media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Markus Engelns

Dinieren in der Apokalypse. Realitäten des Abendessens in Endzeitfilmen

2018

https://doi.org/10.25969/mediarep/22491

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Engelns, Markus: Dinieren in der Apokalypse. Realitäten des Abendessens in Endzeitfilmen. In: *Medienobservationen*. Realismus und Ökonomie (2018). DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/22491.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:
https://www.medienobservationen.de/2018/1001-engelns/

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0

Terms of use:
This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0 License. For more information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Markus Engelns

Dinieren in der Apokalypse
Realitäten des Abendessens in Endzeitfilmen

Essen spielt in Endzeitfilmen eine nicht zu unterschätzende Rolle, immerhin müssen die Protagonisten permanent Nahrung finden, um zu überleben. Zugleich hat auch der Genuss lang vermisster Speisen Bedeutung, weil sie an eine Welt des Überflusses erinnern, die im Film schon längst nicht mehr existiert. Der vorliegende Beitrag nimmt die Darstellung feierlicher endzeitlicher Abendessen in den Blick, um zu zeigen, wie in solchen Situationen die als Utopie verklärte Vergangenheit mit der dystopischen Gegenwart verglichen wird, sodass Realität allererst hergestellt werden kann. Im Vergleich zweier einander recht ähnlicher Filmbeispiele kann dabei gezeigt werden, inwiefern das endzeitliche Abendessen sowohl als Grundlage für eine Kapitalismuskritik als auch als Basis für die Erfüllung von Konsum- und Warenversprechen dient.

Das Paradigma ‚Steak' entscheidet die Realität

Der Endzeitfilm *The Matrix* (1999) der Wachowski-Schwestern handelt davon, dass Künstliche Intelligenzen ihre eigenen Schöpfer, die Menschen, in einer umfassenden Computersimulation, die minutiös unsere Alltagsrealität abbildet, gefangen halten. Der Film erzählt dabei die Befreiung der Menschen aus der Scheinrealität hinein in ein postapokalyptisches Ödland, das vom Krieg gegen die Maschinen gezeichnet und darüber hinaus wenig einladend für einen Neubeginn ist. Es ist also kein Wunder, dass einige der Aufständischen im Nachhinein wieder in die Matrix zurückkehren wollen, um das reale Leben hinter sich zu lassen. Eine Szene des Films thematisiert diesen Umstand besonders deutlich. Einer der Befreiten, Cypher, trifft sich mit einem der künstlichen Agenten der Matrix in einem simulierten Restaurant und bittet mit Blick auf ein blutiges Steak und ein Glas Wein darum, im Gegenzug für seinen Verrat wieder in die Matrix eingegliedert zu werden:

> Cypher (blickt auf sein blutiges Steak): You know […] I know this steak doesn't exist. I know that when I put it in my mouth, the

Dieser Artikel erschien am 01.10.2018 in der Zeitschrift *Medienobservationen.* Er ist durch die DNB archiviert. urn:nbn:de:101:1-20180929141543627029 69

> Matrix is telling my brain that it is juicy and delicious. After nine years, you know what I realize? Ignorance is bliss. (01:02:40)

In dieser recht kurzen Passage wird deutlich, wie sehr Konsum und Realitätswahrnehmung hier miteinander verbunden sind. Das tatsächlich delikat zubereitete, fast noch rohe, aber zarte Stück Fleisch auf dem Teller illustriert, dass dieser erstrebenswerte kulinarische Genuss nur in der Scheinrealität der Matrix möglich ist. Denn immerhin essen die Befreiten außerhalb der Matrix einen grauen Nahrungsbrei. Der Wunsch nach Konsum, Genuss und Wohlstand ist für Cypher demnach größer als der Wunsch, in einer Realität außerhalb der Matrix zu leben.[1] Dabei erscheinen die Fronten als verkehrt: Sofern Realität nämlich eigentlich für eine (auch geschmacklich) wahrnehmbare, also perzeptive Auffassung von Wirklichkeit steht, die eigentlich nicht in der Simulation zu finden sein sollte, und die Matrix an dieser Stelle den in der Sprache der Werbung und der Gastronomie ausgedrückt vollmundigeren Geschmack und Genuss verspricht, ist es nur folgerichtig, sich der Scheinrealität zuzuwenden, um in ihr aufzugehen. Darüber hinaus stellt die Szene aber auch ein gegenläufiges biblisches Abendmahl dar, bei dem der Verräter den prophezeiten Erlöser, der im Film durch den Protagonisten Neo verkörpert wird, hintergeht und mit ihm biblisch gedacht nicht das Brot teilt, sondern das Steak allein verspeist. In dieser kurzen Szene des Abendessens werden religiöse Semantiken und Prätexte genutzt, um digitale und analoge

[1] In einem Beitrag zur Philosophie in *Matrix* argumentiert Charles L. Griswold, es gehe in der besprochenen Szene um 'Happiness', also darum, dass Cypher seine Wahl nach seinem individuellen Empfinden von Glück trifft. Tatsächlich ist die Szene im Lichte dieses Artikels anders pointiert, stehen doch der Genuss des Fleisches und Cyphers Wunsch danach, in seinem neuen Leben ein Superstar zu sein, in direkter Verbindung mit Konsum. Während er im Restaurant isst, formuliert er den Wunsch, sich diesen Konsum weiterhin leisten zu können. Das Mittel dazu ist aber kein x-beliebiger Beruf, sondern einer, in der der Protagonist als Berühmtheit selbst zum Konsumprodukt und zur Marke wird. Somit geht es darum, wie der Protagonist innerhalb einer Konsumspirale denkt und verbleibt, immerhin ist auch die Matrix ausschließlich dazu da, Menschen und deren Bioelektrizität als Produkt verfügbar zu machen. Vgl. Charles L. Griswold.: "Happiness and Cypher's Choice: Is Ignorance Bliss?". *The Matrix and Philosophy. Welcome to the Desert of the Real.* Hg. William Irwin. Chicago u.a. 2002, S. 126-137.

