Schaudern für eine bessere Welt. Ekel als Erziehungsmittel in Dokumentarfilmen

Alexandra Rabensteiner

Etwas Faules habe er geschmeckt beim ersten Schluck aus der *Pepsi*-Dose und danach – „eine tote Maus ausgespuckt".[1] Es ist die Geschichte des US-Amerikaners Ronald Ball, der eines Tages eine Maus in seiner *Mountain Dew*-Limo-Dose von *Pepsi* vorgefunden hat. „Die Maus in der Dose: Rechtsstreit um Nagetier in Softdrink" titelte am 5. Jänner 2012 das Internetunternehmen *Yahoo* zu diesem Vorfall in den Vereinigten Staaten.

Eine neue Geschichte – ein altbekanntes Muster*:* Moderne Sagen oder *Urban Legends* wie die vom Rattenzahn im Hamburger[2] oder von der Ratte, die sich, über Nacht eingelegt in *Coca Cola*, aufgelöst hat[3], können uns den Appetit auf Hamburger, *Coca Cola* oder *Pepsi* verderben. Es handelt sich um erfundene, aber für wahr gehaltene Erzählungen mit einem moralisierenden Charakter, die alltägliche Wünsche, aber ebenso Ängste und Befürchtungen widerspiegeln:[4] Wer weiß denn genau, wie *Coca Cola* hergestellt wird? Wer kennt alle Bestandteile, aus denen sich ein Hamburger zusammensetzt, und weiß, welche Zutaten *Pepsi* enthält? Das Provozieren von Ekelgefühlen ist dabei ein häufig zu beobachtendes Gestaltungsmittel. Die Wirkung dieses Mittels ist jedoch unklar: Eine gerümpfte Nase, Übelkeit oder sogar Brechreiz – kann allein die Vorstellung, beim Genuss eines Hamburgers auf einen Rattenzahn zu beißen, Menschen dazu bringen, auf diesen zu verzichten? Der vorliegende Artikel beschäftigt sich mit ebendieser Frage. Er geht dem Einsatz von ekelerzeugenden Gestaltungskomponenten mit erzieherischer Absicht in Dokumentarfilmen nach, untersucht deren Aufbau und Gestaltung und bringt diese Beobachtungen in Zusammenhang mit programmatischen

1 Yahoo Nachrichten: Die Maus in der Dose: Rechtsstreit um Nagetier in Softdrink. Online unter: http://de.nachrichten.yahoo.com/die-maus-in-der-dose--rechtsstreit-um-nagetier-in-softdrink.html (Stand: 10.2.2015).

2 Vgl. Brednich, Rolf Wilhelm: Die Spinne in der Yucca-Palme. Sagenhafte Geschichten von heute (= Beck'sche Reihe, Bd. 403). München 1990, 83-84.

3 Vgl. Ebd., 79.

4 Vgl. Stehr, Johannes: Sagenhafter Alltag: über die private Aneignung herrschender Moral. Frankfurt a.M. 1998, 50-58; vgl. zum Ekelmotiv auch Schneider, Ingo: Contemporary Legends – Sagen der Gegenwart. Studien zu Motivgeschichte, gesellschaftliche Relevanz und genretheoretische Einordnung. Habilitationsschrift, Innsbruck 2001, dort u.a. 76-79.

Äußerungen der Filmschaffenden. Die hier vertretene These lautet: Ekeleffekte werden gezielt eingesetzt, um ein Umdenken und im Idealfall auch eine Verhaltensänderung der Rezipient_innen zu bewirken.

Von der Maus in der Dose zum Huhn in der Schlachtungsanlage

Filme wie *Super Size Me* oder *We Feed the World* erzielten in den letzten Jahren eine beachtliche Publikumsresonanz. Von der „neue[n] Lust auf die Droge Wirklichkeit“[5] sprechen die Autor_innen Lars-Olav Beier, Antje Harders, Marianne Wellershoff und Martin Wolf in dem 2004 in der Wochenzeitschrift *Der Spiegel* erschienenen Artikel „Die Droge Wirklichkeit“, in dem sie sich mit der aktuellen Popularität von Dokumentationen auseinandersetzen. Dabei beobachten sie, beginnend mit Michael Moores Film *Bowling for Columbine*[6] aus dem Jahre 2002 eine konzeptionelle Paradigmenverschiebung des Genres. Zur bisherigen Aufgabe, Ungerechtigkeiten darzustellen, kommt nun auch der Anspruch hinzu, gezielt aufzurütteln und dadurch die Welt – zumindest vielleicht – ein bisschen besser zu machen:[7] „Die Botschaft ist: Wir müssen anders leben, wir müssen anders essen, anders einkaufen, wir müssen andere Filme anschauen. Oder wir müssen zumindest unzufrieden sein mit dem, was wir haben“,[8] so Erwin Wagenhofer, Regisseur der Dokumentation *We Feed the World*. Es zeigt sich also eine geradezu erzieherische Programmatik, zu der sich Wagenhofer bekennt.

Gerade der Dokumentarfilm scheint für diese Aufgabe geeignet zu sein, da er durch seine Realitätsnähe als authentisch und überzeugend wahrgenommen (und präsentiert) wird, auch wenn hier, ähnlich wie bei Spielfilmen, eine Bearbeitung des gefilmten Materials stattfindet, ein kommunikativer Zweck verfolgt wird und der Film ästhetischen Regeln folgt.[9] Der Unterschied zwischen den beiden Genres liegt allerdings darin, dass Dokumentationen nicht primär zur Unterhaltung dienen sollen, sondern zur „Information und Erörterung im Sinne von Aufklärung“:[10] So wollen auch die für diesen Beitrag ausgewählten Dokumen-

5 Beier, Lars-Olav u.a.: Die Droge Wirklichkeit. In: Der Spiegel 27 (2004), 134-136, 135.
6 Moore, Michael: Bowling for Columbine. USA 2002.
7 Vgl. Beier (wie Anm. 5), 134-136.
8 Wagenhofer, Erwin: We Feed the World. Österreich 2005 (DVD: Hoanzl, 2007), Rückseite DVD-Cover.
9 Vgl. Stanjek, Klaus: Paradigmen des Dokumentarfilms – Ansichten aus Babelsberg. In: Ballhaus, Edmund (Hg.): Dokumentarfilm. Schulen – Projekte – Konzepte. Berlin 2013, 28-41, 30-31. Vgl. Hohenberger, Eva: Dokumentarfilmtheorie. Ein historischer Überblick über Ansätze und Probleme. In: Dies. (Hg): Bilder des Wirklichen. Texte zur Theorie des Dokumentarfilms. Berlin 1998, 8-34, 9.
10 Stanjek (wie Anm. 9), 31.

tarfilme etwa darüber aufklären, dass wir zu dick sind oder dass die Qualität der Lebensmittel abnimmt, während die Quantität zunimmt – um nur einige der Botschaften zu benennen.

Ausgangspunkt meiner Forschung bildete der Text „Runterschlucken. Ekel und Kultur" von Utz Jeggle, der mit seiner These über die Funktion von Ekel als Erziehungsmittel[11] – ausgehend von seinen eigenen biografischen Erfahrungen am Essenstisch und den Untersuchungen von Stephen Mennell zum Essverhalten im viktorianischen England – das Feld der Nahrungsforschung öffnete und mir damit den zentralen Zugang für meine eigene Forschung nahelegte. Meine Alltagsbeobachtung, dass das Thema Ernährung im medialen und öffentlichen Diskurs eine Konjunktur erfährt sowie die Impressionen und Emotionen beim Sehen der ausgewählten Filme, die ich mir bereits im Vorfeld der Forschung angeschaut hatte, begründeten zum einen die Relevanz des Themas und ließen in mir zum anderen die Frage nach einer bewussten Ekelerzeugung in Filmen aufkommen. Mich auf Jeggle berufend nehme ich daher an, dass Ekel bewusst inszeniert wird, um den erwachsenen Menschen zu erziehen – die Maus in der Dose wird dabei zum Huhn in der Schlachtungsanlage.

