

Beherrscht der Hamburger die Welt? Vielleicht noch nicht die Welt, aber große Teile davon, allen voran die USA. Das ist das Fazit des Buches, in dem sich Eric Schosser kritisch mit dem Fast-Food-Trend auseinandersetzt, wobei auch einige interessante Aspekte der großen Getränkemarken behandelt werden. Es ist kein Zufall, dass die Fast-Food-Ketten nur mit Markenherstellern zusammen arbeiten. Das Buch ist in zwei Teile gegliedert. Im ersten, "The American Way", schildert der Autor zuerst die Entstehung der Schnellrestaurants vor über fünfzig Jahren und die gesellschaftlichen Grundlagen, die zu der rasanten Entwicklung geführt haben. Viel interessanter wird es jedoch, wenn der Autor schildert, wie stark der Fast-Food-Gedanke die amerikanische Gesellschaft durchdrungen hat und wie sie das Leben der Amerikaner bestimmt. 70 % aller Teenager haben schon einmal bei einer Fast-Food-Kette gearbeitet und ungefähr genau so viele Amerikaner essen "statistisch gesehen" täglich in einem solchen Restaurant. Die Werbegelder dieser Klientel sind groß, die Beeinflussung in allen Lebenslagen, angefangen vom Kleinkind, dadurch enorm. Nicht zu unterschätzen ist auch die Marktmacht und die Lobbywirkung. Gesetze zur Einschränkung oder auch nur Behinderung dieser Klientel sind politisch kaum durchzusetzen, da die politische Macht der Unternehmen schon viel zu groß ist. Warum war Olympia 1996 ausgerechnet in der "Weltmetropole" Atlanta? Natürlich nur deswegen, weil diese Stadt Firmensitz von Coca-Cola ist. Der zweite Teil des Buchs, "Fleisch und Kartoffeln", befasst sich ausführlich mit der Zulieferindustrie und dem Food Design, aber auch den Gefahren und Gesundheitsrisiken des Fast-Foods. Wer diese Passagen aufmerksam liest, wird sich mit dieser Art von Nahrungsmitteln wesentlich kritischer auseinandersetzen. Dieses Buch schildert die amerikanische Gesellschaft. Fast-Food in Deutschland kommt nur am Beispiel der ersten Eröffnung einer McDonalds-Filiale nach der Wende vor, diese fand in Plauen im Jahre 1990 statt. Trotzdem erkennt man vieles wieder und sieht, dass die Strategie, die von den großen Ketten verfolgt wird, in Deutschland nahezu identisch ist. Bereits jetzt sind immer mehr Schüler fettleibig. Noch kennen wir bei uns kaum die "very fat people", die in den USA zum Alltag gehören, auch wenn es noch eine "bedauernde" sehr kleine Personengruppe ist. Wenn das aber die Zukunft bei uns ist, dann ist es keine gute. Jedem Leser des Buchs wird die gute deutsche Hausmannskost oder die echte mediterrane Küche (Pizza ist auch Fast-Food!) auf einmal viel besser schmecken. Guten Appetit! 19.05.2002