Realitäten anhand eines alltagspraktischen Beispiels, dem Abendessen, unterscheidbar zu machen.

Diese Vorüberlegungen öffnen den Blick für eine ganze Reihe älterer und neuerer Endzeitfilme, in denen Abendessen regelrecht zelebriert werden, und dies immer vor dem Hintergrund, dass die Postapokalypse durch Verzicht und Ressourcenknappheit gekennzeichnet ist. Realität entsteht somit im Zusammenspiel zweier Dispositionen: Einerseits bildet die alltägliche und zum Leben notwendige Nahrungsaufnahme einen Kontrast zum Abendessen bzw. Dinner bei Gastgebern, bei denen die Nahrungsaufnahme – wenn auch als Genuss – nur den Rahmen für die soziale Zusammenkunft bildet. Cypher entscheidet sich für diese letztere Realität, weil er in der Realität außerhalb der Matrix nur aus Gründen der Selbsterhaltung Nahrung zu sich nehmen könnte. Die Realität, von der Cypher nichts mehr wissen möchte, ist dabei als ein Ort definiert, in dem die Notwendigkeiten des Überlebens höher gewichtet sind als Konsum und Genuss. Andererseits wird diese erste Disposition noch einmal durch die Nahrungsknappheit nach dem Weltuntergang verschärft und zugleich verzeitlicht. Dabei repräsentiert die Matrix die Vergangenheit vor dem Weltuntergang, in der das Abendessen aufgrund des Überflusses in der westlichen Welt nicht ausschließlich dem Lebenserhalt dient, sondern Ausdruck von Geschmack, Wohlstand und sozialem Miteinander ist. Insofern wird im endzeitlichen Dinner Realität entschieden, weil es entsprechend des Realismusbegriffs von Jürgen Link

> ein Prozess [ist], der den Effekt von „Realität" dadurch herstellt, dass eine „unrealistische Welt" als illusionär entlarvt und zerstört wird: Was als Resultat dieses Prozesses der Desillusionierung sozusagen als caput mortuum zurückbleibt, erhält dadurch diskursiv den Status ‚harter Realität'.[2]

Die von Link konzipierten Positionen der ‚harten Realität' und der ‚Utopie' können während des Abendessens in drei Varianten aufeinander bezogen werden: Erstens kann die Nahrungsaufnahme zum Zweck des Überlebens die Position der ‚harten Realität' einnehmen, wobei dann das

---

[2] Jürgen Link: „Wiederkehr des Realismus' – aber welches? Mit besonderem Bezug auf Jonathan Littell". *kultu*RR*evolution. zeitschrift für angewandte diskurstheorie* 54 (2008), S. 6–21, hier S. 12.

Abendessen oder Dinner als sozialer Anlass die illusionäre ‚Utopie' darstellt. Zweitens können diese Verhältnisse auch zeitlich aufgelöst sein, die präapokalyptische Vergangenheit, in der Konsum möglich und erstrebenswert ist, bildet dann die Illusion, wohingegen die postapokalyptische Gegenwart die harte Realität darstellt. Drittens liegen diese ersten beiden Varianten nicht selten übereinander. Cypher entscheidet sich für die illusionäre Vergangenheit, weil er Konsum, Wohlstand und Unbeschwertheit anstrebt.

Der vorliegende Beitrag möchte anhand zweier verschiedener Beispiele zeigen, wie diese Positionen eingesetzt werden, um durch die (Un-)Möglichkeit von Genuss und Konsum solche harten Realitäten und Illusionen zu erzeugen und im Rahmen einer etwaigen Gesellschaftskritik hinterfragen oder bestätigen. Im Zentrum der Argumentation stehen folgend zunächst *Soylent Green (1973)* als älteres und *The Road (2009)* als neueres Beispiel, enthalten doch beide vergleichbare Szenen des Abendessens mit je anderer Grundhaltung.

Rind, Plankton, Menschenfleisch

Soylent Green spielt in einem mit 40.000.000 Menschen völlig überbevölkerten New York des Jahres 2022, das von Dürren und Lebensmittelknappheiten gezeichnet ist. Eindrücklich zeigt der Film, wie Dutzende zusammengekauert auf Treppenaufgängen schlafen, sich in Kirchen ‚zusammenrotten' und auf dem Marktplatz wegen zu kleiner Lebensmittelrationen Aufstände losbrechen. Dort werden auch nicht mehr länger Fleisch, Obst und Gemüse, sondern lediglich die kleinen zusammengepressten Proteinriegel „Soylent Yellow", „Soylent Red" und neuerdings auch „Soylent Green" verkauft, die vorgeblich aus Meeresplankton und anderen natürlichen Eiweißquellen hergestellt werden. Der Film erzählt dabei als Beitrag zur Ecocriticism-Debatte[3] von einem Kriminalfall, in dem der Polizist Thorn, gespielt von Charlton Heston, wegen des Mordes an einem besonders reichen und, wie sich später herausstellt, in die Soylent Corporation involvierten Bürgers namens Simonson ermittelt. Der Film endet mit Thorns Erkenntnis, dass es im Meer keinerlei Plankton mehr gibt und

[3] Vgl. u.a. Hg. Cheryll Glotfelty/Harold Fromm: *The Ecocriticism Reader. Landmarks in Literary Ecology.* Athens (Georgia, USA) 1996.

Soylent Green aus den aufgelösten Leichnamen der zahlreichen Toten in der Stadt, die bezeichnenderweise mit Müllwagen abgeholt werden, besteht: "Soylent Green is people!" (01:30:20) ruft Thorn in der letzten Einstellung in die Menge. Obwohl das Ende durchaus an einen reißerischen Science-Fiction-Thriller erinnert, geht es in weiten Teilen des Films durchaus überraschend weder durchgehend um den Kriminalfall, noch um die dahinterstehende Verschwörung. Vielmehr dreht sich der Film die meiste Zeit ums Essen.

