Es wird dennoch immer gern kolportiert, jemand habe eine »besondere Nase« oder sei ganz besonders sensibel. Es gibt jedoch diese individuellen Wahrnehmungsschwellen. Beispielsweise bin ich relativ tolerant für Korkschmecker (TCA).

TONI ASKITIS: Wenn du dich jetzt hinsetzen würdest und dir den isolierten Korkschmecker, aus dem Aromakasten in der Sommelierschule, in unterschiedlichen Intensitäten vornehmen würdest, würde ich jetzt behaupten, dass du die Sensibilität da trainieren kannst. Du kannst deine Schwelle da verschieben.

FELIX HÜTTEMANN: Was in der Ausbildung immer angeraten und viel genutzt wird, sind solche Tools bzw. Verkostungsmedien, wie eben der Aromakasten und das Aromarad. Spielen die für dich eine Rolle in der Praxis?

TONI ASKITIS: Aromakästen nicht so sehr, weil die zwar extrahierte Aromen abbilden, aber man hat nur die Peaks jeden Aromas. Da kann man natürlich mit trainieren. Aber für die hunderten Aromen im Weinglas kann man sich zwar mit den Peaks trainieren, es wird aber nicht so helfen in der Gesamtheit. Es geht eher um die Bandbreite statt um die Peaks eines Aromas.

Ein Aromarad ja, finde ich gut, da habe ich tatsächlich viel mit trainiert. Das war anfänglich ein Schema, mit dem man einfach erstmal loslegen konnte: Aromarad in der Mitte, links das Glas, rechts den Stift in der Hand. Riechen und rausschreiben.

> FELIX HÜTTEMANN: Es gibt Stimmen, wie den italienischen Philosophen Nicola Perullo,[1] der gegen Tasting und Verkosten argumentiert, gegen das Analytische, und proklamiert, dass Wein ein Erlebnis sei, eine Erfahrung, die man mache. Mit dem Wein denken, nicht über den Wein denken. Perullo nennt das Aromarad eine »Dissecting Machine«.

TONI ASKITIS: Kann ich so unterschreiben, wenn ich mir etwa das WSET-Schema[2] ansehe, das ist ja doch noch etwas generischer als das Aromarad. Kann man machen und damit mit Leuten international über Wein kommunizieren. So quasi aus der Ferne, ohne nebeneinander zu sitzen, die Weine beschreiben, wenn man das Schema und die Beschreibungssprache einmal adaptiert hat. Das richtet sich aber tatsächlich, jetzt *no hate*, doch eher nach »Supermarktweinen«, also übliche Handelsweine. Da funktioniert das dann auch in einem gewissen Maß. Deswegen wäre so eine Sommelierausbildung feingliedriger. Das brauchst du auch mehr, wenn du etwa Essen und Wein kombinieren willst.

Das Miteinander mit dem Wein, statt über den Wein, finde ich auch richtig. Da etwa Winzer das ja genauso machen. Ich sitze mit dem Ritz (Moritz Haidle[3]) da oder er schickt mir einen Wein und fragt mich nach meiner Meinung und er fragt »Findest du nicht, dass der flüchtig ist?« Ja, doch, aber ist ok. »Der hat einen Fehler.« Also: Der Sommelier setzt sich mit dem Glas auseinander, liest das, kombiniert den Wein imaginär schon mit einem Essen usw. und der Winzer fragt sich: »Wie wurde der Wein gemacht? Was für Fehler hat der?« usw., und derjenige, der über den Wein schreibt, denkt da auch nochmal anders nach, hat einen anderen Ansatz, der geht hin und fragt sich: »Was ist die Story dahinter?« Was ist da richtig, was ist da falsch? Also der Genuss, das *mit* dem Wein, statt der Analyse, das *über* den Wein, das findet da untergeordnet statt. Wobei ich finde, dass das bei den Sommeliers wahrscheinlich noch am ehesten passiert. Wenn der Wein schmeichelt, ist es doch auch egal, ob der mal etwas mehr dunkles Holz abbekommen hat oder nicht. Das

1 Perullo: Epistenology, S. 99.

2 Der Wine Spirit Education Trust liefert eine in verschiedene Level eingeteilte internationale Ausbildung in Wein du Getränkebeschreibungen; Vgl. WSET Global: »Discover a World of Knowledge«.

3 Vgl. Haidle: »Weingut Karl Haidle«.

Gesamtbild muss stimmen. Aber ich glaube, das ist schon das nächste Level, was der Philosoph Nicola Perullo sagt, dafür muss man schon ein Stück Weg gegangen sein, um da zu landen. Das kann man ja nur jedem wünschen, dass es dann auch so ist. Oder wenn man in der Szene arbeitet, dass man auch heraustreten kann und es auch mal genießen kann.

> FELIX HÜTTEMANN: Perullo hat eine klassische Karriere hinter sich, vom professionellen Weinkritiker zum philosophischen Weinliebhaber. Gleichzeitig muss ich jetzt als Wissenschaftler analytisch arbeiten. Ich muss den Schritt rein und den Schritt herausmachen, sozusagen, und versuche, die Perspektiven zu kombinieren. Die Sommelierperspektive auf der einen und die medienwissenschaftliche Perspektive auf der anderen und ggf. als dritte Perspektive der Individualgenuss von Speisen und Getränken.
>
> Da sind solche Tools, wie etwa Bewertungssheets, sei es der WSET, sei es das Aromarad, ja Hilfestellungen, Medien, die objektivieren sollen. Wie du kritisch anmerkst, ist WSET natürlich kreiert, maßgeblich von Händlern. Es geht schlicht auch darum, das ist ja ca. vor 70 Jahren entstanden, es dem Weinhandel letztlich leichter zu machen, sich auszutauschen und Wein vermarkten zu können und eine gemeinsame Beschreibungssprache zu finden. Man darf jedoch nicht vergessen, WSET ist letztlich ein Marketingprogramm. Eine Sprachentwicklung findet da statt, die versucht eines zu tun, nämlich das, was wir als höchst individuelle Erfahrung haben Geschmack, Aroma, was wir alle mit unterschiedlichen Dingen verbinden, so vermittelbar zu machen, dass wenn ich jetzt sage: *Sauvignon blanc*, bei dir die Stachelbeere anklingt.

TONI ASKITIS: Um es auf die digitale Ebene zu bringen. Ohne Zahl wird es nicht gehen, ohne Schema. Aber genau das ist es, wir müssen für gewisse Dinge auch vorankommen. Bei dem, woran du da forschst, was da im digitalen Bereich passiert, da habe ich aber gleichzeitig auch die Befürchtung, dass die individuelle Geschichte dann ggf. keine Bedeutung mehr hat, wie bei einer Ratingagentur. Beispielsweise du schaltest Werbung auf Instagram, was da aber erfolgreich ist und viral geht, legen die im Grunde selbst fest. Da geht was verloren.

> FELIX HÜTTEMANN: Jetzt ist gerade Wein dafür natürlich ein Paradebeispiel. Die von dir angesprochen Ratingagenturen gab es ja analog schon die ganze Zeit. *Wine Advocate*, Robert Parker usw. sind ja nichts anderes als Ratingagenturen.[4]

4 Parker mit seinem Magazin *Wine Advocate* ist einer der wichtigsten und einflussreichsten internationalen Weinbewertungsmedien; Vgl. Parker: »The Wine Advocate«.

TONI ASKITIS: Genauso ist es. Klar, macht total Sinn. Und wohin entwickelte sich das mit Parker? Also Bordeaux hatte Glück, dass Parker ihren reifen Weinen 100 Punkte gegeben hat, weil die vielleicht ansonsten ein Problem gehabt hätten, denn diese moppeligen, dicken, fast marmeladenartigen, alkoholischen Weine passen nicht mehr in die heutige Zeit. Denn diese 100 Punkte haben ja auch etwa im Vergleich nichts mit einem 100-Punkte-*Chateau Margaux* zu tun, der ja beispielsweise viel feingliedriger ist. Da muss man sich von lösen, das können wir heute. Ich werde auch oft nach den Punktesystemen gefragt und was ich davon halte. Nichts, halte ich davon. Bei 100 Parker-Punkten ist das eher nicht mein Wein.

> FELIX HÜTTEMANN: Man entwickelt eher eine Abneigung gegen diese Ratings.

TONI ASKITIS: Und jetzt stell dir mal vor, diese sensorische Maschine, von der du erzählt hast, wird tatsächlich entwickelt und wäre maßgeblich. Und du kommst dann individuell mit deinem sensorischen Urteil daher, oder auch Master Sommeliers [5], gebildete Fachkollegen und der Test mit der Maschine sagt dir dann aber: Dein Eindruck ist falsch. Es gibt doch da kein Richtig und Falsch, da die eigene Wahrnehmung immer noch da ist. Nur weil es ein anderes Schema gibt und es wäre schade, wenn das weggeht. Man muss schauen, dass es sozial bleibt. Das ist mir persönlich wichtig. Meine Mission irgendwo, dass es nicht nur Experten gibt.

> FELIX HÜTTEMANN: Du stehst natürlich noch in einer anderen Rolle da, als nur Sommelier in einem Restaurant zu sein. Bei dir kommt klar die Social-Media Perspektive dazu. Was ja nun auch noch zum einen eine ganz andere Bandbreite, Sendungsreichweite, hat und zum anderen gehst du somit auch mit dem Digitalen nochmal anders um, als jetzt die Sommelière, der Sommelier im Alltag. So hat sich für dich auch der Umgang wie du Weine verkostest und vermittelst sicherlich auch nochmal geändert. Kannst du ein wenig deine Social-Media Rolle umschreiben?[6]

TONI ASKITIS: Ich habe relativ früh erkannt, dass wenn ich jetzt anfange Weine zu beschreiben, mich das dann auch irgendwann gelangweilt, »...Aha er beschreibt einen besonderen Wein jetzt« ... »Aha Aromen von …, schmeckt wie … Textur, ... Okay bringt mich nicht weiter.« Ich muss das selbst schmecken. Ich bin natürlich jetzt auch noch Fachpublikum. Aber ein Anfänger, ein Wein-Rookie, was soll der mit diesen Beschreibungen anfangen? Dem erzähle ich dann irgendwas von Aromen usw. Was sagt der da? »Ja, mag sein …« und der swiped weg. Da waren noch nicht

5 Master Sommelier ist die höchste Ausbildungs- und Auszeichnungsstufe, die in diesem Berufszweig international erlangt werden kann; Vgl. Court of Master Sommeliers: »Welcome to the Court of Master Sommeliers«.

6 Vgl. Askitis: »asktoni.de«.

die Einminüter mit Hook, damit die Leute dranbleiben. Da war der Content noch viel offener, da konnte man auch mal fünf oder zehn Minuten bei Instagram ein Interview machen oder sowas. Da musste ich mir Gedanken machen, wie bringe ich die Leute dazu, dass ich das, was ich erzähle, auch erlebbar mache. Da kamen dann Ideen, wie Musik und Wein zusammenzupacken (Das Format: »Musik im Glas«[7]). Da mit Musik jeder was anderes anfangen konnte und sich viel mehr damit beschäftigen. Ob intensiv oder nicht, aber es spielt bei jedem eine Rolle. Das hat man von Kindesbeinen an gelernt und da werden die Assoziationen interessanter. Nächste Stufe war dann, wenn ich ein Tasting gebe, dann nicht nur mit einem Winzer darüber zu reden, sondern die Leute konnten sich die Flasche bestellen, mit niedriger Einstiegsschwelle und so konnten die Leute beim Live-Tasting mitmachen. Das Social-Media-Live-Tasting erlebbar zu machen, daran teilzunehmen, das hat wirklich gut funktioniert. Und das neue Konzept des *Wine.Match* beschäftigt sich mit Kochen.[8] Kochen auf Instagram funktioniert sofort. Ums Essen bildet sich sofort viel mehr auf Instagram, beim Wein nicht unbedingt. Deswegen habe ich mir diese Komponente in mein Programm reingezogen. Alle drei Formate verdeutlichen aber wirklich nur, dass die Leute es wirklich einfach selbst ausprobieren sollen. Die Leute können dabei nicht verlieren und können selbst entscheiden, was ihnen da guttut und gefällt. Wenn das Grundmaterial, handwerklich gut gemachte Weine etwa, und das propagiere ich *limitless*, dass es handwerklicher, am besten nachhaltiger, Wein ist, dann erarbeitest du dir deinen eigenen Geschmack. Ich kann und will da gar keine Regeln aufstellen à la rotes Fleisch dazu Rotwein, wo es mittlerweile ja auch kaum noch verpflichtende Regeln im *Foodpairing* gibt.

> FELIX HÜTTEMANN: Die Regeln, die wir alle in den Ausbildungen zu *Food- and Winepairing* gelernt haben: Weißwein zu Fisch usw. spielen die nicht doch noch eine Rolle oder werden die bewusst oder unbewusst einfach außer Kraft gesetzt?

TONI ASKITIS: Bei niemandem spielt das eine Rolle in der Praxis. Ich habe im Restaurantalltag selten das ganze Gericht gecheckt, sondern was spielte da eine Rolle? Erstens ist Soße wichtig. Bei jedem Bissen hast du immer die Soße. Ob Fisch oder Fleisch, du hast einen Fisch, einen *Loup de Mer*, oder einen Fisch mit festerer Konsistenz mit Tomaten und Oliven und kannst dann *Xinomavro* dazu trinken, wo das Tanningerüst bzw. das Tannin geschliffen ist und kannst genauso Kalb oder Zürcher Geschnetzeltes eher mit Chardonnay kombinieren, wegen der cremigen Soße. Dahingehend würde ich mir eher ein Schema erlauben, das sagt: Eine cremige Soße, eher dieses oder für eine Tomatensoße, eher jenes. Das sind dort eher die Kombinationsregeln. Ich werde oft gefragt: »Ich habe dieses und jenes Gericht, beispielsweise Rinderfilet« und da ist meine Antwort: »Ich würde Wein dazu trinken.« (lacht) Also: Welche Soße? Welche Beilagen? Es spielt alles eine Rolle. Ich habe da gewisse

7 Vgl. Prowein: »Die verschiedenen Workshops«.

8 Askitis: »Wine.Match«.

Standpunkte. Bestes Beispiel: Warum sollen wir den Kloß bei der Gänsekeule denn für das Pairing probieren? Der spielt eine untergeordnete Rolle, das ist ein Medium zur Aufnahme für die Soße. Das Fleisch, die Intensität der Gewürze, das müsste man überprüfen. Bei anderen Komponenten spielt dann eher Süße eine Rolle und dann hast du deine Parameter dafür. Soße spielt eine große Rolle.



Abb. 2: Format Wine.Macht Food and Wine Pairing auf Instagram © Nico von Nordheim.

FELIX HÜTTEMANN: Du beziehst dich mit dem Format *Wine.Match* tatsächlich auf andere Social Media Inhalte, die du zitierst oder auf die du reagierst oder diese sampelst. Wie würdest du das beschreiben:

TONI ASKITIS: Sampeln. Nicht unbedingt zitieren. Eins zu eins, *copycat*. Fertig. Weil auch alles andere Quatsch ist. Es hat zwei Effekte. Erstens. Ich reagiere doch eh nur auf Dinge auf Social Media, auf die ich Bock habe. Ich kann kochen, aber es ist jetzt nicht so, dass ich hochkomplexe Gerichte koche. Aber als Kind der Gastronomie kannst du das halt. Ansonsten Freestyle ich und es schmeckt schon irgendwie. Jetzt so zu tun, als ob das meine Kreation wäre, ist falsch. Denn ich bin Sommelier, der gut nachkochen kann und dann hole ich mir die Leute dann dazu. Zweitens. Es hat natürlich den Effekt, dass ich ja auch in der Social Media Food Welt stattfinde und die ja auch Content Creator sind und die sich auch über das Sample freuen und das dann reposten usw. Dass ich dazu den Wein liefere, hat ja dann auch einen Mehrwert für ihre Community und wenn die weinaffin sind, kommen die dann auch zu mir. Herzlich willkommen! So funktioniert halt Social Media. Da verliert man nichts, wenn sich die Leute austauschen. Warum soll ich jetzt so tun, als wäre ich der Koch? Dann macht halt jemand etwas Gutes und ist ja gut, dann gehen die Leute zu ihm rüber.

FELIX HÜTTEMANN: Bei aller Social Media Tätigkeit, würdest du dich weiter als Sommelier begreifen, wie übersetzen wir das? Als Wein- oder Getränkekellner:in oder Getränkedienstleister:in?

TONI ASKITIS: Im Griechischen gibt es ein Wort für den Sommelier.[9] In der Antike war er derjenige, der bei den Symposien die Getränke gereicht hat, um die Gespräche anzuregen. Das wissen wir ja heute noch, dass Getränke zum Gespräch anregen sollen. Der Sommelier war für das Verhältnis von Wein und Wasser, für das Gemisch, zuständig. Das bedeutete auch, wenn der eine oder andere schon eher so *passed out* war, hatte er einfach ein bisschen mehr Wasser und weniger Wein, damit die Verhältnisse wieder ausgeglichen waren. Es ging ums Regulieren.

Weinkellner? Nein, das ist schon eine Fachkraft, die das Themengebiet Wein bespielt und eigentlich *Food and Wine* beherrscht und nicht nur das Weinknowhow. Es gibt viele Kollegen, die das weniger ausbilden, die ein beneidenswertes Weinwissen, wirklich *deep*, angehäuft haben, aber die Kombination mit Essen und Wein nicht so sehr beherrschen. Das ist die Königsdisziplin in diesem Beruf. Nur Kellner würde ich deswegen nicht sagen; der setzt das Wissen ja anders ein. Er hat einen Sachverstand, den er einsetzt und kombiniert. Also Warenkunde in *Food* und Kulinarik sollte gewusst werden.

> FELIX HÜTTEMANN: Er ist eben nicht nur der Mundschenk, der die Leute mit Getränken versorgt.

TONI ASKITIS: Das wäre eher ein Wirt.

> FELIX HÜTTEMANN: Du hast es ja eher aus dem Symposion, dem Gastmahl, abgeleitet. Jemand, der für die richtigen Verhältnisse sorgt. Die Person, die für die richtige Raumtemperatur, das Ambiente sorgt. Es geht darum, das richtige Maß zu finden.

TONI ASKITIS: Ja, genau. Wenn wir da jetzt drüber sprechen, das richtige Maß zu finden. Finde ich es auch schade aktuell, mal sehen, wo es sich hinentwickelt, wenn die WHO sagt, dass jeder Tropfen Alkohol jetzt sofort tödlich sei. Wein ist nun mal ein Kulturgut, wie andere Getränke auch, und ich würde mir da wünschen, dass man das auch nochmal gesondert behandelt.

> FELIX HÜTTEMANN: Das ist tatsächlich ja interessant, wenn man sich die Diskussion über Proxies[10], alkoholfreie Speisebegleitungen und so weiter ansieht. Proxy-Weine, Tea-Sparkling Produkte usw. Ist das in deinem Feld auch mehr geworden?

TONI ASKITIS: In meinem Laden, das wäre jetzt bei mir das Repräsentativste, glaube ich, da wir jetzt halt schon Pommes verkaufen, dass wenn die Leute zu uns in den Laden kommen, sowieso schon *Cheatday* ist und dann auch weiter Alkohol trinken. Leute fragen aber immer mehr danach und sind happy, wenn wir das dann

9 Der Symposiarch (altgriechisch συμποσίαρχος, von συμπόσιον ›Trinkgelage‹ und ἄρχω ›befehlen‹, ›anführen‹, ›beginnen‹).

10 Stäheli: Proxies, S. 10-16.

auch zwei, drei Varianten haben. Ich würde auch noch mehr Varianten nehmen, wenn es mehr gibt, die auch funktionieren. Wenn du den Kombucha-Tee von »Von Wiesen« nimmst, der jetzt versehentlich sogar fermentiert ist, dann hast du ein weinähnliches Getränk, das ein trockenes Geschmacksbild hat. Das finde ich gut, vor allem, wenn es ohne Zucker auskommt. Die anderen Varianten, etwa Fruchtsparklings, da ist dann so eine Süße da, wenn man die verkostet, ist dieser Saft absolut feingliedriger als industriell hergestellter Saft, aber die Süße ist dann schon mächtig.

> FELIX HÜTTEMANN: Lass uns nochmal zurück zu deiner Doppelrolle: *Food and Wine* und digitale Medien. Wie findet deine Herangehensweise jetzt auch strategisch statt? Auf der einen Seite liegt dir der Wein und Kulinarik am Herzen und auf der anderen Seite musst du natürlich auch, um Sichtbarkeit zu generieren, einen Algorithmus bedienen.

TONI ASKITIS: Das mach' ich und das sieht man auch an meinem Wachstum. Das geht jetzt eher langsam, aber stetig vonstatten. Da ich eben nicht nur den Algorithmus füttere. Da hätte ich gar keinen Bock drauf. Wenn wir Fun-Content machen wollen, dann machen wir den auch. Man könnte natürlich nur noch Fun machen, das würde wahrscheinlich funktionieren. Aber ich will auch Mehrwert liefern und da müssten wir uns unterhalten, ob Instagram da wirklich das richtige Tool ist. Mit dem, was ich tue. Aber das ist mir wichtig. Ich gehe davon aus, inhaltlichen Mehrwert zu liefern und klar muss ich davon ausgehen auch einen Algorithmus zu beliefern und ob die Dinge so funktionieren, auf dem Kanal, auf dem ich mich befinde. Es geht darum, den Sweetspot dazwischen zu finden. Aber Wachstum nicht um jeden Preis. Das wird dann spröde, für was steht man dann ein? Für viralen Content? Also wenn man das Ziel hat einfach Influencer zu werden klar, dann zieht man das so durch. Ist auch in Ordnung. Aber mein Weg ist halt ein anderer.

> FELIX HÜTTEMANN: Ich meine, das Effektivste, um auf Social Media Karriere zu machen, ist ja letztlich leider immer noch *trolling*.

TONI ASKITIS: Ja, sollen sie machen. Ich muss ja morgens in den Spiegel schauen und mir treu bleiben. Ich bin dankbar dafür, dass ich das nicht gemacht habe. Es war auch nicht immer einfach und ich hatte meine Angebote: Aldi, Netto und wie sie alle heißen.

> FELIX HÜTTEMANN: Hast du einen Unterschied gemerkt in deinem Social Media-Arbeiten durch sprachgenerierende KI, GPT usw.? Hat sich da für dich etwas verändert?

TONI ASKITIS: Auf jeden Fall. Langsam wird es da auch *spooky*, wenn ich ehrlich bin. Wenn ich ChatGPT benutze, um etwa Texte zu kürzen oder du lässt es deine Texte korrigieren und GPT fängt an die richtigen Hashtags an deine Texte zu setzen. Oder wenn ich die Frage an GPT stelle: »Was ist Asktoni?« und da eine relativ

präzise Antwort kommt. Wow. Aber ja es beschleunigt. Man verlässt sich darauf, auf die Korrekturen.

> FELIX HÜTTEMANN: Also für dich funktioniert das als Korrektiv? Als Beschleunigung von Arbeitsprozessen?

TONI ASKITIS: Ja, als Weiterführung von Rechtschreibprüfung.

> FELIX HÜTTEMANN: Aber du lässt dir jetzt nicht den Posting- und Businessplan von *#Asktoni* 2025 von GPT testweise erstellen?

TONI ASKITIS: Das mache ich mal. Das probiere ich aus. Wir probieren das. Das nächste Buch wollen wir schlanker gestalten und es soll sich um *Food and Wine* Pairing drehen.

> FELIX HÜTTEMANN: Dein erstes Buch *Wein ist unkompliziert*[11], greift ja die Themen von Social Media auf. Das Format #Asktoni. Du lässt dich donnerstags via Instagram zu allen Themen rund um Wein befragen?

TONI ASKITIS: Das Buch spiegelt meine Entwicklung wider. Aus Toni Askitis ist ja dann *#Asktoni*, nahbarer Sommelier, geworden, wo man mich alles fragen kann, was man sich noch nie getraut hat über Wein zu fragen und im Format auf Instagram hatte sich dann gezeigt, dass sich Rookie-Fragen wiederholten und da wurde dann die Idee geboren ein Standardnachschlagewerk zu diesen Fragen zu schreiben. Es sind die fünfzig am häufigsten gestellten Fragen darin. Als dann die Lektorin gesagt hat: »Wieviele und welche Fragen wären das denn?« Habe ich die 50 Fragen aufgeschrieben, die ich im Kopf hatte, die ziemlich deckungsgleich zu den häufigsten Fragen aus Instagram waren, die sind dann auch später ins Buch gekommen. Und auch wirklich Sachen, die mich herausgefordert haben, also der Unterschied beispielsweise zwischen biologischem Wein, biodynamischem Wein, Naturwein und Orangewein. Wo sind da die Abgrenzungen, oft geht es ineinander über. Das zusammenzufassen war dann schon eine Herausforderung, vor allem das in lockerer Sprache und als easy Coffee-table book mit kleinen geklammerten Zusammenfassungen zu den Begriffen.

Jetzt kannst du dir vorstellen, wenn man diesen Teil zu biodynamischem Wein einem biodynamischen Winzer gibt, und ihm zeigst, wie du das schreiben würdest – drübergelesen haben dann noch ein weiterer Sommelier und meine Frau, bevor die Lektorin das bekommen hat – dann sagt der Winzer natürlich, man könne das so nicht stehen lassen, da es zu kurz sei. Aber es muss kurz sein, da muss ja eine Klammer hinter, und so haben wir jede Sektion gewissermaßen verhandelt, bis er es abgenickt hat. Das Buch kann natürlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit

11 Askitis: #asktoni – Wein ist unkompliziert!.

haben, sondern es soll Mauern einreißen und Zugang verschaffen in diese komplexe Welt des Weins.

> FELIX HÜTTEMANN: Im Grunde ist es das, wofür du Social Media nutzt, deinen Instagram-Kanal nutzt. Du bist bekannt geworden mit dem Ansatz, dass Wein unkompliziert sei, der ja schnell als etwas Elitäres daherkommt. Dann zu sagen, du konzentrierst dich auf diejenigen, denen du einen Einstieg zu dieser Weinwelt ermöglichen willst?

TONI ASKITIS: Absolut. Ohne diesen Zeigefinger und den elitären Kram. Wenn ich die Frage bekomme: »Welchen Wein soll ich als Wertanlage kaufen« … bitte nicht! Wein ist zum Trinken da. Es nervt doch, dass die Top-Burgunder, die hochkomplex sind beispielsweise, Tausende von Euro kosten. Das nervt. Nur weil jemand da spekulieren will, und welche Leute betrifft es? Nur diejenigen mit dem nötigen Kleingeld und schließt alle anderen aus.

Deswegen, wenn ich mir etwa die Weinkarte bei uns im *Pommes und Wein* anschaue im Burgund-Segment, ist es schon unsere Aufgabe Dinge zu finden, die dann eben schon bei 50 Euro anfangen und trotzdem abliefern. Den Zugang schaffen und den Weg kann ja dann jeder für sich weiter gehen. Das ist mir absolut wichtig.

> FELIX HÜTTEMANN: Da versuchst du den Spagat. Du bietest natürlich auch den Leflaive[12], den hochpreisigen Burgunder an, wie auch den Einstieg für 10 Euro. Sowas muss eine Weinkarte auch liefern. Das muss im Grunde auch komponiert werden.

TONI ASKITIS: Kuratieren muss man sowas. Da kannst du ja dennoch deine Vorlieben stattfinden lassen. Du darfst nicht vergessen, wer einem gegenübersitzt. Die dicksten Dinger da auf die Karte setzten, wenn Geld keine Rolle spielt. Klar, kein Problem. Aber das ist es doch nicht. Jeder Sommelier hat ja auch eine Mission, zumindest ist es bei uns so. Wer soll denn die großen Leflaive demnächst trinken? Wir müssen die Leute heranführen. Ein drei Sterne Restaurant verfügt über das Knowhow und das Klientel, aber wer kommt da morgen nach? Vielleicht die Leute, die wir da ausgebildet haben? (lacht)

> FELIX HÜTTEMANN: Das wäre jetzt ja die Frage. Wenn du über die jüngere Generation nachdenkst, ist Instagram denn noch die Plattform, um Food und Winepairing, Kulinarik zu verbreiten, zu diskutieren? Oder sind wir im Hinblick auf Formate eher weiter auf dem Weg zu kurzen Clips, Reels und Einminütern mit Hook? Die Tiktokisierung von Instagram hat ja stattgefunden? Bist du auf TikTok?

12 Produzent bzw. Domaine aus dem Burgund, dessen Spitzenweine schnell mehrere tausend Euro kosten; Vgl. Leflaive: »Domaine Leflaive«.

TONI ASKITIS: TikTok für mich läuft nur als Recycling-Tool, für das was auf Instagram läuft. Manche Sachen funktionieren dann da, manche gar nicht. Die Frage ist, ob man jede Plattform braucht, man muss sich stark damit auseinandersetzen und ein Gefühl für die Plattformen bekommen und dranbleiben. Mir ist das zu viel, auch noch TikTok so sehr zu bespielen, wie es die Plattform vorgibt. Deswegen ist die Frage total berechtigt. Wir haben uns, als wir das Format *Wine.Match* entwickelt haben viele Gedanken in die Richtung gemacht. »Was ist es denn?« Ich bin zum Beispiel einmal live gegangen, mit einem Koch, dann live mit einem Winzer dabei, um dem Koch den Wein beizubringen und dann haben wir live gekocht. War ein gutes Format, kam gut an. Aber ist es etwas für Instagram? Eigentlich nicht. Ist ein Live-Format überhaupt heute zeitgemäß? Eigentlich nicht. Sowas läuft eher *on demand*. Das heißt klar, wenn man jetzt sagen würde: Ich mache einen YouTube-Kanal, wo richtig gekocht wird, wo richtig erzählt wird, was wie passiert, wo jeder einzelne Schritt gezeigt wird. Dann würde ich Instagram nur machen, als Funnel[13] um die Sachen dahinzubringen. Ich finde, was wir jetzt machen, dieses kurzweilige Format mit Knowhow, passt genau zu #Asktoni. Das selber ausprobieren. Das funktioniert sehr gut. Es wird sehr gut angenommen. Wenn ich irgendwann das Gefühl habe, dass es das nicht mehr ist, müssen wir das umbauen. Aber jetzt aktuell ist es cool.

> FELIX HÜTTEMANN: Könnte ein Sensor mit KI-Kopplung, wie er von einigen Start-ups als digitaler Sommelier vermarktet wird, deinen Job machen? Jetzt bist du natürlich jemand mit drei Jobs: 1. Gastgeber im *Pommes und Wein*. 2. Social Media Figur. 3. Sommelier. Was davon kann die KI?

TONI ASKITIS: Könnte die KI das machen? Ja. Ich habe mich gefragt: Meine Voice Over über jedes *Wine.Match* könnte das irgendwann mal, wenn der Text fertig ist, vielleicht eine KI mit meiner Stimmfarbe machen? Es würde mir so helfen, auf jeden Fall. Weil einfach die Zeit, die da drauf geht, einfach enorm ist. Dann müsste man schauen, wie das passt. Vielleicht ja. Dennoch glaube ich, dass Leute, die ihr Gesicht wahren wollen, da auch bei ihrem Gesicht quasi bleiben wollen. Aber wenn ich an diesen Rapper denke, der die Beats und den Drake Sound komplett durch KI hergestellt hat, wird es noch witzig, was da so alles geht.

Man müsste schauen, wenn ich Food-Accounts sehe, auf denen man gar nicht mehr sieht, wer da kocht, sondern einfach nur Hände, die das machen. Weil es ein riesig großer Account geworden ist und was soll der Mensch denn noch alles machen? Das könnte AI-mäßig dann doch funktionieren.

13 Ein trichterorientiertes Marketingverfahren. Es ist ein Konzept aus dem Marketing und Vertrieb, das den Weg potenzieller Kund:innen von der ersten Kontaktaufnahme bis zum Kauf beschreibt.

> FELIX HÜTTEMANN: Könnte die Sensor-KI Kopplung deine Sommelier-Karriere machen?

TONI ASKITIS: Dafür müsste ich mich damit mehr auseinandersetzen, inwieweit die gefüttert ist mit meinem Knowhow und dann mal sehen wie gut die dann ist. Wenn ich jetzt ChatGPT dagegen sehe, könnte sein, wenn es hinsichtlich der Beschreibung richtig gemacht ist.

