

# Handwerklich erzeugte Lebensmittel

**SALONE DEL GUSTO.** Zum sechsten Mal überzeugten internationale Aussteller in Turin/Italien das Publikum von ihren hochwertigen Produkten.

Vom 26. bis zum 30. Oktober 2006 lud die piemontesische Hauptstadt Turin zum sechsten Mal in Folge zum „Salone del Gusto“ ein. Diese Jahr stand die Veranstaltung für Experten, Genießer und Gourmets unter dem Motto „Gut, nachhaltig und fair“. Auf der Messe werden Lebensmittelspezialitäten aus der Region Piemont und einem Dutzend weiterer Länder vorgestellt. Darüber hinaus stehen die Aktivitäten und Ziele der Slow Food-Bewegung, die 1989 von Carlo Petrini in Bra gegründet wurde, im Mittelpunkt zahlreicher Veranstaltungen.

## Aufbau der Messe

Auf dem Lingotto-Messegelände gaben Themenstraßen mit über 450 Ständen einen Überblick über die Fülle an traditionellen Produkten. Erzeuger und Händler bieten ihre Spezialitäten zur Verkostung und zum Kauf an. Besucher ha-

dessen ethischem und sozialem Sinn.

## Besonderheit des Salone

Beim Salone del Gusto handelt es sich um eine ausdrücklich kommerzielle Ausstellung, die besonders ist, weil sie sich hauptsächlich an handwerkliche Erzeugnisse, an Produktionen in kleinem Rahmen und an solche wendet, die schätzenswert sind. Insofern übernahm sie von Anbeginn an gegenüber dem Publikum eine erzieherische Funktion, da sie den Besuchern die Möglichkeit gibt, die andere Seite der Medaille der Lebensmittelerzeugung zu entziffern und um die Charakteristika und die Geschichte von ausgezeichneten, aber wenig bekannten Erzeugnissen kennen zu lernen.

Seit 2004 wird der Salone del Gusto von einem weiteren, großen und internationalen Event begleitet: Terra Madre, das internationale Treffen der

Feinschmecker-Vereinigung“ internationale Fastfood-Ketten aufs Korn und wählte die Schnecke als mehrdeutiges aber sehr stimmiges Logo. Heute sind internationale Nahrungsmittelhersteller das Feindbild Nummer eins und die Supermärkte die erklärten Arenen kommender Auseinandersetzungen. Das Recht auf Genuss zu bewahren, so lautet eine der zentralen Botschaften von Slow Food. Ursprünglich in Italien gegründet und seit 1989 international, widmete sich Slow Food von Anfang an dem Kampf gegen die kulturlosen Auswüchse von Fast-Food-Ketten. Es ist kein Zufall, dass die Gründung von Slow Food zeitgleich mit der Eröffnung der ersten McDonalds-Filiale Italiens einherging. Im Laufe der Jahre hat sich Slow Food immer weiter entwickelt, ohne jedoch vom zentralen Credo, dem Recht auf Genuss, abzurücken.

Der hedonistische Ansatz

großen Nahrungsmittelkonzernen mit ihren Markenartikeln nicht wehtun, werden wir als liebenswürdige Sonderlinge geduldet. Doch es geht genau darum, diese Giganten mit einheitlichen Lebensmitteln aus den Food-Fabriken zu bekämpfen, damit solche Produkte aus den Regalen verschwinden, weil sie von emanzipierten Kunden einfach nicht mehr nachgefragt werden“, so Petrini.

Für ihn ist daher die Konzentration der Marktteilnehmer im LEH mindestens genauso bedrohlich wie Fusionen von Nahrungsmittelherstellern, die mit immer weniger Marken global agieren. Schließlich kann man diese Entwicklung laut Petrini aber nicht gesetzlich bekämpfen (Kartellbehörden liefern bestenfalls hinhaltenden Widerstand), weil man hier – nicht zuletzt dank der massiven Lobbying-Arbeit der Konzerne, den Kürzeren ziehen werde, sondern nur durch geän-



FOTO: SLOW FOOD

**Carlo Petrini, der Begründer und Präsident der Slow Food Bewegung und Initiator des Salone del Gusto in Turin.**

vermittelt. Beides wäre wichtig, damit nicht nur einige privilegierte Feinschmecker in den

ben außerdem die Möglichkeit, an einem breiten Rahmenprogramm mit Vorträgen, Live-Kochshows oder thematischen Abendessen teilzunehmen. Die Veranstaltung 2006 war noch voller gespickt mit Neuigkeiten und hat ein internationales Panorama zu bieten. Der Salone del Gusto „litt“ dieses Jahr so an Platzmangel, dass man, um eine gewisse Lebensqualität zu bewahren, auf 10 % der Aussteller des italienischen und des ausländischen Marktes verzichten musste, die bereits 2004 vertreten waren.