Thorn lebt in einem spärlich möblierten Apartment mit seinem ältlichen Kollegen Sol zusammen, der die Recherchen für Thorn übernimmt. Die Wohnung hat kein fließendes Wasser, der Strom wird über eine Pedalkonstruktion durch Körperkraft gewonnen, im Fernsehen läuft die Vorstellung des neuen „Soylent Green" als hochpotente Proteinnahrung, und Thorn fischt aus dem Kühlschrank eine ranzige Margarine, die er später mit einem trockenen Cracker isst, den Sol als "tasteless, odorless crud" (00:05:25) bezeichnet. Der alte Mann sieht sich zu einem Kommentar zur gegenwärtigen Situation genötigt:

> You know, when I was a kid, food was food. Before our scientific magicians poisoned the water, polluted the soil, decimated plant and animal life. Why, in my day, you could buy meat anywhere. Eggs, they had. Real butter. Fresh lettuce in the stores. (00:05:39)

Schon in dieser recht frühen Szene wird deutlich, dass genussvolles Essen eine zentrale Rolle in der Konstitution der harten Realität im Film spielt. Bereits hier werden zwei Realitäten hergestellt: die harte Realität der Dystopie, in der Überfluss und Genuss nicht möglich sind, und die Alltagsrealität der Gegenwart der ZuschauerInnen, die gleichwohl eine vorgelagerte, aus der Perspektive des Jahres 2022 als Utopie erscheinende, erstrebenswerte Welt bietet. Was Link in der Richtung der Auflösung der Utopie durch Aufprall in einer harten Realität beschrieben hat, findet sich im Film in den zuvor genannten Positionierungen wieder: Die Vergangenheit ist deshalb eine illusorische Utopie, weil sie rein und unberührt ist, weil ihre Produkte echt und natürlich und schließlich, weil Genuss und Konsum in der Gegenwart des Films nicht mehr möglich sind. Da die Gegenwart maßgeblich vom Überleben und der dementsprechenden Nahrungsaufnahme bestimmt ist, bildet sie die harte Realität. Diese Zuweisung ist aber erst aus dem Mangel der filmischen Gegenwart heraus sichtbar,

indem er die vergangene Realität des Genusses einer gegenwärtigen Realität des Überlebens gegenüberstellt. Anschließend verwendet der Film diese beiden Realitäten, um sie permanent über die Darstellung und den Umgang mit Essen nebeneinander zu halten.

Auch in der Folgeszene wird dies eindringlich deutlich, als Shirl, die Mätresse des ermordeten Simonson, von einem durch einen Maschendraht abgesicherten Händler einen verlebten Staudensellerie, einen ausgemergelten Eisbergsalat, drei Konserven, eine Tomate und einen Apfel für insgesamt 279 Dollar kauft. Als Shirl den Händler bedeutungsschwanger ansieht, lässt dieser ihn schließlich zwischen den Maschendrähten hindurch:

> Think I forgot? I didn't forget. You asked for something special and I got it. Come on over here. How often can I offer a customer something really fantastic? Look. [Er öffnet den Kühlschrank. Zu sehen ist ein rohes Stück Rindfleisch.] Beef, Miss Shirl. Beef like you've never seen before. (00:09:41)

Der Warenhandel ist hier gleichermaßen intensiviert wie ironisiert. Intensiviert ist er, weil die Anmutung der vertrockneten Lebensmittel, die Sicherungsanlagen und der aus heutiger Perspektive überhöhte Preis überhaupt erst eine Identifikation mit der Situation des bis dahin unbekannten Figurenensembles durch den Vergleich der vorliegenden mit der eigenen Lebenssituation ermöglichen. Der Eindruck einer Ironisierung entsteht dabei zugleich durch den Verkäufer, der den Ursprungspreis ungeniert von 279,15 Dollar um den kläglichen Centbetrag für seinen guten Kunden Simonson reduziert. Zudem ist die Darstellung des Fleisches in einem erleuchteten Wandkühlschrank, der – wie in der Werbung und in der Food-Fotografie üblich – leicht feucht aussieht und von allerlei anderen Rohprodukten wie Salat, Ei und Kräutern umgeben ist, gleichermaßen anrührend wie ironisch gebrochen. Immerhin stehen die drei Figuren andächtig schweigend um den erleuchteten Kühlschrank, wodurch der Eindruck eines Wandschreins entsteht. Das schmackhaft aussehende Fleisch ist sowohl als ein Produkt der Werbeindustrie als auch als ein religiöser Fetisch gezeichnet.

Diese beiden Spannungsverhältnisse zwischen Utopie und harter Realität, wie auch zwischen anrührriger Identifikation mit der Lage der Figuren und deren Ironisierung hält der Film fortan in der Schwebe. Bis zum Ende

hin ist nicht klar, ob der Film einen ironisch-sarkastischen Kommentar zum Genussstreben der westlichen Welt im 20. Jahrhundert darstellt oder die durchaus nachvollziehbare Trauer und das Bedauern der Figuren von verloren gegangenem Genuss im Vordergrund steht. Die Höhepunkte dieser Unbestimmtheit bilden zwei Szenen, in denen der eigentliche Kriminalplot zugunsten des Genusses vernachlässigt wird. Als Thorn nämlich den Tatort untersuchen soll, interessiert er sich weder für die Aussagen der Mätresse noch für die des Leibwächters. Vielmehr verfrachtet er sie in einen Vorraum, wo sie warten sollen, während er zunächst bewundernd das fließende Wasser ausprobiert, um anschließend ein großes Stück Seife, ein flauschiges Handtuch und eine Flasche Bourbon Whiskey in einen kurzerhand zu einem Sack umfunktionierten Satin-Kissenbezug zu stopfen. Später erfahren die ZuschauerInnen, dass auch Papier und Stifte, zwei Folianten, der Sellerie, der Salat, zwei Äpfel, eine Zwiebel und natürlich das Stück Fleisch in den Kissenbezug gewandert sind. Der tatsächliche Tathergang und die Frage, ob bei dem Mord etwas gestohlen wurde oder welche Spuren im Raum zu finden sind, all das interessiert weder Thorn noch die Leichentransporteure, die den Polizisten anschließend mit ihrem Müllwagen nach Hause bringen. An anderer Stelle nutzt Thorn die Befragung der Mätresse des Leibwächters, um in einem Katz-und-Maus-Spiel an das von ihr zuvor genüsslich angebrochene Glas Erdbeermarmelade zu kommen. Allerdings ergattert er hier nur den von der eilig das Glas versteckenden Mätresse vergessenen Löffel, an dem noch einige Reste hängen.