Anhand der österreichischen Produktion *We Feed the World* (2005) und dem amerikanischen Film *Super Size Me* (2004) als Hauptquellen sowie *Food, Inc. Was essen wir wirklich?* (USA 2009) soll die These von Ekel als Erziehungsmittel in Dokumentationen entwickelt und überprüft werden. Die ausgewählten Filme bilden den Beginn einer ganzen Reihe ähnlicher Filme, die sich gemäß der oben angeführten neuen Herangehensweise und Zielsetzung von Dokumentarfilmen mit dem Thema Essen auseinandersetzen. Dieses Kriterium war ebenso wie das große Medienecho sowie die Tatsache, dass sich alle drei Filme über unterschiedliche Zugänge dem Gegenstand nähern und verschiedene Themen in den Mittelpunkt stellen, für die Auswahl ausschlaggebend.

Zentrale Fragen bei der Auseinandersetzung mit diesen Filmen und der Überprüfung der angeführten These sind: Mit welchen Bildern wird Ekel ausgelöst und gibt es dabei bestimmte wiederkehrende Muster? Welche Botschaften stehen hinter den Filmen? Und nicht zuletzt: Welche Reaktionen haben die Filme hervorgerufen? Meine Empfindungen beim Vorabsehen der Filme, wie Ekel oder Entsetzen, dienten als erste Indikatoren und Barometer für eine spätere analytische Auseinandersetzung. In einem zweiten Schritt wurden Texte von Ekeltheoretikern rezipiert und die Filme mithilfe der angebotenen Ekelkategorien analysiert. Theoretisch orientiere ich mich dabei sowohl an dem fachlich einschlägigen und bereits erwähnten Beitrag Jeggles als auch an den Ansätzen des Philosophen Aurel Kolnai, der Psychologen Paul Rozin, Jonathan Haidt und Clark McCauley, des

11 Vgl. Jeggle, Runterschlucken (2015), 27-30.

Soziologen Stephen Mennell und des Komparatisten Winfried Menninghaus.[12] Als Quellen für eine ergänzende medienanalytische Untersuchung, die vor allem zur Klärung der Fragen nach Botschaften und Reaktionen nützlich ist, dienen fünf große deutschsprachige Zeitschriften und Zeitungen: *Stern*, *Der Spiegel*, *Die Frankfurter Allgemeine*, *Süddeutsche Zeitung* und, als österreichischer Vertreter, *Der Standard.*

Ekel in der Theorie

Als Vordenker aktueller Ekeltheorien gilt der Naturforscher und Begründer der Evolutionstheorie Charles Darwin (1809-1882), der Ekel als Gefühl des Rotierens oder Sich-drehens („something revolving") bezeichnete, das primär mit dem Geschmackssinn zusammenhänge und tatsächlich empfunden oder auch nur lebhaft vorgestellt werden könne. Zudem könne es aber auch jedes ähnliche Gefühl sein, welches durch Schmecken, Anfassen oder auch nur Sehen ausgelöst werde.[13] Geschmacksempfindungen und das Gefühl, etwas als abstoßend zu empfinden, stehen in Definitionen von Ekel besonders häufig im Zentrum. Verursacht werden kann Ekel dabei von unterschiedlichen Auslösern. Der Psychologe Paul Rozin hat dafür zusammen mit Jonathan Haidt und Clark McCauley eine vierteilige Kategorisierung des Ekelgefühls vorgeschlagen. Er unterscheidet *core disgust*, *animal reminder disgust*, *interpersonal contamination disgust* und *moral disgust*. Diese vier Ausprägungen des Ekelgefühls werden nach Rozin von unterschiedlichen Faktoren ausgelöst und sind auch funktional zu differenzieren.[14] Für die hier zu analysierenden Dokumentarfilme sind mit Ausnahme des *interpersonal contamination disgust* alle Kategorien relevant. *Core disgust* dient dem Schutz des Körpers und des Selbst und wird durch bestimmte Gegenstände und Substanzen wie etwa Kot, aber auch Tierprodukte als potenzielles Essen ausgelöst.[15] In den analysierten

12 Kolnai, Aurel: Der Ekel (2. Aufl., Orig. 1929). In: Geiger, Moritz (Hg.): Beiträge zur Phänomenologie des ästhetischen Genusses. Tübingen 1974, 119-175. Mennell, Stephen: Die Kultivierung des Appetits. Die Geschichte des Essens vom Mittelalter bis heute. Frankfurt a.M. 1988. Menninghaus, Winfried: Ekel. Vom negativen Definitionsmodell des Ästhetischen zum „Ding an sich". In: Stockhammer, Robert (Hg.): Grenzwerte des Ästhetischen. o.O. 2001, 44-57. Rozin, Paul u.a.: Disgust. In: Lewis, Michael u. Haviland, Jeannette (Hg.): Handbook of Emotions. New York 1993, 575-594.

13 Darwin, Charles, zit. n. Miener, Sandra: Die Basisemotion Ekel: Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen Gefühl und Ausdruck. Bielefeld o.J., 24. Online unter: http://pub.uni-bielefeld.de/luur/download?func=downloadFile&recordOId=2302317&fileOId=2302320 (Stand: 10.2.2015).

14 Vgl. Rozin u.a. (wie Anm. 12), 582.

15 Ebd.

Filmen stellt diese Form des Ekels ein wichtiges Element dar und wird etwa bei *We Feed the World* durch vom Fließband hängende Hühnerinnereien hervorgerufen.[16]

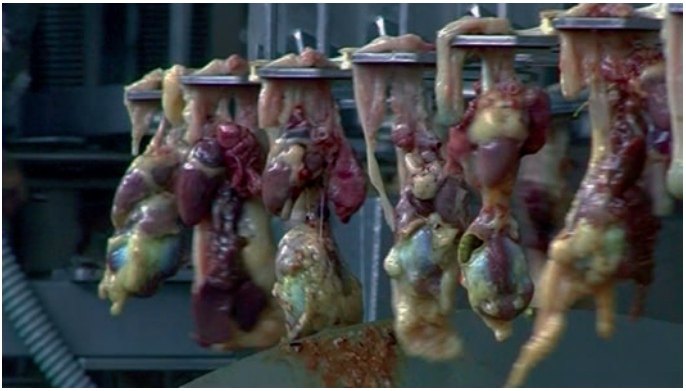


Abb. 1: Wagenhofer, Erwin: *We Feed the World.* Österreich 2005 (DVD: Hoanzl, 2007), 82:41.