> FELIX HÜTTEMANN: Folgendes Beispiel zur Ergänzung: Zwei französische Weinhändler haben in 2021 ChatGPT gebeten, einen vinifizierten Bio-Wein aus dem Languedoc mit den Rebsorten Grenache und Syrah zu erstellen. GPT komponierte den Wein mit 60 Prozent Grenache und 40 Prozent Syrah und die haben diesen GPT-Wein daraufhin produziert. Dieser muss wohl auch trinkbar gewesen sein, denn er war schnell ausverkauft. GPT gab auch den Namen des Weins an und kreiere ein Etikett. GPT nannte den Wein: THE END. Da war dann quasi das Ende des Winemakings erreicht. Wenn du dir gleichzeitig das Experiment an der Universität Genf anschaust, das durch die Weinfachmagazine ging:[14] Es wurden 80 Bordeaux von 7 Chateaus mittels Machine Learning Algorithmus und Gaschromatographie ausgelesen. Durch diese sollte der Algorithmus eine Art Blindverkostung erlernen und die Weine den Chateaus zuordnen. Dies hat hundertprozentig funktioniert. Das, was wir als Terroir beschreiben, dass jedes Chateau einen bestimmten erkennbaren Stil hat usw., hat die Gaschromatographie chemisch nachgewiesen. Der Wettbewerb, Sommeliers, Weinkritiker:innen in der Blindverkostung gegen den Algorithmus zu vergleichen, wäre dann die nächste Stufe. Die Chance liegt dann natürlich in der Symbiose. Das zusammenzuführen.

TONI ASKITIS: Ja, gut. Die KI hat natürlich auch keine Tagesform, das darf man da auch nicht vergessen. Das läuft immer gleich. Der Sommelier hat sie schon.

> FELIX HÜTTEMANN: Wo sind da die Chancen? Beim Entlarven von Weinfälschungen? Oder Weinfehler herauszufinden?

TONI ASKITIS: Genau, ob ein Wein sauber ist oder nicht und die Fehler dann eliminieren oder so etwas.

> FELIX HÜTTEMANN: Dass also alles während der Vinifikation mit solchen Tasting-Algorithmen überprüft wird? Generischen Geschmack ggf. auch bei Massenweinen zu kreieren steht natürlich auch im Raum?

14 Vgl. Schartner u.a.: »Predicting Bordeaux Red Wine Origins and Vintages From Raw Gas Chromatograms«.

TONI ASKITIS: Die Fehlerquellen finden und eliminieren. Kein Problem. Das Produzieren von Massenweinen passiert natürlich auch so schon. Etwa die 96 Punkte Parkerweine. Aber klar könnte man das wohl digitalisieren.

> FELIX HÜTTEMANN: Dinge werden als Neuerung ausgestellt, die es aber natürlich analog schon gab, wie die angesprochenen Ratingagenturen.

TONI ASKITIS: Die dann jetzt nur quasi auf Automatik getrieben.

> FELIX HÜTTEMANN: Eine letzte Frage: Ist dieser digitale Wein unkompliziert?

TONI ASKITIS: Was ist dann digitaler Wein?

> FELIX HÜTTEMANN: Du sorgst ja durch deine Weinbeschreibungen und Postings dafür, dass es eine Art digitalen Fingerabdruck eines Weines gibt, denn du ggf. besprichst.

TONI ASKITIS: Gibt es den denn dann? Schaffen wir den, wenn wir den besprechen. Ich glaube nicht, dass es so dann ins Allgemeingültige gehen kann. Die Wahrnehmungen sind verschieden. Ich glaube nicht, dass wir einen echten Fingerabdruck herstellen können. Unkompliziert ist daran auch gar nichts. Wenn ich das dann beschreibe, weil ich es dann so darstelle, dann wird es unkompliziert.

> FELIX HÜTTEMANN: Du bist der Filter?

TONI ASKITIS: Ja genau ein Filter. Und das Ende ist ja auch bei mir nicht, dass etwas gut oder schlecht ist, sondern: nein, probiere es selber aus und entscheide selbst, was es für dich ist. Das macht es dann unkomplizierter. Man darf da selbst rangehen, man darf sich damit auseinandersetzen, man darf eine Meinung dazu haben. Eben auch jeder Wein-Rookie soll sagen können: Das war nichts.

> FELIX HÜTTEMANN: Könnte man also zusammengefasst sagen: Social Media ist für dich der Transporteur Situationen zu schaffen, Wein zu begegnen, um auf Nicola Perullo zurückzukommen?

TONI ASKITIS: Super, ja. Für mich ist es genauso. Dir kann Wein begegnen, finde ich schön.

> FELIX HÜTTEMANN: Wein ist für Perullo kein Gegenstand, der analysiert werden muss, sondern eine Begegnung, die erfahren werden muss.[15]

15 Perullo: Epistenology, S. 21.

TONI ASKITIS: Genau, aber: Man muss trotzdem sehen, dass Perullo viel weiter ist, als jemand, der einfach damit anfängt, und kann das auf andere Gebiete ausweiten. Wenn du analysierend anfängst und dann dieses Level erreichst, dann ist das die Vollendung. Das ist fast schon *Mission completed*. Das ist das Ende. Er schließt ja nichts aus. Du musst es selbst erleben. Ist doch toll.

FELIX HÜTTEMANN: Das wäre THE END.

TONI ASKITIS: … und nicht der Wein von GPT, genau. Das ist THE END, vollkommen.

LITERATURVERZEICHNIS

Askitis, Toni: »asktoni.de«, https://www.instagram.com/asktoni.de/?hl=en, 14.05.2025.

Askitis, Toni: »Wine.Match«, https://www.instagram.com/stories/highlights/17893371876039833/, 14.05.2025.

Asktitis, Toni: #Asktoni: Wein ist unkompliziert!: Über 50 Fragen, die deine Weinskills nach vorne bringen, Igling 2022.

Court of Master Sommeliers: »Welcome to the Court of Master Sommerliers«, www.https://courtofmastersommeliers.org, 14.05.2025.

Haidle, Karl: »Weingut Karl Haidle«, www.https://weingut-karl-haidle.de, 14.05.2025.

Leflaive: »Domaine Leflaive«, www.https://leflaive.fr/fr_FR, 14.05.2025.

Parker, Robert: »The Wine Advocate«, https://www.robertparker.com, 14.05.2025.

Perullo, Nicola: Epistenology: Wine as Experience, New York 2021.

Prowein: »Die verschiedenen Workshops«, https://www.prowein.de/de/Programm/Foren_Tastings/urban_gastronomy_by_asktoni#:~:text=%E2%80%9EMusik%20im%20Glas!%22,Emotionen%20im%20Wein%20sp%C3%BCrbar%20machen, 14.05.2025.

Schartner, Michael u.a.: »Predicting Bordeux Red Wine Origins and Vintages from Raw Gas Chromatograms«, in: Communications Chemistry, Jg. 6, Nr. 1, 2023. https://doi.org/10.1038/s42004-023-01051-9.

Stäheli, Urs: »Proxies«, in: *POP. Kultur&Kritik*, Jg. 25, 2024, S. 10-16.

WSET Global: »Discover a World of Knowledge«, www.https://wsetglobal.com, 14.05.2025.

ZWISCHEN FOODPORN UND ALLTÄGLICHKEIT

LOGIKEN VON ESSENSBILDERN IN SOZIALEN MEDIEN

VON JENS RUCHATZ

Während die Fotografie von Speisen im 20. Jahrhundert ganz selbstverständlich eine hoch spezialisierte Domäne professioneller Fotografie darstellte, die im Dienst der Werbung oder der Illustration von Kochrezepten stand, wird Essen heutzutage von so vielen und so oft fotografiert wie nie zuvor.[1] Um diesen Wandel nachzuvollziehen, werde ich im Folgenden nachzeichnen, welche medienkulturellen Transformationen sich in diesem Phänomen niederschlagen. Es gilt mithin die Logik der aktuellen essensfotografischen Praxis freizulegen, also die Prinzipien und Ordnungen, welche sich in den Produktions-, Zirkulations- und Rezeptionspraktiken dieser spezifischen Sparte fotografischer Produktion materialisieren. Meine Beobachtungen zielen auf das durch die Verbindung von Fotografie, Mobiltelefon und Sozialen Medien aufgetane Feld fotografischer Bildpraxis, dessen Ästhetik zwischen den Polen des ins Alltägliche eingebetteten Augenblicks einerseits und der ästhetisch optimierten Inszenierung andererseits oszilliert.

Im Zentrum dieses Beitrags sollen also nicht die Erzeugnisse professioneller Food-Fotografie stehen, sondern jene Bilder, die von Amateuren – des Essens wie des Fotografierens – hervorgebracht werden.[2] Im Internet verflüssigen sich freilich die Grenzen zwischen Knipsern, Amateuren und Profis, die die analogfotografische Praxis strukturierten. Die Unterscheidung zwischen Knipsern, die Bilder zur eigenen Erinnerung aufnehmen, und Amateuren, die ästhetisch ambitioniert und mit Blick auf öffentliche Sichtbarkeit fotografieren,[3] wirkt im Zeitalter der Sozialen Medien überholt, wird doch gerade auch das Privatleben häufig mit Blick auf die *sharability* der Bilder dokumentiert. Digital geknipste Fotos können amphibisch zur öffentlichen Ausstellung und zur privaten Erinnerung dienen. Außerdem ist im Zeitalter des Internets der Übergang zur Professionalität fließender geworden.[4] Nicht nur erleichtern digitale Techniken der Bildproduktion und -bearbeitung die

1 Lewis: Digital Food, S. 15-17, belegt, dass die gegenwärtige Form digitaler Essensfotografie transkulturell populär ist.

2 *Food-Fotografie* soll im Folgenden die professionelle Praxis bezeichnen, während als allgemeinerer Oberbegriff *Essensfotografie* fungiert.

3 Vgl. zu dieser Unterscheidung Starl: Knipser, S. 22-24 und S. 36-44.

4 Gerade im Bereich des Food-Blogging ist dieses Phänomen mit Begriffen wie *serious leisure* und dem sich an professionellen Standards orientierenden *pro-am* untersucht worden, so z.B. besonders einschlägig in de Solier: Food and the Self, vor allem S. 21f. und S. 146-150.

Orientierung an professionellen Qualitätsstandards, Blogs und Soziale Medien profitieren auch von der Hoffnung vieler User, dass sich aus einer als Hobby begonnenen Aktivität eine Karriere machen lässt, indem sie durch monetarisierten Content, Werbung oder einen Online-Shop ihren Lebensunterhalt (oder auch mehr) verdienen. Wenn ich mich der Essensfotografie von der Seite des nicht professionell betriebenen Knipsens annähere, so erlaubt dies, die Spannbreite der Praktiken der Sozialen Medien am vollständigsten zu erfassen. Leitend für die Untersuchung wird dabei die spezifische Herausforderung der Essensdarstellung sein, den sinnlichen Bezug durch die Bildpraxis zu vermitteln.

1. DIE NEUDEFINITION DER BILDWÜRDIGKEIT

Dass Essen überhaupt zu einem Motiv der Knipserfotografie geworden ist, hängt mit der Veralltäglichung des Fotografierens zusammen. Seit dem ersten Auftreten von *camera phones*, kurz: *camphones*, im Jahr 2000 und der durchgreifenden Verbreitung von Smartphones, die heute nicht selten besonders durch die Qualität der eingebauten Kamera beworben werden, hat sich die fotografische Praxis des Knipsens grundsätzlich gewandelt und neue Motive erschlossen.[5] Die neue Orientierung der Schnappschussfotografie, die das Alltägliche bildwürdig gemacht hat, ergibt sich aus der quasi unausgesetzten persönlichen Verfügbarkeit einer Kamera, die wohl den zentralen Unterschied zur analogfotografischen Knipserpraxis markiert.[6]

1. Das *camphone* hat dafür gesorgt, dass die meisten allzeit und überall eine Kamera bei sich haben, ohne sich explizit dafür entscheiden zu müssen. Es bleiben daher kaum Situationen, die nicht fotografisch dokumentiert werden könnten. Zu dieser fortdauernden Bereitschaft, ein Foto zu schießen, trägt bei, dass auch die Beschränkung der Bilderanzahl, die mit den materiellen Bildträgern der analogen Fotografie zwingend einherging, kein Limit mehr darstellt – wenigstens so lange die Speicherkarte hinreichend groß und der Akku geladen ist.
2 Dass digitale Fotografien aufzunehmen quasi keine Kosten verursacht, senkt die Hemmschwelle, auch von Ereignissen und Dingen, die vermutlich nicht

5 Für einen kurzen technikhistorischen Abriss zur Herstellung von Fotografien mit Mobiltelefonen siehe David: »Mobile Images«, S. 613-615.

6 Die Vorzüge der Begriffe der *Schnappschussfotografie (snapshot photography)* und auch des *Knipsens* sind, dass sie semantisch der veränderten Situation Rechnung tragen können, weil sie das Fotografieren aus dem Moment heraus in den Mittelpunkt stellen und damit Gelegenheitsfotografie auch jenseits der Schaffung eines persönlichen Erinnerungsraums umfassen. *Persönliche Fotografie (personal photography)*, der in der gegenwärtigen Forschung häufiger gebrauchte Ausdruck, wäre schlicht eine besondere Ausprägung des Knipsens. Die etablierten Termini *Familienfotografie (family photography)* oder *private Fotografie (private photography)* griffen in ihrer semantischen Engführung von jeher zu kurz, sind aber insbesondere untauglich um die Spannbreite heutiger Knipserpraxis einzufangen.

dauerhaft von Interesse sind, – auf gut Glück – Fotos (oder auch Videos) anzufertigen. Vor Ort stellt sich die Frage, was erinnerungswürdig ist, nicht mehr: Gegebenenfalls lässt sich eine Aufnahme ebenso mühelos und kostenfrei wieder löschen, wie sie geknipst wurde.

3. Durch die Anbindung des *camphones* an das mobile Internet, die sich gegen Ende der 2000er Jahre durch entsprechende Tarife zusehends normalisierte,[7] lassen sich soeben geschossene Fotografien direkt über Messenger-Apps oder Soziale Medien austauschen und teilen. Der Fokus der Schnappschusspraxis verlagert sich von der Erinnerung zur Kommunikation. Die Option, anderen instantan zu zeigen, was man gerade erlebt oder gesehen hat, begründet eine andere Motivauswahl, als wenn man (wie zuvor) auf Erinnerungswürdigkeit und damit den künftigen Wert des Bildes abstellt. Man knipst nun nicht nur für sich selbst, sondern zugleich in Hinblick auf die bei anderen vermuteten Interessen.

Diese neuen Rahmenbedingungen der Bildproduktion fördern eine enge Verknüpfung von Fotografieren und Leben – »a life more photographic«, wie ein einflussreicher Aufsatz von Daniel Rubinstein und Katrina Sluis aus dem Jahr 2008 titelt und wie es seit der Mitte der 2000er Jahre wiederholt in der Forschung bekräftigt wurde.[8]

Die analoge Knipserfotografie wurde, wie Pierre Bourdieu in *Photographie. Un art moyen* von 1965 herausgearbeitet hat, durch eine »funktionale Ästhetik« regiert, die stets einen triftigen Grund dafür erwartete, damit etwas ›fotografierbar‹ wurde.[9] Was in diesem Sinne als Foto *funktionieren* soll, muss lesbar sein, sich daher geläufigen Bildgenres zuordnen lassen und deren Inszenierungskonventionen folgen: Es muss im eigenen sozialen Kreis vorzeigbar sein. Einer Fotografie wert sind typischerweise Anlässe, die aus dem Alltäglichen herausfallen, etwa ein wichtiges familiäres Ereignis oder Sehenswürdigkeiten auf einer Urlaubsreise. Dieses regulative Prinzip wird in der *Camera-phone*-Fotografie tendenziell verabschiedet und das *Fotografierbare* entschieden erweitert. Die hergebrachte Ästhetik bleibt zwar, gerade wo das Fotografieren im Dienst der Erinnerung und eines Familiengedächtnisses steht, erhalten, sie wird allerdings um einen neuen fotografischen Blick ergänzt, der aus dem Augenblick heraus spontan auf visuelle Eindrücke im Alltag reagiert und insofern einer ›okkasionellen‹ Ästhetik folgt, die sich nicht allein aus dem Augenblick ergibt, sondern dies zugleich formal zum Ausdruck bringt. Fotos, die mit Blick auf das Sharing in Sozialen Medien oder das Versenden mit einer Messaging-

7 Vgl. David: »Mobile Images«, S. 614.

8 Siehe Rubinstein/Sluis: »A Life More Photographic«; darüber hinaus seien stellvertretend für viele andere exemplarisch genannt: van Dijck: »Digital Photography«; Gunthert: Das geteilte Bild; Hand: Ubiquitous Photography.

9 Bourdieu: »Die gesellschaftliche Definition der Fotografie«, S. 98-101; allgemein zur Kategorie des »Fotografierbaren« vgl. Bourdieu: »Einleitung«, S. 17-20.

App geschossen werden, müssen selbstredend erst recht vorzeigbar sein, allerdings vor einem diffuseren und oft disparateren Publikum. Wenn sich die Entscheidung ein Bild zu schießen und zu teilen, spontan aus dem Moment heraus motiviert, dann mit dem Hintergrund dem Foto als kommunikativem Angebot einen besonders authentischen *touch* zu verleihen, eine Qualität, die als Gegenspieler der Inszenierung gegenwärtig nicht nur, aber besonders in den Sozialen Medien hohe Wertschätzung genießt. Der Eindruck von Unmittelbarkeit ergibt sich in diesem Fall daraus, dass die Realität selbst als Auslöser der Bildwerdung erscheinen kann.[10] Parallel bilden sich freilich auch im Bereich der *Camphone*-Fotografie zügig vielfach neue Genres heraus, die den Blick für den fotografiewürdigen Moment vorstrukturieren, insbesondere dann, wenn das Foto auf dem Social-Media-Profil für ein diffuses – und oft auch größeres – Publikum sichtbar werden soll. Solche ästhetische Sensibilität ist dann allerdings nicht mehr im Habitus inkorporiert wie die von Bourdieu rekonstruierte funktionale Ästhetik, sondern speist sich aus Trends, die im Umgang mit den Bildern in den Sozialen Medien selbst beobachtet werden.

Wie durchgreifend die Knipserfotografie das »Fotografierbare« neu bestimmt, wenn von Erinnerung auf Kommunikation und Dialog[11] umgeschaltet wird, haben in einer äußerst frühen Studie zur fotografischen Praxis des *camphones* aus dem Jahr 2003, also noch vor der Ära des Smartphones,[12] die japanischen Mediensoziologinnen Daisuke Okabe und Mizuko Ito festgestellt: »Camera phones changing the definition of picture-worthy« lautet der in den Titel aufgenommene Befund: »Unlike the traditional camera, the camera phone is an intimate and ubiquitous presence that invites a new kind of personal awareness, a persistent alertness to the visually newsworthy that makes amateur photojournalists out of its users.«[13]

Dass die Ausrichtung der Fotografie auf Mitteilung und die Auswahl von Nachrichtenwürdigem prinzipiell schon dagewesen ist, deutet die Studie an, indem sie auf die an massenmedialer Verbreitung interessierte Praxis des Fotojournalismus anspielt, die bis auf das Ende des 19. Jahrhunderts zurückgeht. Die Bereitschaft zu fotografieren verhält sich beim *camphone* allerdings latenter, da man dieses in der Regel nicht vorrangig, jedenfalls nicht ausschließlich, zum Zweck des Fotografierens mit sich führt, sondern die Gelegenheit zum Knipsen anstößt:

10 Siehe Halpern/Humphreys: »Iphoneography as an Emergent Art World«, S. 68, die bemerken, dass die Allgegenwart der Kamera der Fotografie ihre Unmittelbarkeit zurückgebe, »by removing attention to the medium itself, and […] directly relating to the subject matter. Immediacy is evoked by the choice of subject matter that is part of everyday life or routine.«

11 Vgl. Gunthert: Das geteilte Bild, S. 127-150.

12 Allerdings waren schon die frühesten, im Jahr 2000 in Japan vermarkteten *camphones* mit der Möglichkeit ausgestattet, Bilder über ein Mail-Programm zu versenden; siehe David: »Mobile Images«, S. 614.

13 Okabe/Ito: »Camera Phones Changing the Definition of Picture-Worthy«, o.S.

> In a survey […] 42.4 percent of camera phone users reported that they took photos of ›things that they happened upon that were interesting.‹ This was followed by family members (39.5 percent), friends (36.6 percent), self (26.4 percent), pets (23.7 percent) and travel photos (21.5 percent). The contrast between the serendipitous and everyday categories leading the pack and the trailing ›travel photo‹ category is a striking testament to the everyday and ubiquitous uses of the camera phone. […] In comparison to the traditional camera, which gets trotted out for special excursions and events – noteworthy moments bracketed off from the mundane – camera phones capture the more fleeting and unexpected moments of surprise, beauty and adoration in the everyday.[14]

An die Allgegenwart der Kamera koppelt sich die Beiläufigkeit des Fotografierens, die keinen besonderen Anlass mehr erfordert und somit Motive einbezieht, die bei einem primär auf Erinnerung ausgerichteten Fotografieren kaum zum Zuge kämen. Nicht von ungefähr wählen die Verfasserinnen unter anderem Abbildungen von Essen, um die neu gewonnene Bildwürdigkeit von Alltäglichkeiten zu illustrieren. Einmal ist ein Kuchen zu sehen, den eine junge Fotografin in einem Schaufenster entdeckt hat, den sie sich aber nicht leisten kann (Abb. 1).



Abb. 1: Ausschnitt aus Okabe/Ito, »Camera Phones Changing the Definition of Picture-Worthy«, 2003.

Das andere Mal wird ein Blech gerade selbst zubereiteter Klöße ins Bild gesetzt. Motiviert von Geschehnissen im eigenen Leben folgt die Bildgestaltung der

14 Okabe/Ito: »Camera Phones Changing the Definition of Picture-Worthy«, o.S.

okkasionellen Ästhetik, die auf die möglichst transparente Vermittlung des spontanen Eindrucks setzt und auf eine ausgefeilte ästhetische Gestaltung schon deswegen keinen allzu großen Wert legen kann, weil der Alltag weiterläuft – und das Bild zügig verschickt werden muss, damit es seine kommunikative Funktion erfüllen kann. Der Wunsch, Fotografiertes mit anderen zu teilen, bildet insofern stets einen Teil der Botschaft.

Bemerkenswert ist dieses Fotografieren von Essen insbesondere deswegen, weil es im Vergleich zur herkömmlichen analogen Knipserfotografie eine Neuerung darstellt. In einer Erhebung, für die der Fotohistoriker Starl ein breites Corpus von Fotoalben aus den Jahren 1885 bis 1989 auswertete, um die abgedeckten Anlässe und Motive zu ermitteln, ist Essensfotografie gar nicht vertreten.[15] Allenfalls kann man Bilder von Essen innerhalb von Anlässen wie Feiern und Festen vermuten, bei denen dann aber im Regelfall das soziale Ereignis, also die versammelte Tischgemeinschaft, und weniger die präzise Wiedergabe der servierten Speisen im Vordergrund stehen dürfte. Kurz: Essen spielt in der analogen Knipserfotografie nicht einmal eine Nebenrolle. Vor eben diesem Hintergrund wird es so bemerkenswert, dass dieser Motivbereich in den zwischen Privatheit und Öffentlichkeit oszillierenden Fotografien der Sozialen Medien mit einem Mal so breit vertreten ist. Seit Jahren gehört Essen neben Personen, Reisen und Mode zu den etablierten Motiven. Neben den zahllosen selbstreferentiellen Tags wie #love, #likeforlike, #tbt oder #repost wird der Hashtag #food hinter den Motivkomplexen #fashion, #nature, #travel, #summer, #fitness geführt und landet gegenwärtig immerhin auf Platz 23 der kumuliert meistverwendeten Hashtags.[16] Aktuell sind 539 Mio. Bilder entsprechend getaggt. Dazu finden sich auf den vorderen Rängen noch #foodporn mit 321 Mio. getaggten Posts, #foodie mit 265 Mio. oder auch #instafood mit 247 Mio.[17] Von Nicht-Profis erstellte Aufnahmen von Essen sind jedenfalls ein prominenter Bestandteil der Bildwelt von Sozialen Medien.[18]

2. WIE SCHMECKT OKKASIONELLE ESSENSFOTOGRAFIE?

Die Bilderreise startet auf der Mikroblogging-Plattform Twitter (heute X), die mehr als andere Social-Media-Plattformen mit der Vermittlung von aktuellen Nachrichten verbunden ist. Was die Veralltäglichung der Essensfotografie bedeuten

15 Vgl. Starl: »Die Bildwelt der Knipser«. Dieser Befund lässt sich im Übrigen auf sämtliche einschlägige Publikationen zur analogen Knipserfotografie ausdehnen: Fotografien von Essen kommen in ihnen schlicht nicht vor.

16 Hirose: »Instagram hashtags for 2025«.

17 Die entsprechenden Zahlen wurden am 22.02.2025 nach den Angaben der App erhoben.

18 Dass sich die Wende zum geknipsten Essensbild schon vor Instagram (und dem Smartphone) andeutet, zeigt sich auf der ältesten noch existierenden Photosharing-Plattform flickr. Dort besteht z.B. seit dem 28. Oktober 2004 die Gruppe *I ate this*, die sich dem fotografischen Dokumentieren des eigenen, tatsächlichen Essenskonsums verschrieben hat und mittlerweile mehr als 41.000 Mitglieder sowie rund 679.000 gepostete Fotos zählt (Stand: 22.04.2025).

kann, möchte ich an einem Beispiel vorführen, das die fortlaufende Herausforderung des postulierten kommunikativen Primats durch den Druck zur Ästhetisierung aufzeigt. Im November 2013 nimmt das Online-Nachrichtenportal *BuzzFeed* einige Food-Posts der als »domestic goddess« apostrophierten Martha Stewart aufs Korn, die zuerst für Befremden, dann allerdings vor allem für Heiterkeit bei Twitter-Usern gesorgt hatten. Die *BuzzFeed*-Reporterin Rachel Zarrell titelt: »Someone Needs To Tell Martha Stewart Her Food Tweets Are Disgusting« und fährt im Untertitel fort, vor den eingefügten Posts zu warnen, die – versehen mit launigen Überschriften – den größten Teil ihres Beitrags ausmachen: »Gross food photography ahead.«[19]

Eines der Bilder – gepostet am 17.11.2013 (Abb. 2) – zeigt gemäß der Beschreibung einen Salat: »Iceberg wedge with homemade Russian dressing. Perfect salad for the onion soup lunch«.



Abb. 2: Tweet von @MarthaStewart vom 17.11.2013, Screenshot vom 02.11.2016.

Die extreme Nahaufnahme eines angerichteten Tellers wird im Vordergrund durch ein schwer identifizierbares Objekt dominiert. Folgt man dem Text, so muss es sich um einen aus einem Kopf Eisbergsalat herausgeschnittenen Keil handeln. Im Hintergrund finden sich zwei undefinierbare, bräunliche Klumpen. Farblich dominiert das Bild eine pastose rosafarbene Creme, die über sämtliche Elemente verteilt wurde, offenkundig das ›Dressing‹. Dass das Essen auf den Fotos so unappetitlich

19 Zarrell: »Someone Needs To Tell«. Stewarts Food-Posts haben ihr immerhin einen Eintrag auf *KnowYourMeme* eingebracht, was eine gewisse populärkulturelle Relevanz anzeigt; KYM: »Martha Stewart«.

daherkommt, liegt nicht zuletzt an der ungünstigen Belichtung. Das grelle Blitzlicht des Smartphones, das von den Oberflächen der Objekte reflektiert wird, verleiht allen Texturen einen wachsartigen Glanz und dämpft die Farben. Auch wenn einige Aspekte des Bildaufbaus, wie der stark angeschnittene Teller, die leicht diagonale Anordnung der Objekte und auch das starke Close-up Stilismen professioneller Food-Fotografie aufgreifen, verfehlt die Aufnahme das Ziel, das Gericht schmackhaft abzubilden, was sich in den Kommentaren niederschlägt. Als Martha Stewart zwei Minuten später das Foto der zugehörigen Zwiebelsuppe postet (Abb. 3), zeigt sich, dass der vorherige Post keinen isolierten Ausrutscher darstellt.

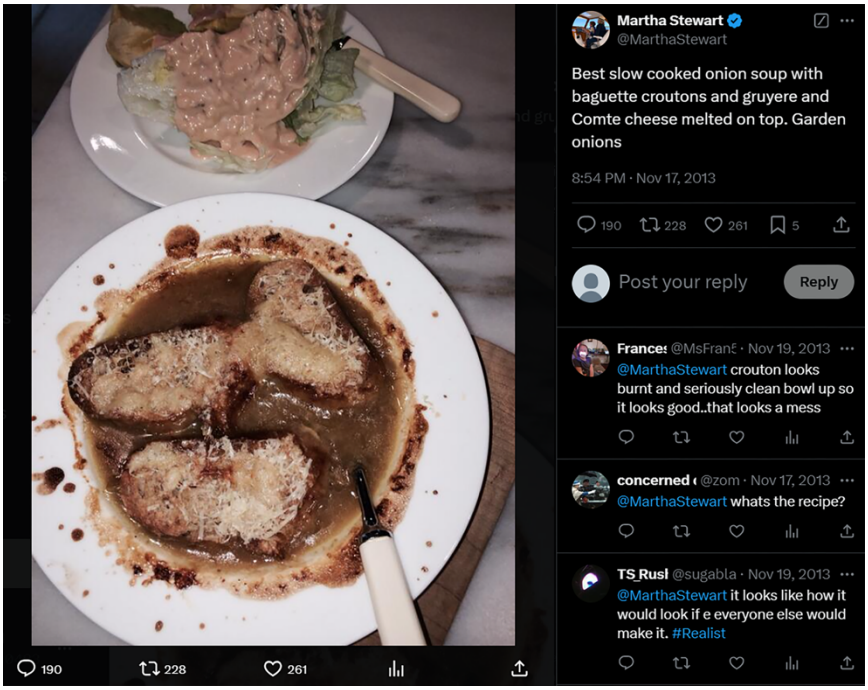


Abb. 3: Tweet von @MarthaStewart vom 17.11.2013, Screenshot vom 30.12.2024.

Liest sich die Beschreibung des Gerichts wie aus der Speisekarte eines gehobenen Restaurants, so spricht das Bild eine gegenteilige Sprache: Die angebliche Suppe zeigt sich als undefinierbare dunkle Flüssigkeit, in der angekohlte Klumpen schwimmen, während der Tellerrand von einer braunen Brühe bekleckert ist. Diagonal im Hintergrund erscheint der im vorigen Bild gepostete Salatteller, so nah an den Rand des Marmortischs gerückt, als drohe er gleich herunterzufallen.[20]

Warum ziehen derart misslungene Essensbilder so viel Aufmerksamkeit auf sich? »Domestic goddess Martha Stewart is grossing people out on Twitter with her ugly-looking food«, lautet Zarellas Hinweis. Maßgeblich für den Nachrichtenwert ist demnach, dass die Fotos nicht von irgendjemand, sondern ausgerechnet von Martha Stewart getweetet wurden. Martha Stewart, die eine erfolgreichen

20 Die kritisierte Umsetzung der Essensfotografie betrifft im Übrigen nicht nur selbst zubereitetes Essen, sondern erstreckt sich auch auf Beispiele, die in Restaurants aufgenommen wurden.

Lifestyle-Marke verkörpert, erwarb ihr Renommee unter anderem als Fernsehköchin und Kochbuchautorin und steht idealtypisch für den perfekt – oder sogar: unnahbar perfektionistisch – geführten Haushalts des wohlhabenden weißen Amerika.[21] Die auf Twitter geposteten Bildunfälle erregen Aufsehen, weil sie sich mit Stewarts öffentlichem Image beißen.