Essen und Genuss sind in solchen Szenen in fast schon überdeutlicher Form miteinander verbunden: Genuss findet in edlen Umgebungen statt. So ist Simonsons Apartment als Gegenort zu Thorns einfacher Wohnung konzipiert. Demgegenüber wird die Bleibe des Leibwächters als geräumig und als mit diversen roten Kunstartikeln ausgestattet gezeigt, in der die Mätresse, die wie Shirl als "Furniture" (00:30:36) verdinglicht wird, im roten Samtgewand Erdbeermarmelade verspeist, die im Zentrum des Katz-und-Maus-Spiels steht, obwohl zumindest die Möglichkeit eines sexuellen Kontakts, wie Thorn ihn später auch mit Shirl hat, im Raum steht:

> Woman: I should have offered you something, Mr. Thorn.
> Thorn (looking at her): If I had the time, I would've asked for it.
> (00:31:56)

Der Genuss von Lebensmitteln ist demnach wichtiger als Sexualität, nimmt Thorn sich doch Zeit für die Suche nach der Marmelade, nicht aber für die Mätresse, die ‚zur Verfügung' steht. Dementsprechend geht es auch nur vordergründig um Lebensmittelknappheit, sondern eher um die Knappheit von Möglichkeiten des gastronomischen Genusses. Deshalb durchläuft Thorn eine ganze Reihe von Sets, die direkt der Werbung entsprungen sein könnten, um sie als ein Trugbild gleich doppelt zu entlarven: Einerseits, indem sie neben die schmutzigen, verwahrlosten Straßen New Yorks gestellt werden; andererseits, indem gerade die von den Industrien vermittelten Genuss- und Besitzbedürfnisse als Grund für die geschilderten Probleme der Menschheit ausgemacht werden. So beginnt der Film mit einem historischen Abriss, der zunächst Menschen im 19. Jahrhundert beim Angeln, mit Freunden, auf der Straße zeigt, die alsbald mit einem guten Dutzend Menschen zusammen in einem Auto sitzen. Immer mehr ähnliche Autos, Straßen und Häuser, die in Reihen bzw. Serienprodukten nebeneinander stehen, sind in den Bildern zu sehen, bis Musik und Bilder in eine hektische Kakofonie münden, die sich erst beruhigt, als die Menschheit langsam in Müll und Unrat versinkt.

Somit entsteht eine Verbindung zwischen zusehends automatisierten Serienproduktionen und dem Wunsch nach Genuss und Konsum: Der im Vorfilm dargestellte Prozess der Vervielfältigung rückt eine Massenproduktion in den Blick, die Massenkonsum als Bedürfnis herausstellt und so miterzeugt. Die mit dem Produkt einhergehenden Werbeversprechen (Ausdruck von Wohlstand, Autonomie, Mobilität, Freiheit) werden mit Bildern der ersten Autos, auf denen eine ganze Schar interessierter Menschen eine Probefahrt macht, plausibilisiert und übermäßig gesteigert, weil später hunderte und tausende von Autos samt verstopfter Straßen zu sehen sind. Der Wunsch nach Konsum, damit einhergehend auch der später im Hauptfilm perspektivierte Wunsch nach Genuss entsteht demnach aus der Serien- und Massenproduktion, weil sie das Besondere zu etwas Erschwinglichem machen.

Die somit eröffnete Genuss-Kritik wird insbesondere in den Gesprächen zwischen Thorn und Sol deutlich: Als Thorn nämlich voller Stolz seinem väterlichen Freund zunächst das Papier, die Stifte, die beiden Folianten (mit denen später der Kannibalismus aufgedeckt wird), die Äpfel, die Zwiebel und das Stück Fleisch übergibt, fängt Sol an zu weinen: "Beef? Oh, my God. How did we come to this?" (00:23:10) Was aber zunächst nach rührseliger Überwältigung ob der in Aussicht gestellten Genüsse

aussieht, ist zugleich alsbald eine drängende Kritik. Die Frage: 'How did we come to this?' könnte immerhin sowohl Dankbarkeit für die lang vermissten Güter ausdrücken, als auch der Titel einer Anklageschrift gegen die Menschheit sein.

Diese Doppeldeutigkeit kulminiert in einer der zentralen Szenen des Films, in der Sol und Thorn gemeinsam das Dinner begehen: Der Satin-Kissenbezug dient den Männern als Tischdecke, Thorn gießt den Bourbon in ein Glas und in eine Tasse, während Sol den kläglich platt aussehenden Salat auf zwei Plastiktellern reicht. Als Thorn wie üblich das Plastikbesteck auf den Tellern verteilt, unterbricht ihn Sol, der ihm ein sorgsam verpacktes Silberbesteck für eine Person mit einladender Geste überreicht. Anschließend serviert er eine Art Eintopf aus dem Fleisch, an dem Thorn zunächst misstrauisch riecht, um ihn unter den freundlichen Blicken seines älteren Freundes zunächst zaghaft, anschließend voller Begeisterung zu kosten. Die überschwängliche Freude am Genuss zeichnet sich zusehends an den Gesichtern der beiden Männer ab, die nun mehr und mehr in die Gebräuche des Dinners hineinwachsen. Dass diese Regularitäten aber nicht vollständig durchgehalten werden, zeigt der als Nachtisch gedachte Apfel, den Sol an seiner Jacke abreibt, was Thorn ihm als jemand, der all diese Genüsse nicht mehr kennt, nachmacht. In diesem Sinne vermischen sich also diverse Gepflogenheiten des Genusses in diesem spärlichen Mahl.