Ebenso spielt die zweite Kategorie eine Rolle, der *animal reminder disgust,*[17] der ebenfalls dem Selbstschutz dient und etwa durch Kadaver, Verletzungsbilder oder Szenarien mangelnder Hygiene ausgelöst wird, wie zum Beispiel bei *Food, Inc.* die toten Hühner im Hühnerstall, die zwischen lebenden liegen und anschließend von der Betreiberin (mit Mundschutz) entfernt werden.[18]

Als wohl wichtigste der vier Kategorien dient in den Filmen allerdings der von Rozin als *moral disgust* bezeichnete Ekel, der auf einer abstrakteren Ebene angesiedelt ist: „Disgust becomes elaborated, it becomes a more general feeling of revulsion, even to sociomoral violations, and it begins to shade into anger."[19] Auch diese Vorstellung der Existenz eines *moralischen Ekels* lässt sich bis ins 19. Jahrhundert zurückverfolgen und wird etwa von Friedrich Nietzsche (1844-1900) vertreten: Hier bedeutet Ekel „Nein-Sagen" zum Leben – zu einem Leben „in seiner Ungerechtigkeit, seinem Leiden, seiner Lust und seinem amoralischen ‚Willen zur Macht'".[20]

16 Wagenhofer (wie Anm. 8), 82:41 bis 82:49.
17 Rozin u.a. (wie Anm. 12), 582.
18 Kenner, Robert: Food, Inc. Was essen wir wirklich? USA 2008 (DVD: Süddeutsche Zeitung Cinemathek, 2010),13:03 bis 13:21.
19 Rozin u.a. (wie Anm. 12), 588.
20 Nietzsche, Friedrich, zit. n. Menninghaus, (wie Anm. 12), 48.

Ein Hauch von Ekel – der *moralische Ekel*

Der Philosoph Aurel Kolnai hat Anfang des 20. Jahrhunderts den *moralischen Ekel* definiert und klar vom physischen abgegrenzt. Kolnai versteht darunter einen geistigen Ekel, den er in fünf Kategorien unterteilt: den „Überdrußekel“[21], den Ekel vor „übermäßig[er] oder am falschen Ort entfaltete[r] Vitalität“[22] sowie jenen vor der Lüge, „dem Charakterzug der Verlogenheit“[23], den „Ekel über jede Art von Falschheit, Untreue, Verrat usw.“[24] und den Ekel vor der „moralischen ‚Weichheit‘: wir meinen Haltlosigkeit, Schwabbeligkeit, – Charakterlosigkeit […] im Sinne der Formlosigkeit, der inneren, wesenhaften, unerzwungenen Rückgratlosigkeit“.[25] Drei dieser „Abarten“[26] sind für die vorliegende Fragestellung von Bedeutung. Zum einen das, was Kolnai als Überdrussekel bezeichnet, zum anderen der Ekel vor der Lüge und schließlich der Ekel vor Falschheit, Untreue, Verrat und ähnlichem.

Überdrussekel, so Kolnai, ist der Ekel vor Dingen, die eigentlich lustbesetzt sind, aber durch den übertriebenen Verzehr als ekelhaft wahrgenommen werden: „Ein Ekelgefühl hält einen davor zurück, in einem Genusse zu ‚ertrinken‘.“[27] Er nennt anschauliche Beispiele wie etwa den übermäßigen Konsum von Alkohol. Zwar meinte Kolnai damit eher die Praxis der Maßlosigkeit selbst und weniger deren mediale Repräsentation, doch für den vorliegenden Zusammenhang möchte ich genau dies annehmen: dass bereits das Anschauen von Bildern und Szenen des übertriebenen Konsums zu genau jenem Ekelgefühl des Überdrusses führen kann. Sehr gut kann dies am Film *Super Size Me* aufgezeigt werden: Er dokumentiert das Experiment des Regisseurs und Hauptdarstellers Morgan Spurlock, der 30 Tage lang nur bei McDonald’s essen darf und sich im Abstand von wenigen Minuten immer wieder mit McDonald’s-Essen regelrecht vollstopft. Die Zuschauer_innen werden in die Rolle der mehr oder weniger freiwilligen Augenzeug_innen dieses ausufernden Konsums gezwängt. Auch in den anderen Filmen spielt Überdruss eine entscheidende Rolle. *We Feed the World*, ein Film über Globalisierung und Massenproduktion und deren Folgen, zeigt zu Beginn des Films einen LKW voller Brot, das im Müll landet. Täglich wird in Wien so viel Brot weggeworfen, wie für die Versorgung von Graz notwendig wäre.[28] Der FAZ-Journalist Andreas

21 Vgl. Kolnai (wie Anm. 12), 149.
22 Vgl. Ebd., 151.
23 Vgl. Ebd., 154.
24 Vgl. Ebd., 155.
25 Vgl. Ebd., 156.
26 Ebd., 149.
27 Ebd., 149.
28 Wagenhofer (wie Anm. 8), 02:17 bis 04:45.

Platthaus bezeichnet diese Sequenz als jene Szene, „die man nie mehr vergessen wird."[29]



Abb. 2: Wagenhofer, Erwin: *We Feed the World.* Österreich 2005 (DVD: Hoanzl, 2007), 04:17.

Als weitere Kategorie nennt Kolnai den Ekel vor der Lüge. „Der Abscheu, der uns bei der Feststellung ‚Lüge!' durchzuckt, scheint einen Bestandteil von Ekel zu enthalten."[30] Diese Art steht in enger Verbindung mit der in seinem Text folgenden, dem Ekel vor Falschheit jeglicher Art. In den analysierten Filmen nehmen meist Firmenchefs, Manager_innen, andere Inhaber_innen von Führungspositionen in der Lebensmittelindustrie oder ganze Konzerne diese Rolle ein. Peter Brabeck zum Beispiel, bis 2007 Geschäftsführer von *Nestlé*, dem weltgrößten Nahrungsmittelkonzern, der sich in Wagenhofers Film für die Privatisierung von Wasser (*Nestlé* ist weltgrößter Trinkwasserabfüller[31]) und gegen „die eine Anschauung, extrem [betont] würd ich sagen"[32] von Nichtregierungsorganisationen ausspricht, die Wasser als öffentliches Recht bezeichnen.[33] Bereits heute, so versucht etwa der 2013 erschienene Film *Bottled Life. Nestlés Geschäfte mit dem Wasser*[34] aufzuzeigen, schlägt der Konzern Profit aus dem Wasserverkauf auf dem Rücken von Menschen, die selbst keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben – obwohl

29 Platthaus, Andreas: Dokumentarfilm. Spiel mir das Lied vom Brot. In: FAZ, 28.4.2006, Feuilleton. Online unter: http://www.faz.net/aktuell/feuilletion/kino/dokumentarfilm-spiel-mir-das-lied-vom-brot-1326282.html (Stand: 10.2.2015).

30 Kolnai (wie Anm. 12), 154.

31 Vgl. Wagenhofer (wie Anm. 8), 89:27.

32 Brabeck in: Wagenhofer (wie Anm. 8), 89:50 bis 89:52.

33 Vgl. ebd., 89:29 bis 90:42.

34 Schnell, Urs: Bottled Life. *Nestlés Geschäfte mit dem Wasser. Schweiz u. Deutschland 2013.*

die UNO Wasser 2010 zum Menschenrecht erklärt hat.[35] „Ich bin immer noch der Meinung, dass die größte soziale Verantwortung […] jeglichen Geschäftsführers darin besteht, dass er die Zukunft, die erfolgreiche, profitable Zukunft seines Unternehmens […] sicherstellt“[36], so Brabeck im Anschluss an sein Plädoyer für die Wasserprivatisierung. In seinen Aussagen spiegelt sich die Theorie von Kolnais Ekel vor Falschheit und Lüge wider: „Der Menschheit Bewusstsein erachtet es für ‚schmutzig‘ und daher ekelhaft, wenn die Wertmannigfaltigkeit des Lebens und namentlich die Gruppe hochgewürdigter Werte auf die Ebene des Geldwerts gebracht, gleichsam in Geldwert eingeschmolzen wird.“[37]