Auch andere Twitter-User, möglicherweise durch *BuzzFeed* auf das Phänomen aufmerksam geworden, kommentieren. Zwei Arten von Kritikpunkten stechen hervor: Der erste ist, dass Stewarts Fotos nicht abbilden, wie lecker das Essen möglicherweise war, sondern es im Gegenteil sogar geradezu eklig erscheinen lassen. Bemängelt wird insoweit das Auseinanderfallen von ästhetischer Form und intendierter Botschaft. Auf der anderen Seite wird der »domestic goddess« vor dem Hintergrund, dass die mit ihrem Namen verbundenen Inszenierungen von Essen ansonsten so perfekt sind, vorgeworfen, während sie »food photography« schlicht nicht beherrsche. »Martha, you are a woman of many talents, but food photography is simply not one of them«, ist noch einer der freundlicheren Kommentare.[22]

Doch sollte man solche Food-Posts tatsächlich an den Maßstäben von Food-Fotografie im engeren Sinn messen? Food-Fotografie ist traditionell ein aufwendiges und typischerweise mehrere Spezialisten involvierendes Geschäft: Köche oder Köchinnen, die ein Rezept umsetzen; Foodstylisten und -stylistinnen, die Ideen und Materialien beisteuern, um das gekochte Gericht in einen Rahmen kultureller und ästhetisierender Referenzen einzugliedern; schließlich die Fotografen und Fotografinnen, die das Arrangement ausleuchten, aus einem bestimmten Blickwinkel und mit einer gewählten Kadrierung in ein ansehnliches Bild überführen. Solche Food-Fotografie folgt einer werblichen Ästhetik: Die Aufgabe der beteiligten Profis besteht darin, das Essen möglichst appetitlich aussehen zu lassen.

Zweifelsohne handelt es sich bei Stewarts Aufnahmen nicht um Food-Fotos, die allein durch ihre visuelle Gestaltung gustatorischen Genuss ausdrücken. Stattdessen kommunizieren sie erkennbar aus dem Moment. Das in der Essensfotografie unübliche hochkante Bildformat legt ebenso wie die Bildqualität nahe, dass mit dem Smartphone fotografiert wurde. Der erste Post erfolgte um 11:52 Uhr, der zweite um 11:54 Uhr, also vermutlich vor dem in der Beschriftung erwähnten Lunch und direkt vom Esstisch. Weil die Suppe bereits auf dem Tisch stand, ist nachvollziehbar, dass nicht viel Zeit zur Verfügung stand, um das Essen professionell in Szene zu setzen. Durch diese zeitliche Nähe werden die Twitter-User, wenn

21 Zu Stewarts Image unerreichbarer Perfektion siehe Bentley: »Martha's Food« und Magee: »Food Puritanism and Food Pornography«.

22 User Will White in einem Kommentar vom 25.10.2013 zu Stewarts Tweet vom selben Tag. Der User hat auf einem Pinterest-Board eine Auswahl von Stewarts am spektakulärsten misslungenen Food-Posts zusammengestellt; White: »Martha Stewart's Food Photos«, 15.05.2025. Siehe als weiteres Beispiel gleichgerichteter Kritik auf dem Lifestyle-Portal Jezebel: »For a woman who has built an empire marketing her own smugly tied gingham ribbon of perfection and self-satisfied domesticity, Martha Stewart is remarkably terrible at one thing that, in the digital age, is almost unavoidable: sharing pictures of food on social media.«; Ryan: »Martha Stewart can't stop tweeting«.

auch lediglich medienvermittelt, quasi an Stewarts Tafel geladen. Der Aspekt der Tischgemeinschaft, der für Kulturen des Essens zentral ist, wird somit wenigstens virtuell eingelöst.[23]

Die Bilder vermögen – gerade in ihrer rohen Unfertigkeit – auf das im Augenblick Erlebte zu verweisen und folgen somit einer okkasionellen Ästhetik, die Stewarts selbst erstellte Dokumentation ihres kulinarischen Lebens absetzt von jenen perfektionierten Bildwelten, die nicht von ihr persönlich, sondern gemeinsam mit ihrem professionellen Team erschaffen werden. Die Beiläufigkeit, das ›Hausgemachte‹, gewinnt im Imperfekten Form. Es sind gerade die von der ästhetischen Norm abweichenden, eher hässlichen Bilder, die Individualität zu zeigen scheinen und »originality as a form of ownership« reklamieren, wie Martin Hand formuliert.[24] In diesem Sinn reiben sich die Tweets zwar an dem perfektionierten Lifestyle, für den Stewarts *public image* steht, authentifizieren jedoch zugleich die Celebrity, indem sie als ›Privatleben‹ ein scheinbar uninszeniertes, entspanntes Gegenbild entwerfen und die Person dadurch umso nahbarer erscheinen lassen. »It looks like how it would look if […] everyone else would make it« (Abb. 3), kommentiert ein Follower. Auf der Lifestyle-Plattform Jezebel freut sich Erin Ryan: »It actually makes me feel good to know she's not perfect. Makes her more relatable than even her felony conviction.«[25] Die Plattform today.com jubelt sogar: »Martha Stewart's just like us! Why her bad food photos inspire.«[26] Es ist davon auszugehen, dass Stewart, die seit Anfang 2009 auf Twitter (X) aktiv ist, die Plattform bewusst in diesem Sinne nutzt, sonst hätte sie die kritisierten Fotos von ihrem Profil gelöscht oder von vornherein auf das Heer an professionellen Mitarbeitern gesetzt, das ihr eigentlich zu Gebote steht.[27]

Es zeigt sich, dass die Spontaneität ausdrückende okkasionelle Ästhetik und die Erwartungen an eine gelungene Food-Fotografie in einem Spannungsverhältnis stehen. Noch am selben Tag wie der *BuzzFeed*-Post entgegnet Stewart ihren Kritikern allerdings selbstbewusst: » There seems to be some buzz about my food pics. Actually the onion soup was utterly delicious and the ice berg wedge divine«[28]. Diese Klarstellung lässt sich so verstehen, dass die Botschaft des Posts nicht primär

23 Zu diesem Aspekt der Essensbilder in Sozialen Medien siehe Bouvier: »Breaking Bread Online«.

24 Hand: Ubiquitous Photography, S. 92.

25 Ryan: »Martha Stewart Can't Stop Tweeting«.

26 di Luna: »Martha Stewart's Just Like Us!«.

27 Bereits im Sommer 2010 war Stewart zu einer dem »business use of Twitter« gewidmeten Konferenz eingeladen und beschrieb ihre eigene Praxis recht treffend: »I told the standing-room-only-audience that authenticity is extremely important in all social media and that I believe there are no hard and fast rules about expressing one's self on Twitter«; Stewart: »Attending a Twitter Conference«. Allgemeiner zur Selbst-Authentifizierung von Celebrities durch Twitter in dieser Frühzeit Sozialer Medien siehe Marwick/boyd: »To See and Be Seen«, S. 147-150.

28 Stewart: »There Seems to Be Some Buzz«.

in der visuellen Gestalt des Bildes zu suchen sei, sondern vielmehr im Akt seines Verschickens. Allein, dass überhaupt ein Foto geschossen und über Twitter geteilt wurde, soll aussagen, dass es sich um ein gelungenes Essen handelte. Zwei Tage nach der Veröffentlichung des *BuzzFeed*-Artikels, am 20. November, gibt sich Stewart noch trotziger und erwidert ihren Kritikern mit einem neuen Food-Post: »Now if anyone thinks this is a bad photo you are ridiculous«[29], indem sie ein neues Foto hochlädt, das nicht zuletzt wegen des erneuten Einsatzes von Blitzlicht kaum besser aussieht. Stewart zielt demnach nicht zwingend auf eine raffinierte visuelle Form, die Geschmack differenziert visualisieren kann (wozu ein Gericht meist eigens für die Kamera und dann oft in nicht schmackhafter Form gestaltet werden müsste[30]), sondern setzt die Botschaft als im Akt des Absendens enthalten. Der Anspruch der Food-Fotografie, Sinnesreize durch ein Bild zu vermitteln, wird als Maßstab verworfen, weil es Social-Media-Fotografie um Anderes gehen darf: die Kommunikation von Spontaneität.

Zarrell hingegen appelliert: »For the Love of God, Martha, leave the food photos to the professionals.«[31] Auf der Website der Zeitschrift *Grub Street* wird angeraten aus Stewarts angeblichem Versagen zu lernen und die knipsende Essensfotografie ganz zu lassen: »Martha Stewart's brand is about aspiration. But if this is the food porn to which we should aspire, we're better off not even trying. By putting our iPhones away and sparing the world our amateur attempts to make half-eaten spaghetti look appetizing, we can actually all be better than Martha.«[32] Wir können sie übertrumpfen, wenn wir schlicht der Versuchung widerstehen, das Unmögliche zu wagen und als Laien schmackhaftes Essen angemessen fotografisch abzubilden. Essen, so die Prämisse der verbreiteten Kritik, taugt nicht als Gegenstand für spontane Schnappschüsse, sondern sollte den ästhetischen Ansprüchen der Food-Fotografie genügen und dem sinnlichen Genuss des Essens formal gerecht werden.

3. FOOD PORN UND DIE ÄSTHETISCHE AUSRICHTUNG DER SOCIAL-MEDIA-FOTOGRAFIE

Die Spannung zwischen der Beiläufigkeit des Alltäglichen einerseits und sorgsamer Ästhetisierung anderseits wird in der Essensfotografie auf Sozialen Medien mittlerweile häufiger am durchinszenierten Pol aufgelöst. Der Schritt zur durchgreifenden Ästhetisierung des Alltags wird besonders mit Instagram verbunden. Zwar will uns der Name der Plattform nahelegen, dass wir festgehaltene Augenblicke – *instants* – unmittelbar – als *telegram* – versenden,[33] doch indem die App jeden Upload mit der Aufforderung verknüpft, die Bilder mit einem Filter zu bearbeiten, ist

29 Stewart: »Now if Any One Thinks«.

30 Vgl. Hunter: »Illusion and Illustration«, S. 152f.

31 Zarrell: »Someone Needs To Tell«.

32 Sytsma: »Let Martha Stewart's Terrible Food Porn Be a Lesson«.

33 Vgl. Leaver u.a.: Instagram, S. 9.

standardisiert ein Moment der Verzögerung in den Ablauf eingebaut. Instagram normalisiert so die Erwartung, dass der geknipste Alltag wenigstens farblich interpretiert, potenziell auch darüber hinaus optimiert wird.[34] Ins Alltagsvokabular eingegangene Wörter wie *instagrammable* und *insta-worthy* legen offen, dass nicht jedes beliebige Motiv und schon gar nicht jede fotografische Umsetzung den ästhetischen Maßstäben der Plattform(-User) genügt. Auch die Sozialen Medien kennen ein Verständnis des Fotografierbaren, das allerdings nicht auf einer von Geburt an inkorporierten Gruppenidentität beruht, sondern sich an der Schnittstelle der durch den Instagram-Algorithmus angezeigten Bilder und der Interaktionen der User bildet und daher dynamisch ist. Dies gilt selbstredend auch für Essensbilder, die – was ihre Bedeutung für die Plattform signalisiert – auch unter dem Kofferwort *foodstagram* firmieren.[35]

Der Trend zur Ästhetisierung der Essensfotografie lässt sich allerdings weder auf Instagram begrenzen noch für dort verabsolutieren. Die Posts auf Stewarts persönlichem Instagram-Profil unterscheiden sich beispielsweise nicht signifikant von ihren kritisierten Food-Tweets. Der allererste Post aus dem August 2013, »Yummy blueberry muffins for me and my guests« (Abb. 4), greift mit einer extremen Nahaufnahme ein typisches Stilmittel der professionellen Food-Fotografie auf, konterkariert den positiven Effekt aber durch über das gesamte Bild ausgedehnte Unschärfe.[36]



Abb. 4: Instagram-Post auf @marthastewart48 vom 25.08.2013, Screenshot vom 30.12.2024.

34 Siehe Leaver u.a.: Instagram, S. 52-58.

35 Diese Werte führen nicht zuletzt dazu, dass der Alltag so geformt wird, dass er plattformtauglich wird, gerade auch in Bezug auf Essen: Bubble-Tea, für das quadratische Bildformat ideale *food bowls,* usw. Für die entsprechende Gestaltung von Restaurants siehe Leaver u.a.: Instagram, S. 163-168.

36 Neben ihrem persönlichen Profil @marthastewart48, auf dem bis heute immer wieder auch kuriose und technisch unperfekte Schnappschüsse von Stewart selbst landen, existiert das offenkundig von ihrem Unternehmen gepflegte Profil @marthastewart, das durchweg den Ansprüchen professioneller Fotografie genügt.

Für im Netz publizierte Fotografie, ja, für digitale Fotografie überhaupt, lässt sich indes eine gewisse Tendenz zu professionellen Standards beobachten. Diese Entwicklung wird zum einen dadurch begünstigt, dass die in Smartphones eingebaute Kamera-Software selbst bei Point-and-Shoot-Fotografie für ansehnliche Bildergebnisse sorgt. Zum anderen ist die Nachbearbeitung durch kostengünstige Apps unkompliziert handzuhaben. Ablesen lässt sich der Trend an der Vielzahl von Einführungsbüchern, die Tipps nicht nur fürs Fotografieren, sondern auch für *plating* und Food-Styling, also die Inszenierung des Essens auf Teller und Tisch, geben.[37] Treiber sind seit den frühen 2000er Jahren die Foodblogs, mit denen Kochamateure ihre materielle Praxis in der Küche durch eine weitere materielle Praxis in die Öffentlichkeit stellen. Auch auf Instagram hat sich längst reichlich Anschauungsmaterial angesammelt, das *in praxi* exemplifiziert, wie gelungene und auf der Plattform erfolgreiche Food-Fotografie aussehen kann.

Wie Standards der Food-Fotografie im ästhetisierten Schnappschuss implementiert werden, lässt sich anhand der Karriere der Begriffe ›Gastroporn‹ und ›Foodporn‹ nachzeichnen. Anfangs – zurückreichend in die 1970er Jahre – wird ›Pornografisierung‹ als kulturkritischer Vorwurf gegen professionelle Food-Fotografie in Stellung gebracht.[38] Kritisiert wird die Kluft, die sich zwischen der sinnlichen Greifbarkeit im Bild der Speise und deren realer Unerreichbarkeit auftut. Den inkriminierten Kochbüchern und Zeitschriften wird vorgeworfen, in Text und Bild ein ultimatives Lust-Versprechen zu geben, den Betrachterinnen und Betrachtern aber lediglich den Mund wässrig zu machen, weil sie das Dargestellte weder selbst zubereiten, noch die dazu notwendigen Zutaten beschaffen könnten. Die Befriedigung verlagert sich auf einen visuellen Fetisch: ›Foodporn‹ steht im kulturkritischen Diskurs für eine Sinnesreizung, die keine entsprechende Befriedigung nach sich zieht.[39]

Der kulturkritische Blick bleibt dem akademischen Foodporn-Diskurs bis heute eingeschrieben.[40] So liest man bei Erin Metz McDonnell im Jahr 2016: »The production of food porn was met with equal fervour by a mass public interested in food voyeurism, who, like viewers of sexual pornography, desired to visually consume exotic and amazing foods that they might never have an opportunity to taste: ›as with sex porn, we enjoy watching what we ourselves presumably cannot do‹«.[41] Erstaunlich wenig wird die gezogene Parallele konzeptuell ausgearbeitet, vermutlich weil man nicht hinreichend über die Pornografie selbst nachgedacht hat und so von der reduktiven Vorstellung ausgeht, dass Pornografie nie mehr als einen Ersatz

37 Siehe als Beispiel unter vielen nur Pfuhl: #Foodporn Basics.

38 Siehe Ruchatz: »The Recipe and Photography«, S. 184-188; David/Allard: »#Foodporn«, S. 67.

39 Dies wird in einer Übersicht zum wissenschaftlichen Gebrauch des Konzepts herausgearbeitet und zu Recht moniert; Vgl. Krogager/Leer: »Food porn 2.0?«, S. 3 u. 9.

40 Siehe unlängst David/Allard: »#Foodporn«.

41 McDonnell: »Food Porn«, S. 242.

darstellen könne, der für Personen, die ›echten‹ Sex haben könnten, keine eigenen Gratifikationen bereithält.

Um der Metaphorik des Pornografischen mehr Gehalt zu geben, sollten die stilistischen Überschneidungen in den Mittelpunkt rücken, die sich darin treffen, durch visuelle Reize andere Sinneseindrücke zu vermitteln.[42] Hebt man auf die visuellen Strategien ab, dann lässt sich die Popularisierung des Begriffs ›Foodporn‹ nachvollziehen, die ihn letztlich über die Feuilletons und die wissenschaftliche Kulturkritik hinausgetragen hat. Wenn #foodporn auf Instagram, wie erwähnt, der zweithäufigste essensbezogene Hashtag ist, dann nur, weil er unter der Hand seine Bedeutung verändert hat.[43] Im neuen Kontext impliziert er das offenkundig hochgeschätzte Vermögen einer Food-Fotografie, das komplexe Register sinnlicher Erfahrung einer abgebildeten Speise synästhetisch zu evozieren, indem prononciert die visuelle Ebene ästhetisiert wird. Ein selbstironischer, vielleicht auch provokanter Zug, der dem affirmativen Gebrauch des Hashtags früher möglicherweise innewohnte, hat sich längst verschliffen: Heute kennzeichnet #foodporn schlicht einen bestimmten Typus, auf jeden Fall aber ein bestimmtes Qualitätsversprechen von Essensbildern.[44]

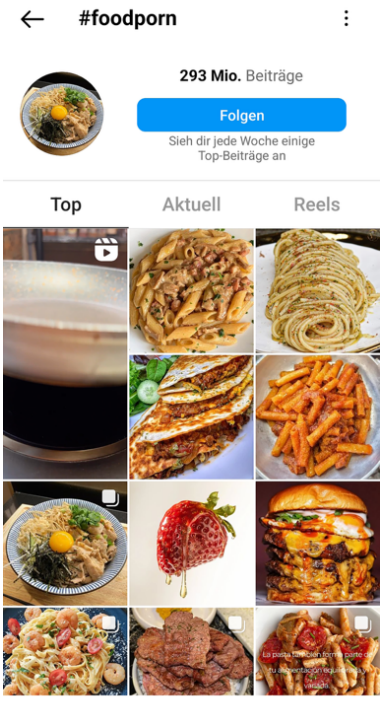


Abb. 5: Instagram: Top-Posts auf #foodporn, Screenshot vom 12.01.2023.

42 Zum unzureichenden Forschungsstand auf diesem Gebiet siehe Krogager/Leer: »Food porn 2.0?«, S. 4f.

43 Gomez-Mejia: »Esquisses pour une Stylistique«, S. 88-90, zeichnet den zunehmenden Gebrauch des Hashtags durch die Social-Media-User nach.

44 Daher kann der Begriff ohne Weiteres als Titel für Ratgeberliteratur dienen, siehe Pfuhl: #Foodporn.

Zusammen mit dem Begriff wurde die gemeinte Ästhetik popularisiert: Sie kann nun von jedem, ob Knipserin, anspruchsvoller Amateur oder Berufsfotografin, eingesetzt werden. Mit der Popularisierung geht einher, dass sich die Ästhetisierung nicht auf exklusive Nahrungsmittel beschränkt, sondern sich auf alle Speisen – auch Nudelgerichte und Hamburger (Abb. 5) – ausdehnt, sofern diese potenziell ›pornografisierbar‹ und damit ›insta-worthy‹ sind.[45]

Die Unerreichbarkeit betrifft mithin häufig nur den aktuellen Verzehr und impliziert keine sozioökonomischen Schranken mehr. Diese Bedeutungsverschiebung äußert sich auch darin, dass sich das Grundwort ›*porn*‹ inzwischen mit beliebigen Bestimmungswörtern komponieren lässt: seien es #sunsetporn, #carporn, #gunporn und dergleichen mehr.[46] Das Versprechen durch bildliche Ausdrucksmittel eine angenehme sinnliche Erfahrung mitteilbar zu machen, wird als ›Pornografie‹ positiv bewertet. Hinter der sinnlichen Inszenierung lauert dann nicht der Entzug, vielmehr wird medial ermöglichte Teilhabe in Aussicht gestellt.[47] Die fotografische Einladung an den Esstisch (oder in die Küche) wird nicht durch die ausgestellte Annäherung von Produktions- und Rezeptionszeit erzielt, sondern nunmehr durch eine sorgfältige Inszenierung, welche die Sinneserfahrung nachvollziehbar machen soll. Mit der rechnenden Smartphone-Kamera und voreingestellten Filter-Optionen kann die zeitliche Verschiebung, die sich durch die Ästhetisierung ergibt, auch eher kurz ausfallen.

»›Food porn‹ is used to describe the attractive qualities that people seek when visually portraying food in media such as cookbooks, television, cooking programs, websites, and social media platforms«,[48] so erfrischend nüchtern resümiert Deborah Lupton den alltäglichen Sprachgebrauch, der die ästhetischen Ansprüche an Essensbilder überdies transmedial anmeldet. Gerade für den hier verfolgten Zusammenhang wäre eine engere kategoriale Fassung sogar hinderlich, soll doch vor allem gezeigt werden, wie sehr sich die auf die Ästhetik von Essensbildern gerichteten Erwartungen normalisiert haben. Selbst wo der Hashtag #foodporn nicht explizit zum Einsatz kommt, wird eine appetitliche Darstellung von Essen selbstverständlich vorausgesetzt.

---

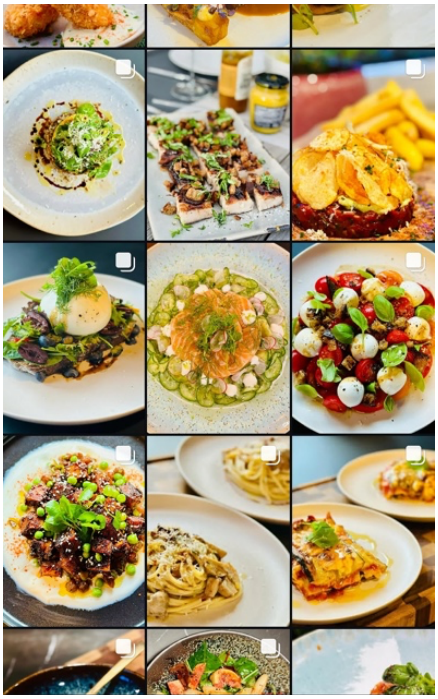
45 Zur Alltäglichkeit der auf Instagram präsentierten Gerichte siehe Schröer: »Picturing Food«, S. 212 u. 216. Eine übergreifende Ästhetisierung betrifft selbstredend nicht nur Instagram, sondern ebenso Kochzeitschriften und Werbung, die jedes Nahrungsmittel visuell als sinnlich erfahrbar inszenieren. Die Modi der distinktiven Ästhetisierung *innerhalb* dieses Felds zu identifizieren, erfordert dann ein feineres Unterscheidungsvermögen.

46 Vgl. Schonig: »The Pornification of Everything«; Gomez-Mejia: »Esquisses pour une stylistique«, S. 90f. McDonnell: »Food Porn«, S. 243, vermutet, ohne Beleg, dass sich diese Ausweitung zuerst auf Reddit vollzogen habe.

47 Schröer: »Picturing Food«, S. 212 u. 215, hebt hervor, dass durch das Mitteilen auch der Genuss für die Essenden selbst intensiviert und verlängert werde.

48 Lupton: »Cooking, Eating, Uploading«, S. 71.

Wie diese praktisch erfolgen kann, werde ich hier an zwei deutschen Profilen aufzeigen, die – recht beliebig herausgegriffen – stellvertretend für viele andere stehen sollen.[49] Profil A (Abb. 6), das gut 7.000 Follower aufweist, zeigt die konventionellen wie aktuellen Merkmale von ambitionierter Essensfotografie. Die Dynamisierung des Bildes durch Anschnitte und das Anbieten von Diagonalen in der Komposition setzt seit den 1930er Jahren konventionalisierte Stilmittel der Food-Fotografie ein.[50] Die Nahaufnahme, die durch einen extrem flach gehaltenen Schärfebereich die Aufmerksamkeit konzentriert, wurde um das Jahr 2000 dominant, taucht als Gestaltungsoption allerdings auch noch in neuerer Ratgeber-Literatur auf.[51] Die Bilder sind alle gleichmäßig ausgeleuchtet, ohne Verwendung eines Blitzes und ohne irritierende Schlagschatten, die künstliche Belichtung verraten. Die Bilder leiten jeweils Rezepte ein, die in der Caption eingestellt sind.[52] Der Name des Gerichts oder die Hauptzutat bilden die Hashtags, wohingegen die üblichen generischen Tags vermieden werden.



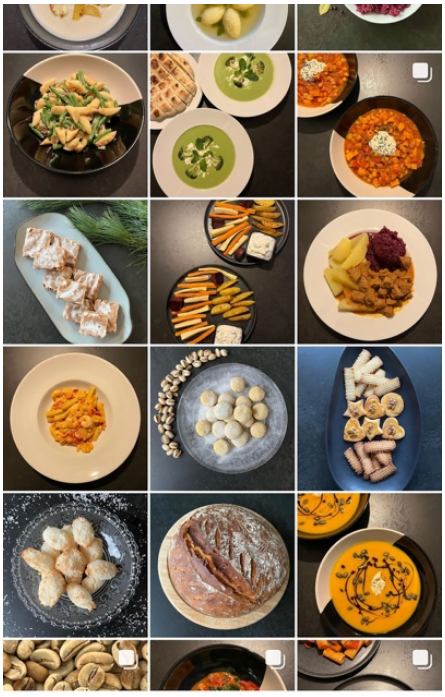


Abb. 6: Ausschnitt aus Profil A, Screenshot vom 14.04.2025.

Abb. 7: Ausschnitt aus Profil B, Screenshot vom 11.01.2023.

49 Für eine weitere systematische Aufgliederung des Food-Contents siehe Schröer: »Picturing Food«, S. 213-220.

50 Vgl. Ruchatz: »The Recipe and Photography«, S. 179f.

51 Vgl. Pfuhl: #Foodporn, S. 28f.

52 Pfuhl: #Foodporn, S. 49, empfiehlt entsprechend die Caption zu nutzen, »um hin und wieder Rezepte zu teilen«, deren Speichern durch User von der Plattform als zusätzliche Interaktion gezählt werde.

Während Profil A die Gerichte fast durchgehend von schräg oben, wie aus der Sicht eines am Tisch Sitzenden, fotografiert, setzt Profil B (Abb. 7) auf das sogenannte *flatlay*, das direkt von oben, aus der Vogelperspektive, aufgenommen ist und einen artifiziellen Eindruck herstellt, der aber aus der Produktfotografie auf Instagram vertraut ist.[53] Obwohl dem Profil B gerade einmal 200 User folgen,[54] ist jede Aufnahme – im Zusammenspiel von Teller, Gericht und dem farbigen Hintergrund – sorgfältig arrangiert und auf das Profil abgestimmt. Auf den ersten Blick ist sichtbar, dass die Bildausschnitte von Post zu Post kontinuieren und der Untergrund farblich homogen gewählt wurde, um ein harmonisches Gesamtbild zu erzielen. Auch in diesem Fall leiten die Fotos häufig zur Angabe von Rezepten über.

Nebeneinander gelegt lassen die Profilansichten, ungeachtet der Unterschiede im Einzelnen, erkennen, wie das Layout von regelmäßigen Bildflächen – früher quadratisch, heute leicht hochkant formatiert – den Usern eine ästhetisch homogene Gestaltung nahelegt.[55] Die Profile sind nicht nur streng kuratiert, sondern geben vor, wie die künftigen Fotos aussehen sollen. Auf den ersten Blick soll die Binnen-Kohärenz ins Auge fallen, um eine visuelle Identität (oder auch eine *brand*) auszubilden, wenngleich andere Profile ähnlich aussehen mögen. Das zugrundeliegende Prinzip der Serialisierung im Profil und der die gesamte Plattform erfassenden ›Templatisierung‹, wird durch die Struktur der App gefördert.[56] Der von der okkasionellen Ästhetik angestrebte lebendige Augenblick wird zumindest in der Profilansicht konterkariert, weil die Kriterien, die das Profil regulieren, so deutlich sichtbar sind: Hier erscheinen eben nur geplante *instants*. Bei den betrachteten Profilen wirkt der Formalisierung immerhin noch entgegen, dass unregelmäßig gepostet wird, sodass die Bilder in einer spontanen Kochpraxis wurzeln, die dem Bild vorangeht.

4. SPIELRÄUME DES OKKASIONELLEN

Die durch das *camphone* herbeigeführte Ubiquität der Kamera hat dafür gesorgt, dass die Schnappschussfotografie das Motiv des Essens für sich entdeckte. Die Möglichkeit, das gerade Gekochte oder Aufgetischte mit anderen augenblicklich zu teilen, war der neuen Bildpraxis zuträglich. Foodporn ist Elisa Serafinelli und Mikko Villi zufolge ein Beispiel für den »current trend of giving everything a visual justification«.[57] Die ubiquitäre Präsenz des Smartphones verändere den Blick auf das Alltägliche, das sich in einen Fundus an Fotomöglichkeiten transformiere, die

53 Zur Auswahl der Perspektiven siehe Pfuhl: #Foodporn, S. 22f.

54 Zum Zeitpunkt des Screenshots, am 11.01.2023 wies das Profil noch 80 Follower auf. Der mäßige Erfolg, ein Zuwachs an 120 Followern über gut 2 Jahre, demotivierte die Profilinhaberin weder, noch führte er zu einer Veränderung der Ästhetik.

55 »Harmonisches Profil« ist auch ein Ratschlag von Pfuhl: #Foodporn, S. 48.

56 Der Imperativ für die Essensfotos lautet »Wiedererkennungswert«; Pfuhl: #Foodporn, S. 50. Zur templatabilityvon Instagram siehe Leaver u.a.: Instagram, S. 214-216.

57 Serafinelli/Villi: »Mobile Mediated Visualities«, S. 165.

ermöglichen mit anderen in Kontakt zu treten. Erlebnisse würden daher zunehmend visuell verstanden und auf das erwartete Interesse anderer Social-Media-Nutzer und -Nutzerinnen bezogen. Indem sie die soziale Verknüpfung durch geteilte Bilder dermaßen zentrieren, marginalisieren Serafinelli und Villi allerdings »photographs as objects«, die auf eine bestimmte Ästhetik verpflichtet werden.[58] Sowohl in der kritischen Haltung zu Stewarts Essensfotografien als auch im massenhaften Gebrauch des Hashtags #foodporn manifestiert sich eine Haltung, die von Essensbildern erwartet, dass ihre Ästhetik mit den sinnlichen Qualitäten des abgebildeten Gegenstandes auf Augenhöhe ist und so mindestens tendenziell dem entspricht, was man von der professionellen Food-Fotografie kennt. Die Auswahl visuell gefälligen Essens, das sinnlich ansprechend abzubilden ist, wird vorausgesetzt. Ähnlich wie von Bourdieu für die klassische Knipserfotografie beobachtet, bilden sich Bildgenres und Ästhetiken heraus, die das Fotografierbare ausrichten.

Wenn die Logik der Sozialen Medien dazu tendiert, selbst die Schnappschussfotografie zur ästhetischen Inszenierung zu drängen, bleiben dann gerade auf Instagram überhaupt Rückzugsräume für die okkasionelle Ästhetik der ubiquitären Kamera, die der Pornografisierung entgehen? Zuerst anzuführen wäre das Phänomen des gelegentlichen Foodporn, der zwar den ästhetischen Ansprüchen genügen mag, aber durch sein unvermitteltes Auftreten inmitten anderer Bilder einen Hauch von Spontaneität bewahrt. Während vermischte Bildmotive auf Instagram-Profilen früher normal waren, finden sich heute die meisten – entsprechend getaggten – Essensbilder auf homogen kuratierten Profilen, die sich ausschließlich oder schwerpunktmäßig dem Essen widmen. Umso seltener lassen sich Essensfotografien in ein von anderen Motiven geprägtes Umfeld einstreuen.[59] In Profil C (Abb. 8) treten die Essensbilder im unsteten Wechsel mit Fotos von Haustieren und Ausflügen ins Grüne auf. Dies erweckt den Eindruck, dass der Gang des Lebens entscheide, welches Bild gerade auf dem Profil erscheint. Dass solche spontan anmutende Einschaltung von Essensbildern nur noch selten auftaucht, hat auch damit zu tun, dass ein wachsender Anteil der Profile privat geschaltet ist, während die verbleibenden öffentlichen Auftritte homogener kuratiert und durch Hashtags auch zugänglicher sind.[60]

Zweitens finden sich Brüche in der Praxis der Ästhetisierung, wenn sichtbares Bemühen nicht zum Erfolg führt, häufig auch beschränkt auf einzelne Aufnahmen. Dies gilt beispielsweise für das Profil D. Der Inhaber bezeichnet sich in der *Bio* selbst als »Food-Blogger«, der »[m]it Liebe und Leidenschaft« grille und koche. Auf jeden Fall handelt es sich um ein Profil, das gerne professionell wirken möchte. Die Posts reizen die Zahl der Hashtags aus und scheuen auch nicht davor zurück, die generischen Hashtags aus dem Bereich Essen zu verwenden. Das Bemühen, die

58 Serafinelli/Villi: »Mobile Mediated Visualities«, S. 181.

59 Hu u.a.: »What We Instagram«, S. 597f., stellen in einer explorativen Untersuchung aus dem Jahr 2014 fest, dass die Profile typischerweise eine Mischung aus verschiedenen Motiven hochladen, von denen Essen insgesamt rund 10% ausmacht.