Die im Film so ausdrücklich hergestellte Genusssituation dient auch dazu, in einer über die Nahrungsaufnahme hinausgehenden „formellen und festlichen Begegnungssituation“[4] die Gebräuche der Vergangenheit wieder aufleben zu lassen und die verteilten Rollen zwischen den beiden Figuren performativ und kultursemiotisch neu zu fundieren: Thorn und Sol sind Gast und Wirt, Bedienter und Diener, aber auch Schüler und Lehrer sowie Sohn und Vater. Mit Burkhardt Liebsch argumentiert, entsteht in dieser Szene ein Moment der Gastlichkeit, obwohl die beiden Protagonisten daheim sind. Sol übernimmt die Rolle des Bewirtenden und Thorn die Funktion des Gastes, der die Gepflogenheiten des Abendessens nicht kennt. Gastlichkeit „steht […] ursprünglich für den Sinn eines kulturellen Lebens, das den Anderen als Anderen willkommen heißt“, und das „dem

[4] Alois Wierlacher: „Ästhetik der Gastlichkeit oder: der mündige Gast“. *Gastlichkeit. Rahmenthema der Kulinaristik.* Hg. ders./Regina Bendix. Münster 2011, S. 94-125, hier S. 116.

Anderen in seiner Freiheit, nicht zuletzt in der befremdlichen Freiheit seines Andersseins und -denkens als einladend erscheint."[5] Im Dinner wird so nicht nur eine vergangene Realität aktualisiert, die in Konkurrenz zu der harten dystopischen, von Verzicht geprägten Realität steht. Vielmehr entstehen diese beiden Realitäten auch über Fremdheitserfahrungen, die durch das Schauspiel pointiert zur Schau gestellt werden. Zudem konkurrieren hier aber auch zwei Weltbilder, nämlich büßerische Praktiken der Abstinenz auf der einen und der Genuss und der Überschwang auf der anderen Seite. Die Szene führt dabei eindrücklich die Wirkung des Wechselspiels von Genuss und Verzicht vor Augen. Beide Figuren entwischen hier ihrer dystopischen Realität in die Utopie der Vergangenheit, in der das Mahl zumindest in bestimmten westlichen Kreisen vermutlich weder als sonderlich spektakulär, noch als Fest verstanden werden würde. Dabei wird die Differenz zwischen der Gegenwart und der Dystopie in den von Thorn nicht beherrschten Regeln des Dreigängemenüs erst sichtbar. Die Glückseligkeit, die durch den Genuss und das Essensritual erzeugt wird, spitzt die Kernaussage des Films deutlich zu:

> Sol: I haven't eaten like this in years.
> Thorn: I never ate like this.
> Sol: And now you know what you've been missing. There was a world once, you punk.
> Thorn: Yes, so you keep telling me.
> Sol: I was there. I can prove it.
> Thorn: I know, I know. When you were young, people were better.
> Sol: Oh, nuts. People were always rotten. But the world was beautiful. (00:34:20)

Es verwundert nicht, dass Sol im Anschluss an den Genuss der Marmelade und einer letzten Recherche in ein Selbstmordzentrum geht, um dort nach einem Drogencocktail bei von ihm gewünschter seichter klassischer Musik und einem durchaus kitschigen Film mit Naturaufnahmen aus der alten Welt mehr oder weniger sanft zu entschlafen. Eigentlich zu betrauern wäre demnach nicht der Genuss, nicht das Dinner, sondern vielmehr eine üppig

---

[5] Burkhard Liebsch: „Grundformen und Spielräume einer Kultur der Gastlichkeit. *Gastlichkeit. Rahmenthema der Kulinaristik.* Hg. v. dems./Regina Bendix. Münster 2011, S. 31-44, hier S. 31.

grüne Welt, die neben einem Produktionswert auch einen ästhetischen und lebensumständlichen Wert besitzt. Dass insbesondere der Film, den Sol im Sterbezimmer schaut, letztlich ein Vorgriff auf die neueren Bestrebungen der Werbebranche ist, Nahrung über die ästhetischen Vorzüge einer als rein anmutenden Natur unter allen Umständen immer auch als ursprünglich auszuweisen, macht die hier zum Ausdruck gebrachte Anklage nur umso eindrücklicher. Das letzte Dinner ist dabei ein umgekehrtes Abendmahl: Es erinnert nicht an die Kreuzigung Christi und es verweist nicht „in den Horizont der anbrechenden Endzeit“,[6] vielmehr erinnert es mit Blick auf den bevorstehenden Tod Sols gegenläufig an den bereits stattgefundenen Untergang.