Ein weiteres Beispiel für diese Ekelkategorie findet sich in *We Feed the World* in der Person des Karl Otrok, dem Produktionsdirektor für Rumänien der amerikanischen (Hybrid)-Saatgutfirma *Pioneer*, der die schrumpeligen rumänischen Auberginen wegen ihres Geschmacks lobt, die Natur in Rumänien „faszinierend“[38] findet und gleichzeitig in einem nächsten Satz gesteht: „Als ich vor langer Zeit nach Rumänien gekommen bin, hatten wir den Westen bereits kaputt gemacht. Wir kommen nach Rumänien, bauen dieselbe Scheiße und zerstören die gesamte Landwirtschaft.“[39] Zugleich hofft er aber, dass „sich diese kleinen Bauern […] dieses Saatgut [das Hybridsaatgut von *Pioneer,* A.R.] gar nicht leisten können“.[40] Otrok wird damit geradezu zu einem Musterexemplar des von Kolnai beschriebenen Charakters, der Ekel erweckt. Es sind nicht jene, so Kolnai, die sich ganz dem Bösen verschrieben haben, sondern vielmehr jene, die „eine gewisse Distanz zum Bösen haben“[41], aber gleichzeitig mit dem Bösen „in einer immer wieder erneuerten, immer wieder aktuell werdenden Umarmung liegen“[42], sich immer wieder neu ihm hingeben, sich des Bösen daher also bewusst sind und einen innerlichen Kampf „pro forma“[43] austragen. Ekel zeige so „die Anwesenheit einer besonderen Qualität des Unsittlichen, nämlich des moralisch ‚Fäulnishaften‘, ‚Angefaulten‘, an“.[44] Für Kolnai steht der Ekel in einer engen Beziehung mit der Verachtung „im moralischen Ablehnungsgefühl“.[45]

35 Vgl. Kruse, Niels: Nestlés flüssiges Gold. Wenn Wasser teurer ist als Benzin. In: Stern, 15.11.2013. Online unter: www.stern.de/wirtschaft/news/nestels-fluessiges-gold-wenn-wasser-teurer-ist-als-bezin-2071308.html (Stand: 10.2.2015).
36 Brabeck in: Wagenhofer (wie Anm. 8), 90:47 bis 91:02.
37 Kolnai (wie Anm. 12), 155.
38 Otrok in: Wagenhofer (wie Anm. 8), 42:43.
39 Ebd., 52:13 bis 52:30 (Deutscher Untertitel).
40 Ebd., 51:31 bis 51:44 (Deutscher Untertitel).
41 Kolnai (wie Anm. 12), 168.
42 Ebd., 168.
43 Ebd., 168.
44 Ebd., 165.
45 Ebd., 166.

„Eine Doku, die auf den Magen schlägt“[46] – Ekelbilder

Es ist die 24. Minute im Film *Super Size Me* und der erste Tag des Experiments, das noch weitere 29 Tage laufen soll, als sich Morgan Spurlock nach einem McDonald's-Menü in Größe *Supersize* durch das offene Autofenster übergibt. Kotzgeräusche – übrigens das schrecklichste Geräusch der Welt[47] – und das Bild des Erbrochenen am Boden werden an diesem ersten Ekelhöhepunkt des Films explizit gezeigt und zu Gehör gebracht.[48] Der Film zeigt den Selbstversuch Spurlocks, sich 30 Tage lang nur von Produkten von McDonald's zu ernähren (selbst das Wasser darf nur von McDonald's bezogen werden). Drei Mahlzeiten pro Tag stehen auf dem Programm, wobei der Protagonist jede Speise aus der Karte mindestens einmal während des Experiments bestellen muss. Zusätzlich darf er nicht mehr als 5000 Schritte am Tag gehen. Eine weitere Regel gilt es einzuhalten: Wenn Spurlock gefragt wird, ob er das Bestellte in *Supersize* haben möchte, muss er zustimmen. Zusammengeschnitten auf 100 Minuten will Spurlock in seinem Film zeigen, was passiert, wenn er sich einen Monat lang ausschließlich von Fast Food ernährt. Die psychischen und physischen Folgen am Ende des Selbstversuches sind beunruhigend: Unter anderem hat er elf Kilo in drei Wochen zugenommen, er leidet an Erektionsstörungen und Niedergeschlagenheit – es ging sogar so weit, dass ihn sein Arzt dazu anhielt, das Experiment abzubrechen.[49]

Auf die Frage des deutschen Journalisten Frank Schliedermann bei einem Interview für die deutsche Wochenzeitschrift *Stern*, ob es seine Absicht war, Ekel zu erregen, antwortet Spurlock: „Ich wollte vor allem einen unterhaltsamen Film machen. Aber wenn Leute aus dem Film kommen und über ihre Essgewohnheiten nachdenken, dann ist das eine gute Sache.“[50] Nicht vergessen werden darf dabei aber, dass Spurlock als Erfinder der Ekel-TV-Show *I bet you will*, die auf MTV gesendet wurde, ein Fachmann im Ekel-Geschäft ist.[51]

---

46 Voß, Oliver: „We Feed the World“. Das schmeckt nach Gier. In: Spiegel Online, 28.4.2008. Online unter: http://www.spiegel.de/kultur/kino/we-feed-the-world-das-schmeckt-nach-gier-a-413281.html (Stand: 25.2.2015).

47 Rodust, Grischa: Erbrechen ist die Nummer eins der Ekelgeräusche. In: Die Welt, 26.1.2007. Online unter: http://www.welt.de/vermischtes/article711566/Erbrechen-ist-die-Nummer-eins-der-Ekelgeraeusche.html (Stand: 10.2.2015).

48 Spurlock, Morgan: Super Size Me. USA 2004 (DVD: Kathbur Pictures Inc., 2004), 23:37 bis 24:00.

49 Ebd., 80:05 bis 80:21.

50 Schliedermann, Frank: Morgan Spurlock. „Ich krieg das Zeug nicht mehr runter”. In: Stern, 14.7.2004. Online unter: http://www.stern.de/kultur/film/morgan-spurlock-ich-krieg-das-zeug-nicht-mehr-runter-526785.html (Stand: 10.2.2015).

51 Link, Oliver u. Ross, Hannes: „Super Size Me”. Generalangriff auf die Fast-Food-Industrie. In: Stern, 15.7.2004. Online unter: http://www.stern.de/kultur/film/super-size-me-generalangriff-auf-die-fast-food-industrie-526964.html (Stand: 10.2.2015).

Ein beliebtes Muster in Spurlocks Film ist das Zeigen übergewichtiger Menschen: „In Amerika ist alles größer. Hier gibt es die größten Autos, die größten Häuser, die größten Konzerne, die größten Essensportionen und natürlich die dicksten Menschen.“[52]: Dicke, nackte Bäuche[53] und übergewichtige Menschen, die provokativ hinter Spurlock durch das Bild laufen, während er sein Essen von *Maccies* isst[54], sind Elemente der durchgängig eingesetzten Bildsprache.



Abb. 3: Spurlock, Morgan: *Super Size Me.* USA 2004 (DVD: Kathbur Pictures Inc., 2004), 85:43.