60 Als inhomogenes Instagram-Profil ließe sich auch @marthastewart48 anführen.

Zahl der Abonnenten massiv zu steigern, ist offensichtlich, aber nicht von durchschlagendem Erfolg gekrönt.[61] Ungefähr im Wochenrhythmus wird ein Karussell zu einem Gericht gepostet, das mit dem fertigen Gericht beginnt und dann in der Zubereitung zurückgeht, teils bis zu den Zutaten. Die Aufnahmen wissen um die ästhetischen Mittel des Foodporn, schießen aber immer wieder am Ziel vorbei, wenn das Objektiv so nah an das Gericht rückt, dass es unscharf wird, oder wenn unterbelichtet wird, sodass die Texturen verlaufen (Abb. 9). Hier siegt das Okkasionelle, weil die Inszenierung an der Realität scheitert.

Abb. 8: Ausschnitt aus Profil C, Screenshot vom 11.01.2023

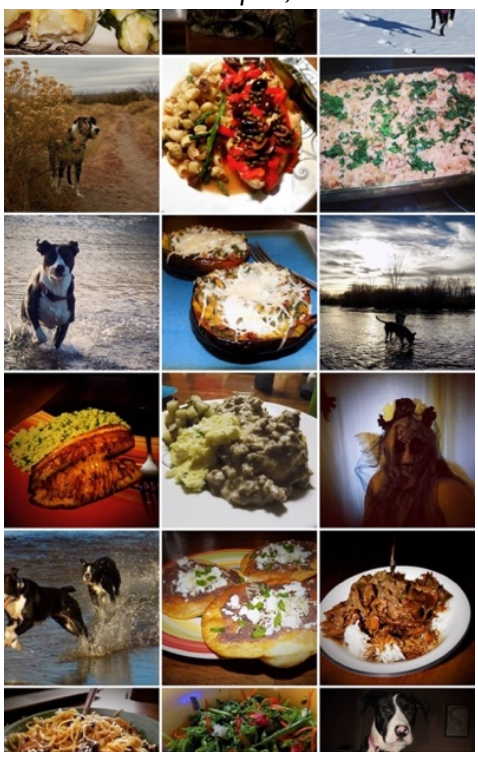


Abb. 9: Ausschnitt aus Profil D, Screenshot vom 14.04.2025.

Drittens finden sich Essensfotografen, die sich den herrschenden Instagram-Ästhetiken gezielt widersetzen und auf diese Weise bildförmig Bildkritik betreiben.[62] Dass sich unter den Hashtags #antifoodporn oder #antifoodie jeweils gut tausend Posts angesammelt haben, bleibt für die majoritäre Bildpraxis folgenlos. Das vorherrschende bildkritische Motiv ist der leer gegessene Teller (Abb. 10).

61 Von Januar 2023 bis März 2025 wurde die Zahl der Follower lediglich von 3.300 auf 5.800 gesteigert.

62 Konzeptuell siehe Pauliks/Ruchatz: Bildkritik durch Bilder.

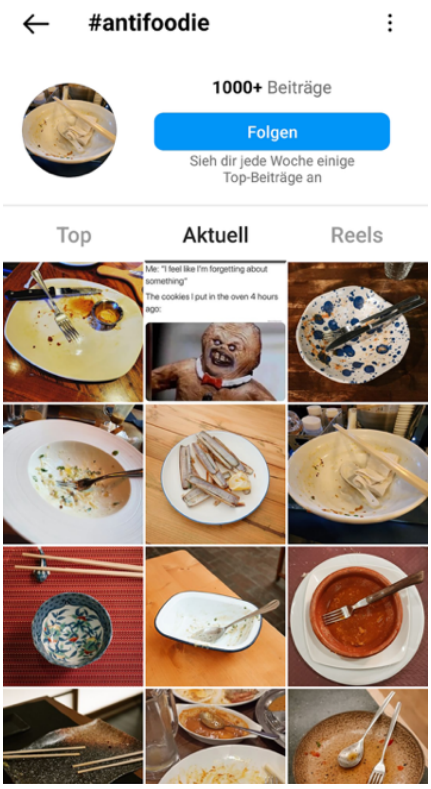


Abb. 10: Instagram: Aktuelle Posts unter #antifoodie, Screenshot vom 06.01.2023.

Die charakteristische zeitliche Situation der Essensfotografie Essensbildes wird umgekehrt, indem nicht mehr vor, sondern nach dem Verzehr fotografiert wird, sodass die Speise nur noch in Spuren auf dem Teller anwesend ist. Dass das Essen geschmeckt hat, wird durch dessen Abwesenheit im Foto visualisiert. Medial an den Tisch eingeladen wird hier nicht mehr, es sei denn zum Abtragen des Geschirrs. Manche Posts kompensieren den fehlenden Augenschmaus, indem sie in der Caption beschreiben, was sich die Betrachter auf den geleerten Tellern vorstellen dürfen. In einer ironischen Geste, die die Präsenz der Fotografie mit der Absenz des Essens konfrontiert, wird sichtbar gemacht, welche möglichen Bilder aus dem Alltag die Instagram-User und -Userinnen üblicherweise nicht zu sehen bekommen. Umso authentischer zeigt sich die Aufnahme des geleerten Tellers.

An zentraler Stelle erhalten hat sich die okkasionelle Ästhetik der Essensfotografie hingegen auf der Social-Media-Plattform Chefkoch.de. Im Jahr 1998 gegründet, erlaubt das Portal seinen Usern und Userinnen, eigene Rezepte öffentlich zugänglich zu machen. In Bezug auf die Ästhetik der fotografischen Essenspräsentation ist ein Community-Feature der Plattform ausschlaggebend: Nicht nur die Autorinnen und Autoren können ihre Rezepte bebildern, sondern auch alle Nachkochenden sind eingeladen, ihre fotografierten Realisierungen hinzuzufügen. Auf diese Weise entstehen Fotogalerien, die in einem gegebenen Rahmen nicht ästhetische Uniformität, sondern gerade Varianz ausstellen (Abb. 11 u. 12).

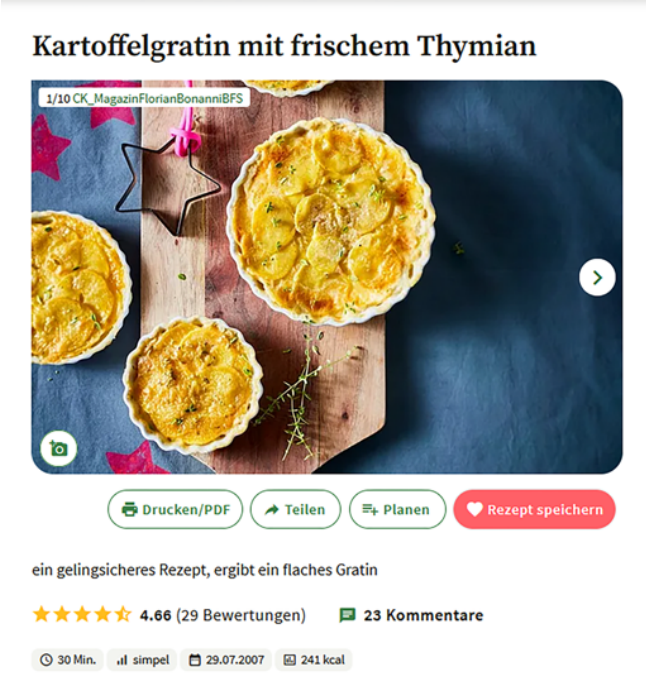


Abb. 11: Chefkoch.de: Rezept für Kartoffelgratin mit frischem Thymian, bebildert mit dem professionellen für die Zeitschrift Chefkoch produzierten Foto (https://www.chefkoch.de/rezepte/8139511 85709764/Kartoffelgratin-mit-frischem-Thymian.html), Screenshot vom 11.03.2025.

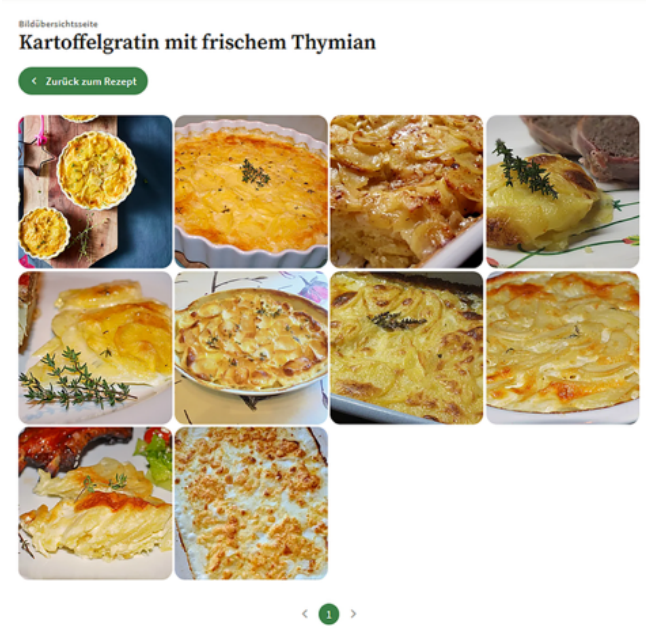


Abb. 12: Chefkoch.de: Bildübersichtsseite mit allen hochgeladenen Rezept-Bildern (https://www.chefkoch.de/rezepte/8139511 85709764/Kartoffelgratin-mit-frischem-Thymian.html), Screenshot vom 11.03.2025.

Zwar zeigt sich auch hier, dass bestimmte Konstruktionsmuster der Food-Fotografie – sei es aus Kochbüchern, Zeitschriften, Food-Blogs oder Sozialen Medien – geläufig sind und gesucht werden: So kommen häufig Close-ups zum Einsatz, das Styling bezieht oft die Umgebung des Tellers ein; es finden sich *flatlays* usw. Die Abweichungen in den Darstellungen zeigen indes nicht einfach mangelnde ästhetische Sensibilität oder fotografische Kompetenz an, sondern folgen dem Interesse der User, ihre Kochleistung auf den eigenen Tellern und im eigenen Arrangement zu dokumentieren, um sie der Community zu präsentieren. Das Okkasionelle zeigt sich in der individuellen Mediatisierung des *alltäglichen* Zubereitens von schmackhaften, aber nur potenziell ansehnlichen Gerichten, das hier in seiner Vielgestaltigkeit Bild wird. In der Multiplizierung der Bebilderung pro Rezept kommt das Individuelle differenziell zum Ausdruck und feiert, dass sowohl für die Zubereitung des Essens, als auch das *›plating‹* und das Fotografieren keine verbindliche Norm, keine Richtigkeit herrscht, sondern die persönliche Variante, die persönliche Realisierung der Normalfall ist.

Wie bei Martha Stewart hat sich allerdings auch bei Chefkoch.de eine ›Geschmackspolizei‹ auf den Weg gemacht, gastronomische wie bildästhetische Fehltritte aufzuzeigen. So macht die erfolgreiche Tumblr-Seite *Worst of Chefkoch*[63] sich über Rezepte lustig, in denen nicht selten die Trope »… mal anders« eine kreative Aneignung von Geläufigem beansprucht. Für *Worst of Chefkoch* besteht die Aufgabe der Bilder dabei darin, das ästhetische Urteil gewissermaßen zu kondensieren. Wurden zum Rezept mehrere Bilder hochgeladen, wird jenes ausgesucht, das das Gericht am wenigsten attraktiv visualisiert. So wird – wenn auch satirisch – eine Bildkritik instituiert, die Verfehlungen anzeigt, die gegen die Konventionen der guten Food-Fotografie verstoßen. [64] An anderer Stelle implizieren dies auch die Betreiber der Plattform, wenn sie – hier kommt der Zeitschriftenverlag Gruner & Jahr ins Spiel, der die Plattform 2007 übernahm – die auf der Plattform gesammelten Rezepte im Print-Magazin *Chefkoch* auswerten. Dafür werden zwar die Rezept-Texte genau übernommen, die Fotos aber durch professionelle Produktionen ersetzt, die der Ästhetik der Food-Fotografie im Medium Zeitschrift entsprechen und eine ästhetische Gefälligkeit erzeugen, die man problemlos mit dem #foodporn versehen könnte.

63 Luki/Joni: »Worst of Chefkoch«.

64 Siehe ausführlicher Pauliks/Ruchatz: Bildkritik durch Bilder, S. 193-197.

Enden möchte ich mit einer Rückkehr zu einem früheren Punkt meiner Argumentation und zeigen, dass Martha Stewart der okkasionellen Ästhetik auch im Jahr 2020 – wenigstens gelegentlich – die Stange hält und dafür wieder kritisiert wird: »Sometimes even the Greats can post a relatively poorly plated meal that looks like shit.« (Abb. 13)



Abb. 13: Tweet von @catmancatman864 vom 11.04.2020, Screenshot vom 12.01.2023.

Auch wenn das Smartphone die geknipste Essensfotografie auf die Karte gesetzt hat, so hat sich diese der Alltäglichkeit des Schnappschusses ästhetisch widersetzt. Die okkasionelle Ästhetik hat sich hingegen in die – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Brüche mit der ästhetisierten Normalität zurückgezogen.

LITERATURVERZEICHNIS

Bentley, Amy: »Martha's Food: Whiteness of a Certain Kind«, in: American Studies, Jg. 42, Nr. 2, 2001, S. 89-100.

Bourdieu, Pierre: »Die gesellschaftliche Definition der Fotografie«, in: ders. u.a.: Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie, Frankfurt a.M. 1981, S. 85-110.

Bourdieu, Pierre: »Einleitung« in: ders. u.a.: Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie, Frankfurt a.M. 1981, S. 9-21.

Bouvier, Elyse: »Breaking Bread Online. Social Media, Photography, and the virtual Experience of Food«, in: Namaste, Nina/Nadales, Marta (Hrsg.): Who Decides? Competing Narratives in Constructing Tastes, Consumption and Choice, Leiden/Boston, MA 2018, S. 157-172.

David, Gaby: »Mobile Images«, in: Purgar, Krešimir (Hrsg.): The Palgrave Handbook of Image Studies, Cham 2021, S. 609-622.

David, Gaby/Allard, Laurence: »#Foodporn. An Anatomy of the Meal Gaze«, in: Contois, Emily J. H./Kish, Zenia (Hrsg.): Food Instagram. Identity, Influence & Negotiation, Urbana, IL u.a. 2022, S. 65-80.

de Solier, Isabelle: Food and the Self. Consumption, Production and Material Culture, London/New York, NY 2013.

di Luna, Amy: »Martha Stewart's Just Like Us! Why Her Bad Food Photos Inspire«, https://www.today.com/popculture/martha-stewarts-just-us-why-her-bad-food-photos-inspire-2D11623876, 15.05.2025.

Gomez-Mejia, Gustavo: »Esquisses pour une Stylistique des Contenus: du #foodporn au Food Gore«, in: Communication & Langages, Bd. 213, 2022, S. 85-106.

Gunthert, André: Das geteilte Bild. Essays zur digitalen Fotografie, Konstanz 2019.

Halpern, Megan/Humphreys, Lee: »iPhoneography as an emergent Art World«, in: New Media & Society, Jg. 18, Nr. 1, 2016, S. 62-81.

Hand, Martin: Ubiquitous Photography. Cambridge/Malden, MA 2012.

Hirose, Alyssa: »Instagram Hashtags for 2025. Tips, Ideas + Free Generator«, https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/, 15.05.2025.

Hu, Yuheng u.a.: »What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types«, in: Proceedings of the Eight International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Jg. 8., Nr. 1, 2014, 595-598. https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14578.

Hunter, Lynette: »Illusion and Illustration in English Cookery-Books Since the 1940s«, in: Wilson, Anne C. (Hrsg.): The Appetite and the Eye. Visual Aspects of Food and Its Presentation Within Their Historic Context, Edinburgh 1991, S. 141-160.

KYM: »Martha Stewart«, https://knowyourmeme.com/memes/people/martha-stewart, 15.05.2025.

Krogager, Stinne Gunder Strøm/Leer, Jonatan: »Food Porn 2.0? Definitions, Challenges, and Potentials of an Elusive Concept«, in: Journal of Aesthetics & Culture, Jg. 16, Nr. 1, 2024, S. 1-11.

Leaver, Tama u.a.: Instagram, Cambridge/Malden, MA 2020.

Lewis, Tania: Digital Food. From Paddock to Platform, London 2020.

Luki/Joni [Diestel, Lukas/Jonathan Löffelbein]: »Worst of Chefkoch«, https://www.tumblr.com/worstofchefkoch, 15.05.2025.

Lupton, Deborah: »Cooking, Eating, Uploading: Digital Food Cultures«, in: LeBesco, Kathleen/Naccarato, Peter (Hrsg.): The Bloomsbury Handbook of Food and Popular Culture, London 2018, S. 66-79.

Magee, Richard M.: »Food Puritanism and Food Pornography: The Gourmet Semiotics of Martha and Nigella«, in: Americana, Jg. 6., Nr. 2, 2007, https://www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2007/magee.htm.

Marwick, Alice/boyd, danah: »To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter«, in: Convergence, Jg. 17, Nr. 2, 2011, S. 139-158.

McDonnell, Erin Metz: »Food Porn: The Conspicuous Consumption of Food in the Age of Digital Reproduction«, in: Bradley, Peri (Hrsg.): Food, Media and Contemporary Culture. The Edible Image, London 2016, S. 239-265.

Okabe, Daisuke/Ito, Mizuko: »Camera Phones Changing the Definition of Picture-Worthy«, in Japan Media Review, 29.08.2003.

Pauliks, Kevin/Ruchatz, Jens: Bildkritik durch Bilder. Soziale Medien als Ort einer praxeologischen Medienphilosophie, Köln 2025.

Pfuhl, Ronja: #Foodporn Basics. Wie du dein Essen perfekt anrichtest und fotografierst, München 2019.

Rubinstein, Daniel/Katrina Sluis: »A Life More Photographic«, in: Photographies, Jg. 1, Nr. 1, 2008, S. 9-28.

Ruchatz, Jens: »The Recipe and Photography. The Sensual Appeal of Image-Word Relations in Cookbooks«, in: Bartz, Christina u.a. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023, S. 209-228.

Ryan, Erin Gloria Ryan: »Martha Stewart Can't Stop Tweeting Really Gross Pictures of Food«, https://www.jezebel.com/martha-stewart-cant-stop-tweeting-really-gross-picture-1466779005, 15.05.2025.

Schonig, Jordan: »The Pornification of Everything: Food Porn, Nature Porn, and the Aesthetic Foundations of the Porn Suffix«, in: M/C Journal, Jg. 27, Nr. 4, 2024, https://doi.org/10.5204/mcj.3081.

Schröer, Marie: »Picturing Food. Sense and Sensuality of Culinary Content on Social Media«, in: Bartz, Christina u.a. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023, S. 209-228.

Serafinelli, Elisa/Villi, Mikko: »Mobile Mediated Visualities: An Empirical Study of Visual Practices on Instagram«, in: Digital Culture & Society, Jg. 3, Nr. 2, 2017, S. 165– 182.

Starl, Timm: »Die Bildwelt der Knipser. Eine empirische Untersuchung zur privaten Fotografie«, in: Fotogeschichte, Jg. 14, Nr. 52, 1994, S. 59-68.

Starl, Timm: Knipser. Die Bildgeschichte der privaten Fotografie in Deutschland und Österreich von 1880-1980, Berlin 1995.

Stewart, Martha: »Attending a Twitter Conference«, https://www.themarthablog.com/2010/06/attending-a-twitter-conference.html, 15.05.2025.

Stewart, Martha: »Now If Any One Thinks«, https://x.com/MarthaStewart/status/403348211340832768?lang=en, 15.05.2025.

Stewart, Martha: »There Seems To Be Some Buzz«, https://x.com/MarthaStewart/status/402568663477547008, 15.05.2025.

Sytsma, Alan: »Let Martha Stewart's Terrible Food Porn Be a Lesson to Us All«, https://www.grubstreet.com/2013/11/martha-stewart-insists-on-punishing-us-with-bad-food-porn.html, 15.05.2025.

van Dijck, José: »Digital Photography. Communication, Identity, Memory«, in: Visual Communication, Jg. 7, Nr. 1, 2008, S. 57-76.

White, Will: »Martha Stewart's Food Photos«, https://de.pinterest.com/willcwhite/martha-stewarts-food-photos/, 15.05.2025

Zarrell, Rachel: »Someone Needs To Tell Martha Stewart Her Food Posts Are Disgusting«, https://www.buzzfeed.com/rachelzarrell/someone-needs-to-tell-martha-stewart-her-food-tweets-are-dis, 15.05.2025.

KÖRPER-ESSEN

SPEISEN UND GUSTATORISCHE REIZE IN DER PORNOGRAFIE

VON MARTIN J. HOFFMANN

1. EINLEITUNG

»Gerüche und Körpersäfte spielen in der Pornographie offenkundig eine große Rolle. […] Man will sehen, fühlen, schmecken und riechen, und man will gleichsam baden in den sichtbaren Beweisen der Lust.«[1]

Das Einverleiben von Essen ist notwendige menschliche Handlung, die sich am Liminalbereich des Körpers abspielt. Es markiert jenen Grenzbereich, in dem ein Anderes in den Körper eintritt, weshalb besondere Tabus gelten. So ist das bewusste Schmecken herkömmlicherweise im Rahmen der Mahlzeit und deren sozialer Regeln gefasst: Was auf dem Teller liegt, wird – mit Ausnahmen – nur mit Besteck und nur von einer Person angefasst; was den Mund einmal verlassen hat, darf nicht wieder hinein usw.[2] Kulturen antworten mit solchen Grenzziehungen auch auf das Bedürfnis, den besonders verletzlichen und sensiblen Mundraum zu schützen, denn jener muss, so Hartmut Böhme, »vor dem Eindringen widriger Massen, unbekömmlicher Stoffe oder gar fremder Organe und Lebewesen geschützt werden […], und umgekehrt müssen Objekte oder Lebewesen vor der zermalmenden Wucht oraler Aggression oder Einverleibungslust behütet werden.«[3] Ähnliches gilt für sexuelle Handlungen, die sich ebenfalls oft an den Körperöffnungen abspielen und die feste soziale Grenzen kennen.[4] Die Grenzen betreffen nicht nur, was zur Handlung kommen darf, sondern auch, was dargestellt bzw. repräsentiert werden darf. Gerade solche sinnlich-medialen Erfahrungen, die, wie die Pornografie, drohen, den Körper zu sehr zu affizieren, sind entsprechend oft tabuisiert. Dabei ist wenig verwunderlich, dass gerade die Pornografie sich oft und stark fetischisierend mit dem Verspeisen bzw. Einverleiben von Körpersäften, Obst, Gemüse, viskosen Flüssigkeiten wie Sahne usw. beschäftigt. Kalauer wie das Essen von ›Muschis‹, ›Ärschen‹, ›Schwänzen‹ sowie Darstellungen des Leckens von Brüsten, Füßen, Fingern usw. gehören zum Standardrepertoire des Pornografischen, was bereits anzeigt,

1 Seeßlen: Der Pornographische Film, S. 40-41.

2 Zur regelhaften Gestaltung der Mahlzeit siehe auch Simmel: »Die Soziologie der Mahlzeit«, S. 71-73.

3 Böhme: »Zonen der Berührungsfurcht« S. 32.

4 Laut Foucault haben diese sich in der Moderne besonders verschärft; Vgl. Foucault: Der Wille zum Wissen.

dass es hier oft um eine fetischhafte Perversion – eine Verdrehung also, die Mehrwert generiert – von Sex und Essen geht.[5] Der Tabubruch ist Programm: Speisen kommen in die ›falsche‹ Körperöffnung, Körperteile werden ›verspeist‹.[6]

Die Pornografie ist mithin ein Aushandlungsort für jene Körpergrenzen. Der Umgang mit Essen verhandelt genau die damit verbundenen Gefahren und Lüste. Daher möchte ich hier nach der liminalen Figuration der Körperoberfläche und des Mediums fragen. Wie werden Handlungen des Essens in verschiedenen Formen der Pornografie vollzogen und mediatisiert, und welche Organisation des Sinnlichen verfolgen sie? Wo werden Grenzen überschritten? Um diesen Fragen nachzugehen, diskutiere ich Ansätze aus den *Porn Studie*s, die sich vor allem auf filmphänomenologische Theorien beziehen. Diese haben insbesondere das Vermögen der Pornografie, vor allem haptische Reize zu vermitteln, diskursiviert,[7] sind aber bislang weniger auf Erlebnisse des Geschmacks bzw. des Essens eingegangen. Darüber hinaus zeichne ich kurz eine Kulturgeschichte der rauschhaften Speise und Sexualität nach und skizziere, wie diese in der Bewegtbildpornografie weiterverhandelt wird. Eckpfeiler der Diskussion sind Beschreibungen und Analysen von konkreten Beispieltexten, die verschiedene Mediensituationen repräsentieren.

2. GRENZBEREICHE DES SINNLICHEN

Der Beitrag geht von der These aus, dass die Sinne bestimmten kulturellen Grenzziehungen unterworfen sind, die regulieren und ordnen, wer und was in bestimmten Kontexten sinnlich erfahrbar werden kann. Howes und Classen stellen in *Ways of Sensing* heraus, dass die Wahrnehmung und deren Tätigkeit einer historischen und kulturellen Genese unterworfen sind. Bei Rancière handelt es sich hierbei auch um politische *Aufteilungen des Sinnlichen*, die Anteil an bzw. Ausschluss von der Gesellschaft anzeigen.[8] In der okzidentalen Kultur sind es vor allem die Nahsinne des Tastens, Riechens und Schmeckens, die besonders engmaschige kulturelle Eingrenzungen erfahren haben und deren Einsatz oft nur innerhalb bestimmter, sozusagen hygienischer[9] Rahmenbedingungen gestattet ist. Dies geht einher mit der spätestens seit der Aufklärung tradierten Hierarchie der Sinne, die diese als dem Geist am entferntesten betrachtet und sie den niederen, korporalen Funktionen der

5 Vgl. Lewandowski: Die Pornographie der Gesellschaft, S. 20.

6 Bildhaft deutlich wird die mit diesem Tabu belegte Gefahr im Mythos der *vagina dentata*, der bezahnten Scheide, die droht, zu verschlingen.

7 Insbesondere bei Paasonen: »Between Meaning and Mattering« und Paasonen: Carnal Resonance.

8 Rancière: Die Aufteilung des Sinnlichen, S. 25-26; Siehe auch Howes/Classen: Ways of Sensing, S. 65-66.

9 Im Hinblick auf die Speisen spricht Utz Jeggle hier von einer veritablen »Hygienisierung,« die sich im 20. Jahrhundert intensiviert hat; Jeggle: »Runterschlucken. Ekel und Kultur« S. 405; Auch das Berühren von Gegenständen und Personen ist mit hygienischen Bedenken belegt, wie auch – dies hat die COVID-19-Pandemie verdeutlicht bzw. verstärkt – das Riechen bzw. Atmen der gemeinsamen Luft.

Sinnestätigkeit angliedert.[10] Die als körpernah verstandenen Sinne und deren Sinneseindrücke werden in diesem Rahmen mit einer Abjektion und bestimmten Tabus belegt. Sie werden damit auch nur bedingt bzw. verstellt darstellbar und es kommt zu vermittelnden Kodifizierungen und Metaphorisierungen der Sinneseindrücke; beispielsweise in Malereien der Sinnesallegorien. Zu unterstreichen ist auch, dass soziales Zeremoniell oder soziale Abjektion gleichsam wie Medienformate und -technologien die Sinne in bestimmten Weisen adressieren und aktivieren können. Vor diesem Hintergrund sind die Sinne nicht als neutrale oder objektive Organe der Aufzeichnung einer stabilen Außenwelt zu betrachten, sondern unterliegen kulturellen Prozessen der Wahrnehmungsformung.

Medien strukturieren dabei bestimmte sinnliche Gebräuche vor, indem sie sinnliche Eindrücke und Assoziationen abbilden und synästhetische Transfers anbieten bzw. stilisieren.[11] In der Pornografie werden solche sinnlichen Transfers dort angelegt, wo das *Eigentliche*, die empfundene Lust selbst, nicht direkt und beweisbar mediatisiert werden kann: Insbesondere die Frau figuriert traditionell als Medium des Sinnlichen und damit auch als stellvertretende Figur des Mannes, die gleichzeitig Lust verkörpert und veräußert.[12] Sie ›kommt‹ auratisch und performativ mit dem Mann. Ein Ausdruck dieser Struktur ist der genretypische *Money-Shot*, das visuell exzessive Zeigen der männlichen Ejakulation als Beweis bzw. Ersatz seiner Lustbekundung, der performativ von der Frau getragen wird. So etwa in einer Fellatio-Nummer des Films *The Devil in Miss Jones*, wo die Hauptdarstellerin Georgina Spelvin ihrer Mitspeisenden in der *ménage à trois* emphatisch sagt: »Let me taste it. Let me taste it on my tongue. I wanna feel it in my mouth. Oh, thank you, oh, it's so beautiful. Let me taste it more.« Hier kulminieren mehrere sinnliche Transferleistungen, die typisch für die heterosexuelle Pornografie sind: Die Frau übersteigert die Lust in ekstatischen Darstellungen der Unkontrolle und verbalisiert damit verschiedene sinnliche Eindrücke als viszerales Erlebnis. Es kommt hier zu einem mehrschichtigen, synästhetischen Appell an die Sinne, der Berührung, Wärme, Geschmack und Geruch vermittelt. Diese körpernahen bzw. -inneren Reize können also nur indirekt gezeigt werden. So stellt Susanna Paasonen heraus:

> the genre is very much concerned with mediating the more ›base‹ senses of touch, smell, and, to a smaller degree, taste (the senses serving ›lower sensual pleasures‹). In audiovisual pornography, the senses

10 Diese Hierarchie ist in letzter Zeit viel diskutiert und kritisiert worden, insbesondere im Zusammenhang mit der zunehmenden Theoretisierung der synästhetischen bzw. körpernahen Wahrnehmung (von Medien); Vgl. Korsmeyer/Sutton: »The Sensory Experience of Food«, S. 469; Largier: »Gefährliche Nähe«, S. 44; Elsaesser/Hagener: »Cinema as Skin and Touch«, S. 109-111; Howes/Classen: Ways of Sensing, S. 67-68.

11 Auch im Hinblick auf Werbung für Essensprodukte arbeitet Stacy M. Jameson solche Prozesse heraus; Jameson: »Televisual Senses«, S. 1069.

12 Vgl. Williams: »Film Bodies«, S. 4.

> involving closer proximity to the sensed object […] are depicted and mediated through vision and hearing.[13]

Mittel der synästhetisch wirksamen Vermittlung von Körperreizen werden nicht nur pornografisch eingesetzt. So arbeitet beispielsweise Stacy M. Jameson mit dem Begriff des *foodgasm* heraus, wie solche Formeln der sinnlichen Ansprache in der Werbung für Essensprodukte verwendet werden, um durch das audiovisuelle Bewegtbild nichtadressierbare Geschmacksreize darzustellen: »The seemingly inaccessible sense of taste on television is written into the flickering skin of these digital TV bodies.«[14] Und weiter: »In such intersensorial logics, spectators experience what at first seems intangible, or untasteable, or seemingly deferred in its potential for pleasure.«[15] Solche Appelle, die über das Audiovisuelle hinaus wirksam werden, nutzen Mittel des Transfers und der Addition sinnlicher Eindrücke, um körperlich erfahrbar zu werden; ein sinnliches Lustzentrum zu treffen. Zu fragen ist hier, wie verschiedene Modi dieser Verschiebung bzw. Transponation in Darstellungen des Essens in der Pornografie gestaltet sind und wie diese mit kulturhistorischen Motiviken verwoben sind.