Die Endzeit führt die Del-Monte-Birne zu sich selbst

Soylent Green hat vor Augen geführt, inwiefern durch Werbung und Massenproduktion Werte von Essen und Genuss an der Konstitution von Utopien und harten Realitäten mitwirken. Sols Selbstmord basiert schlussendlich auch auf der Differenz zwischen dem kurzzeitig wieder entdeckten Genuss, der an den ursprünglich reichen Planeten Erde erinnert, und der harten Realität der Dystopie, in der Genuss ein Zwischenspiel, eine Erwartung bleibt, und Verzicht an der Tagesordnung ist. In *The Road* von 2009, der wie *Soylent Green* eine Literaturverfilmung ist, gibt es zwei ähnlich gelagerte Essensszenen, die aber einen völlig anderen, durchaus kritisierbaren Ausgang haben. Der Film erzählt die postapokalyptische Geschichte eines Vaters, der mit seinem Sohn nach einer nicht näher benannten Katastrophe auf der Suche nach Nahrung und Bleibe durch Nordamerika zieht, während um sie herum die Gesellschaft zerbrochen ist. Genretypisch tauchen Kannibalen und mörderische Diebe auf, die ihren je eigenen Weg zum Überleben gewählt haben und das Wohl von Vater und Kind bedrohen. Sowohl im Roman, als auch im Film gibt es diverse mythologische, religiöse und auch sozialpolitische Anklänge, die der Film aber radikal vereinfacht. So ist der Vater im Roman eine ambivalente Figur, die ihrem Sohn sagt, sie seien die Guten, sie würden das Feuer der Menschheit bewahren und sie müssten bis zum Meer kommen, damit sie

[6] Silke Horstkotte: „Abendmahl“. Handbuch Literatur und Religion. Hg. Daniel Weidner: Stuttgart 2016, S. 314-318, hier S. 314.

überleben könnten. Keines dieser Versprechen bewahrheitet sich: Das Meer ist weder das Ziel noch die verheißene Offenbarung und insbesondere die auf den Schutz des Kindes ausgerichteten Taten des Vaters lassen an dem von ihm erfundenen Glaubensgebilde durchaus Zweifel zu. In Rückblenden erzählt der Roman schließlich, wie der Junge kurz nach der Katastrophe geboren wurde, wobei seine Mutter dem Vater vorwirft, das Kind als eine zusammengezimmerte Heilsfigur zu missbrauchen, die der Vater als Motivation nutzt, selbst am Leben zu bleiben. Im Film ist von dieser Ambivalenz nicht mehr viel übrig geblieben: Allein der rührige Soundtrack und auch die Verknappungen in der Geschichte polieren den Roman zu einer emotionalen Reise von Vater und Sohn auf, die in drastischen Szenen die Paranoia des Vaters plausibilisiert. Diese denkbar ungünstigen Voraussetzungen können aber genutzt werden, um *Soylent Green* zwei Szenen gegenüberzustellen.

In einer Szene des episodisch erzählten Films betreten Vater und Sohn ein verlassenes Büro- bzw. Verkaufsgebäude, in dem sie einen alten Cola-Automaten finden. In der ausgegrauten, verwahrlosten Einstellung, in der die Protagonisten unterzugehen drohen, sticht einzig das verwaschene Rot des Automaten durch, in den der Vater seinen Kopf tief hineingesteckt hat. Auf den Boden rollt eine staubige, aber deutlich als solche erkennbare Dose Coca-Cola, die der Vater als etwas Feines anpreist und dem Jungen übergibt. Dieser hat zunächst Schwierigkeiten, das ihm unbekannte Trinkgefäß überhaupt zu benutzen, anschließend erschreckt er sich vor der prickelnden Kohlensäure im Mund. Ein überraschtes Lächeln huscht ihm über das Gesicht, er rülpst freudig, ehe er den Vater nötigt, ebenfalls einen Schluck von der für den Sohn gedachten Dose zu nehmen. Viggo Mortensen, der den Vater spielt, hebt die Dose hoch und lächelt sie erwartungsvoll sowie gedankenversunken an. "It's bubbly" (00:25:27) kommentiert der Sohn. Mit geschlossenen Augen nimmt er einen Schluck aus der Dose. Nach einem Schnitt sieht man Vater und Sohn das Gebäude verlassen. Der Sohn trinkt ein letztes Mal, lässt die Dose fallen und kickt sie, wie es ein Kind nun einmal macht, weg.

Auf den ersten Blick funktioniert die Szene nahezu identisch wie das Abendessen in *Soylent Green*: Hier wie dort steht der Genuss, der an eine verlorene Vergangenheit erinnert, im Zentrum der Darstellung. Konstitutiv für dieses Erinnern ist dabei nicht nur das genossene Produkt, sondern auch das Ritual, nach dem dieser Genuss stattfindet. Das Geräusch beim Öffnen der Dose, die spezielle Art, aus der Dose zu trinken, die Augen

dabei zu schließen, wegen der Kohlensäure aufstoßen zu müssen und die Dose am Ende wegzuschießen erinnert an ein Ritual, das aber nicht einstudiert oder erlernt werden konnte. Mehrfach im Film wird deutlich, dass der Junge die Vergangenheit und deren Rituale, zu denen der gezeigte Umgang mit der Dose gehört, nicht kennt und zuweilen obskur findet. Insofern ist der Umgang mit der Dose fast schon naturalisiert. Anders als in *Soylent Green* handelt es sich bei diesen Ritualen nicht um Etikette der Gastfreundlichkeit und Bewirtung, nicht darum, die verlorene natürliche Welt zu betrauern, sondern es geht um die Ware, die Marke, die diese Ware verkauft und die damit einhergehenden Werbeversprechen. Die Szene ist dabei schon deshalb eigentlich ein perfekter Werbespot für Coca-Cola, weil sie das Erlebnis des Getränks mitsamt der Dose völlig unironisch, emotional und identifikatorisch erzählt. Im Roman ist für diese Art von Produktromantik schon wegen der minimalistischen, abgehackten Sprache kaum ein Platz, im Film hingegen wird die Szene von der Musik und der schaurig-opulenten Bildgestaltung auf die Spitze getrieben. Dadurch entsteht aber ein Zerrbild der Vergangenheit, das in *Soylent Green* als kitschiger Film der Selbstmordszene gebrochen wird. *The Road* hingegen vertauscht die Erinnerung an die utopische Vergangenheit mit den Versprechen des Verweiszeichens auf diese Vergangenheit, nämlich mit der Marke. Wo das Steak somit noch ein Symbol für die verlorene Realität ist, wird diese Realität im Spiegel der Cola-Dose durch ihre Versprechungen ersetzt. Die Werbung ist die utopische Vergangenheit. Dass der Junge, obwohl er die durch die Werbung insinuierten Konsumreglements nicht kennen kann, diese sehr wohl anwendet, naturalisiert sie darüber hinaus.