Damit spielt Spurlock bewusst mit den Grenzen der political correctness und balanciert am Rande des kalkulierten Tabubruchs. Bereits die adäquate Wortwahl ist heikel und auch aus Alltagserfahrungen lässt sich bestätigen, dass es schwierig ist, über das Thema *Fettleibigkeit* zu sprechen, ohne diskriminierend zu wirken. Aber genau mit diesem Grenzgang spielt der Film.[55] Die stark übergewichtigen Menschen sollen als ekelig wahrgenommen werden. Warum sehr dicke Menschen zuweilen Abneigung hervorrufen können, lässt sich schwer beantworten, soll jedoch kurz thematisiert werden und eine Annäherung soll mithilfe unterschiedlicher Interpretationsangebote stattfinden. Der Ekel vor Unförmigkeit, der etwa gegenüber Schleim und Ähnlichem empfunden wird, könnte hier eine Rolle spielen. Argumentierend mit Rozin und seinen Ekelkategorien lässt sich dieser Umstand aber auch durch den sogenannten *animal reminder disgust* erklären, der mitunter

52 Spurlock (wie Anm. 48), 01:24 bis 01:35.
53 Ebd., 01:39.
54 Ebd., 85:30 bis 85:58.
55 Ähnlich wie Spurlock spielt auch der österreichische Filmregisseur, Drehbuchautor und Produzent Ulrich Seidl in seinen Spielfilmen häufig mit der Grenze zwischen Ekel und Lust und verletzt bzw. überschreitet diese bewusst. Vgl. dazu Seidl, Ulrich: Paradies: Liebe. Österreich 2012; Ders.: Paradies: Hoffnung. Österreich 2013.

durch fehlende Hygiene oder Tod ausgelöst werden kann. Beides wird zuweilen mit Fettleibigkeit verbunden, wobei die Assoziation mit dem Tod keine direkte ist, sondern vielmehr durch den Gesundheitsdiskurs entsteht, in dem die Folge fehlender Gesundheit der Tod ist und Korpulenz als ungesund gilt. Als weitere Analysekategorie kann der *moral disgust* herangezogen werden: Ekel aufgrund von Verstößen gegen Normen und Moral. Der Vorwurf eines solchen „Fehlverhaltens" übergewichtigen Menschen gegenüber wird durch das normative, westliche Schlankheitsideal begünstigt.

Nicht zuletzt erscheint eine Verknüpfung mit der seit dem Mittelalter in der christlichen Weltanschauung als eine der sieben Todsünden geltenden Völlerei nahe liegend, gilt doch bereits der Begriff „sündigen" als Synonym für den Verzehr ungesunder Dickmacher. Die Historikerin Ulrike Thoms, die sich in ihrem Aufsatz „Körperstereotype. Veränderungen in der Bewertung von Schlankheit und Fettleibigkeit in den letzten 200 Jahren"[56] mit der Konstruktion von Körper und Körperlichkeit und den Einfluss von (Natur-)Wissenschaften darauf auseinandersetzt, entfernt sich jedoch von dieser Annahme und sieht in der Abneigung von Dicklichkeit heute vielmehr eine „rein weltlich-rationale Wertorientierung auf Gesundheit und Vitalität"[57], die die Völlerei als christliche Wertehaltung im Zuge der Säkularisierung ablöste. Auch der Soziologe Gerhard Schulze vertritt eine ähnliche Ansicht: „Nun sündigt man nicht mehr gegen Gott, sondern gegen sich selbst, gegen die Gesundheit, die Lebenserwartung und das Aussehen."[58] Sichtbar wird in dieser Aussage auch folgende, allgemein verbreitete Annahme: Wer dick ist, ist selber schuld! Bei Thoms wird deutlich, wie sehr sich ein scheinbarer Zusammenhang zwischen Körpergewicht und Charaktereigenschaft im Alltagswissen festgesetzt hat. Übergewichtige Personen werden häufig stigmatisiert, die Ursache für ihr Übergewicht seien „charakterliche und mentale Defizite"[59], außerdem seien sie dumm und stumpfsinnig. Letztere Annahme war bereits im 18. Jahrhundert weit verbreitet und wurde mit dem Aufkommen der Ernährungswissenschaften und deren Rationalisierung von Essen durch die Festlegung von Kalorien verfestigt.[60] Diese Annahme unterstützt wiederum die bereits ausgeführte Verknüpfung von Fettleibigkeit und *moral disgust*: Fettleibigkeit als persönliches Vergehen und Verstoß gegen die Normen.

56 Thoms, Ulrike: Körperstereotype. Veränderungen in der Bewertung von Schlankheit und Fettleibigkeit in den letzten 200 Jahren. In: Wischermann, Clemens u. Haas, Stefan (Hg.): Körper mit Geschichte. Der menschliche Körper als Ort der Selbst- und Weltdeutung. Stuttgart 2000, 281-307.

57 Ebd., 294.

58 Schulze, Gerhard: Die Sünde. Das schöne Leben und seine Feinde. Frankfurt a.M. 2008, 28.

59 Thoms (wie Anm. 56), 289.

60 Vgl. Ebd., 286-289.

Viel dezenter als Spurlock geht Erwin Wagenhofer, der Regisseur von *We Feed the World*, mit dem Ekel um. Es gehe ihm in seinem Film primär darum, die Probleme der Globalisierung aufzuzeigen, so Wagenhofer in einem Interview.[61] Er bedient sich dazu, wie auch andere Regisseure von Filmen dieses Genres, bestimmter bewährter Muster, indem er etwa Experten, hier in Form des UN-Sonderberichterstatters für das Menschenrecht auf Nahrung Jean Ziegler, Schriftzüge mit einschlägigen Informationen, Kontrasten zwischen Reichtum und Armut und insgesamt die Industrialisierung der Nahrungsmittelproduktion zeigt. Doch auch der Ekel spielt– wenn auch meist subtiler als bei Spurlock – als Gestaltungsmittel bei Wagenhofer eine wichtige Rolle. Als Erstes begegnen wir ihm im Hafen von Lorient. Philippe Cleuzion, ein Fischhändler, vergleicht vor Wagenhofers Kamera mit zynischem Witz die Fische, die von einzelnen Fischern mit ihren kleinen Schiffen gefangen wurden mit denen der industriellen Hochseefischerei, die „natürlich absolut hässlich"[62] seien. Dadurch, dass die Fische in großer Tiefe gefangen würden und der Druck im Netz beim Heraufziehen sehr hoch sei, platzen die Augen auf.[63] Cleuzion lässt keinen Zweifel daran, welche Fische die guten und welche die schlechten seien. Auch ohne seinen Wortwitz („Dieser Fisch wird filetiert, das gibt dann […] schön weiße Filets […] ohne Geschmack"[64]) würden die Zuschauer_innen die industriell gefangenen Fische, lasch und ohne Augen, als eklig empfinden, doch verstärkt Cleuzions bissiger Kommentar das Ekelgefühl noch



Abb. 4.: Wagenhofer, Werner: *We Feed the World.* Österreich 2005 (DVD: Hoanzl, 2007), 21:12.

61 Wagner, Peter: „Alles ist: Für uns!" Erwin Wagenhofers Film „We Feed the World". In: Süddeutsche Zeitung, 26.4.2006. Online unter: http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/299566/Alles-ist-Fuer-uns-Erwin-Wagenhofers-Film-We-Feed-The-World (Stand: 18.2.2015).