3. DIE TYPISCHE SZENE: DAS BACCHANTISCHE ALS EXZESSMOTIV

Praktiken der Kopplung von Essen und Sexualität, wie sie in der Pornografie im modernen Sinne gezeigt werden, haben Tradition. Der lustvolle und rauschhafte Verzehr von Speisen und Wein, und der Vollzug einer gemeinschaftlichen Sexualität, war, neben dem gemeinschaftlichen Genuss von Gesang, Poesie und Rhetorik, zentraler Bestandteil der antiken Kulturform des dionysischen Festes.[16] Friedrich Nietzsche situiert und beschreibt es bildreich im Rahmen der von ihm popularisierten Figur des Apollinischen und Dionysischen als kulminativen Exzess[17] jener dialektischen, widerstrebenden Kräfte: »Fast überall lag das Zentrum dieser Feste in einer überschwänglichen geschlechtlichen Zuchtlosigkeit, deren Wellen über jedes Familientum und dessen ehrwürdige Satzungen hinwegfluteten; gerade die wildesten Bestien der Natur werden hier entfesselt.«[18] Somit steht das dionysische Fest

13 Paasonen: Carnal Resonance, S. 213.

14 Jameson: »Televisual Senses«, S. 1068.

15 Jameson: S. 1070.

16 Corner: »Symposium«, S. 234.

17 Vgl. Nietzsche: »Die Geburt der Tragödie«, S. 56.

18 Nietzsche: »Die Geburt der Tragödie«, S. 54; In der aktuelleren Forschung wird das Symposion bzw. das dionysische Fest allerdings eher als regelhafter, bestimmten Vorgaben bzw. rituellen Formeln folgender Prozess verstanden, dem neben dem exzessiven Überschreitungsmotiv auch ein Moment der Mäßigung innewohnte; Vgl. Corner: »Symposium«, S. 235; Nietzsches und ähnliche Auffassungen haben aber das während der Moderne entstehende Bild des Bacchantischen geprägt. Siehe auch Batailles Charakterisierung als Übertretung bzw. Negation der sonst geltenden Regeln; Vgl. Bataille: Der Heilige Eros, S. 109-113.

bzw. Symposion für das Zusammenspiel oral vermittelter Lüste von Speise und Trank bis zur sexuellen Lust. Florence Dupont beschreibt es als Ort der erotischen Lüste in Relation zur Speise.[19] In der altgriechischen Kultur ist es eine politisch und gesellschaftlich verankerte Praxis,[20] deren orgiastisch-ritualistische Form als vereinnahmendes Erlebnis Verbindungen geschaffen hat. Dionysos selbst wird den Überlieferungen nach von Titanen in Stücke gerissen und schließlich verspeist.[21] Er wird in Darstellungen der bildenden Künste oftmals selbst als Teilhaber seiner Feste, betrunken und berauscht dargestellt und somit zum Emblem einer Kultur des Rausches stilisiert.

Im Zuge des Christentums wurde eine Moral etabliert, die weniger auf oral vermittelte Lüste abhebt, sondern das sündige Fleisch, dessen Lüste moderiert werden sollen, ins Zentrum stellt. Insbesondere in der Moderne kommt es dagegen zu einer Wiederentdeckung des Dionysischen bzw. Bacchantischen als Motiv exzessiver und hemmungsloser Erotik. So wird das Bacchanal bzw. Dionysos und sein Gefolge zu einem häufigen Gegenstand in den bildenden Künsten und insbesondere im 19. Jahrhundert zu einem mythologisierenden Vorwand für erotische Frauenakte.[22] Auch die wahrscheinlich älteste erhaltene Bewegtbildpornografie, *El Satario* (um 1907),[23] zeigt Bacchantinnen tanzend in einem Reigen, der jäh von einem Satyr unterbrochen wird und zu einer Sexszene führt. Besonders eindeutig und exotisierend wird das Bacchantische im Langfilm *Behind the Green Door: the Sequel* (1986) eingesetzt, wo es im Rahmen einer ausgedehnten Traumsequenz zu einer *Symposion*-artigen Orgie kommt, in der vielerlei antikisch-dionysische Ikonografien vorkommen. Das Bacchantische wird bewusst als symbolischer Rahmen und ikonografische Folie verwendet, innerhalb derer visuell-körperliche Exzesse eine – immerhin fingierte – Bedeutung erhalten, die an das hemmungslose und multisensorische Topos bacchantischer Erotik anspielt.

So erscheinen auch im etwas älteren und für das *porno chic* typischen Hard-Core-Langfilm *The Devil in Miss Jones* von 1973 Motiviken, die den Verzehr von Obst mit dionysischen Ikonografien aufladen. Die titelgebende Miss Jones durchläuft eine Art sexuelle Vorhölle, weil sie sich nach ihren lustlosen Lebzeiten suizidiert hat. Ein Pakt mit dem Teufel gewährt ihr jedoch Aufschub und sie kann Ihre zuvor unterdrückte Sexualität in verschiedenen Konstellationen ausleben, bevor sie in einer an Sartres *Huis clos* angelehnten Hölle landet, die alle sexuelle Befriedigung verwehrt. Im Verlauf sind mehrere Nummern aneinandergefügt, die, typisch für die

19 Dupont: »Food, Gender, and Sexuality«, S. 81-82.

20 Vgl. Corner: »Symposium«, S. 236.

21 Vgl. Kerényi: Die Mythologie der Griechen, S. 184-186.

22 Bacchanales Modernes !; (Ich danke Irene Kastner für diesen Hinweis!)

23 El Satario; Vgl. Williams: Hard-Core, S. 61.

Entstehungszeit, eine weibliche sexuelle Erweckung der Wollust inszenieren.[24] Sie stellen ein Bouquet an Praktiken dar, die hier als *teuflisch* konnotiert und durch eine Mischung aus Selbstbestimmung und Anheimfallen motiviert werden. Der Film dokumentiert ein visuelles »Wissen« über verschiedene Spielarten der Sexualität, dass die Frau und ihre Lust untersucht und determiniert. Die Protagonistin ist gleichsam Entdeckerin ihrer Wollust und entdecktes Objekt der filmischen Apparatur.[25]

Besonders interessant für diesen Kontext sind hier zwei der Nummern, die mit gustatorischen Momenten arbeiten. Erstens die oben andiskutierte Fellatio-Nummer und zweitens eine teils bacchantisch anmutende Szene, in welcher Miss Jones, in einer Halbtotale bequem auf einem Bett liegend, einen Apfel – die Frucht der Erkenntnis – anbeißt, zu ihrer Vulva führt und, den Geschmack probierend und genießend, weiter verzehrt. Ähnliches geschieht mit Weintrauben – einem Attribut des Bacchus –, die sie in ihrer Scheide verschwinden und dann, in einer Detailaufnahme, in ihren Mund fallen lässt. Schließlich penetriert sie sich mit einer Banane – dem typisch phallischen Obst – die ebenfalls verzehrt wird. Diese anspielungsreichen Bilder weisen auf eine semiotische Ebene des Obstes als »Analogie zu den Genitalien«[26] hin und laden die Essens-Spielzeuge weiter sexuell auf.

Das hier so fokussiert dargestellte Verspeisen von Früchten folgt einem Modus des Spektakulären, das in Form einer maximalen Sichtbarkeit gezeigt wird, in der die Kamera den Berührungen von Obst und Körper folgt.[27] Die Speisen und deren Einverleibung an den verschiedenen Körperöffnungen funktionieren hier mittels einer spielerischen Aufladung des haushaltsüblichen Obstes. In diesem Erzählmodus kommt es zu einer symbolischen Konnotation der Speisen mit einer erotisierten Bedeutung.

4. OPERATIONALISIERUNGEN VON LUST UND EKEL

Diese Art der Verwendung von Früchten kommt in der Folge auch in vielen, oft weniger dionysisch konnotierten, Szenen vor, die den Charakter einer ›Küchen-Nummer‹ haben; beispielsweise in *Foreplay* (1983), in dem, um Georg Seeßlens Beschreibung zu zitieren, »die Heldin […] sich die Früchte, die sie zur Zubereitung eines Obstsalates benötigt, vorher in die Vagina [steckt];«[28] wie auch in *Female Fantasies* (2006) der Regisseurin Petra Joy, in dem Kuchenteig und Erdbeeren von der Protagonistin und einer Domina so ausgiebig am eigenen Leib genascht werden, dass sie darüber ganz das Backen vergessen. Dieser häuslich-sexuelle Gebrauch des Essens bzw. der Essensgebrauch der Körpersäfte bleibt bis heute einer der

24 Dies geschieht freilich unter phallogozentrischen Vorzeichen, die insbesondere am narrativen Einsatz einer männlichen Lehrmeisterfigur abzulesen sind; Vgl. Williams: Hard-Core, S. 138.

25 Vgl. Williams: Hard-Core, S. 34-46, 134-140; Flaßpöhler: Der Wille zur Lust, S. 202-210.

26 Donner/Menningen: Signale der Sinnlichkeit, S. 236.

27 In Rekurs auf Gertrud Koch: Williams: Hard-Core, S. 48.

28 Seeßlen: Der Pornographische Film, S. 277.

häufigeren narrativen »Minimalanlässe, die eine Aneinanderreihung von Sexualakten motivieren.«[29] Um nur ein neueres Beispiel zu nennen: In *Busty Step Sister makes him Cum on her Cereal and Eats It!* (2024) haben Stiefschwester und -bruder keine Milch für das Frühstück im Haus, weshalb letzterer ›gemolken‹ werden muss. Was hier in der Tat die Form einer Farce hat, unterstreicht aber den darin liegenden perversen Gehalt solcher Darstellungen. So harmlos bzw. domestiziert diese hier daherkommen, laufen sie damit aber an einer großen Fallhöhe entlang. Ihr affektiver Abgrund ist der Ekel.

Die Übertretung der hygienisch-körperpolitischen Ordnung des Essens wird in der Pornografie operationalisiert. Wie oben beschrieben, kann das Spiel ›an der Grenze‹ des Körpers und dessen Hygiene zu lustvollen Verdrehungen – Perversionen – geformt werden. Aber auch die dezidierte Übertretung jener Grenzen des Sittlichen und Sinnlichen und die damit verbundenen negativen Affekte können in der Sexualität operationalisiert werden.[30] Praktiken wie Koprophagie, Urophagie[31] usw. illustrieren diesen Zusammenhang.[32] Aber auch die Übertretung medialer Kontaktgrenzen durch Schock und Ekel können als wirksame negative affektive Mittel operationalisiert werden. Der unter dem Titel *2 girls 1 cup* (2007) bekannt gewordene, oft als das ekelhafteste Internetvideo bezeichnete, Filmtrailer ist ein frühes Beispiel für diese Dynamik.[33] Es handelt sich um den einminütigen Trailer für das Pornovideo *Hungry Bitches* (2007), in dem zwei Darstellerinnen beim koprophagischen Spiel gezeigt werden. Der Schnitt führt den/die Betrachter*in kompakt zu den intensivsten Momenten des Films: Zwei Frauen liebkosen einander; eine defäkiert in einen Becher, woraufhin beide den Kot lecken und eine ihn verkostend auf der Zunge bewegt und hinunterschluckt. Dann übergeben beide sich auf den Becher mit dem restlichen Kot bzw. in den Mund der anderen. Eine sensationalistische Kameraführung unterstreicht in extremen Nahaufnahmen die Bewegungen der Körper und Münder. Obwohl *Hungry Bitches* für ein Nischenpublikum produziert wurde, erreichte der Trailer schnell Kultstatus.[34] Der fast unvermeidbare Ekel, der mit der Betrachtung des Videos einhergeht, ist oft derartig intensiv, dass die noch vor Social Media viral verlaufende Verbreitung durch gleichfalls intensive *reaction*-Videos auf YouTube begleitet wurde. Die gezeigte Verletzung bzw. Invertierung des Körperinneren und -äußeren bewegt in dieser sekundären Verbreitung in einem affektiven Milieu zwischen Ekel und Schaulust.[35]

---

29 Flaßpöhler: Der Wille zur Lust, S. 204.

30 Zu verschiedenen Modi dessen siehe Menninghaus: Ekel, S. 492-515.

31 Kot- bzw. Urinessen; vgl. Bornemann: Lexikon der Sexualität, S. 300, 568.

32 Ein bekanntes Beispiel für diesen Zusammenhang und die damit einhergehende Möglichkeit einer, dort kritisch gemeinten, bewussten Hervorrufung und Operationalisierung des Ekels ist Pasolinis Film *Salò o le 120 giornate di Sodoma* (1975).

33 Vgl. Paasonen: »Time to Celebrate the Most Disgusting Video Online«, S. 2-3.

34 Vgl. Jones: »The Origin of the Faeces«, S. 1.

35 Vgl. Paasonen: »Time to Celebrate the Most Disgusting Video Online«, S. 3.

Der hier hervorgerufene Ekel betrifft genau jene Wirkmechanismen, die an anderer Stelle lustfördernd sind: Dass die Bildinhalte in eine anschauliche Nähe gebracht werden, wird hier überwältigend: »Disgust involves overwhelming closeness – the proximity of sight, smell and touch,«[36] wobei hier offensichtlich die Ebene des Geschmacks mitzudenken ist. Die Affordanz des Internets, ein solches Schocker-Video plötzlich und unerwartet in das Blickfeld rücken zu können, bildet mithin einen wichtigen Unterschied zu den analogen Medien und insbesondere der Kino-Apparatur, die eine stabilisierende Distanz zum/zur Rezipient*in gewahrt hat. So auch Gertrud Koch: »Die Distanz […] ist notwendig, um den Schrecken zu mildern, der bei undistanzierter Überwältigung durch das Phänomen zustande käme, was im Falle des Pornografischen eine gewisse Angst vor der kruden, der rohen, der unverstellten und unsublimierten Sexualität postulierte.«[37] Das Spiel mit der unverhofften Überbrückung dieser Kluft ist ein Merkmal gerade für die frühe Zeit des Internetvideos, die jene Möglichkeiten des Surfings, die mit Nähe, Unmittelbarkeit und Zugriff zu tun haben.[38] Der zu nahe und direkte Appell an die Sinne, einhergehend mit der bebilderten Vorstellung des Essens und Schmeckens von Kot, führt zum affektiven Kurzschluss.

5. ESSEN IM ASMR-PORNO

Eine aktuellere mediale Konfiguration des Essens als Handlung und der Lebensmittel als sinnliche Akteure ist in ASMR-Videos zu finden. Es handelt sich um stark technisierte Inhalte, die damit arbeiten, insbesondere Geräusche in hoher Auflösung abzubilden und so ein häufig als angenehm empfundenes Körpergefühl hervorzurufen. Ziel ist, den/die Rezipient*in in ein spezifiziertes Nähe- bzw. Intimitätsverhältnis zu bringen. Hier werden die Speisen und die Art, wie sie mit dem Körper in Kontakt gebracht werden, fokussiert dargestellt und treten durch ihre stofflichen Eigenschaften auf.

Im Video *OUT OF CONTROL Eating BREAKFAST NEZUKOJAPAN Style (cereal with MY OWN HONEY TOPPING)* von der Performerin Nezukojapan sind mehrere typische Elemente einer »Küchennummer« zugespitzt. Es beginnt mit einer Halbtotale der nackten Darstellerin, die ihr Gesicht hinter einer karnevalesken Katzenmaske verbirgt, hinter einem Tisch, auf dem die Zutaten und Utensilien eines Frühstücks im Vordergrund aufgereiht sind: Bunte Cornflakes, eine Schüssel und ein Krug Milch. In den Ecken oben links und unten rechts ist je eine Wortmarke mit ihrem Benutzer*innennamen eingeblendet. Sie stellt die Gegenstände in spielerischer Manier mimisch und akustisch vor, indem sie etwa mit dem Löffel auf ihre Brust klopft und die Cornflakesschachtel schüttelt. Nach einer Schwarzblende sind

36 Paasonen: Carnal Resonance, S. 62.

37 Koch: »Schattenreich der Körper«, S. 34.

38 Rafael Cardoso beschreibt das internetbasierte Bildersehen folglich im Kontrast zum Betrachten (*beholding*) und Blicken (*gazing*), als *glancing* (flüchtig blicken), das einer ganzkörperlichen Erfahrung gleicht; Vgl. »Flesh and the Beholder«, S. 42-43.

die Gegenstände an den Bildrand geräumt. Nezukojapan beginnt die Zubereitung und hat sich dazu mit dem Hintern der Kamera zugewandt. Sie masturbiert ihre Vulva leicht kniend an der Tischkante und bald beginnt eine zähflüssige, leicht milchige Flüssigkeit in Schüben aus ihrer Scheide auf den Tisch zu fließen. Ich vermute, dass es sich dabei nicht nur um ihre Körperflüssigkeit, sondern um künstliches Sekret handelt. Sie performiert ohne übertriebene verbale Lustbekundungen und scheint eher einen konzentrierten, an ASMR[39] angelehnten Stil zu verfolgen, der Körper- und Berührungsgeräusche fokussiert. Nachdem sich eine größere Menge der dicken Flüssigkeit auf der Tischplatte gesammelt hat, dreht sie sich um, auch um diese haptisch zu untersuchen, indem sie mit den Fingern darin herumrührt und sie weiter verstreicht. Nach einer weiteren Schwarzblende lässt sie sich mit dem Po mehrfach rhythmisch darauf fallen, um mit der Substanz ein platschendes Geräusch zu erzeugen. Als nächstes Requisit sind die Cornflakes an der Reihe, die sie aus der Tüte auf ihren nun klebrigen Po schüttet, sodass einige der bunten Stückchen kleben bleiben. Erneut spielt sie mit ihrem Hintern auf den Cornflakes, die unter ihr knuspern und isst dann lachend ein paar davon. Dann schüttet sie weitere Cornflakes in die Schüssel und lässt dann, über dieser kniend, Milch aus dem Krug über ihre Brust und den Unterleib an sich herab und in die Schüssel hineinfließen, wobei sie sich auch auf dem Tisch verteilt. Nach dem nächsten Schnitt steht Nezukojapan mit einem Fuß auf der Tischplatte inmitten der von ihr angerichteten Schweinerei, um noch einmal über der Schüssel zu masturbieren und, sich orgastisch schüttelnd, erneut dickflüssiges Sekret auszustoßen. Zum Schluss kniet sie sich hinter der Schüssel hin, um mehrere Löffel der fertigen Cornflakes lachend zu verspeisen.

Das hier beschriebene sehr körperliche Spiel mit dem Essen übersteigert gestalterische Merkmale, die in älteren Küchen-Pornografien prävalent sind. Wurde dort die Speise ebenfalls spielerisch bzw. masturbativ mit dem Körper in Berührung und dann zum Verzehr gebracht, scheint es hier nicht nur oder nicht hauptsächlich um eine semiotisch lesbare Annäherung zwischen Körper und Essen zu gehen. Vielmehr untersucht Nezukojapan die Zutaten ihres Frühstücks nach stofflichen und affektiven Qualitäten und stellt sie vor allem mittels hochauflösender Bilder sowie dezidierter Geräusche aus, sodass diese haptisch werden.[40] Wir werden hier gewissermaßen an ihre Hautoberfläche zitiert. Dies geschieht nicht in erster Linie durch eine Visualität, die auf eine detaillierte optische Untersuchung hinausläuft, etwa durch nahe oder hereingezoomte Kameraeinstellungen. Es kommt weniger zu einer Suche visueller Lustbeweise. Stattdessen sind Ton und Bild, in Abwesenheit von Musik oder lautem Stöhnen, stark kongruent und synchronisieren sich.

39 Das Akronym meint *Autonomous Sensory Meridian Response* und seit 2008 hat sich eine Community um die Erstellung bzw. Rezeption entsprechender Inhalte etabliert.

40 Hier ist auf Paasonens Begriff der Körperresonanz zu verweisen, der das Vermögen einer affektiven, mitspürenden Verbindung mit den in der Pornographie gezeigten Körpern anzeigt. Ein wichtiger Effekt dieser Resonanz ist ein Moment der Nähe; Vgl. Paasonen: Carnal Resonance, S. 186.

Diese Mittel sind typisch für das Genre des ASMR, das eine intensive sinnliche Ansprache durch Nahaufnahmen von Geräuschen verfolgt, die bei Rezipient*innen ein angenehmes Kitzeln hervorrufen können, das einige als »brain orgasm« beschreiben.[41] Darüber hinaus tritt die Performerin weniger als Figur in einer Handlung auf, denn als »platformed body«, die mit den Requisiten für ein Publikum spielt. Louise Yung Nielsen und Franziska Bork Petersen beschreiben diesen Körper als solchen, der eine digital vermittelte Form von Intimität und Nähe hervorruft.[42] Hierbei spielen die medialen Affordanzen des privaten, vernetzten Bildschirms[43] und der einsamen Betrachter*innensituation eine wichtige Rolle. Sie stellen das Dispositiv für eine intime und immersive Erfahrung her, die den imaginativen Eintritt in die Diegese und das ›Mitberühren‹ der Requisiten insinuiert.

Den verwendeten Lebensmitteln und der Handlung damit kommt hierbei ein anderer Status zu. Anders als in den vorher diskutierten Filmen und Videos geht es nicht um die Performanz einer Ekstase oder einer Aufladung mit erotischer Bedeutung; vielmehr scheint es um eine erotische Kopräsenz zwischen Performerin und Rezipient*in zu gehen. Zwar nennt sich das Video »OUT OF CONTROL«,[44] die *matter-of-fact*-artige Interaktion von Nezukojapan mit ihren Requisiten und ihrem Körper spricht aber die Performance-Sprache des stark kontrollierten ASMR, und der Anschmiegung an ihr mediales Gefüge: Körper, Aufnahmetechnik, Performance und *mise en scène* werden auf eine Weise verschränkt, die in einem immersiven Modus des Sehens kulminiert. Dabei werden Körper und Lebensmittel in ein anderes Register von Objekthaftigkeit geführt. Waren Miss Jones und ihr Apfel als Objekte der Begierde – auch im Sinne des *male gaze* – stilisiert, erscheint Nezukojapan als »Plattform-Körper« in Interaktion mit den Cornflakes als sensationalistische – auch im Sinne von sinnlicher – Oberfläche, die sich einem geteilten Körpergefühl anbietet.[45]

41 Vgl. Waldron: »›This Feels so Real!‹«, o.S.

42 Vgl. Nielsen/Petersen: »Regarding the Mains of Others«, S. 134-135.

43 Dieser ist, vor allem im Gegensatz zur großen Kinoleinwand, ein Hauptunterschied in der Rezeptionssituation des Bewegtbilds und das Schrumpfen jener Kluft zwischen Bild und Betrachter*in legt andere mediale Affordanzen an, die eine scheinbar noch stärkere Vereinnahmung bedeutet; Vgl. Williams: »Jetzt auf einem kleinen Bildschirm in Ihrer Nähe!«, S. 37, 42-44.

44 Die dialektische Oszillation zwischen (apparatischer) Kontrolle und (körperlicher) Unkontrolle im Porno ist, Williams zufolge, eine der Hauptfaszinationen, die eine immer wiederkehrende visuelle Untersuchung insb. des weiblichen Körpers motiviert; Vgl. Williams: Hard-Core, S. 50-51.

45 So schreiben Louise Yung Nielsen und Franziska Bork Petersen über den einladenden Charakter der essenden Körper in Mukbang-Videos: »the mukbang videos' contagious capacities and their explicitly staged invitation to experience empathy emerges from the platformed bodies.« »Regarding the Mains of Others«, S. 128.

6. FAZIT

Ich habe hier versucht, Schlaglichter auf einige Aspekte der Darstellung von Essen und essenden Menschen in der Pornografie sowie der Mediatisierung damit einhergehender Geschmacksreize zu werfen. Wichtigste Gemeinsamkeit ist, dass es um die Aushandlung von Liminalräumen geht. Essen, Sexualität und Pornografie betreffen die Körpergrenzen, deren Überschreitung von intensiven Affekten begleitet ist. Als eines der klassischen *body genres*[46] betreibt Pornografie eine affektive Körperansprache, die, wie die *Porn Studies* gezeigt haben, vor allem die Sinne für Haptik und Geruch in Bewegung setzen. Speisen haben in der Sexualität und in deren Darstellung aber seit jeher einen wichtigen Stellenwert, dessen Valenz die Verhandlung der Körpergrenzen grundlegend betrifft. Lust und Ekel sind die affektiven Pole, die einerseits anzeigen, wo Grenzen überschritten werden; andererseits laden sie zum Spiel und zur Aufladung mit kontradiktorischen Reizen auf.

Die Beispieltexte zeigen zudem, dass mit den neuen Medientechnologien, ein stärkerer Anschluss an das Körperliche selbst einhergeht. Stellten frühere Küchen-Nummern vor allem den sexuell-körperlichen Kontakt mit als sexualisiert diskursivierten Speisen bzw. Essenspraktiken her, kommt es mit den Onlinemedien scheinbar verstärkt zu einer Beschäftigung mit nah-sinnlichen Reizen, inklusive Geschmack, sowie zu einer Immersivästhetik, die Rezipierende mit allen Sinnen in das Medium zu transportieren versucht. In diesem Zuge werden auch Lebensmittel und Körperflüssigkeiten zum Gegenstand dieser nah-sinnlichen Untersuchung.

FILMVERZEICHNIS

2 girls 1 cup (Brasilien 2007, Regie: Marco Fiorito).

Behind the Green Door: the Sequel (USA 1986, Regie: Sharon McNight/Artie Mitchell).

Busty Step Sister makes him Cum on her Cereal and Eats It! (Neuseeland 2024).

El Satario (Argentinien ca. 1907-1912).

Female Fantasies (Deutschland 2006, Regie: Petra Joy).

Foreplay (USA 1982, Regie: Vinnie Rossi).

Hungry Bitches (Brasilien 2007, Regie: Marco Fiorito)

OUT OF CONTROL Eating BREAKFAST NEZUKOJAPAN Style (cereal with MY OWN HONEY TOPPING) (Japan 2024).

Salò o le 120 giornate di Sodoma (Italien 1975, Regie: Pier Paolo Pasolini).

The Devil in Miss Jones (USA 1973, Regie: Gerard Damiano).

46 Vgl. Williams: »Film Bodies. Gender, Genre, and Excess«.

LITERATURVERZEICHNIS

Bacchanales Modernes ! Le Nu, L'Ivresse et la Danse dans l'Art Français du XIXe Siècle, Ausstellungskatalog, Galerie des Beaux-Arts de Bordeaux und Palais Fesch-musée des Beaux-Arts d'Ajaccio, 2016.

Bataille, Georges: Der Heilige Eros, übers. v. Max Hölzer, Franktfurt a.M u.a. 1974.

Bornemann, Ernest: Lexikon der Sexualität, Herrsching 1984.

Böhme, Hartmut: »Zonen der Berührungsfurcht – Tactus und Visus im Bildgeschehen«, in: Zürn, Tina u.a. (Hrsg.): Bild, Blick, Berührung. Optische und taktile Wahrnehmung in den Künsten, Stuttgart 2019, S. 31-56.

Cardoso, Rafael: »Flesh and the Beholder. Towards a Phenomenology of Digital Viewing«, in: Kristensen, Tore u.a. (Hrsg.): Transvisuality. The Cultural Dimension of Visuality, Liverpool 2015, S. 26-43.

Corner, Sean: »Symposium«, in: Wilkins, John/Nadeau, Robin (Hrsg.): A Companion to Food in the Ancient World, Chichester 2015, S. 234-242.

Donner, Wolf/Menningen, Jürgen: Signale der Sinnlichkeit. Erotik im Film, München 1989.

Dupont, Florence: »Food, Gender, and Sexuality«, in: Wilkins, John/Nadeau, Robin (Hrsg.): A Companion to Food in the Ancient World, Chichester 2015, S. 76-84.

Elsaesser, Thomas/Hagener, Malte: »Cinema as Skin and Touch«, in: Film Theory. An Introduction through the Senses, London/New York 2010, S. 108-128.

Flaßpöhler, Svenja: Der Wille zur Lust. Pornographie und das moderne Subjekt, Frankfurt a.M. 2007.

Foucault, Michel: Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit I, übers. v. Ulrich Raulff/Walter Seitter, Frankfurt a.M. 1991.

Howes, David/Classen, Constance: Ways of Sensing. Understanding the Senses in Society, London/New York 2014.

Jameson, Stacy M.: »Televisual Senses. The Embodied Pleasures of Food Advertising«, in: Journal of Popular Culture, Jg. 48, Nr. 6, 2015, S. 1068-1088.

Jeggle, Utz: »Runterschlucken. Ekel und Kultur«, in: Kashiwagi-Wetzel, Kikuko/Meyer, Anne-Rose (Hrsg.): Theorien des Essens, Berlin 2017, S. 396-412.

Jones, Steve: »The Origin of the Faeces«, in: Porn Studies, Jg. 4, Nr. 4, 2017, S. 473-476.

Kerényi, Karl: Die Mythologie der Griechen. Götter, Menschen & Heroen, Stuttgart 1997.

Koch, Gertrud: »Schattenreich der Körper. Zum pornographischen Kino«, in: Gramann, Karola u.a. (Hrsg.): Lust und Elend. Das erotische Kino, München/Luzern 1981, S. 16-39.

Korsmeyer, Carolyn/Sutton, David: »The Sensory Experience of Food«, in: Food, Culture & Society, Jg. 14, Nr. 4, 2011, S. 461-475.

Largier, Niklaus: »Gefährliche Nähe. Sieben Anmerkungen zum Tastsinn«, in: Das Magazin des Instituts für Theorie, Jg. 12, Nr. 13, 2008, S. 43-48.

Lewandowski, Sven: Die Pornographie der Gesellschaft. Beobachtungen eines populärkulturellen Phänomens, Bielefeld 2012.

Menninghaus, Winfried: Ekel. Theorie und Geschichte einer starken Empfindung, Frankfurt a.M. 2002.

Nielsen, Louise Yung/Bork Petersen, Franziska: »Regarding the Mains of Others. The Spectacular Bodies of Mukbang Videos«, in: MedieKultur, Nr. 71, 2021, S. 122-142.

Nietzsche, Friedrich: Die Geburt der Tragödie. Der Griechische Staat, Stuttgart 1955.

Paasonen, Susanna: »Time To Celebrate the Most Disgusting Video Online«, in: Porn Studies, Jg. 4, Nr. 4, 2017, S. 463-467.

Paasonen, Susanna: »Between Meaning and Mattering. On Affect and Porn Studies«, in: Porn Studies, Jg. 1, Nr. 1-2, 2014, S. 136-142.

Paasonen, Susanna: Carnal Resonance. Affect and Online Pornography, Cambridge, MA/London 2011.

Rancière, Jacques: Die Aufteilungen des Sinnlichen. Die Politik der Kunst und ihre Paradoxien, übers. v. Maria Muhle, Berlin 2008.

Seeßlen, Georg: Der pornographische Film. Von den Anfängen bis zur Gegenwart, Frankfurt a.M. 1990.

Simmel, Georg: »Die Soziologie der Mahlzeit«, in: Kashiwagi-Wetzel, Kikuko/Meyer, Anne-Rose (Hrsg.): Theorien des Essens, Berlin 2017, S. 69-76.

Waldron, Emma Leigh: »›This feels so real!‹ Sense and Sexuality in ASMR Videos«, in: FIRST MONDAY, Jg. 22, Nr. 1, 2017, o.S, https://doi.org/10.5210/fm.v22i1.7282.

Williams, Linda: »Jetzt auf einem kleinen Bildschirm in Ihrer Nähe!«, in: Metelmann, Jörg (Hrsg.): Porno-Pop II. Im Erregungsdispositiv, Würzburg 2010, S. 35-65.

Williams, Linda: Hard-Core. Power, Pleasure, and the ›Frenzy of the Visible‹, Erw. Ausg., Berkeley/Los Angeles, CA 1999.

Williams, Linda: »Film Bodies. Gender, Genre, and Excess«, in: Film Quartely, Jg. 44, Nr. 4, 1991, S. 2-13.