Den skizzierten Eindruck hält der Film auch in einer Dinner-Szene aufrecht, die als ein mehr oder weniger direktes Zitat des Abendessens in *Soylent Green* verstanden werden kann: Vater und Sohn finden hinter einem verlassenen Herrenhaus einen mit allen Notwendigkeiten gut bestückten Schutzbunker. Der Vater geht zunächst allein nach unten, und entdeckt dort ein Regal mit allerlei eindeutig identifizierbarer Konserven: Neben den Del-Monte-Birnen stehen weiteres Dosenobst von Dole und Dinty-Moore-Fertiggerichte. Als der Junge kurzerhand fragt, was das sei, antwortet der Vater, dass es sich um Lebensmittel handelt. Die Marken dienen auf der Rezeptionsebene, wie auch der diegetischen Ebene dazu, Realismuseffekte hervorzurufen. Auf der Rezeptionsebene verweisen sie auf die Alltagsrealität, in der die RezipientInnen vielleicht sogar während der Filmschau mit Cola und anderen Markenprodukten konfrontiert sind. Auf

der diegetischen Ebene arbeiten sie an der Realität vor dem Weltuntergang mit, indem sie zu deren Symbolen werden. Streng genommen wird der Konflikt zwischen dem Vater, der aus der alten, vergangenen Welt stammt, und dem Sohn, der einer neuen Zeitrechnung angehört, in dieser Szene ausschließlich über die Markenbewusstheit plausibilisiert. Anders als in der Coca-Cola-Passage gibt es hier keinen natürlichen Umgang mit der Marke, sodass der Vater die Del-Monte-Dose als Birnen bezeichnen muss, damit der Junge versteht. Dennoch reduziert die Szene sowohl die handelnden Figuren und den Genuss des Mahls, wie auch die damit evozierte Vergangenheit auf ihren Umgang mit der Ware.

Der gesamte Bunker ist wie eine Höhle inszeniert. Weil das elektrische Licht nicht funktioniert, muss der Vater zunächst mit einem Feuerzeug, später mit Kerzen leuchten. Als die Kamera einfängt, was Vater und Sohn direkt nach ihrer Ankunft gegessen haben, stehen die Plastikflaschen und Dosen zwischen Schmutz und Herbstlaub. Als der Vater nachts die Taschen des Jungen ausleert und darin neben allerlei anderen Erinnerungsstücken einen kleinen Stein in Form eines spitzen Dreiecks findet, der wie eine primitive Speerspitze aussieht, erscheinen die beiden Protagonisten als Höhlenbewohner, die sich nun an den Errungenschaften der Menschheit verlustieren. Daher dient die Szene auch dazu, die beiden Protagonisten wieder zu rekultivieren, wozu drei Rituale genutzt werden: das Gebet zum Abendessen, die körperliche Reinigung und das Essen selbst. Kurz nachdem die beiden den Bunker betreten haben, sitzen sie im Schein einer Kerze ermattet im Bett und auf dem Boden. Zwischen ihnen entspannt sich ein wahres Potpourri an Waren, die an die Stelle der Lebensmittel getreten sind. Zu erkennen sind Dosenschinken der Marke Spam, zwei Fertiggerichte aus der Dose, die wenigstens der Gestaltung nach als Marken im Raum stehen, elektrolytische Getränke mit dem verheißungsvollen Namen „VitaminWater“, Knabbergebäck und Erdnussflips sowie ein Getränk aus dem Tetrapack, das der Junge zu sich nimmt. Tatsächlich könnte hier argumentiert werden, dass die Vergangenheit auf ihre Konsumierbarkeit bzw. auf ihren Zustand als kapitalistisches Produkt reduziert und somit kritisiert wird. Allerdings widerspricht dieser Anmutung einerseits, dass Vater und Sohn anschließend unbeholfen beten und die Waren somit zu Gaben machen.

Andererseits wird nur kurz darauf, als der Vater die Sachen des Jungen durchsucht und einen Kamm seiner Frau findet, deutlich, dass letztlich auch sie eine verfügbare Ware im Regal des Bunkers ist: Obwohl nämlich

die schmerzhafte Erinnerung an sie bereits nach den ersten 30 Minuten des Films mit dem zurückgelassenen Ehering des Vaters beendet wird, träumt er nun von ihr, wie er ihr bei einem klassischen Konzert unter den Rock fasst, wie er im Bett auf ihr liegt und sie ansieht und wie sie schlafend im Sommerkleid auf einer üppigen Wiese döst, während die Kamera scheinbar aus der Perspektive des Vaters ihre Reize still bewundert. Die Frau, die im Roman eigentlich permanent um ihre Selbstbestimmung gegenüber ihrem Mann kämpft, der sie aus patriarchalen Stereotypen heraus am Leben erhalten und beschützen will, wird hier somit über ihre körperliche und sexuelle Verfügbarkeit in den Warenbestand des Bunkers aufgenommen und als ein Schauwert ausgestellt, den sich der Vater nachts im Bett erträumt. Dabei wird sie zwar nicht als Teil eines Tauschhandels dargestellt, jedoch ist die Rückschau, nachdem sich die beiden Protagonisten an den Warenbeständen des Bunkers ergötzt und erfrischt haben, umso auffälliger. Der Griff unter den Rock markiert in diesem Zusammenhang die Verfügbarkeit des Körpers ganz so, wie auch die Konservendosen nur aus dem Regal genommen werden müssen. Zwar verweist auch *Soylent Green* mit der Bezeichnung der Mätresse als „Furniture" in eine ähnliche Richtung, allerdings stellt der ältere Film dies auch in einen deutlichen kapitalismuskritischen Zusammenhang. Insbesondere das Gebet von Vater und Sohn einhergehend mit der ehrlichen Dankbarkeit der beiden Protagonisten macht demgegenüber eine kritische Distanz zu den Produkten kaum mehr möglich.

