

DER BESTE Tag UM ES ZU TUN.



Energiesparlampen-Set



taz-Jubiläums-Kapuzenjacke



Chroma Type 301



Haiku-Messer



Touché-Spiel von ©TOM

Ich abonniere die taz
 Ich vermittele eine(n) neue(n) Abonnent|Abonnenten
 Ich verschenke ein Abo

politischer Preis Standardpreis ermäßigter Preis
 (€43,90|Monat) (€35,90|Monat) (€22,90|Monat – ohne Prämie)

Als Prämie wähle ich (für ein Jahresabo ab Standardpreis)

taz-Jubiläums-Kapuzenjacke
 Frauen S M L, Männer M L XL

Touché-Spiel von ©TOM
 Chroma Type 301
 Haiku-Messer
 Karton mit 2 x 6 Energiesparlampen (8 Watt/14 Watt)

Weitere Prämien unter www.taz.de/abo

Zahlungsweise
 jährlich halbjährlich vierteljährlich

Lieferadresse

Vorname|Nachname
 Straße|Hausnr.
 PLZ|Ort
 Vorwahl|Telefonnr.
 E-Mail
 Datum|Unterschrift

Einzigsermächtigung | Rechnungsadresse

Kontoinhaber|ZahlerIn
 Straße|Hausnr.
 PLZ|Ort
 Geldinstitut
 BLZ|Kontonr.
 Datum|Unterschrift

164

Widerrufsgarantie: Die Bestellung eines Jahresabonnements der Tageszeitung kann innerhalb von vierzehn Tagen schriftlich bei der taz-Aboabteilung, PF 61 02 29, 10923 Berlin widerrufen werden. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung.

Ich interessiere mich für die taz-Genossenschaft.
 Bitte schicken Sie mir Infomaterial zu.

taz-Aboabteilung
 abomail@taz.de | T (030) 25 90 25 90
 www.taz.de/abo

BEREIT ZUR VERÄNDERUNG.
 die tageszeitung



Seitenweise lecker

- **Beef! Gruner + Jahr**, 9,80 Euro. Abopremie: Brenneisen mit den Buchstaben MENS. www.beef.de
- **Effilee**. Effilee GmbH, 6,80 Euro. Abopremie: Kai Wasabi Black Messer. www.effilee.de
- **The Art of Eating**, 12,50 US-Dollar. www.artofeating.com
- **meatpaper**, 7,95 US-Dollar. www.meatpaper.com
- **Gastronomica**, 13 US-Dollar. www.gastronomica.org
- Internationale Magazine über www.doyoureadme.de

Theorielastig oder praxisorientiert: *Gastronomica* aus den USA und *Effilee* aus Deutschland. Abbildungen: Archiv

ESSEN & LESEN Eine neue Generation Genussmagazine setzt auf Reflexion statt auf Rezepte. Beim Blick über den Tellerrand wird Essen zur kulturellen Praxis

Häppchenjournalismus

VON ANNE HAEMING

Pinguine planschen, Eisschollen treiben im Wasser. Die Idylle ist trügerisch, wie üblich im 21. Jahrhundert: Die Antarktis bröckelt, Grönland zergeht, ein Eisberg aus Sorbet schmilzt dahin. So sieht es aus, wenn *Esicrème* und Erderwärmung zusammengedacht werden. In der zweiten Ausgabe des Magazins *Beef!* verschmelzen eine Bildstrecke lang postideologische Genusstipps mit subversiven Umweltmahnungen: Nicht vergessen, die Polkappen sind so vergänglich wie ein Espresso-Parfait!

Natürlich ist der *Gruner+Jahr*-Titel *Beef!* wie schon die Debutnummer im Herbst ein Magazin für Männer mit erigiertem Ego, die präsentierten Rollenklischees lassen einen zuweilen würgen. Dennoch steht die Zeitschrift für eine neue Magazingeneration. Wenn auf einmal die Lebensmittel selbst, die Utensilien und ihre Machter vorgestellt werden, hat das im besten Sinne etwas Aufklärerisches. Der Leser wird zum informierten, wissbegierigen Esser. Und das ist neu.

Essen als kulturelle Praxis
 Dass derlei bislang kaum eine Rolle spielte, zeigt schon der Klassiker. *Essen & trinken* ist, trotz Relaunchs, so etwas wie der gut abgehangene Schwarzwälder Schinken unter den Zeitschriften: bewährt, aber ein wenig zäh. Magazine wie dieses gibt es zu-

hauf, in jedem finden sich: Rezepte, Rezepte, Rezepte. Für neue Spargelgerichte, tolle Picknickhäppchen, überraschende Erdbeertorten. Zielgruppe ist stets die deutsche Frau, die sich verantwortlich fühlt, ihrer Familie täglich abwechslungsreiche Mahlzeiten zu kredenzen und für Freunde oder Geschäftspartner des Gatten aufwendige Menüs zu zaubern.