62 Wagenhofer (wie Anm. 8), 21:49 bis 21:51.

63 Ebd., 20:55 bis 21:21.

64 Ebd., 21:22 bis 21:34.

zusätzlich. Sehr plastisch ist in diesem Zusammenhang auch die Bemerkung des Fischhändlers, diese Fische seien „nicht zum Essen, es ist nur zum Verkaufen".[65]

Ein zweites Mal taucht der Ekel in diesem Film in einem Beitrag zu Brasilien auf. Es wird eine Wasserlache gezeigt, aus der Wasser in Kanister abgefüllt wird. Ein alter Mann kommentiert: „Dieses Wasser hier ist nicht gut, aber wir trinken es. Die Kinder bekommen manchmal Fieber davon."[66] Der Gipfel des Ekels wird aber schließlich in der Schlachtungsanlage für Hühner erreicht. Über fünf Minuten lang wird der Weg des Huhns von der Schlachtbank bis zum abgepackten Fleisch gezeigt: Über das Fließband gelangen die Tiere zur Schlachtungsanlage, bei der sie einzeln auf dafür vorgesehene Halterungen aufgehängt werden. Mit dem Kopf nach unten werden sie über einen Betäubungskasten zu einem Messer geführt, welches ihnen die Kehle durchschneidet (dieser Teil wird vom Betreiber erzählt, aber nicht gezeigt). Anschließend fahren sie mit herabhängendem Kopf über eine Rinne, die das Blut auffängt, welches aus den aufgeschnittenen Kehlen der Tiere läuft, bevor sie gewaschen und gerupft werden. Beine und Köpfe werden abgetrennt, die Innereien entfernt und extra verpackt. Schließlich werden die Hühnchen als Ganzes oder in einzelnen Teilen abgepackt.[67]

Überhaupt spielen Hühnerschlachthöfe und Hühnerfarmen in allen gesehenen Filmen eine wichtige Rolle und bieten immer wieder Grund zum Ekeln. Der Film *Food, Inc. Was essen wir wirklich?* zeigt Farmen in Amerika, in denen, wie bereits kurz erwähnt, tote Hühner zwischen lebenden liegen, wie diese auf einen Haufen geworfen und dann in den Mist geschmissen und begraben werden:[68] „Eigentlich produzieren wir keine Hühner, sondern Nahrung"[69], so das Statement von Richard Lobb vom US-Verband der Geflügelzüchter.

Mehr als bei jedem anderen Tier wird beim Huhn die Dimension der Massentierhaltung und -tötung sichtbar. So standen etwa im Jahr 2012 in Deutschland mehr als 600 Millionen geschlachtete Hühner 53 Millionen Schweinen und 3 Millionen Rindern gegenüber.[70] Mit den Bildern aus der Schlachtanlage, die den Prozess vom lebenden Huhn bis zum abgepackten Hühnchen zeigen und sowohl, wie oben beschreiben, im Film *We Feed the World* vorkommen, als auch – stark

65 Ebd., 22:02 bis 22:05.
66 Ebd., 62:45 bis 62:56 (Deutscher Untertitel).
67 Ebd., 80:00 bis 85:36.
68 Kenner (wie Anm. 18), 12:57 bis 13:48.
69 Ebd., 08:55 bis 09:00.
70 Heinrich-Böll-Stiftung u.a. (Hg.): Fleischatlas. Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel. o.O. 2014, 21.

gekürzt – im Film *Food, Inc.*[71] und in gezeichneter Form bei *Super Size Me,*[72] wird der Zusammenhang zwischen lebendem Tier und dem Nahrungsmittel Fleisch klar ersichtlich – während dieser beim Schnitzel auf dem Teller durchaus verdrängt werden kann. Dadurch wird nicht nur der von Kolnai beschriebene Überdrussekel gefördert, vielmehr noch lösen die Bilder Irritationen aus: Die vollmechanisierte Schlachtung und Verarbeitung der Hühner (jene von Schweinen und Rindern bedarf viel häufiger manueller Bearbeitung[73]) widerspricht ebenso wie die in den Filmen dargestellte Massentierhaltung in hallenartigen Räumen jeglichen (romantischen) Vorstellungen von Tierhaltung, die uns nach wie vor in der Werbung vermittelt werden.

Egal welche Form von Ekel angesprochen wird, die Ekelbilder werden dort gezeigt, wo auf Missstände aufmerksam gemacht werden soll – seien es Hühner, die nicht artgerecht gehalten werden, Menschen in Brasilien, die aus dreckigen Wasserlachen trinken müssen, während gleichzeitig billig Soja für europäisches Tierfutter angebaut wird, oder übergewichtige Menschen als Symptome für ungesunde und maßlose Ernährung.

Ekel als Erziehungsmittel

Was aber, lautet in nächster Konsequenz die Frage, ist die Funktion von Ekelbildern in derartigen Dokumentationen? Nach Utz Jeggle erfüllt Ekel immer gewisse Funktionen, unter anderem dient er als Erziehungsinstrument. Seine These übernimmt er von dem britischen Soziologen Stephen Mennell, der in seinem Werk „Die Kultivierung des Appetits“[74] die viktorianische und spätviktorianische Essenserziehung von Kindern beleuchtet. Demnach wurde den Kindern bis ins Teenageralter eine besondere Kost vorgesetzt – sowohl zu Hause als auch im Internat –, die sich durch Monotonie und Langeweile auszeichnete. Dadurch wollte „man sie dazu zwingen […], etwas zu essen, was gut für sie war, ob sie nun wollten oder nicht“.[75] Dieser Zwang galt als „geeignetes Mittel, um den Trotz des Kindes zu brechen“.[76]

71 Kenner (wie Anm. 18), 08:51 bis 09:20.
72 Spurlock (wie Anm. 48), 39:34 bis 39:54.
73 Ebd., 20.
74 Mennell (wie Anm. 12).
75 Ebd., 377.
76 Ebd., 377.

Utz Jeggle bringt Mennells These, die dieser als „Besonderheit der englischen Küche“[77] sieht, von der Insel auf das europäische Festland und von der viktorianischen Zeit ins 20. Jahrhundert: „In der Erinnerung kommt mir der Rosenkohl hoch, die langen Zwangssitzungen vor erkaltetem Sauerkraut, die trotz allem gutwilligen Würgen des einsam gewordenen Essers in Unterstellungen der Renitenz und in Tränen endeten.“[78] Für Jeggle findet sich im Esszwang die elterliche Gewalt, die Unterwerfung und der gebrochene Widerstand („der gebrochene Willen […] zerrinnt in der Übelkeit von Erbrochenem“[79]).

Auch abseits der elterlichen Erziehung finden wir Beispiele, in denen Ekel als Belehrungsmittel eingesetzt wird. Eines davon ist der Streit um „Ekel-Fotos auf Zigarettenschachteln“[80], bei dem die US-Regierung ein Gesetz zur Abbildung von abschreckenden Bildern auf Zigarettenschachteln erlassen wollte – und scheiterte. Dem Gericht nach würden solche Bilder gegen die freie Meinungsäußerung und gegen das Recht der Konsument_innen „auf Schutz vor ‚aufgezwungenen Werbebotschaften‘“[81] verstoßen, und so bekamen die klagenden Tabakfirmen Recht. Auch hier spielt der Ekelmoment eine wichtige Rolle: Ekelbilder von schwarzen Raucherlungen sollten die Menschen vom Rauchen abhalten.