Der Salone wurde mit der eindringlichen Metapher „Das globale Lebensmitteldorf“ umschrieben: als etwas anderes als eine schlichte Handelsmesse. Er möchte ein Markt sein, dabei will er diesen Ausdruck aber nicht nur unter seiner ökonomischen Bedeutung verstanden wissen, sondern auch unter

Lebensmittelgemeinschaften. Sie haben zwei grundlegenden Elemente vereint: einerseits von der Erde (terra) (im Sinne von ökologischer Umwelt), von der jedes Nahrungsmittel stammt und andererseits von Gemeinschaft der Personen, die anbauen, umwandeln, vertreiben und kochen. Die Lebensmittelgemeinschaften von Terra Madre haben den Salone del Gusto stark geprägt. Terra Madre ist nicht für den Publikumsverkehr geöffnet, sondern bringt jene zusammen, die sich mit Lebensmitteln befassen und schafft ein Netzwerk aus Kontakten und Verbindungen, die dazu dienen, die traditionellen, nachhaltigen Produktionsbedingungen der Welt vor Ort zu stärken.

### Die Idee von Slow Food

Als 1986 Slow Food gegründet wurde, nahm die „langsame

ist zwar geblieben, doch ist die politische Dimension immer deutlicher hervorgetreten. So sprach Slow-Food-Gründer Carlo Petrini unlängst bei seinem Wien-Besuch von „Widerstand leisten“ und einem „Krieg gegen Multinationale.“ Außerdem gehe es laut Petrini nicht darum, dass eine kleine elitäre Gruppe von Feinschmeckern in den Genuss von echten, biologisch angebauten Spezialitäten komme, sondern darum, dass solche Nahrungsmittel auch für die breite Masse und den alltäglichen Verzehr erhältlich und leistbar werden.

### Kampfarena Supermarkt

Als Bühne für diese Auseinandersetzung sieht Petrini aber nicht so sehr die politische Arena – also weder Rom oder Brüssel – sondern die Märkte, wo Konsumenten ihre Lebensmittel kaufen. „Solange wir den

dertes Nachfrageverhalten der Konsumenten.

„Deshalb mag ich die Ausdrücke ‚Konsument‘ und ‚Verbraucher‘ nicht, denn sie drücken eine passive Rolle aus. Es ist es jedoch so, dass sie es in der Hand haben, zu entscheiden, was auf welche Art produziert wird. Bei bewusstem Genuss, der immer eine Auseinandersetzung mit der Herkunft der Nahrungsmittel voraussetzt, wäre die Bezeichnung Ko-Produzent eigentlich um vieles treffender“, so Petrini.

Ein zentraler Punkt liegt für Petrini deshalb auch im Schulwesen. Kinder werden erstens geschmacklich „verzogen“ und wissen nicht mehr, wie frische Produkte eigentlich schmecken und in welcher unglaublichen Vielfalt sie vorkommen. Zweitens wird in der Schule auch kein theoretisches Wissen über die Nahrungsmittelproduktion

Genuss von gutem und gesundem Essen kommen. Biodiversität ist schließlich kein leeres Schlagwort, sondern steht in Europa für eine ganz konkrete Form der Agrarwirtschaft, die in den letzten Jahren immer mehr unter Druck gerät.

Dass Slow Food teilweise mit der „feindlichen Welt“ von industriellen Nahrungsmittelherstellern zusammenarbeitet, ist für Petrini ein notwendiges Übel. So wird die Durchführung des Salone del Gusto von Sponsoren wie Lavazza, Parmigiano Reggiano oder dem Pasta-Hersteller De Cecco unterstützt. „Wir sind nicht so blauäugig, dass wir glauben, die Welt über Nacht verändern zu können. Wir versuchen daher, mit Herstellern zusammen zu arbeiten, die in ihrem Umfeld noch am ehesten der Philosophie von Slow Food entsprechen“, so Petrini. *Schedelberger/red*