Nicht vergessen, die Polkappen sind so vergänglich wie ein Espresso-Parfait!

Doch eine junge Generation Zeitschriften definiert neu: Ernährung wird zur Lebenshaltung, Essen zur kulturellen Praxis. „Magazin für Essen und Leben“, „The Journal of Food and Culture“, „Your Journal of Meat Culture“, lauten die Untertitel. In diese Riege gehört auch das deutsche *Effilee*, das Herausgeber Vijay Sapre vor anderthalb Jahren aus einem Online-Auftritt entwickelte. Foodtransparenz gehört zum Konzept. So wird schon mal auf zehn Seiten das Leben eines Schafs erzählt, von der Herde über den Schlachter bis auf den Teller, begleitet von einer Fotoreportage, die als Postkartenserie beiliegt. Unter der Überschrift „Drei Töpfe“ gibt es in jedem Heft eine Lektion in Globalisierung:

eine Zutat, zubereitet von Menschen aus drei Ländern. Lektion Nummer zwei liefert die Rubrik „Weltweit essen“. In der aktuellen Ausgabe erzählt Carmen aus Ecuador, was sie an einem normalen Wochentag isst, wo sie Lebensmittel kauft. Erhellend die Preistabelle: „1 Liter Milch: 0,50 Euro; 500 g Rindfleisch: 1,80 Euro; 1 Kohl: 1 Euro“.

Was bei den deutschen *Beef!* und *Effilee* zur aufgeklärten Machart gehört, bestimmt im angelsächsischen Zeitschriftenmarkt längst ganze Heft-Identitäten: Hier wird so vergnügt wie nachdenklich über Nahrung reflektiert, wie man es sich von einer Tafelrunde wünschen kann. Mit das älteste und, wenn's schmeckt, theorielastigste Beispiel ist sicher *Gastronomica*. *The Journal of Food and Culture*. Dass es vom Verlag der University of California herausgegeben wird, zeigt schon, wie weit es vom traditionellen Rezeptheft entfernt ist. Da zieht sich das Proust'sche Thema der Ess-Erinnerung durch Gedichte wie durch kulturwissenschaftliche Texte über Heimatküche; Salvador Dalís Hummer-Telefon wird zum Fokus eines Essays über Surrealismus und Wahnsinn; es gibt Geschichten über „Food Porn“ und kulinarischen Nationalismus; Buchbesprechungen runden das Spektrum ab.

Etwas verspielter und dichter dran am Essbaren ist *The Art of Eating*, ein vergleichsweise dünnes Heftchen. Auch hier sucht

man vergeblich aufgepumpte Hochglanzfotos arrangierter Gerichte. Mit Ernsthaftigkeit widmet sich das Heft Grundnaherzeugnissen: zwölf Seiten über Piemonteser Rinder; vierzehn über französisches Brot (genauer: das der legendären Pariser Bäckerin Poilane); eine dreiseitige Reportage über Entenjagd in Kalifornien; zwei Seiten zum Wesseln und Wuchs von Preiselbeeren. Das ist Liebe.

Fleisch oder kein Fleisch

Dass man den Machismo auch abstreifen kann, wenn man alles aufs Thema Fleisch eindampft, zeigt das kuriose Magazinprojekt *Meatpaper*. Aus allen Poren dringt Vergänglichkeit: Der Titel zeigt geschlachtete Hasen, die Felle und Pfoten von einem Zaun baumelnd, das Innere mit Schinkenaufrschnitt tapeziert, es folgt ein Berg abgenagter Knochen – Karnivoren, Fleischfresser, sind nicht zimperlich. Mit barockem Überschwang pfeffern die Macher ihren Lesern eine Doppelseite über Fleischsorg von der Füße, außerdem eine spektakuläre Fotostrecke mit Fleisch-Auren in Gelb-Grün-Rot. Man denkt an Bakterien, nicht an Bacon. Eine wahre Wundertütensuppe. Und das in jeder Ausgabe.

Ob Fleisch oder kein Fleisch: Immer mehr Magazinemacher begreifen, dass es beim Essen um mehr geht, als Rezepte nachzukochen. Wahrer Genuss beginnt in Zukunft mit dem Blick über den Tellerrand.



So sieht es aus, wenn gehobene Küche mit ökologischer Verantwortung verknüpft werden soll – Aussris aus *Beef!* Abbildung: Archiv