ESSBARE SIGNIFIKANTEN

ÜBER FOTOTORTE UND BUCHSTABENSUPPE

VON JENS SCHRÖTER

1. EINLEITUNG

In einem Text, der die Rolle des Zeichens, von Semiotik und Signifikation für die Definition von Medien hervorhebt, schreibt Hartmut Winkler:

> Verbleibt man auf der Seite des Materiellen, bietet sich eine Negativbestimmung an: Zu Signifikanten werden oft Dinge gewählt, die auf spezifische Weise ohne praktischen Nutzwert und ohne Einbindung in die Alltagsvollzüge sind. Dies verhindert, dass sie in Gebrauchsprozesse jenseits des Zeichengebrauchs eingehen. Beispiel sei der Lautstrom der Stimme. Während die Hände für praktische Zwecke gebraucht wurden, war die Stimme frei; vielleicht konnte sie nur deshalb zum ersten, privilegierten Zeichenträger werden. Essbare Signifikanten wie Russisch Brot oder Buchstabensuppe sind insofern ein Sonderfall.[1]

Im Folgenden sollen diese merkwürdigen Sonderfälle, die ›essbaren Signifikanten‹, betrachtet werden, also Objekte die zugleich essbar und medial sind. Ich fokussiere mich auf zwei Formen: Zum einen die von Winkler erwähnte Buchstabensuppe (und ebenso »Russisch Brot«, denn in beiden Fällen handelt es sich um Buchstaben). Zum anderen die Fototorte, also die inzwischen zu vielen festlichen Anlässen beliebten Torten, auf denen mit Lebensmittelfarbe auf eine essbare Unterlage Fotos aufgebracht werden.

Es ist natürlich fraglich, ob die Beschäftigung mit diesen abseitigen und skurrilen Phänomenen denn überhaupt irgendeinen (medienwissenschaftlichen) Erkenntnisgewinn verspricht. Warum sollte man sich damit beschäftigen? Das Mindeste, was man sagen kann, ist, dass es sich um andersartige Praktiken mit medialen Einheiten – »Buchstaben« bzw. »Fotos« – handelt.

2. DIE FOTOTORTE

Offenbar handelt es sich bei der Erstellung von Fototorten um eine beliebte Geschenkpraxis. Jedenfalls ergibt schon eine erste Recherche, z.B. wenn man bei Google nach »Fototorte« sucht, eine große Zahl an Treffern: »Gestalten Sie Ihre persönliche und individuelle Fototorte und bereiten Sie sich selbst oder einem

1 Winkler: »Zeichenmaschinen«, S. 212.

geliebten Menschen eine ganz besondere Freude«[2] liest man etwa bei einem der ersten Suchergebnisse, einer Website eines »Bäcker Görtz«. Bei einer Fototorte handele es sich um das »ideale Geschenk für jeden Anlass« – und die geneigte Besucher*in der Website wird unverzüglich zum »Tortendesigner« weiterempfohlen (siehe Abb. 1), einem Interface, welches der interessierten Kund*in erlaubt, zunächst ein Bild auszuwählen.

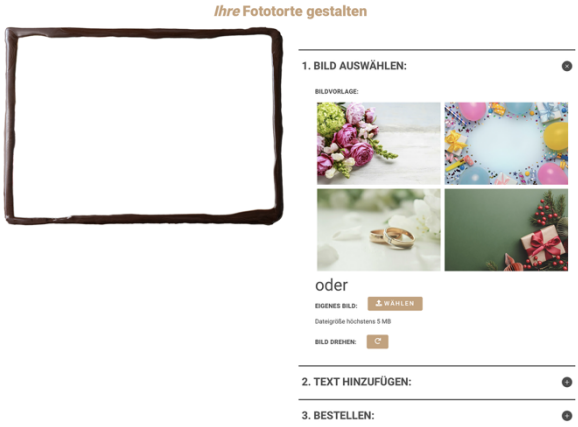


Abb. 1: Interface des Tortendesigners, Bäcker Görtz, https://www.baeckergoertz.de/fototorte/.

Neben einigen Vorlagen, die festliche Assoziationen über Blumen und Geschenkpackungen evozieren, ist auch ein Motiv mit Ringen zu sehen, was auf den festlichen Anlass der Hochzeit hindeutet. Es können aber auch eigene Bilder hochgeladen werden. In einem zweiten Schritt (Abb. 2) ist die Eingabe des Textes, sowie die Bestimmung von Schriftfarbe, Font etc. möglich. Schließlich kann bestellt werden.



Abb. 2: Interface des Tortendesigners, Bäcker Görtz, https://www.baeckergoertz.de/fototorte/.

2 https://www.baeckergoertz.de/fototorte/, 30.12.2024.

Zunächst ist es offensichtlich, dass die Praxis der Fototorte an zwei etablierte Formen von festlichen Praktiken anschließt. Erstens an die Familienfotografie und zweitens an die Tradition aufwändig verzierter und gestalteter Torten.

Die Familienfotografie wurde ausführlich untersucht, etwa von Pierre Bourdieu. Er schreibt z.B. von ihrer »Funktion, die ihr die Familie zuweist, nämlich die großen Augenblicke des Familiendaseins zu feiern und zu überliefern, kurz, die Integration der Familiengruppe zu verstärken, indem sie immer wieder das Gefühl neu bestätigt, das die Gruppe von sich und ihrer Einheit hat.«[3] Er unterstreicht, dass »Bedeutung und Rolle der Photographie eine Funktion der sozialen Bedeutung eines Festes«[4] sind, aber auch: »Der Photograph macht niemals Bilder vom Essen oder vom anschließenden Tanz.«[5] Das Essen scheint nicht ritualwürdig genug zu sein – allerdings ist das Anschneiden der Torte durch das Brautpaar etwa sehr wohl ein würdiges Fotomotiv:

> It is as a prop for photographs that the cake features first at most weddings. The standard series of photographs includes ›the cutting of the cake‹. This is taken after the ceremony and just before the couple and their supporters are released by the photographer to begin the reception. The cake will have been set up on a stand on a table and provided with a large knife, either silver-handled or at least with its handle wrapped in foil. Stand and cake knife are important items for which hotels and caterers sometimes make separate charges; more often they make a selling point of the fact that they are not doing so. The bouquets which the bride and bridesmaids have earlier been carrying are arranged around the cake. For the photograph, bride and groom are marshalled into position, together holding the knife with its blade resting on the icing of the bottom tier. Both look at the camera; they do not cut. […] When the second ›cake-cutting‹ is finally reached, bride and groom once again hold the knife jointly, with the company gathered round to watch unless they are already seated at table for a formal meal. Bride and groom force the knife into the cake and attempt to slice through to the outside. This is often difficult with a professionally made cake and impossible with an amateur. Getting the icing hard enough to support the pillars carrying the weight of the upper tiers without being so hard as to be uncuttable is a well-known technical problem.[6]

3 Bourdieu: »Kult der Einheit und kultvierte Unterschiede«, S. 31.

4 Ebd., S. 33.

5 Zitiert in ebd., S. 32.

6 Charsley: Wedding Cakes and Cultural History, S. 11f. Charsleys Studie enthält interessante Hinweise zu Geschichte und Praxis der Hochzeitstorte, aber keine Diskussion der Fototorte.

Schon ab der Zeit des Römischen Reiches waren, zu dieser noch einfache, Torten Bestandteile etwa von Hochzeitsfeiern. Mit der Zeit wird die Tortenherstellung immer aufwändiger und die Verzierungen aus Fondant[7], Zuckergüssen etc. immer aufwändiger.[8] Die Torte wird also immer mehr und anderes als ein bloßer Gegenstand des Essens, Riechens und Schmeckens. Sie wird auch ein skulpturales, ornamentales und piktorales Objekt[9] (Abb. 3), weswegen Barthes in Zusammenhang mit »Fondants« ja auch davon spricht, dass die »Glasur […] zur Ordnung des Sichtbaren« gehört und dass »in dieser ständigen Verwendung der Glasur ein Distinktionsanspruch«[10] liegt.

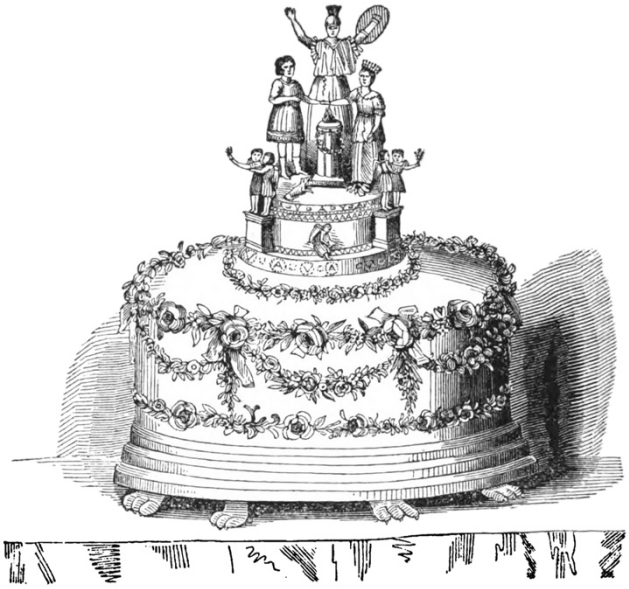


Abb. 3: Hochzeitstorte von Queen Victoria, 1840, Wikimedia Commons, gemeinfrei.

Immer spektakulärere Torten sind auch ein Merkmal der sozialen Distinktion, der exzessiven Verausgabung von Mitteln, um den Akt der Festlichkeit besonders zu unterstreichen: »Decorated cakes made their first appearance during the reign of Great Britain's Elizabeth I. They did not debut as wedding cakes, however, but as extraordinary centerpieces at banquets.«[11] Dass später dann die spektakulären

7 Vgl. Maggrett: »The History of Fondant Cakes«.

8 Vgl. Garrett: Professional Cake Decoration, S. xi-xiv zur Geschichte der Tortendekoration.

9 Vgl. Cohen: Der Geschmack der Freiheit, S. 177 über den bedeutenden Renaissance-Koch Bartolomeo Scappi: »Inspiriert von der Trompe-L'oeil-Malerei seiner Zeit, wandte er illusionistische Kunsttechniken auf die Patisserie an […].« Leider konnte ich bislang keine weiteren Belege für den Zusammenhang von Malerei und Patisserie-Design bei Scappi finden, vgl. Trefzer: Klassiker der Kochkunst, S. 58-75.

10 Barthes: Mythen des Alltags, S. 166.

11 Garrett: Professional Cake Decoration, S. xi.

Torten auch im Rahmen einer memorialen und familienkonstitutiven, die entsprechenden performativen Feiern[12] der Familie dokumentierenden, Fotografie mitfotografiert werden, ist also nicht überraschend.

Mit der Entwicklung der Lebensmittelfarbstoffe v.a. seit den 1970er Jahren[13] wurde es möglich, die Farbpalette zu erweitern und zum »Food Color Painting« zu gelangen: »Painting is a challenge and a pleasant change from standard cake decorating practices. This beautiful art form can be easily incorporated into cake designs or competition pieces. It encourages creativity; you may amaze yourself with the outcome of your project!«[14]

Die Verwendung von Lebensmittelfarben mit dem Ziel der Tortenmalerei legt natürlich den nächsten Schritt nahe: Mit entsprechenden Druckern auf eine Art essbares Papier zu drucken – ein frühes Patent ist von 1986 (Abb. 4 und 5).

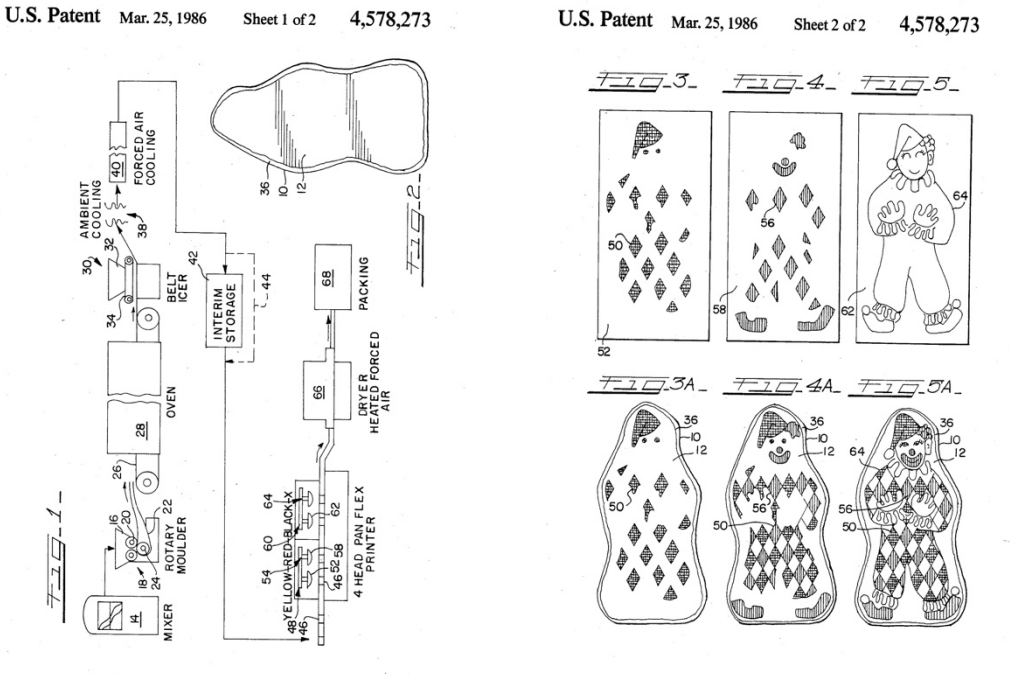


Abb. 4: US Patent 4578273, Krubert: »Printing of Foods«, S. 2.

Abb. 5: US Patent 4578273, Krubert: »Printing of Foods«, S. 3.

12 Die neuerdings auch enthalten, sich mit Torten zu bewerfen, was auf TikTok ausgiebig dokumentiert wird.

13 Vgl. Hisano: »The Rise of Synthetic Colors in the American Food Industry, 1870–1940« zur frühen Geschichte und zu den chemischen Grundlagen Kläui/Isler: »Warum und womit färbt man Lebensmittel?«, dort wird auch deutlicher, dass entscheidende Weichenstellungen in den 1970er Jahren geschahen.

14 Garrett: Professional Cake Decoration, S. 237.

> In the present invention, edible inks may be transferred to a hard icing by a printing method, not unlike standard printing techniques employed in the industry for other non-food products. The use of such standardized printing techniques is subject to easy control and smearing or blotting of the inks can be avoided. In the preferred method and product of the present invention, essentially standardized printing machinery used generally throughout the printing industry may be employed without substantial modifications to the structure of the machinery, thus, substantially reducing the capital investment necessary to practice the method and form the products of the present invention.[15]

Hier wird also betont, dass die Nutzung essbarer Tinten, um Verzierungen auf eine feste Zuckeroberfläche zu drucken, Standarddruckverfahren nutzen kann, was den Ansatz ökonomisch macht. Zahlreiche weitere Patente folgten, z.B. eines, in welchem direkt versucht wird, Verfahren aus dem Bereich der Photokopie für die Gestaltung von Nahrungsmitteln nutzbar zu machen:

> The present invention relates to cake decorations and the like and more particularly to applying images to edible substrate material in sheet form to produce a decoration which can be placed directly onto an iced baked good, e.g., a cake with frosting, and eaten with the baked good. […] Many consumers are not satisfied with the limited design choices available. Indeed, many consumers would prefer to customize the decorations but cannot readily do so. By way of example, iced or frosted cakes having a decoration that depicts the face of the birthday child would be highly desirable. The silk screen process, however, is economically unsuitable for one-off or custom designs. Instead, such a decoration may be provided by placing the actual photograph or a reproduction thereof onto the icing. But the photograph or reproduction is not edible and so must be removed before the iced cake can be eaten. […] The present invention provides a method and for easily and quickly decorating iced baked goods in a virtually unlimited range of designs customized to the customer's desires. To this end, and in accordance with the principles of the present invention, a plain paper color photocopy machine utilizing inkjet technology to reproduce the image […] is advantageously applied to the cake decorating art to thereby provide a simple, automatic way to apply a virtually unlimited range of color images to an edible substrate sheet which is then applied to the iced baked good. Thus, a method of decorating an iced baked good is provided by color photocopying a color image placed on the photocopy glass onto an edible substrate sheet passing through the photocopy machine and then placing the decorated sheet onto the iced

15 Krubert: »Printing of Foods«, S. 4, Sp. 1.

> baked good without concern for ideal placement of the icing on the baked good. The resulting iced baked good with the […] decorated substrate sheet may be eaten without regard to destruction or removal of the decorated substrate. Yet, the decorated substrate may contain virtually any image desired by the consumer including a depiction of the birthday child, by way of example, without requiring an inventory of different designs, multiple equipment items, highly sophisticated icing talents, or the time, material, and labor of a silk-screen process.[16]

Mit der Fototorte also tritt die Fotografie, die bislang (neben anderen Dingen) nur entweder Tortenhandlungen oder besonders spektakuläre Torten dokumentiert hatte, in eine neue Verbindung mit der verzierten Torte. Sie wird die Verzierung und dient so zugleich zur Individualisierung der Torte. In der Gesellschaft der Singularitäten muss natürlich auch die eigene Festtorte singulär sein – auch wenn, wie schon das standardisierte und standardisierende Interface des oben erwähnten Online-»Tortendesigners« zwar die Individualisierung anbietet, aber durchaus auch abgeschmackte Motive anbietet oder doch nahelegt. Zwei Beispiele für ach so individuelle Fototorten zeigen Abb. 6 und Abb. 7:



Abb. 6: International Space Station-Themed NASA Sheet/Slab Cake for 4-12th Grade Students at Kennedy Space Center, Wikimedia Commons, gemeinfrei.

Abb. 7: Marilyn Monroe Birthday Cake, Wikimedia Commons, Nicholas Gemini, Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International, https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.en, das Bild wurde nicht verändert.

Wenig verwunderlich wiederholt die Ikonographie von Fototorten in der Regel standardisierte festliche Motive und Konstellationen, Hochzeits- oder die von Stewart oben genannten Babybilder etc. (man denke an Bourdieus Anmerkungen zur Familienfotografie) oder eben solche aus der populären Kultur, seien es futuristische Technik oder begehrenswerte Stars. Die Fototorte reproduziert etablierte

16 Stewart: »Method of Photocopying an Image onto an Edible Web for Decorating Iced Baked Goods«, S. 5, Sp. 1.

technizistische, sexistische, familialistische etc. Ideologien. Die Wiederholung dieser eingefahrenen ›kritischen‹ Klischees ist allerdings ermüdend.

Vor allem verdeckt eine solche inhaltistische Kritik, die die Fototorte nur als ein von der Materialität her ungewöhnliches Display für konventionelle fotografische Praktiken auffasst, andere wichtige Punkte. Die Materialität ist – natürlich – insofern ungewöhnlich, als das Bild anders als normale Bilder – »the photograph or reproduction is not edible« heißt es im Patent von Stewart oben – eben essbar ist. Es ist nicht auf Haltbarkeit, Archivierung und/oder als Teil wiederholbarer, z. B. familiärer, fotografischer Praktiken angelegt (z.B. Fotos aus der Kindheit, die immer wieder mal gezeigt werden). Es ist dazu da, um gegessen zu werden. Es ist eine Reproduktionsform von Fotografie, die gerade nicht mit dem Gedächtnis im Sinne der Bewahrung verknüpft ist. Vielmehr wird diese Reproduktion einer Fotografie mutwillig vernichtet. Man zerteilt und isst sie. Darin dürfte auch eine Facette der Popularität von Fototorten liegen – in der seltsamen Sensation ein Foto zu verspeisen und dann noch eines des Brautpaares, eines Babys oder womöglich von Verwandten. Schimmert hier eine kannibalische Metaphysik durch?[17] Die Abgründe der Psychoanalyse?[18] Das Verzehren von Abbildern geliebter Personen könnte auch einfach eine Art Realisierung des Gedankens, dass man jemand ›zum Fressen gerne habe‹ sein.

Oder ist das Verzehren von Fotos – mit Fiske – ein transgressiver Akt populären Wissens, in der momentan und spielerisch die repressiven diskursiven Regime des »Ritus des Hauskultes«[19], wie Bourdieu über die Familienfotografie schreibt, erschüttert werden? Die »Photographien verstorbener Verwandter [wurden] neben den Votivbildchen, dem Kruzifix und dem Buchsbaumzweig über dem Weihwasserkessel« angeordnet oder:

> Im Falle der Hochzeit gehört das Bild, das die versammelte Gruppe, genauer: die Versammlung zweier Gruppen, für die Ewigkeit festhält, notwendig zu einem Ritual, das den Bund zweier Gruppen, der auf dem Umweg über den Bund zweier Individuen geschlossen wird, weiht, d.h. sanktioniert und heiligt.[20]

17 Vgl. Viveiros de Castro: Cannibal Metaphysics.

18 Vgl. Ferenczi: Final Contributions to the Problems and Methods of Psycho-Analysis, S. 229 über »Eating up the ancestors«.

19 Bourdieu: »Kult der Einheit und kultivierte Unterschiede«, S. 31.

20 Ebd., S. 32.



Abb. 8: Hochzeitsfototorte, https://www.baeckerei-lange.de/de/produkte/festtagstorten.php, 01.01.2025.

All dieses Heilige und Ewige. Sicher, Bourdieus Analysen kommen aus einer anderen Zeit als aus der Epoche der Fototorte (auch wenn am Ende nur fünf Jahre dazwischenliegen). Dennoch sind Hochzeiten für viele Menschen auch heute noch eine ernste Sache (Abb. 8) – an der man aber vielleicht auch mit gemischten Gefühlen teilnimmt. Man kann sich vorstellen, dass eine Fototorte auch einen ironischen Aspekt hat und dass Witze beim Anschneiden gemacht werden. So gesehen wäre die Fototorte auch populär, weil sie eine leicht groteske Verschiebung vornimmt, so gesehen wäre sie ein Beispiel für eine latente Widerständigkeit gegen allzu ernste soziale Rituale.

Vielleicht. Jedenfalls ist sie, wie auf zahllosen Websites immerzu betont wird, ein beliebtes Consumer-Produkt. Allerdings stellt die Fototorte durch ihre fotografische Anmutung auch eine heutzutage bei Lebensmitteln möglicherweise nicht mehr umstandslos akzeptable Künstlichkeit aus. Eigentlich ging es bei Einsatz von Lebensmittelfarben immer darum, »[to] make foods look natural. […] In the food industry, color standardization meant asserting the idea of naturalness, such as green canned peas or yellow butter, even as manufacturers imposed a ›natural‹ color through artificial dyes.«[21] Grüne Erbsen sehen schön frisch und Bio aus – und sind vielleicht un-Bio so gefärbt, dass sie Bio aussehen. Aber das kann man nicht wissen oder verdrängen. Bei reproduzierten Fotos auf einer Torte lässt sich der Einsatz synthetischer Lebensmittelfarben nun beim besten Willen nicht übersehen. Das könnte ein Hinweis darauf sein, dass diese Art von Tortendekoration einer mehr dem ›Natürlichen‹ zugeneigten Klientel, die Fototorten überdies wohl dem ›Kitsch‹ zuordnen würden, eher unsympathisch ist – während sie in sozialen Schichten oder Gruppen mit einem Hang zum Plakativen und Exhibitionistischen eher willkommen geheißen wird. Die Künstlichkeit solcher Torten könnte aber auch

21 Hisano: »The Rise of Synthetic Colors in the American Food Industry, 1870–1940«, S. 486.

anziehend für betont ästhetisierende Lebenspraktiken sein: das alles müssten genauere empirische Untersuchungen zeigen.

3. BUCHSTABENSUPPE

Bei der Buchstabensuppe ist die Lage anders als bei der Fototorte. Die aus Nudelteig gebildeten Buchstaben stellen keinen besonderen Text dar, wie es manchmal bei verzierten Torten durchaus üblich ist, z.B. wenn Glückwünsche auf die Torte geschrieben werden. Sie sind einfach der ›lose gekoppelte‹ Haufen der Buchstaben. In den USA wurde die »alphabetic soup« erstmals 1867 erwähnt:

> The latest culinary novelty is alphabetical soup. Instead of usual cylindrical and star shaped morsels of maccaroni which have hitherto given body to our broth, the letters of the alphabet have been substituted. These letters of paste [sic] preserve their forms in passing through the pot.[22]

Etwa um 1884 soll auch die Firma Knorr bereits Buchstabennudeln im Angebot gehabt haben.[23] Jedoch scheint zumindest der Brauch, aus Teig essbare, keks- oder brotähnliche Buchstaben zu formen schon älter zu sein:

> Woher die russischen Buchstaben stammen, die man bis 1914 als schmackhaftes Gebäck zu essen bekam, weiß ich nicht. Jedenfalls stammt der Brauch, ebenso wie die Suppennudeln in Buchstabenform, aus alter Zeit. Eßbare [sic] Buchstaben zur Erleichterung für die Kinder schlug Erasmus von Rotterdam vor.[24]

Der Brauch Buchstaben zu backen oder als Nudeln für Suppeneinlage zu verwenden, stammt also mutmaßlich aus den Bemühungen um die Alphabetisierung. Kindern sollte so das Lernen der Buchstaben erleichtert werden. Daher findet sich auch in Friedrich Kittlers Buch *Aufschreibesysteme 1800/1900* ein Verweis auf die essbaren Signifikanten:

> Weil aber das derart unterstellte Kind in naturalen Lüsten aufgeht, verspricht Campes Neue Methode, Kindern auf eine leichte und

22 Anonym, https://tile.loc.gov/storage-services/service/ndnp/lu/batch_lu_charizard_ver01/data/sn86053661/0029587631 1/1867041101/0140.pdf, 01.01.2025. In Frankreich scheint der Begriff »les pâtes alphabétiques« schon 1858 verwendet worden zu sein, https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6458218d, 01.01.2025.

23 https://de.wikipedia.org/wiki/Buchstabensuppe, 01.01.2025. Ob es Buchstabensuppen auf für andere Schriftsysteme gibt, ist unklar, vgl. https://www.reddit.com/r/NoStupidQuestions/comments/xpwxzy/does_alphabet_soup_exist_for_other_writing/?tl=de, 01.01.2025.

24 Dornseiff: Das Alphabet in Mystik und Magie, S. 17.

> angenehme Art lesen zu lehren (1778) das Alphabet als ›Naschwerk‹. […] Am Ende seiner Dessauer Zeit verfällt Basedow zum Schrecken von Mitarbeitern und Lesewelt folgerecht auf die unmetaphorische Wahrheit, wie sie in Resten noch heute Christbäume und Suppen ziert: Er läßt [sic] zum Behufe seines Unterrichts eßbare [sic] Buchstaben backen. Die philanthropische Alphabetisierung zielt also auf eine kulinarische Oralität, deren unausgesprochenes Rätsellösungswort Mutter heißt.[25]

Diese Praxis scheint sich bis heute gehalten zu haben, auf einer Website namens »Schulimpulse für die Grundschule« ist zu lesen:

> Buchstabennudeln können als motivierendes Arbeitsmittel im Deutschunterricht eingesetzt werden. Sie eignen sich insbesondere im Lese-Schreiblernprozess zum Erkunden von Buchstabenformen, Buchstaben-Laut-Beziehungen sowie zum Zusammensetzen und Lesen von Silben oder Wörtern. Hierbei können die Kinder individuell oder kooperativ üben. Das Nachdenken über Buchstaben, Laute, Sprache und Schreibung von Wörtern wird dabei gefördert.[26]

Während die Fototorte also ein Verfahren ist, das an die festliche, individualisierende und zugleich die Gruppenidentität bestärkende Funktion der Familienfotografie anknüpft, ist die Nutzung essbarer Buchstaben eine pädagogische Operation, die die (zumal kindliche) Lust am Verzehr mit dem Erlernen des zentralen symbolischen Codes einer Gesellschaft verknüpft. So taucht die Buchstabensuppe auch in Kinderbüchern auf:

> Das ist eine ganz besondere Suppe, denn in jedem Teller Buchstabensuppe ist eine tolle Geschichte versteckt. Erst sieht es aus wie ein Riesendurcheinander, so wie AHNESPTTCEUL. Doch wenn man lange genug mit dem Löffel in der Suppe herumrührt, kommt irgendwann die Geschichte zum Vorschein. Leider haben die meisten Leute dazu keine Geduld. Sie essen die Suppe einfach auf und so sind schon viele schöne Geschichten in den Bäuchen ungeduldiger Suppenesser gelandet. Deshalb beschlossen die Geschichtenerzähler eines Tages, die Buchstaben abzumalen und die Geschichten aufzuschreiben. Seitdem stehen die Buchstaben auch auf Blättern und in Büchern. Da geraten sie nicht so

25 Kittler: Aufschreibesysteme 1800/1900, S. 40.

26 https://www.schulimpulse.de/wir-kochen-eine-buchstabensuppe-buchstaben-im-anfangsunterricht/, 01.01.2025. Es finden sich zahlreiche weitere Seiten, die Buchstabennudeln oder gebackene Buchstaben als pädagogische Mittel empfehlen.

> schnell durcheinander wie in der Suppe und rühren muss auch niemand mehr.[27]

In diesem schönen und skurrilen Buch bahnt sich eine andere Möglichkeit an: Texte sind gewissermaßen die Ergebnisse einer Buchstabenaleatorik. Ein Teller Buchstabensuppe enthält eben potentiell alle Geschichten, die sich aus den in der Suppe enthaltenen Buchstaben bilden lassen. Das erinnert stark an Borges' Fiktion der »Bibliothek von Babel«, in der alle möglichen Kombinationen der Buchstaben in Büchern enthalten sind, sodass der größte Teil aller Bücher nur scheinbar zusammenhanglosen Buchstabensalat enthält, es aber jedes sinnhafte Buch in jeder Form irgendwo auch geben muss. Die Regale dieser phantasmatischen Bibliothek umfassen

> alle irgend möglichen Kombinationen der zwanzig und soviel orthographischen Zeichen (deren Zahl, wenn auch außerordentlich groß, nicht unendlich ist) verzeichnen, mithin alles, was sich irgend ausdrücken läßt [sic]: in sämtlichen Sprachen. Alles: die bis ins einzelne gehende Geschichte der Zukunft, die Autobiographien der Erzengel, den getreuen Katalog der Bibliothek, Tausende und Abertausende falscher Kataloge, den Nachweis ihrer Falschheit, den Nachweis der Falschheit des echten Katalogs, das gnostische Evangelium des Basilides, den Kommentar zu diesem Evangelium, den Kommentar zum Kommentar dieses Evangeliums, die wahrheitsgetreue Darstellung deines Todes, die Übertragung jeden Buches in sämtliche Sprachen, die Interpolationen jeden Buches in allen Büchern […].[28]

Allerdings ist die Wahrscheinlichkeit ein sinnvolles Buch zu finden »gleich Null«.[29]

> Eine Lästerersekte schlug vor, man solle die Suche einstellen, alle Menschen sollten Buchstaben und Zeichen so lange durch einander würfeln, bis sie auf Grund eines unwahrscheinlichen Zufalls diese kanonischen Bücher zusammenbrächten.[30]

---

27 Ebbertz: Ein Esel ist ein Zebra ohne Streifen, ebook. Ich danke Felix Hüttemann für folgenden Hinweis: »Es kommt tatsächlich in einigen Musikvideos und -filmen vor, dass sich Worte als Warnungen oder Omen mal in den Suppen bilden.. im ›teenie-Horror‹ des öfteren mal aufgetaucht.«

28 Borges: »Die Bibliothek von Babel«, S. 149.

29 Ebd., S. 150. Aber: »In der Tat birgt die Bibliothek alle Wortstrukturen, alle im Rahmen der fünfundzwanzig orthographischen Symbole möglichen Variationen, aber nicht einen absoluten Unsinn.« Und zwar deswegen, weil es für jeden (scheinbar) zusammenhanglosen Buchstabensalat in der weitläufigen Bibliothek wieder tausende von Büchern gibt, die zeigen, dass diese scheinbare sinnlose Anhäufung von Buchstaben z.B. nur die verschlüsselte Version eines sinnvollen Textes ist etc..