Der Ekel bildet in dieser Logik einen nützlichen Partner in der Erziehungsarbeit: Es handelt sich dabei um eine starke Empfindung des Menschen, die ihn spontan erfasst.[82] Demnach kann Ekel nicht einfach unterdrückt werden, sondern er durchdringt den Menschen, ohne dass dieser sich wehren kann. Durch die Intensität des Gefühls können Dinge oder Bilder, bei denen Ekel empfunden wurde, nicht so schnell vergessen werden. Der Ekel löst laut Menninghaus durch seine Stärke ein Gefühl der Lebendigkeit aus.[83] Damit eignet er sich ideal für Filme: Die Bilder des Ekels werden mit einem intensiven Gefühl verbunden und bleiben damit länger in Erinnerung. Ekel ist dabei jedoch immer kulturell bedingt.[84] In diesem Zusammenhang soll nochmals auf das vielleicht heikelste Beispiel in diesem Beitrag verwiesen werden, den Ekel vor stark übergewichtigen Menschen. Gerade dieses Exempel muss kulturell kontextualisiert gedacht werden: Was in der westlichen Gesellschaft als übergewichtig und vielleicht ekelig gilt, kann in

77 Ebd., 380.
78 Jeggle (wie Anm. 11), 27.
79 Ebd., 28.
80 Sueddeutsche.de: Sieg für die US-Tabakindustrie. Richter stoppt Ekel-Fotos auf Zigarettenschachteln. In: Süddeutsche Zeitung, 9.11.2011. Online unter: http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/sieg-fuer-die-us-tabakindustrie-richter-stoppt-ekel-fotos-auf-zigarettenschachteln-1.1184548 (Stand: 10.2.2015).
81 Ebd.
82 Vgl. Menninghaus (wie Anm. 12), 44.
83 Vgl. Ebd., 45.
84 Vgl. Mennell (wie Anm. 12), 370.

anderen gesellschaftlichen Vorstellungen oder zu anderen Zeiten als Schönheitsideal fungieren.[85]

Botschaften

Im Film Spurlocks aber verfolgt das in-Szene-setzen von Übergewichtigen ganz klar ein Ziel: das Hervorrufen von Abneigung. Ekel ist in den hier analysierten Filmen als ein wichtiges Gestaltungsmittel zu sehen, welches die Zuschauer_innen unmittelbar emotional involviert und sie dazu zwingt, sich auch moralisch zu positionieren. Durch den Ekel – sei es physischer oder moralischer, oder – in den Worten Rozins, *core disgust*, *animal reminder disgust* oder *moral disgust* – wird in den Filmen klar hervorgehoben, was gut und was böse ist und bietet so zwei klar voneinander trennbare Kategorien, in die es sich einzuordnen gilt. Ekel bildet dabei das ideale Hilfsmittel, da es die Menschen am Grundlegendsten packt – dem Schutz des Körpers und des Selbst. Damit wird eine moralische Verpflichtung an den Menschen herangetragen, die ansonsten schwer zu transportieren ist. Die Botschaften der Filme sind dabei vielfältig: In einem Interview für die *Süddeutsche Zeitung* spricht Wagenhofer auch über seine Beweggründe für den Film: „Ich bin ein politischer Mensch und […] wollte die Probleme der Globalisierung zeigen – die sind am schönsten an der Lebensmittelindustrie darstellbar. Essen betrifft jeden."[86] Dabei zeigt er seinen eigenen Angaben nach die „Hauptprobleme" auf, nämlich „[d]as Wirtschaftssystem, die Liberalisierung und dann die Privatisierung von Ressourcen".[87] Künstlerischer Anspruch sei hingegen kein Motiv: „Verdammt noch mal, was soll denn da künstlerisch sein, wenn die Welt in dieser Schieflage hängt. Die Herausforderung ist: Welche Geschichte erzähle ich mit welchen Mitteln, damit sie bei den Zuschauern ankommt. Wenn ich ins Kino gehe, will ich einen guten Gedanken mitnehmen. Das ist mein Anspruch."[88] Was schlussendlich aber den Zuschauer_innen gezeigt werden soll, ist: „Wir können es auch wieder ändern."[89] Regional und biologisch einzukaufen erscheint als Lösung:

> „Das heißt aber nicht: Nicht genießen. Ich halte es mit Loriot: Ein Leben ohne Genuß ist möglich aber sinnlos. Und Genuß ist keine Frage des ‚sich leisten können'. Die Idee

85 Vgl. dazu Merta, Sabine: Schlank! Ein Körperkult der Moderne. Stuttgart 2008.
86 Wagner (wie Anm.61).
87 Ebd.
88 Buchner, Katrin: Filmemacher Wagenhofer. „Menschen brauchen Katastrophen". In: Stern, 31.8.2008. Online unter: http://www.stern.de/kultur/film/filmemacher-wagenhofer-menschen-brauchen-katastrophen-643945.html (Stand: 10.2.2015).
89 Wagner (wie Anm. 61).

> bei Bioprodukten zum Beispiel ist ja auch die, dass sie, wenn sie wirklich Bio essen, das Leben komplett umstellen. Das ist, wie wenn sie mit dem Rauchen aufhören. Das Geldargument – Bio ist so teuer – stimmt überhaupt nicht. Wenn Sie wirklich ihre Ernährung umstellen, dann leben sie [sic] viel billiger, weil sie [sic] früher satt sind, weil die Lebensmittel gehaltvoller sind. Wenn Sie aber zu McDonalds gehen, was geben Sie da aus – 10 Euro? Und sind immer noch nicht satt."[90]

McDonald's stand in Spurlocks Film im Mittelpunkt. Während Wagenhofer vor allem auf ökonomische und politische Zusammenhänge aufmerksam macht, dreht sich der Film *Super Size Me* insbesondere um gesundheitliche Aspekte.

> „Es geht um eine sehr ernste Sache, die uns alle betrifft. Übergewicht ist eines der größten gesundheitlichen Probleme in unserem Land. Wir machen darauf aufmerksam, aber in einer nicht immer ernsten Art und Weise. Die Leute lachen ja nicht über sich selbst. Ich bin die Lachnummer. Später, wenn sie darüber nachdenken, erkennen sie vielleicht, dass ich nur ihren eigenen Lebensstil repräsentiere."[91]

Als Grundbedürfnis des Menschen ist Essen immer aktuell und betrifft alle – und gerade deshalb scheint das Aufzeigen von Missständen in diesem Bereich als ebenso notwendig wie publikumswirksam: Jeden Tag sterben 100.000 Menschen an Hunger und seinen direkten Folgen, während allein in Wien täglich so viel Brot weggeworfen wird, wie in Graz verbraucht wird[92] und in den USA mehr als 60 Prozent der Erwachsenen unter Fettleibigkeit leiden.[93] In automatisierten Schlachthöfen wurden allein in Deutschland im Jahr 2012 umgerechnet über 1.720.000 Hühner am Tag geschlachtet. Schweine und Rinder werden teilweise unter mangelhafter oder fehlender Betäubung getötet.[94] In Massentierhaltungen leben hunderttausende Tiere auf kleinstem Raum eingepfercht, ohne Auslauf, teilweise ohne Sonnenlicht und vom Mästen zu dick, um mehr als zwei Schritte machen zu können.[95] Quantität geht vor Qualität, Gewinn vor Geschmack. In dieser Welt der Überproduktion und Fettleibigkeit, der Massentierhaltung und ungerechten Verteilung von Nahrungsmitteln prangern Filmemacher wie Wagenhofer und Spurlock diesen Zustand und vor allem unseren Lebensstil öffentlich an und versuchen durch das Medium Film möglichst viele Menschen zu erreichen.

90 Ebd.
91 Schliedermann (wie Anm. 50).
92 Wagenhofer (wie Anm. 8), 4:42.
93 Spurlock (wie Anm. 48), 01:46 bis 01:49.
94 Heinrich-Böll-Stiftung u.a. (wie Anm. 70), 20-21.
95 Kenner (wie Anm. 18), 10:46 bis 10:55, 12:49 bis 12:53.