30 Ebd., S. 151.

Das Würfeln entspricht dem von Ebbertz – natürlich scherzhaft – vorgeschlagenen Rühren in der Buchstabensuppe. Jedenfalls weist dies auf den strukturell kombinatorischen und iterativen Charakter der Sprache hin. Es ist naheliegend, daraus ein künstlerisches Konzept zu entwickeln, wie etwa *Die Verwertungsgesellschaft*, die bekannte Klassiker der Weltliteratur als Packungen gefüllt mit den entsprechenden Buchstabennudeln anbietet.[31]

4. SCHLUSS

Abschließend bleibt im Hinblick auf das einleitende Winkler-Zitat zu sagen, dass die Nicht-Nutzlosigkeit, spricht Essbarkeit, von Fototorte einerseits und Buchstabensuppe andererseits ihren medialen Funktionen nicht entgegensteht, sondern den spezifischen Praktiken geschuldet ist, in denen sie zum Einsatz kommen. Die Fototorte verbindet die indexikalische und diskursive Funktion der Familienfotografie mit dem festlichen Ritual aufwändig verzierter Torten, während die Essbarkeit der Buchstabennudeln (oder auch gebackener Buchstaben) Teil einer auf Kinder gerichteten Alphabetisierungspädagogik sind.

LITERATURVERZEICHNIS

Barthes, Roland: Mythen des Alltags, Frankfurt a.M. 2010.

Borges, Jorge Luis: »Die Bibliothek von Babel«, in: ders.: Gesammelte Werke. Band 3/I. Erzählungen 1, München/Wien 1981, S. 145-154.

Bourdieu, Pierre: »Kult der Einheit und kultivierte Unterschiede«, in: Bourdieu, Pierre u.a.: Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Fotografie, Frankfurt a.M. 1981, S. 25-84.

Charsley, Simon R.: Wedding Cakes and Cultural History, London/New York, NY 1992.

Garrett, Toba M.: Professional Cake Decorating, Hoboken, NJ 2007.

Cohen, Ute: Der Geschmack der Freiheit. Eine Geschichte der Kulinarik, Ditzingen 2024.

Dornseiff, Franz: Das Alphabet in Mystik und Magie, Leipzig/Berlin 1925.

Ebbertz, Martin: Ein Esel ist ein Zebra ohne Streifen. 44 fast wahre Geschichten, Köln 2013 (ebook).

Ferenczi, Sándor: Final Contributions to the Problems and Methods of Psycho-Analysis, London/New York, NY 2002.

Hisano, Ai: »The Rise of Synthetic Colors in the American Food Industry, 1870–1940«, in: Business History Review, Jg. 90, Nr. 3, 2016, S. 483-504.

Kittler, Friedrich A.: Aufschreibesysteme 1800/1900, München 1995.

31 https://www.verwertungs-gesellschaft.de/objekte/, 01.01.2025.

Kläui, Heinrich/Isler, Otto: »Warum und womit färbt man Lebensmittel?«, in: Chemie in unserer Zeit, Jg. 15, Nr. 1, 1981, S. 1-9.

Krubert, George J.: »Printing of Foods«, US Patent 4578273, 1986.

Maggrett, Emily: »The History of Fondant Cakes«, https://www.leaf.tv/articles/the-history-of-fondant-cakes/, 30.12.2024.

Stewart, Douglas R.: »Method of Photocopying an Image onto an Edible Web for Decorating Iced Baked Goods«, US Patent 6319530, 2001.

Trefzer, Rudolf: Klassiker der Kochkunst. Die fünfzehn wichtigsten Rezeptbücher aus acht Jahrhunderten, Zürich 2009.

Viveiros de Castro, Eduardo: Cannibal Metaphysics. For a Post-Structural Anthropology, Minneapolis 2014.

Winkler, Hartmut: »Zeichenmaschinen. Oder warum die semiotische Dimension für eine Definition der Medien unerlässlich ist«, in: Münker, Stefan/Roesler, Alexander (Hrsg.): Was ist ein Medium?, Frankfurt a.M. 2008, S. 211-221.

EXTRA

REZENSION VON K. L. PFEIFFER, DAS SYMPOSION

Sozialer Zusammenhalt in Geschichte und Literatur

VON BENNO WAGNER

»The party's over and there's less and less to say / I got new eyes / everything looks far away.« Was Bob Dylan (*Highlands*, 1997) als nüchternen Abgesang der zweiten Hälfte des »kurzen zwanzigsten Jahrhunderts« formuliert hat, ist ein Vierteljahrhundert später als wortgetreue Farce aus dem Mund des britischen Premierministers Boris »bring your own booze« Johnson wiedergekehrt. Fasst man die Weltkriegsperiode als den Abriss ›Alteuropas‹ bzw. des ›bürgerlichen Zeitalters‹ auf und die kulturell enorm produktive Periode bis zum Ende des Kalten Krieges als die ›Party danach‹, dann geht man in unserer heutigen, auf digital generierten ›Verhaltensmehrwert‹ (S. Zuboff) bauenden Gesellschaft ein gewisses Risiko ein, wenn man sich allzu ernsthaft mit vergangenen Formen der Geselligkeit befasst. Das gilt nicht nur für Sue Gray, die Zweite Ständige Sekretärin des britischen Cabinet Office, die nun die Grauzone zwischen Gartenparty und Arbeitstreffen nicht unter den, aber für die Augen der Öffentlichkeit in einem detaillierten Bericht zu vermessen hat. Das gilt ebenfalls, wenn auch auf andere Weise, für den emeritierten Literatur- und Kulturwissenschaftler Karl Ludwig Pfeiffer, der sich in einem 250 Seiten umfassenden Essay am Leitfaden der »sympotischen Formen« an einer Geschichte des sozialen Zusammenhalts von der griechischen Polis bis zum Überwachungskapitalismus der Gegenwart versucht.

Wie Dylan und Johnson, so bedient auch Pfeiffer sich ›neuer Augen‹, diesmal freilich, um scheinbar weit entfernte Gegenstände und Fragestellungen nahe heranzuholen. Als begrifflichen Gegenhalt für den zeitdiagnostisch-historischen Doppelfokus seiner Untersuchung dient ihm die robuste Minimaldefinition seines Gegenstandes »als eine dem Trinken, meist auch dem Essen und einem offenen Zusatzprogramm (sehr oft spielerischer, künstlerischer oder intellektueller Art) gewidmete ritualisierte Veranstaltung«[1]. Sein Ansatzpunkt ist der gleichsam ›untote‹ Zustand dieses klassischen Symposions, das es einerseits nicht mehr gibt, das aber andererseits noch immer nicht »gänzlich verschwunden ist«[2]. Die Frage nach dem Zusammenhalt komplexer Gesellschaften, nach ihrem »Kitt«[3] war ja längst virulent, bevor ihn Bundeskanzler Scholz für seine politische Direktive – »Wenn wir uns unterhaken und zusammenhalten, sind wir stark« – gegen die wirtschaftlichen Folgen

1 Pfeiffer: Das Symposion, S. 12f.

2 Ebd., S. 11.

3 Ebd., S. 20.

des russischen Angriffskriegs in der Ukraine rekrutiert hat. Im Durchgang durch die journalistischen und wissenschaftlichen Debatten über unser »soziales Band« führt Pfeiffer vor, wie so unterschiedliche »Kitt-Ersatz«-Bewerber wie »die Nationalmannschaft« (gemeint ist hier die deutsche Fußballnationalmannschaft der Männer), die »Bäckereien und Metzgereien«, die »Algorithmen der KI«, der »Dialekt«, die »wechselseitige […] Anerkennung« sowie »die Massenmedien« von so unterschiedlichen Beiträgern wie Michael Horeni, *Spiegel Online*, Andreas Kreye, Winfried Kretschmann, Markus Söder, Axel Honneth und Peter Sloterdijk gewogen und, in den meisten Fällen, für zu leicht befunden werden[4]. Wenn demgegenüber nach der von Burckhardt verbürgten Kern*these* des Buches das altgriechische Symposion noch in der Lage war, als Einrichtung zur Herstellung gesellschaftlicher Einheit zu dienen, dann spannt sich zwischen diesen beiden Befunden die Kern*frage* auf, »ob es für spätere Gesellschaften analoge Nachfolge-Einrichtungen gegeben haben kann oder gar noch gibt, und welche Rolle welche Medien dabei übernehmen«[5].

THEORETISCHE VORKLÄRUNGEN

Für den ehrgeizigen Streifzug durch die Epochen zwischen dem klassischen Athen und der Jetztzeit rüstet sich Pfeiffer zunächst mit einigen theoretischen Vorklärungen. Als deren bedeutsamste erscheint die Aufhebung des Gegensatzes zwischen dem »Glück des Individuums« bzw. dem ›größten Glück der größten Zahl‹ (J. Bentham) auf der einen und dem »Glück einer Gesellschaft«[6], dessen wesentliche Grundlage für die Hellenen nach Jakob Burckhardt eben das Symposion darstellte, auf der anderen Seite. Pfeiffer resümiert zunächst die begrifflichen Werkzeuge, welche die klassische deutsche Soziologie mit den Unterscheidungen ›Gesellschaft/Geselligkeit‹ (G. Simmel) und ›Gesellschaft/Gemeinschaft‹ zur Untersuchung des sympotischen Phänomens des »Glück des Einzelnen in einer sozialen Gruppe« zur Verfügung stellt, um auf dieser Grundlage das »Symposion als impulsartige institutionelle Chiffre für die Frage nach einem genussfähigen, sozial codierten Daseinsgefühl«[7] zu redefinieren. Im Hinblick auf die Selektionslogik des athenischen Symposions konturiert er eine Art *bootstrapping*, dessen Ablauf weniger auf festgelegten Kriterien einer Elite basiert, als dass er vielmehr diese Elite aller erst und jeweils hervorbringt. Dem schließen sich Überlegungen zur Soziologie des athenischen Symposions und seiner Ersetzung des Adels der Geburt durch einen »Adel der Lehre«[8] an. Freundschaft und Einmütigkeit bedürfen einer Institution, in der sie hergestellt, nicht vorausgesetzt, sondern kommunikativ-interaktiv erwirtschaftet werden können. Eine solche Institution war das Symposion für Athen.

4 Ebd., S. 22ff.

5 Ebd., S. 12.

6 Ebd.

7 Ebd., S. 33.

8 Ebd., S. 47.

Mit dieser begrifflichen Ausstattung zieht Pfeiffer nun eine rigorose Bilanz sympotischer Nachfolgeeinrichtungen zwischen dem Mittelalter und der Jetztzeit. Seinen Ausgangspunkt bildet der Zusammenhang von Geisteswissenschaften und Geselligkeit. Bildeten in der Universität des Mittelalters »gesellige Aktivitäten mit sympotischen Kernen«[9] zusammen mit der Entwicklung methodischer Verfahren der Wissensgewinnung einen Gegenhalt gegen die Macht des Staates, so ist es die Exklusionstendenz der letzteren, die schon im Spätmittelalter den Bruch zwischen Wissenschaft und Leben, zwischen ›fröhlicher‹ und ›unfröhlicher‹ Wissenschaft bewirkt. Doch obwohl im Zeitalter des »akademische[n] Kapitalismus« (R. Münch; 63) und dessen Hervorbringungen (Bologna-Reform, Exzellenz-Initiativen, etc.) die letzten Rückzugspositionen der ersteren unhaltbar werden, bleibt unterhalb der Oberfläche von Wissenschaftspolitik und -management ein Gegendiskurs virulent, der auf einer nicht quantifizierbaren, nicht professionell formatierbaren und (im Sinne der heute dominierenden Schwundstufe des Begriffs) nicht evaluierbaren Qualität der Geisteswissenschaften beharrt. Pfeiffer lässt relevante Kommentare von Schleiermacher und Hegel über Simmel, Musil und Doderer bis hin zu Rothacker, Hartmann, Heinrich und Lämmert Revue passieren und bringt dann den Begriff des *Semiprofessionellen* als Rückzugszone geisteswissenschaftlicher Praxis ins Spiel:

> Semiprofessionell präsentieren sich die Geisteswissenschaften, weil sie nicht zureichend von ihrer eigenen Forschungs- und Reflexionskraft leben, sondern nur durch den Import anderswo, in anderen Fächern erwirtschafteter Einsichten und Ergebnisse […] überleben.[10]

Diese Einsichten und Ergebnisse verwandeln sich in den semiprofessionellen Köpfen in »Spiel-Material für die absolute intellektuelle Erregung«[11], ein Vorgang wiederum, der ohne eine Planstelle für das Sympotische undenkbar wäre. Denn auch nach dem Einbruch der Betriebswirtschaft in die Universität wäre es »naiv, wenn man annähme, dass kreative Wissenschaft ohne rekreative und psychosozial integrative Interaktion auskommen könnte«[12]. Deren Unverzichtbarkeit bestätigt sich dann auch im Durchgang durch einschlägige Beiträge der philosophischen Anthropologie (Dilthey, Gehlen, Hartmann), deren wenig ermutigende Diagnosen zum Zustand des »personalen Geistes« (etwa bei Hartmann: »allgemeine Vitaldegeneration unter den Bildungsträgern«) die »Gestalten eines dynamischen ›Gemeingeistes‹« als letzte Zuflucht des »geistigen Seins« erscheinen lässt. Als »dessen erste

9 Ebd., S. 59.

10 Ebd., 67.

11 Ebd.

12 Ebd., 70.

historisch manifeste Formation« nimmt Pfeiffer jedoch »das athenische Symposion in Anspruch«[13] […].

VOM RÜCKZUG DES SYMPOTISCHEN ZU POSTSYMPOTISCHEN WENDE

Der in den ersten drei Kapiteln als Leitkonflikt herausgearbeitete Ansturm der ökonomischen und zivilisatorischen Kräfte gegen den *die-hard hero* der zweckfrei-kreativen Geselligkeit organisiert denn auch die vier folgenden Kapitel, die diesen ungleichen Kampf von der Aufklärung bis zur Jetztzeit nachzeichnen. Nach dem athenischen Symposion figuriert der französische Salon[14] zunächst als »das wohl nachdrücklichste und eindrucksvollste Beispiel für den kommunikativen Zusammenhalt und den möglichen Zerfall sozialer Gruppen oder selbst einer ganzen Gesellschaft«[15], während gerade jene Literatur, die das Salongespräch durch einsame, aber angeregte Lektüren ersetzt, die psychosozialen Protokolle dieser Bewegung liefert. Schließlich ist es »ausgerechnet der gesellige Diderot, der sich, gewissermaßen noch im verschleiernden Nebel der älteren Salonkultur, auf den Weg in eine andere Welt macht.« In dem Maße nämlich, in dem sich »die handwerklich-künstlerische Arbeit […] entlang einer Logik von Material und Vision [entfaltet], in der die Techniken des Handwerkers sich allmählich mit der Technik der Maschinen verbünden oder miteinander konkurrieren müssen. «[16]

Jenseits der Unterscheidung von Gesellschaft und Geselligkeit, so könnte man hier weiter formulieren, entfaltet sich die Welt Latourscher Hybride und Akteur-Netzwerke, die einen unwiderruflichen (›unheilbaren‹) Bruch in die anthropologischen Fundamente des Symposions und des Sympotischen treiben werden. Bei Proust[17] bleibt von den integrativen Leistungen des Salons dann nicht viel mehr übrig als die Umrisse einer Verlustgeschichte, einer Spätzeitdiagnose im Zeichen des ›*Noch*‹: »Gesellschaften mögen *noch* durch die Beziehungen unterschiedlich konfigurierter, vornehmlich soziologisch bestimmbarer Gruppen stabilisiert werden. Sie können dabei aber nicht mehr auf affektive Aufladung und Verstärkung ihrer Beziehungen rechnen«[18]. Dafür zeichnet sich hier *schon* eine Ausweichbewegung des Sympotischen ab, die bis zur Jetztzeit zunehmend an praktischer Relevanz gewinnen wird: nämlich der »Möglichkeit eines virtuellen Symposions im Kopf«, eines Rückzugs aus der interaktiven Kommunikation, der entweder durch »hohe Intelligenz« oder »professionelle Spezialisierung«[19] motiviert sein kann (N. Luhmann sprach hier gelegentlich von »Insulation« durch akademische Gelehrsamkeit).

13 Ebd., 81.
14 Ebd., IV.
15 Ebd., 93.
16 Ebd., 95.
17 Ebd., V.
18 Ebd., S. 103.
19 Ebd., S. 101.

Weitere Schwundformen des Sympotischen werden sodann (VI) im Schweigegebot des englischen Clubs (Geselligkeit ohne Kommunikation), dem ziellosen Gerede der sozial nicht mehr selektiven Kaffeehäuser (Kommunikation ohne Ziel), und schließlich der Popularität der Warenhäuser (Öffentlichkeit ohne Interaktion) ausgemacht[20]. Als letzter in der Reihe der »sympotischen Restformen«[21], und zugleich als Relais zur »postsympotischen Wende«[22], widmet Pfeiffer der Party ein an Beobachtungen und Anregungen reiches Kapitel[23]. Im anbrechenden Zeitalter der Totalisierung des Politischen kommt der Party die Aufgabe zu, jene nun ebenso zahlreichen wie folgenlosen Kommunikationssituationen gleichsam aufzusammeln, in denen »persönliche, sachliche und thematische Voraussetzungen für eine strukturierte Dynamik des Gespräch [sic!] fehlen«[24]. Wo die Geselligkeit aber keine eigenen Zugangskriterien und Ziele mehr zu behaupten vermag, da wird sie zum bloßen Annex der Gesellschaft (wer dazugehört, steht von vornherein fest), und in der US-amerikanischen Kultur zum Ausstellungsraum einer »conspicuous consumption«[25]. Die Party, so lautet dann die durch eine Lektüre des *Great Gatsby* detailliert explizierte Schlussfolgerung, »ist das Auslaufmodell der sympotischen Formen: Sie muss formal den sympotischen Formen noch zugerechnet werden, nimmt aber deren kommunikative und psychokulturelle Leistungen nicht mehr wahr«[26]. Zwei weitere literarische Protokolle zum Thema, *American Psycho* und *Sakrileg*, bereiten dann den Übergang zu drei großen Fallstudien vor, die den Zustand unserer postsympotischen Gesellschaft mit erheblicher Tiefenschärfe erfassen, indem sie der Verlustgeschichte des Symposions eine komplementäre Pathologie von Staat und Gesellschaft hinzufügen.

DREI STUDIEN ZUR POSTSYMPOTISCHEN GESELLSCHAFT

Geheimbünde und Geheimgesellschaften. Als »Alternativprogramme der gesellschaftlichen Optimierung«, die »Schwachstellen« moderner Regierungstechniken und »massive Ordnungsstörungen« adressieren,[27] nimmt Pfeiffer zunächst die Geheimbünde und Geheimgesellschaften in den Blick. Wo das Geheimnis zum »sozialpsychologische[n] Kompromiss«[28] zwischen der sich ausdehnenden Herrschaft des Staates und den Rückzugsmöglichkeiten des Individuums wird, da geraten ein fast

20 Ebd., S. VI.
21 Ebd., S. 116.
22 Ebd., S. 136.
23 Ebd., S. VII.
24 Ebd., S. 124.
25 Ebd., S. 135.
26 Ebd., 144.
27 Ebd., S. 152.
28 Ebd., S. 156.

ubiquitärer »Geständniszwang«[29] auf der einen, und die Aufdeckungsleistungen detektivischer »Scharfsinnshelden«[30] auf der anderen Seite zu zentralen (und komplementären) Faszinationspunkten literarischer Produktivität. Da unter postsympotischen Bedingungen die *Trias* zwischen Geselligkeit, Macht und ästhetischer Produktivität freilich längst auseinandergefallen ist, fällt den Geheimgesellschaften die Aufgabe zu, im Schatten staatlicher Regulierung brachliegende Machtbereiche zu besetzen. Auch hier (ver)fährt Pfeiffer mit beachtlichem kultur- und literaturgeschichtlichem Tiefgang, indem er seine These im Durchgang durch die Geschichte der Tempelritter, der Freimaurer und der Illuminaten amplifiziert, um sie schließlich mit einem Fokus auf Mafia/Camorra und Opus Dei auch für unsere Gegenwart zu profilieren. Im Falle der Mafia kommt der Geselligkeit einerseits eine tragende Rolle zu, weil sie eng mit den konstitutiven Konzepten der Ehre und des Schweigegebots verbunden ist; andererseits »kann diese Geselligkeit jederzeit in brutale Gewalt umschlagen«[31], sie bildet also, wie Martin Scorseses *Goodfellas* minutiös vor Augen führt, nicht etwa einen zivilisatorischen Gegenpol, sondern nur eine niederschwellige Variante des Hobbes'schen Naturzustandes – *down below the ocean*, wenn man so will. Und weil, siehe oben, der moderne Staat sein »Gewaltmonopol« nicht durchsetzen kann oder will, ermöglicht er so die Ausbreitung einer »Gewaltindustrie«, die letztendlich weniger auf die Errichtung eines »Gegenstaates« abzielt als auf die Kontrolle eines »Territorium[s], auf dem Geschäfte getätigt würden, mit oder ohne Staat«[32]. Als ein weiteres Beispiel für den »Zerfall sympotischer Konfigurationen und Potenziale unter dem Druck ihrerseits defizitärer Machtformationen und [die] dadurch provozierten, schließlich ins Kriminelle abrutschenden Alternativen«[33] führt Pfeiffer den katholischen Orden Opus Dei an. Dessen Lehre überschneidet sich nach Pfeiffer mit dem Calvinismus zunächst dadurch, dass ihr Leitkonzept der »Werkheiligkeit« vom bloß effizienten »Geschäftsbetrieb« kaum unterscheidbar bleibt,[34] dass sich beide Pole mithin zum Vexierbild überlagern. In gleicher Weise wird dann der dem Arbeitsleben komplementäre Begriff der Geselligkeit auf ein bloßes »Verfahren« reduziert: ein »wichtiges *elementum humanum*«, dessen »Inszenierung [das Opus Dei] aber kunstvoll verbirgt«[35].

Joseph Conrad. Die zweite Fallstudie widmet sich den Werken von Joseph Conrad. Bereits in der Mafia-Studie hatte Pfeiffer die Diagnose Karl Dietrich Brachers aufgegriffen, nach der die ›Unentbehrlichkeit‹ von Gewalt in der heutigen Gesellschaft sich aus dem klaffenden Abgrund herleitet, der die Leitunterscheidung des 1917 anbrechenden »Zeitalters der Ideologien«, Idealismus/Zynismus, konstituiert.

29 Ebd., S. 157.
30 Ebd., S. 158.
31 Ebd., S. 182.
32 Ebd., S. 196.
33 Ebd., S. 171.
34 Ebd., S. 175.
35 Ebd., S. 177.

Conrads Romanwerk dient Pfeiffer nun als global aufgefaltete Karte zur Erkundung der Frage, inwieweit »sich die verhaltenssteuernde Kraft gesellschaftlicher Werte (›Ideologien‹) und jene der interaktiven Einübung wie in den sympotischen Modellen vergleichend abschätzen«[36] lassen, inwieweit, mit anderen Worten, sympotische Geselligkeit den Abgrund zwischen Idealismus und Zynismus zu überbrücken vermag. Die Diagnosen sind schon bei Conrad wenig ermutigend: in *Heart of Darkness* lässt Colonel Kurtz nicht nur die in Europa verloren gegangenen gemeinschaftlichen Formen im grausamen Exzess wiederauferstehen, sondern er stellt diesen Exzess zudem noch in den Dienst jenes kapitalistischen Kalküls, dem nicht nur die Biodiversität (hier: durch Ausbeutung des Elfenbeins), sondern auch die gemeinschaftlichen Lebensformen zum Opfer gefallen sind. In *Under Western Eyes* wird Russland als jenes Land charakterisiert, in dem die Ideologeme und Aspirationen ohne jede Rückbindung an eine (hier fehlende) Gruppensolidarität freischwebend zirkulieren und dadurch einen gleichsam endemischen Zynismus ermöglichen, der sich in der bipolaren Sehnsucht nach dem Autokraten und nach der Revolte Ausdruck verschafft. Staatlichkeit und Terrorismus werden dann austauschbare »›countermoves in the same game‹«[37].

Der Kriminalroman. Die dritte Fallstudie ist auf einem Spezialgebiet des Verfassers angesiedelt und bildet im Hinblick auf Beobachtungsschärfe und -dichte gleichsam das Hochplateau dieser reichen Untersuchung. Der Kriminalroman, so Pfeiffer, sucht nach Erzählverfahren, »welche die Schwäche der noch verfügbaren Relikte interaktiver Kultur durch ein bewusstseinsberuhigendes Weltbild ersetzen«[38]. Seine Überführungsplots suggerieren, dass es zwar keine natürlichen oder gesellschaftsinhärenten Gesetze gibt, die in der Lage wären, eine soziale Ordnung zu *garantieren*; dass sich aber immerhin Gesetze finden lassen, die die permanenten *Störungen*, gar die Anomien der gesellschaftlichen Ordnung *beherrschbar* machen. Zur Veranschaulichung dieser These führt uns Pfeiffer nun durch eine Galerie formidabler Scharfsinnshelden. Zunächst steht Georges Simenons Jules Maigret für Cecil Wright Mills These ein, »dass die Literatur wie die Soziologie in verschiedenen Weisen eigentlich für Entwürfe einer soziologischen Imagination prädestiniert seien«, indem er »verbrecherische Situationen und Abläufe« weniger analytisch, durch Logik, als vielmehr synthetisch, durch Rekurs auf »zunächst imaginativ, dann empirisch plausibel vorgestellte Sachverhalte« nachvollzieht.[39] Kommen bei Simenon/Maigret dabei sympotische Phänomene wie die Solidarität der – von der gesellschaftlichen Partizipation weitgehend ausgeschlossenen – Clochards eher zufällig in den Blick, so nimmt Stieg Larsson in seiner schwedischen *Millenium*-Trilogie das Thema des sozialen Zusammenhangs im aktual historischen Rahmen einer kritischen Analyse des sozialpolitischen ›schwedischen Modells‹ in den Blick. Pfeiffer

36 Ebd., S. 178.

37 Ebd., S. 192.

38 Ebd., S. 200.

39 Ebd., S. 205.

verdichtet dann Larssons Beobachtungen zu einem Axiom über eine dem Sozialstaat inhärente Desintegrationstendenz: »Je mehr ein politisch-soziales System allgemeine Rechte für möglichst alle ausfertigt, umso schneller verwandeln sich die Rechte, etwa die Meinungsfreiheit, in jederzeit und für jede Meinung einklagbare Ansprüche«[40], mithin in eine Situation, in der Anspruchsdenken grenzenlos und soziale Integration zunehmend unmöglich wird. Doch auch oder gerade hier, am vermeintlichen Apogäum des Sympotischen, zeichnet sich eine neue »Möglichkeit geselliger Strukturbildungen«[41] ab, wenn die Hackerin Lisbeth Salander, die »asoziale Person schlechthin«[42], in der »Gemeinschaft genialer Computerhacker«[43], die sich ihrerseits mit anderen solchen Gemeinschaften zu einer »Hacker Republic«[44] zusammenfügt, gleichsam remediatisierte (J. Bolter) Formen von Geselligkeit erfährt. Eine weitere Stufe der Entmaterialisierung erfährt das Sympotische dann in Andreas Grubers abgeschieden lebendem und vornehmlich nach innen kommunizierendem Profiler Maarten S. Snejder. So wie Canettis Sinologe Peter Kien nach der Vertreibung aus dem Gelehrtenparadies seiner geräumigen Wohnung seine Bibliothek im Kopf mit sich herumträgt, so lässt die »sympotische Neigung« bei solitären Scharfsinnshelden wie Snejder »die Erinnerung das Symposion in virtueller Form […] als Symposion im Kopf«[45] wiederkehren.

FAZIT: DAS SYMPOSION IM KOPF UND DER AUFTRAG DER LITERATUR

Der »in den Kopf verlagerte gesellige […] Solipsismus«[46] markiert somit das Ende der langen Verfallsgeschichte des Symposions in seiner materiellen Gestalt, ermöglicht aber gerade als dieses Ende die Wiederkehr seiner – vom auf die Party entsorgten Lärm und Rausch gereinigten – Idee, und das keineswegs nur in den Köpfen von Meisterdetektiven. »Wenn die Außenwelt«, so lautet Pfeiffers für diese Wendung maßgebliche Zeitdiagnose, »speziell auch, wie es fast das gesamte Jahr 2020 auch in so genannten Demokratien demonstriert, die politische Dimension restriktiv wird, dann weitet sich die Sphäre komplexer oder gar diffuser und womöglich aggressiv geladener Innenwelt aus«. Während eine solche extrinsisch herbeigeführte »*reservatio mentalis*«[47] auf der einen Seite Phänomene wie den – mit Jagdflinten, Armbrüsten und Verhaftungs- bzw. Exekutionslisten durchaus auf die Außenwelt zielenden – Hofstaat des Reichs-Bürgerkönigs Heinrichs des XIII. hervortreiben mag, so geht es auf der anderen Seite darum, Methoden und Verfahren der

40 Ebd., S. 211.
41 Ebd., S. 217.
42 Ebd., S. 215.
43 Ebd.
44 Ebd.
45 Ebd., S. 219.
46 Ebd., S. 225.
47 Ebd., S. 230.

Pflege für diese auf ambivalente Weise fruchtbaren Innenwelten zu entwickeln, etwa in Gestalt der »Optimierung von Information, Logik und Imagination: Die besten Informationen sind in eine logische und imaginativ einleuchtende Form zu bringen.« In dieser Aufgabe sieht Pfeiffer zugleich eine Chance und eine Herausforderung für jenes Medium, das den Rückzug des Symposions in die Innenwelt allererst eingeleitet hatte, und das seinerseits in »unserer Entwicklungsgeschichte unterzugehen« drohte. Gerade Literatur nämlich, die »ein Maximum an diskursiven Freiheiten genießt, müsste sich wohl insgesamt gesehen und im Sinne des Symposions im Kopf stärker um eine bescheidene Selbstkontrolle der Imagination durch Information und Logik bemühen, um wirklich konkurrenzfähig zu bleiben«[48].

Im Sinne dieser Arbeitsplatzbeschreibung für die Literatur(-wissenschaft) ließen sich Pfeiffers Parforceritt durch die Geschichte des Sympotischen einige Fragen anschließen. Offenkundig wäre zu erörtern, welches spezifische Gewicht dem Sympotischen als Gruppengeselligkeit bei der Frage nach dem sozialen Band moderner Gesellschaften zukommt. Immerhin verbinden wir mit der sog. ›modernen Gesellschaft‹ eine Reihe sozialer und nationaler Bewegungen, denen dann die machtvollen Einrichtungen des Sozial- und Vorsorgestaates teils gegenüber und teils zur Seite stehen. Auch die grundlegende Skepsis gegenüber den Ordnungsleistungen der letzteren ist ihnen bereits gleichursprünglich, etwa in Hans Blühers Männerbund-Phantasien, die in Pfeiffers historischem Panorama eine auffallende Leerstelle bilden. Zudem hat die wissenschaftshistorisch fundierte Akteur-Netzwerk-Theorie unseren Sinn dafür geschärft, dass die Frage nach dem sozialen Zusammenhalt ohne ein hinreichendes Verständnis der Handlungsmacht (*agency*) von *non-humans* (d. h. der organischen und anorganischen ›natürlichen‹ Umwelt, der architektonischen und technologischen Strukturen und Geräte, der intellektuellen Technologien, zunächst der Gutenberg-Galaxis und dann des digitalen Zeitalters) nur aufgrund der metaphysischen Zaubertricks der Soziologie des Sozialen beantwortet werden konnte. Und selbst wenn Shoshana Zuboffs Entwurf des ›Überwachungskapitalismus‹ nicht ganz auf eine Hinterwelt autonomer, ökonomischer Kräfte verzichten mag, gibt die von ihr beschriebene »instrumentäre Macht« der digitalen Algorithmen eine formidable Antwort auf die Frage nach dem Kitt der Konsumgesellschaft[49]. Wenn Pfeiffer demgegenüber innerhalb der »empirischen Metaphysik« (B. Latour) des Anthropologischen verharrt, so erweist sich die symptomatologische Sensibilität seiner höchst originellen und lesenswerten Studie gerade in seiner Engführung des postsympotischen mit der solipsistischen Geselligkeit des Digitalen. Nach allem und ganz am Ende sollte man vermutlich das Integrationspotential staatlicher und überstaatlicher Regierungskunst (*governance*) dann doch nicht unterschätzen. So lesen wir in diesen Tagen, dass eben jene populistischen EU-Skeptiker, deren EU-Fraktion (ENF, d.i. »Europa der Nationen und der Freiheit«) aufgrund ihres allzu sympotischen Finanzgebarens (234 Flaschen

48 Ebd., S. 235.

49 Ebd. S. 235

Champagner für 34 Abgeordnete, Schlemmer-Menüs à 400 €) im Frühjahr 2018 das Missfallen des Haushaltskontrollausschusses erregt hatte, am Ende des britischen Brexit-Desasters quer durch die europäischen Nationen weniger Zuspruch für ihr Projekt des Auszugs aus der Brüsseler Tyrannei zu verzeichnen haben. *The party's over, and there's less and less to say*.

LITERATURVERZEICHNIS

Pfeiffer, Ludwig: Das Symposion. Sozialer Zusammenhalt in Geschichte und Literatur, Weilerswist 2021.

ABSTRACTS

TONI ASKITIS

Food- and Winepairing, Social Media and »THE END«
Gespräch mit Sommelier und Contentcreator Toni Askitis

In diesem Interview bespricht Sommelier und Content-Creator Toni Askitis mit Felix Hüttemann Wein und Kulinarik sowie ihre Herausforderungen durch die Digitalisierung. Im Fokus steht dabei, wie diese in den Sozialen Medien reflektiert werden und wie eine Sensorik des Kulinarischen dort vermittelt wird.

In this interview, sommelier and content creator Toni Askitis and Felix Hüttemann discuss wine and cuisine and the challenges posed by digitalization, focusing on how these are reflected in social media and how a culinary sensory experience is conveyed there.

CHRISTINA BARTZ

Eine Medienästhetik der Nahsinne

Dem Beitrag ist daran gelegen, das weite Feld des Essens einer dezidiert medienwissenschaftlichen Perspektive zuzuordnen. Dazu werden erste Überlegungen zu einer Medienästhetik des Nahsinnlichen vorgelegt. Diese basieren einerseits auf einer kurzen Auseinandersetzung mit der Konzeptionalisierung von Medienästhetik, die gemeinhin die Fernsinne prämiert. Andererseits wird auf die Multisensorik des Akts des Essens abgehoben und die nahsinnlichen Elemente betont. Indem anhand des Essens eine an den Nahsinnen orientierte Medienästhetik versucht wird, ordnet der Beitrag sich in aktuellere Tendenzen der Medienwissenschaften ein, die sich zunehmend mit Fragen von Sensorik beschäftigen.

The aim of this article is to relate the field of eating to the perspective of media studies. To this end, some considerations on a media aesthetic focused on the near senses are presented. On the one hand, these are based on a brief examination of the conceptualization of media aesthetics, which generally emphasizes the distant senses. On the other hand, the multi-sensory nature of the act of eating is addressed and the near sensory elements are emphasized. By attempting a media aesthetic orientated toward the near senses this article places itself in the context of current trends in media studies, which are increasingly concerned with questions of sensory perception.

MARTIN HOFFMANN

Körper-Essen: Speisen und gustatorische Reize in der Pornografie

Das Essen markiert einen Liminalbereich des Körpers, der seither in erotischen Praktiken und Darstellungen mitverhandelt wird. Wie Speisen und deren Geschmack in der Pornografie dargestellt werden, ist ein Teil dieser Verhandlung, deren sinnliche Erfahrbarkeit mit bestimmten Mitteln erzeugt, aber auch metaphorisiert wird. An verschiedenen Beispielen zeigt der Artikel, wie Geschmack und Textur des Essens mit wandelbaren Mitteln auf das Audiovisuelle transponiert werden. Dabei läuft die Gratwanderung an Sinnlichkeit und Sittlichkeit immer Gefahr, vom Lustvollen ins Ekelhafte zu kippen. Beide Pole dieser affektiven Intensität sind aber spätestens in der Onlineökonomie auch vermarktbar und zeigen unterschiedliche Modi der sinnlich-körperlichen Ansprache in der Pornografie.

The intake of food marks a liminal area of the body that has been negotiated in erotic practices and representations ever since. How food and its taste are represented in pornography is part of this negotiation, the sensual experience of which is mediated by specific means, but also metaphorized. Using various examples, the article shows how the taste and texture of food are transposed to the audiovisual via changing means. The balancing act of sensuality and taste always runs the risk of tipping over from the pleasurable into the disgusting. However, both poles of this affective intensity are also marketable in the online economy at the latest and demonstrate different modes of sensual and physical appeal in pornography.

FELIX HÜTTEMANN

Das situierte Wissen des Tastings Verkostungsszenen schreiben, sensorische Situationen vermitteln

Von der Perspektive situierten Wissens ausgehend behandelt der Text die Thematik des Herrschaftswissens von Verkostungen und Tastings und widmet sich dabei ebenso der Digitalisierung von sensorischer Beschreibungssprache, um die Implikationen von »Verkostungszenen« zu problematisieren.

Starting from the perspective of situated knowledge, the text deals with the topic of the knowledge of domination of tastings and is also dedicated to the digitalization of sensory descriptive language in order to problematize the implications of »tasting scenes«.

CHRISTOPH RAFFELT

Von André Jullien zum ChatGPT Wine Tasting Evaluator
Eine Geschichte der Weinrezensionen

Wie fasst man etwas so Sinnliches wie einen guten Wein, das Gefühl, das er in der Nase und auf dem Gaumen hinterlässt, in Worte? Wie beschreibt man den Charakter eines Getränks und seit wann ist diese Aufgabe Gegenstand professioneller Auseinandersetzungen geworden? Christoph Raffelt geht den Ursprüngen professioneller Weinbeschreibungen nach und wie sich dieses Metier im Laufe der letzten zwei Jahrhunderte verändert hat – von der Orientierungshilfe für die *Upperclass* über Ausbildungsrichtlinien für den britischen Weinhandel bis hin zur Digitalisierung und auch Demokratisierung des Weinwissens sowie dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Weinwelt, mit deren Möglichkeiten und Grenzen.

How do you put something as sensual as a good wine, the feeling it leaves in your nose and on your palate, into words? How do you describe the character of a drink, and when did this task become the subject of professional debate? Christoph Raffelt traces the origins of professional wine descriptions and how this profession has changed over the last two centuries – from providing guidance for the upper class to training guidelines for the British wine trade, to the digitalization and democratization of wine knowledge, as well as the use of artificial intelligence in the wine world, with its possibilities and limitations.

STEFAN RIEGER

›Making Scents‹
Die niederen Sinne zwischen Multisensory Storming und Odorveillance

Der Beitrag handelt von der Epistemologie der niederen, der sogenannten tierlichen Sinne und überführt dazu verstreute Einzelanwendungen in eine Systematik, die auf eine Naturalisierung der Interfaces abzielt. Im Zuge dessen finden das Olfaktorische, das Gustatorische und nicht zuletzt das Verzehrbare Berücksichtigung (*edible interface*) – versehen mit der Möglichkeit einer die Arten übergreifenden Kommunikation und Interaktion. Die Vorstellung von der möglichst universellen Teilhabe fußt auf Kategorien wie denen des Selbstverständlichen, des Intuitiven, des Instinktiven, des Außer- oder Vorsprachlichen, des Unterschwelligen und Nebenläufigen. Die unterschiedlichen Einsätze betreffen Wohnräume und Arbeitsumgebungen, die Organisation der Arbeit und die der individuellen Erinnerung. Was sich im Zuge der Multisensorik abzeichnet, ist mit dem allfälligen Ambientewerden eines Mediums die Gefahr der Überwachung – gekleidet in die Rede von der Odorveillance, die das Potenzial des Panoptismus vom Sehen löst (Foucault) und auf das Riechen überträgt.

The article deals with the epistemology of the lower, so-called animal senses and transfers scattered individual applications into a system that aims to naturalize the interfaces. In the course of this, the olfactory, the gustatory and last but not least the edible are taken into account (*edible interface*) – provided with the possibility of cross-species communication and interaction. The idea of universal participation is based on categories such as the self-evident, the intuitive, the instinctive, the extra- or pre-linguistic, the subliminal and the concurrent. The different applications concern living spaces and working environments, the organization of work and individual memory. What emerges in the course of multisensory technology is the danger of surveillance with the possible ambience of a medium – clothed in the talk of odorveillance, which detaches the potential of panoptism from sight (Foucault) and transfers it to smell.

JENS RUCHATZ

Zwischen Foodporn und Alltäglichkeit
Logiken von Essensbildern in Sozialen Medien

Food-Fotografie bildete traditionell ein fotografisches Genre, das selbstverständlich Profis vorbehalten war. Dass Essensfotografien in den letzten 20 Jahren zu einer in den Sozialen Medien verbreiteten Bildform geworden sind, lässt sich darauf zurückführen, dass einerseits mit dem Smartphone Kameras allgegenwärtig worden sind, andererseits die Sozialen Medien Orte geschaffen haben, an denen man sich mit solchen Bildern selbst darstellen kann. Der Artikel befasst sich damit, welche Erwartungen die Essensaufnahmen in Sozialen Medien bestimmen. Kritik, die sich über die Unzulänglichkeit von durch die amerikanische Lifestyle-Ikone Martha Stewart gepostete Essensaufnahmen echauffieren, zeigen auf, dass eine aus dem Moment geborene ›okkasionelle Ästhetik‹ als nicht hinreichend angesehen wird. Das Label ›*foodporn*‹ formuliert dagegen den generalisierten Qualitätsanspruch von Social-Media-Essensfotografie. Diese kann somit exemplarisch für die Entwicklung der Bildästhetik der Sozialen Medien stehen. Abschließend werden einige widerständige Bildphänomene angeführt, in denen sich alternative Ästhetiken der Essensfotografie zeigen.

Food photography used to be a photographic genre that was generally limited to professionals. The development of food photography over the last 20 years into a widespread image form in social media can be attributed to the fact that, on the one hand, smartphones have made cameras ubiquitous and, on the other, that social media has created places where people can present themselves through such images. This article looks at the aesthetic expectations that govern food imagery on social media. The criticism of the shortcomings of food shots posted by American lifestyle icon Martha Stewart shows that an ›occasional aesthetic‹ born out of the moment is not considered sufficient. By contrast, the label ›*foodporn*‹ has become generalized as the quality standard of social media food photography. Hence,

it can serve as an excellent example of the development of social media image aesthetics towards aesthetic standardization. Finally, some resistant image phenomena are given in which alternative aesthetics of food photography appear.

CHRIS SALTER

Sensing Machines
An Interview with Chris Salter

Chris Salter gibt im Gespräch mit Felix Hüttemann Auskunft über die sensorische Umgebung, seine Perspektiven als Medienkünstler und -wissenschaftler und wie die »sensing machines« immer mehr Einfluss auf unseren medialen Alltag nehmen. Salter legt dabei die Grundlage dafür, dass über eine Medientheorie der kulinarischen Sensorik im Weiteren nachgedacht werden kann.

In the conversation with Felix Hüttemann, Chris Salter talks about the sensory environment, his perspectives as a media artist and scientist, and how sensing machines are increasingly influencing our everyday media lives. In doing so, Salter lays the foundation for further reflection on a media theory of culinary sensory perception.

JENS SCHRÖTER

Essbare Signifikanten
Über Fototorte und Buchstabensuppe

Es gibt das seltsame Phänomen ›essbarer Signifikanten‹, d. h. von Objekten, die man einerseits verzehren kann, die aber andererseits Zeichenfunktionen entfalten. Die bekanntesten Beispiele dafür sind die Fototorte und Buchstaben-Nudeln. In dem Aufsatz wird der Geschichte, der Ästhetik und der Funktion solcher Phänomene nachgegangen.

There is the strange phenomenon of ›edible signifiers‹, i.e. objects that can be consumed on the one hand, but, on the other hand, develop sign functions. The best-known examples of this are the photo cake and alphabet pasta. The essay explores the history, aesthetics, and function of such phenomena.

AUTOR:INNEN

Toni Askitis ist einer der 25 wichtigsten Weinpersönlichkeiten Deutschlands (Vinum) sowie gekürter VDP. Traubenadler-Sommelier (*Verband Deutscher Prädikatsweingüter*). Gerade zum *Rolling Pin* Sommelier des Jahres 2024 ernannt worden, nimmt er auf seinem Instagram-Kanal *Asktoni.de* täglich Tausende von Menschen mit in den Weinalltag, macht Live-Verkostungen und zeigt, dass Wein unkompliziert sein kann. Er beantwortet unter dem Hashtag *#asktoni* die vielfältigen Fragen zu diesem Getränk. Ihm gehört der Imbiss und die Weinbar »Pelican Fly. Pommes und Wein« in Düsseldorf. Unter dem Konzept der »Urban Gastronomy« organisiert er Veranstaltungen rund um Wein, Gerichtkombinatorik und Kulinarik auf der weltweit größten Weinmesse in Düsseldorf, der *ProWein*. Aktuelle Veröffentlichung: Askitis, Toni: #Asktoni: Wein ist unkompliziert. Über 50 Fragen, die deine Weinskills nach vorne bringen, Igling, 2022.

Christina Bartz ist Professorin für Fernsehen und digitale Medien am Institut für Medienwissenschaften der Universität Paderborn. Bis März 2025 hat sie gemeinsam mit Monique Miggelbrink das DFG-Projekt »Einrichtungen des Computers. Zum Zusammenhang von Wohnen und Computer« geleitet. Darüber hinaus forscht sie zu Fernsehgeschichte, Massensemantik, Medien der Partizipation, Mediendiskursgeschichte und Medienästhetik der Nahsinne. Aktuelle Veröffentlichungen: Bartz, Christina: »Die Listen des Warenkatalogs«, in: Kulturwissenschaftliche Zeitschrift, H. 2, 2024, S. 41-56. Bartz, Christina: »Medienästhetik und dann?«, in: Susanne Düwell/Nicolas Pethes (Hrsg.): Medienkritik und Wirkungsästhetik. Konvergenzen und Zuschreibungen schädlicher und wünschenswerter Rezeptionseffekte von Literatur und Medien seit dem 18. Jahrhundert, Paderborn 2023, S. 305-312. Bartz, Christina u.a. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023.

Martin J. Hoffmann, M. A. ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medien- und Kulturwissenschaft der Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf. Nach dem Studium der Liberal Arts am Amsterdam University College und der Medienkulturanalyse in Düsseldorf sind aktuelle Forschungs- und Lehrschwerpunkte Porn- und Film Studies, Digital- und Internetkultur sowie Liebe.

Felix Hüttemann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Bonn. Aktuell leitet er, gemeinsam mit Jens Schröter, das von der Volkswagenstiftung geförderte Projekt »The Computerized Palate. Digital Technologies and the Lower Senses«. Zuvor war er Postdoktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-Projekt »Einrichtungen des Computers. Zum Zusammenhang von Computer und

Wohnen« am Institut für Medienwissenschaften der Universität Paderborn. Er promovierte an der Ruhr-Universität Bochum, im DFG-Graduiertenkollegs »Das Dokumentarische. Exzess und Entzug«. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen Medienästhetiken und -theorien der Nahsinnlichkeit, Kulinarik und Wein, in Relation zu Sensorik und KI, sowie die Ideologiegeschichte und -kritik reaktionären Denkens des Silicon Valley, und ihre Technik- und Medienphilosophie.

Christoph Raffelt schreibt seit 2007 über Wein. Begonnen hat er mit dem Blog *originalverkorkt.de*, das mit mehr als 1.000 Artikeln zu einer festen Größe in der deutschsprachigen Weinwelt geworden ist. Neben dem Blog hat Christoph Raffelt seit 2011 Gastbeiträge in der *faz.net* verfasst sowie zwischen 2011 und 2015 Weinkritiken in der *effilee* veröffentlicht. Zudem hatte er mehrere Jahre lang eine eigene Kolumne in der *taz nord*. Zwischen 2015 und 2019 wirkte er als Autor an mehreren Ausgaben des Wein-Magazins *Schluck* mit. Im März 2016 erschienen zwei seiner Publikationen zum Thema Wein und Bier im moses. Verlag. Seit dem Erscheinen der ersten Ausgabe des englischsprachigen *TRINK*-Magazins hat Raffelt dort den Status eines Senior Contributors. Seit 2022 schreibt er für das Gourmetmagazin *Der Feinschmecker*. Im selben Jahr wurde er vom *Circle of Wine Writers* als Mitglied aufgenommen. Raffelt war zwischenzeitlich Dozent der *Deutschen Wein- und Sommelierschule Hamburg* der IHK Koblenz. Seit Juli 2016 betreibt er das *Büro für Wein & Kommunikation*. Dort bündelt er journalistische Arbeiten sowie Aufträge für Kunden aus dem Weinbereich. Seit 2016 entstehen außerdem Artikel für Publikationen des Meininger-Verlages. Mit *Originalverkorkt.de* und den *WRINT Flaschen* hat er 2012 die ersten beiden deutschsprachigen Weinpodcasts in Deutschland ins Leben gerufen.

Stefan Rieger ist Professor für Mediengeschichte und Kommunikationstheorie am Institut für Medienwissenschaft der Ruhr-Universität Bochum. Er war Heisenberg-Stipendiat der Deutschen Forschungsgemeinschaft und von 2012 bis 2013 Research Fellow am Kulturwissenschaftlichen Kolleg Konstanz. Seit Juli 2022 ist er Sprecher des Sonderforschungsbereichs 1567 »Virtuelle Lebenswelten«. Riegers Forschungsschwerpunkte liegen in der Wissenschaftsgeschichte, Medientheorie und Kulturtechniken, der Virtualität und der Rolle von Medien in der Anthropologie. Zu seinen jüngsten Publikationen zählen: Rieger, Stefan: Die Enden des Körpers. Versuch einer negativen Prothetik, Berlin 2018. Rieger, Stefan: Reduktion und Teilhabe. Kollaborationen in Mixed Societies, Berlin 2022. Rieger, Stefan: Imagination und Immersion. Topologien des Virtuellen, Bielefeld 2025.

Jens Ruchatz, Prof. Dr., lehrt seit 2012 Medienwissenschaft an der Philipps-Universität Marburg. Er studierte Theater-, Film- und Fernsehwissenschaft, Kunstgeschichte und Soziologie an der Universität zu Köln und an der Sorbonne Nouvelle,

Paris. Ruchatz promovierte dort mit einer Arbeit zur Mediumgeschichte der fotografischen Projektion. In seiner Habilitation an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen befasste er sich aus Perspektive der *Celebrity* mit der Mediengeschichte des Interviews. Seine gegenwärtigen Forschungsschwerpunkte sind medienwissenschaftliche Zeitschriftenforschung, Geschichte und Theorie der Fotografie, Praxeologie des digitalen Bildes sowie kulinarische Medien. Aktuelle Veröffentlichung: Bartz, Christina u.a. (Hrsg.): Food – Media – Senses. Interdisciplinary Approaches, Bielefeld 2023.

Chris Salter ist Professor für Immersive Arts an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) und leitet dort den Immersive Arts Space. Zuvor war er Professor für Computermedien an der Concordia University in Montreal und Co-Direktor des Forschungsnetzwerks *Hexagram* für Medienkunst und Design. Seine künstlerische Praxis umfasst Installationen, Performances und interaktive Umgebungen, die sich mit der Rolle von Technologie und *Sensing* im Erleben und Gestalten von Raum, Zeit und Körper auseinandersetzen. Ausgewählte Veröffentlichung: Salter, Chris: Sensing Machines. How Sensors Shape Our Everyday Life, MIT Press London 2022.

Jens Schröter, Prof. Dr., ist seit 2015 Inhaber des Lehrstuhls für Medienwissenschaft an der Universität Bonn. Leitung (zusammen mit Prof. Dr. Anna Echterhölter; PD Dr. Sudmann und Prof. Dr. Alexander Waibel) des VW-Main Grants »How is Artifical Intelligence Changing Science?« (Start: 1.8.2022, 4 Jahre); Leitung (zusammen mit Dr. Felix Hüttemann) des VW-»Aufbruch«-Projekts »The Computerized Palate. Digital Technologies and the ›Lower Senses‹« (Start 1.4.2025). Winter 2021/22: Fellowship, Center of Advanced Internet Studies. Aktuelle Veröffentlichungen: (zusammen mit Andreas Sudmann u.a., ed.) Beyond Quantity. Research with Subsymbolic AI, Bielefeld: Transcript 2024; (zusammen mit Christoph Ernst): UFOs. Mediale Sichtungen, Stuttgart: Metzler 2025. Visit: www.medienkulturwissenschaft-bonn.de / www.theorie-der-medien.de / www.fanhsiu-kadesch.de

Benno Wagner ist apl. Professor am Germanistischen Seminar der Universität Siegen. Dissertation über Politische Kultur und Mediensymbolik (1992), Habilitation über Franz Kafkas Poetik des Unfalls (1997). Lehrtätigkeit in Siegen, Bochum, Taipei, Peking und Hangzhou (1999-2022). Seither Beiratsmitglied der Austrian School of Government (Wien) mit Arbeitsschwerpunkt Verwaltungsgeschichte und Organisationstheorie.

LIEFERBARE HEFTE

Kulturen des Kopierschutzes I
Herausgegeben von Jens Schröter, Ludwig Andert, Carina Gerstengarbe, Karoline Gollmer, Daniel Köhne, Katharina Lang, Doris Ortinau, Anna Schneider u. Xun Wang; weitere Beiträger: Stefan Meretz u. Martin Senftleben.
2010 Jg. 10 H.1 - 135 Seiten

Kulturen des Kopierschutzes II
Herausgegeben von Jens Schröter, Ludwig Andert, Carina Gerstengarbe, Karoline Gollmer, Daniel Köhne, Katharina Lang, Doris Ortinau, Anna Schneider u. Xun Wang; weitere Beiträger: Brian Winston, Till A. Heilmann u. Alexander Fyrin.
2010 Jg. 10 H.2 - 138 Seiten

High Definition Cinema
Mit Beiträgen von Jens Schröter, Marcus Stiglegger, Helmut Schanze, Ivo Ritzer, Jörg von Brincken, Benjamin Beil und einem Nachruf für Gundolf Winter.
Herausgeber: Jens Schröter, Marcus Stiglegger
2011 Jg. 11 H.1 - 111 Seiten

Game Laboratory Studies
Mit Beiträgen von Benjamin Beil, Thomas Hensel, Jens Schröter, Philipp Bojahr, Tobias Gläser, Lars Schröer, Gisa Hoffmann, Marlene Schleicher u.a.
Herausgeber: Benjamin Beil, Thomas Hensel
2011 Jg. 11 H.2 - 149 Seiten

Film Körper. Beiträge zu einer somatischen Medientheorie
Mit Beiträgen von Ivo Ritzer, Marcus Stiglegger, Kai Naumann, Julia Reifenberger, Irina Gradinari, Susanne Kappesser, Romi Agel u.a.
Herausgeber: Ivo Ritzer, Marcus Stiglegger
2012 Jg. 12 H.1 - 145 Seiten

I am Error - Störungen des Computerspiels
Herausgeber: Benjamin Beil, Philipp Bojahr, Thomas Hensel, Markus Rautzenberg, Stephan Schwingeler, Andreas Wolfsteiner
2012 - Jg. 12 H.2 - 118 Seiten

Der Medienwandel der Serie
Mit Beiträgen von Dominik Maeder, Daniela Wentz, Gabriele Schabacher, Michael Cuntz, Nicola Glaubitz, Lorenz Engell, Herbert Schwab u. Isabell Otto.
Herausgeber: Dominik Maeder, Daniela Wentz
2013 - Jg. 13 H.1 - 145 Seiten

Vom Feld zum Labor und zurück
Mit Beiträgen von Raphaela Knipp, Johannes Paßmann, Nadine Taha, Anna Brus, Juri Dachtera, Anja Dreschke, Katja Glaser, Matthias Meiler u.a.
Herausgeber: Raphaela Knipp, Johannes Paßmann, Nadine Taha
2013 - Jg. 13 H.2 - 187 Seiten

Pasolini - Haneke: Filmische Ordnungen von Gewalt

Mit Beiträgen von Marijana Erstic, Christina Natlacen, Konrad Paul, Hans J. Wulff, Oliver Jahraus, Uta Felten, Marcus Stiglegger u.a.
Herausgeber: Marijana Erstic, Christina Natlacen
2014 - Jg. 14 H.1 - 130 Seiten

50 Jahre Understanding Media

Mit Beiträgen von Jana Mangold, Florian Sprenger, Barbara Filser, Till A. Heilmann, Rembert Hüser, John D. Peters, Nina Wiedemeyer u. Marshall McLuhan.
Herausgeber: Jana Mangold, Florian Sprenger
2014 - Jg.14 H.2 - 124 Seiten

Medien der Kooperation

Mit Beiträgen von Erhard Schüttpelz, Sebastian Gießmann, Susan Leigh Star, Heinrich Bosse, Kjeld Schmidt, Mark-Dang Anh, Ilham Huynh u. Matthias Meiler.
Herausgeber: AG Medien der Koperation
2015 - Jg.15 H.1 - 148 Seiten

Von akustischen Medien zur auditiven Kultur
Zum Verhältnis von Medienwissenschaft und Sound Studies

Mit Beiträgen von Bettina Schlüter, Axel Volmar, Rolf Großmann, Maren Haffke, Felix Gerloff, Sebastian Schwesinger, Lisa Åkervall u.a.
Herausgeber: Bettina Schlüter, Axel Volmar
2015 - Jg.15 H.2 - 164 Seiten

Playin' the City
Artistic and Scientific Approaches to Playful Urban Arts

Mit Beiträgen von Judith Ackermann, Andreas Rauscher, Daniel Stein, Miguel Sicart, Martin Reiche, Michael Straeubig, Sebastian Quack u.a.
Herausgeber: Judith Ackermann, Andreas Rauscher, Daniel Stein
2016 - Jg.16 H.1 - 182 Seiten

Medienwissenschaft und Kapitalismuskritik

Mit Beiträgen von Christian Siefkes, Christoph Hesse, Christine Blättler, Martin Doll, Jens Schröter, Till A. Heilmann, Andrea Seier u. Thomas Waitz.
Herausgeber: Jens Schröter, Till A. Heilmann
2016 - Jg.16 H.2 - 165 Seiten

Medienpraktiken
Situieren, erforschen, reflektieren

Mit Beiträgen von Mark Dang-Anh, Simone Pfeifer, Clemens Reisner, Lisa Villioth, Anna Lisa Ramella, Christian Meyer, Christian Meier zu Verl, Raphaela Knipp, Christoph Borbach, Erhard Schüttpelz u. Andreas Henze.
Herausgeber: Mark Dang-Anh, Simone Pfeifer, Clemens Reisner, Lisa Villioth
2017 - Jg. 17 H.1 - 169 Seiten

Medien, Interfaces und implizites Wissen

Mit Beiträgen von Christoph Ernst, Jan Distelmeyer, Timo Kaerlein, Thomas Christian Bächle, Peter Regier, Maren Bennewitz, Regina Ring, Sabine Wirth u. Jens Schröter.
Herausgeber: Christoph Ernst, Jens Schröter
2017 - Jg. 17 H.2 - 155 Seiten

Queer(ing) Popular Culture

Mit Beiträgen von Daniel Stein, Uta Fenske, Florian Krauß, Joanna Nowotny, Rebecca Weber, Tim Veith, Joanna Stàskiewicz, Andreas Rauscher, A. Benedict Wolf u. Sebastian Zilles.
Herausgeber: Sebastian Zilles
2018 - Jg. 18 H.1 - 181 Seiten

Medienindustrien
Aktuelle Perspektiven aus der deutschsprachigen Medienwissenschaft

Mit Beiträgen von Florian Krauß, Skadi Loist, Nathalie Knöhr, Marion Jenke, Pablo Abend, Andy Räder, Kiron Patka, Elizabeth Prommer, Thomas Wiedemann u. Tanja C. Krainhöfer.
Herausgeber: Florian Krauß, Skadi Loist
2018 - Jg. 18 H.2 - 199 Seiten

Immersion
Grenzen und Metaphorik des digitalen Subjekts

Mit Beiträgen von Thiemo Breyer, Dawid Kasprowicz, Rainer Mühlhoff, Theresa Schütz, Franziska Winter, Christiane Heibach, Jan Torpus, Andreas Simon u.a.
Herausgeber: Thiemo Breyer, Dawid Kasprowicz
2019 - Jg. 19 H.1 - 146 Seiten

Neue Rechte und Universität

Mit Beiträgen von Jens Schröter, Clemens Knobloch, Friedemann Vogel, Erhard Schütz, Nadine Taha, Carolin Wiedemann u.a.
Herausgeber: AG Siegen Denken
2019 - Jg. 19 H.2 - 166 Seiten

Spiel|Material

Mit Beiträgen von Claudius Clüver, Max Kanderske, Timo Schemer-Reinhard, Finja Walsdorff, Felix Raczkowski, Judith Ackermann, Pablo Abend u.a.
Herausgeber: GamesCoop
2020 - Jg. 20 H.1 - 199 Seiten

Filter(n) - Geschichte Ästhetik Praktiken

Mit Beiträgen von Theresia Bäcker, Jasmin Kathöfer, Christian Schulz Hartmut Winkler, Monique Miggelbrink, Ilka Becker, Till A. Heilmann, Golo Föllmer u.a.
Herausgeber: Theresia Bäcker, Jasmin Kathöfer, Christian Schulz
2020 - Jg. 20 H.2 - 198 Seiten

Multispecies Communities

Mit Beiträgen von Ina Bolinski, Stefan Rieger, Clara Mancini, Hanna Wirman, Fredrik Aspling, Jinyi Wang, Oskar Juhlin, Jens Hauser, Jussi Parikka, Martina Szopek u.a.
Herausgeber: Ina Bolinski, Stefan Rieger
2021 - Jg. 21 H.1 - 262 Seiten

Zukünftige Medienästhetik

Mit Beiträgen von Tilman Baumgärtel, Karel Dudesek, Christoph Ernst, Jens Schröter, Sabine Flach, Carolin Höfler, Marius Goldhorn u.a.
Herausgeber: Jens Schröter, Tilman Baumgärtel, Christoph Ernst, Anja Stöffler
2021 - Jg. 21 H.2 - 200 Seiten

Navigieren
Zugänge zu Medien und Praktiken der Raumdurchquerung

Mit Beiträgen von Christoph Borbach, Max Kanderske, Susanne Müller, James R. Akerman, Manfred Pfaffenthaler, Asher Boersma, Karina Kirsten, Stefan Höltgen u.a.
Herausgeber: Christoph Borbach, Max Kanderske
2022 - Jg. 22 H.1 - 272 Seiten

Unfälle. Kulturen und Medien der Akzidenz

Mit Beiträgen von Dominik Maeder, Christoph Ernst, Florian Sprenger, Julia Bee, Felix Hüttemann u.a.
Herausgeber: Dominik Maeder
2022 - Jg. 22 H.2 - 186 Seiten

Tech|Demo

Mit Beiträgen von Julia Eckel, Christoph Ernst, Claude Rosental, Jordan Gowanlock, Canan Hastik, Katharina Rein, Sven Grampp, Jens Schröter u. Mareike Meis.
Herausgeber: Julia Eckel, Christoph Ernst, Jens Schröter
2023 - Jg. 23 H.1 - 134 Seiten

Tech|Imaginations

Mit Beiträgen von Christian Schulz, Jens Schröter, Christoph Ernst, Martin Doll, Felix Hüttemann, Agnieszka Jelewska, Michał Krawczak, Özgün Eylül İşcen u.a.
Herausgeber: Christian Schulz, Jens Schröter, Christoph Ernst
2023 - Jg. 23 H.2 - 194 Seiten

Musical|Medien

Mit Beiträgen von Laijana Braun, Jasmin Kathöfer, Heike Klippel, Lukas Foerster, Eva Theresa Beck, Sebastian Matthias, Sebastian Stoppe u.a.
Herausgeber: Laijana Braun, Jasmin Kathöfer
2024 - Jg. 24 H.1 - 208 Seiten

Liefern. Logistiken, Daten und Politiken

Mit Beiträgen von Miglė Bareikytė, Julia Bee, Gerko Egert, Armin Beverungen, Hannah Wiemer, Michelle Pfeifer, Patricia Ward u.a.
Herausgeber: Miglė Bareikytė, Julia Bee
2024 - Jg. 24 H.2 - 210 Seiten

Media Cultures of Value. Economy, Politics, and Art in Web3

Mit Beiträgen von Johannes Bennke, Mirjam Schaub, Nathan Schneider, Jens Schröter, Paul Seidler, Katrin Becker, Viktoria Hilsberg, Laura Niebling u. Sebastian R. Richter
Herausgeber: Johannes Bennke, Mirjam Schaub
2025 - Jg. 25 H.1 - 139 Seiten



universi
UNIVERSITÄTSVERLAG SIEGEN