Ein ähnliches Ziel wie Wagenhofer verfolgt auch der amerikanische Regisseur Robert Kenner mit seinem Film *Food, Inc. Was essen wir wirklich?*. Viel stärker wird hier aber der persönliche Schaden thematisiert, der durch die Verantwortungslosigkeit US-amerikanischer Großkonzerne entstehen kann: Der Tod des zweijährigen Jungen Kevin, der durch E.coli-Bakterien gestorben ist – Krankheitserreger, die im Pansen von Kühen entstehen können, welche mit billigem Maisfutter gefüttert werden –, zeigt auf, dass prinzipiell jede_r Opfer werden kann. Es geht also nicht nur darum, die Welt zu retten, sondern letztendlich auch uns selbst zu schützen – und gerade deshalb eignet sich Ekelerzeugung als didaktisches Verfahren zur Vermittlung dieser Botschaften gut, da er einen Schutzmechanismus hervorruft. Der Großteil der westlichen Gesellschaft ist heute nicht mehr Produzent beziehungsweise mit den Verfahren der Produktion aus der Anschauung oder Praxis vertraut, sondern ausschließlich Konsument und weiß daher immer weniger darüber, wie Lebensmittel erzeugt werden und was sie beinhalten. Fleischskandale Anfang des 21. Jahrhunderts, wie BSE oder E. Coli-Bakterien in den USA, verstärkten eine allgemein vorherrschende Unsicherheit. Die Autor_innen Baier, Hardes, Wellershoff und Wolf schrieben in dem bereits erwähnten *Spiegel*-Artikel 2004 über Spurlocks *Super Size Me*, er „reagiere […] auf das Gefühl der Ohnmacht, das viele Menschen derzeit gegenüber dem Staat oder großen Konzernen empfinden".[96]

„Aber Vorsicht, er könnte Ihre Ernährungsweise ändern"[97] – Wirkungen und Reaktionen

Vielleicht haben gerade deshalb diese Dokumentarfilme eine so große Publikumsresonanz gefunden: *We Feed the World* ist laut der österreichischen Tageszeitung *Der Kurier* mit 201.994 Besucher_innen der fünfterfolgreichste österreichische Kinofilm der letzten zehn Jahre.[98] Das „Doku-Genre [ist] insgesamt bei Kinozuschauern so populär wie noch nie"[99] so steht im *Spiegel*-Artikel „Die Droge Wirklichkeit" geschrieben. Auch medial fanden vor allem *We Feed the World* und *Super Size Me* großen Anklang. Inwiefern der Film *Super Size Me* tatsächlich ein Umdenken in der Gesellschaft mit sich brachte, danach fragte auch die deut-

96 Beier u.a. (wie Anm. 5), 136.

97 Geamerschlag, Bert: „We Feed the World". Gehen Sie erst ins Kino. In: Stern, 29.4.2006. Online unter: http://www.stern.de/genuss/we-feed-the-world-gehen-sie-erst-ins-kino-559927.html (Stand: 10.2.2015).

98 Kurier.at: Österreichs 20 erfolgreichste Filme der vergangenen zehn Jahre. In: Kurier, 18.12.2013. Online unter: http://kurier.at/kultur/film/oesterreichischer-film-die-tops-und-flops-an-den-kinokassen-2013/41.592.228#41587960,41586771 (Stand: 10.2.2015).

99 Beier u.a. (wie Anm.5), 134.

sche Journalistin Christiane Löll in der Wochenzeitschrift *Stern*. Die Sprecherin des *Deutschen Instituts für Ernährungsforschung*, Gunda Backes, meint dazu: „Ich denke, dass die meisten Menschen den Film nicht auf sich beziehen, weil er so unrealistisch ist: Nur wenige Menschen essen drei Mal am Tag solche Mengen bei McDonalds."[100] Auch von McDonald's wurde das Experiment von Spurlock als realitätsfremd bezeichnet.[101] Trotzdem reagierte die Fast-Food-Kette auf den Film: Bis zum Ende des Jahres 2004 wurde in den USA die Größe *Supersize* eingestellt und es wurde versucht, dem Imageschaden entgegenzuwirken, zum Beispiel mit gezielten Kampagnen gegen Fettleibigkeit und mit Werbungen, die ein schlankes und gesundes Bild von McDonald's vermitteln sollten.[102] Nur fünf Jahre später berichtete die *Süddeutsche Zeitung*, McDonald's würde mit neuen Produkten und „gezielter Imagepflege"[103] von der Wirtschaftskrise profitieren, während andere Restaurants und Gaststätten Teil dieser seien. Seit Spurlocks Film habe sich viel getan: „Keine andere Restaurantkette verkauft mehr Salat im Jahr als McDonald's. […] Sogar Bioprodukte wie Bionade finden sich inzwischen im Sortiment. Trotzdem weiß man auch bei McDonald's, dass die meisten Gäste nach wie vor wegen einer Sache kommen: um einen nicht gerade kalorienarmen Hamburger zu essen."[104]

Ob und inwiefern die Filme das Verhalten von Anbieter_innen und Konsument_innen tatsächlich verändert und damit die Welt möglicherweise „nachhaltig verbessert" haben, ist natürlich schwer zu sagen. Fest steht, dass im letzten Jahrzehnt ein Umdenken in nahrungskulturellen Zusammenhängen zu beobachten ist: Bio ist in und Bio-Produkte finden auch in herkömmlichen Supermarktketten immer mehr Platz, Vegetarismus und Veganismus nehmen zu. Die drei Filme, die alle zwischen 2004 und 2008 erschienen sind, standen in einer früheren Phase dieser Entwicklung und trieben sie vielleicht sogar – zumindest zu einem kleinen Teil – mit an.

100 Löll, Christiane: Ernährungsverhalten. Umdenken durch „Supersize Me"? In: Stern, 19.7.2004. Online unter: http://www.stern.de/wissen/gesund_leben/ernaehrungsverhalten-umdenken-durch-super-size-me-527108.html (Stand: 10.2.2015).

101 Ebd.

102 Kaufmann, Matthias: Imagewechsel. McDonald's macht gesund. In: Manager Magazin, 9.3.2004. Online unter: http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/0,2828,289782,00.html (Stand: 10.2.2015).

103 Liebrich, Silvia: McDonald's. Big Mac aus Knete. In: Süddeutsche Zeitung, 17.5.2010. Online unter: http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/mcdonalds-big-mac-aus-knete-1.156735 (Stand: 10.2.2015).

104 Ebd.

Resümee

Zwar kann nicht mit Sicherheit beantwortet werden, ob beziehungsweise welchen Beitrag die Filme tatsächlich zu diesem sich verändernden Ernährungsbewusstsein geleistet haben, allerdings hat die Analyse der Filme bezüglich der eingangs gestellten Fragen ein klares Bild ergeben: Alle drei Dokumentationen bedienen sich Bilder, die bei den Zuschauer_innen Ekel hervorrufen sollen. Das sind zum einen Szenen, die körperliche Reaktionen verursachen, zum Beispiel durch Erbrochenes in *Super Size Me*, durchgeschnittene Kehlen von Hühnern bei *We Feed the World* oder tote Hühner in den Massentierhaltungen bei *Food, Inc.* Laut Rozin, Haidt und McCauley wird dabei der *core disgust* ebenso wie der *animal reminder disgust* hervorgerufen. Besonders stark ausgeprägt war bei den beiden letztgenannten Filmen aber auch der Effekt des *moral disgust* (Rozin, Haidt, McCauley) oder *moralischen Ekels* (Kolnai). Jener verursacht zwar weniger körperliche Reaktionen, drängt Zuschauer_innen aber umso mehr dazu, sich inhaltlich und ethisch zu positionieren. Für die Regisseure solcher Dokumentationen ist es nicht mehr befriedigend, Missstände nur aufzuzeigen, sondern diese sollen, wenn möglich, auch bekämpft werden, den Zuschauer_innen soll eine Botschaft mitgegeben werden. Diese Botschaft kann sowohl gesundheitlicher als auch ökologischer, politischer oder ökonomischer Natur sein – und Ekel bildet hierbei ein Gestaltungsmittel, welches sich anbietet, da es den Menschen unmittelbar emotional stark anspricht und in Erinnerung bleibt.