Eine anschließende Reinigungsszene führt zu einem weiteren Schritt in der Rekultivierung der beiden Figuren: Der Vater kocht im Herrenhaus Wasser auf, setzt den deutlich ausgemergelten Jungen in eine Wanne, um ihn gründlich zu säubern und später seine Fingernägel und die Haare zu schneiden. Dabei fasst er dem Jungen wie ein Friseur in die Haare, bevor er seinen eigenen Bart stutzt und zuschneidet und der Junge sich ungelenk die Zähne mit deutlich zu viel Zahnpasta putzt. Streng genommen geht es hier also sowohl um den Prozess der Reinigung, vielleicht sogar der Taufe, als auch um den der Imitation, weil der Vater sichtbar die stereotypen Handbewegungen von Friseuren nachahmt. So überführt die Szene den durch den ausgemergelten, geschundenen Körper und den Bart des Vaters evozierten religiösen Bezug der Reinigung in einen handwerklichen Rahmen, der den Menschen durch eine Dienstleistung aufhübscht, damit er an der Gesellschaft teilnehmen kann.

Am Ende dieses Reinigungsrituals sitzen beide wieder am Esstisch, diesmal allerdings in sauberer Kleidung und mit reinlichem Körper. Die Zeichen ihrer Reise sind größtenteils verschwunden. Das Reinigungsritual macht die beiden Protagonisten im wahrsten Sinne des Wortes salonfähig, immerhin können sie nun einander gegenübersitzen und ein richtiges Mahl zu sich nehmen. Diesmal trägt der Vater ein Sakko, er trinkt Jack Daniels (den der Sohn probieren will, was der Vater untersagt) und er raucht eine Zigarette, was der Junge verwundert beobachtet. Dabei ist von besonderer Bedeutung, dass das eigentliche Essen nur schwer identifizierbar ist (nur eine Scheibe Ananas ist klar sichtbar), wohingegen der Markenwhiskey gleich genutzt wird, um das Dinner zu eröffnen. Die Handlungen sind demnach ritualisiert und der Junge wirkt wie ein Betrachter, der die aus seiner Perspektive wunderlichen Verhaltensweisen des Vaters toleriert. Aus der Erwachsenenperspektive sind sie aber unmittelbar einleuchtend, immerhin schwelgt der Vater durch die Markenprodukte in Erinnerungen an alte Zeiten. Die somit betriebene Rekultivierung scheitert allerdings am Unverständnis des Sohnes: "You think I come from another world, don't ye?" (00:25:30) fragt der Vater, ein Eindruck, den der Junge bestätigt. Die Markenprodukte und Regularien des Dinners sind demnach dem Jungen eigentlich unverständliche Zeichen, die als das Ende des Warenkapitalismus und des ihm zugehörigen Genusses gelesen werden könnten.

Im Grunde aber verfehlt der Film hier sein Ziel, weil der Genuss anders als in *Soylent Green* weder als Grund für die Katastrophe, noch als Luxus dargestellt wird, sondern einfach einen Status Quo markiert, der nicht mehr erreichbar ist. Sol und Thorn betreiben ihr Abendessen auch als Trauerfeier des Genusses; Vater und Sohn hingegen essen zuerst, um nicht zu verhungern, weswegen sie dankbar für die Produkte sind, die auf ihren Markenwert reduziert werden. Während also *Soylent Green* den Mangel an Genuss beklagt, ist es in *The Road* der existenzialistischere Mangel an Nahrungsmitteln, der beklagt wird. Insofern kann die aufgemachte Kritik, die den Vater in einer längst vergangenen Welt des Kapitalismus situiert, nicht greifen: Es ist nämlich der Junge, der dringend in der vergangenen Welt des Bunkers bleiben will, wohingegen der Vater ihn aufgrund mysteriöser, potentiell feindlicher Geräusche wieder verlässt. Dieses Verhalten ist nicht durch die Kritik des Kindes am Vater plausibilisierbar, sondern ausschließlich durch die Dominanz des Überlebens, die den Status der Nahrung als Ware und Gabe erst herstellt.

Das bedeutet im Kern, dass eigentlich zwei einander widerstrebende Konzepte im Film miteinander verknüpft werden: Einerseits drängt der Überlebenskampf mitsamt der Suche nach Nahrungsmitteln insbesondere in den Szenen, die Kannibalismus thematisieren, auf Nahrungsaufnahme um jeden Preis und ohne jeden Genuss. Die Dankbarkeit der Protagonisten für die vollen Regale des Bunkers, die sich im Gebet äußert, ist somit schon durch die allgemeine Knappheit von Essen gerechtfertigt. Andererseits lässt die auffällige Ausstellung von Markenprodukten doch aufhorchen, brechen hiermit doch die Genuss- und Warenwelten in den Überlebenskampf wieder ein, obwohl sie zum Überleben eigentlich nicht notwendig sind. Es sind die Waren als Realismuseffekte, die in der Bunkerszene auf eine Auseinandersetzung mit der Vergangenheit drängen und diese erst in Gang setzen. Damit gilt die Dankbarkeit aber auch den Marken. Das heißt, dass der nachvollziehbare Überlebenskampf die guttierten Versprechen von Coca-Cola und anderen Marken akzeptabel macht. Sprich: Die Genusswelten der Marken dürfen nun greifen, weil sie in der Postapokalypse ein selten gefundenes *Surplus* darstellen und man es den Protagonisten gönnt, ein letztes Mal diesen Genuss zu verspüren.

Dadurch überlagern sich aber auch mehrere Dimensionen von Realismuseffekten. Der Überlebenskampf ruft schon deshalb Realismuseffekte hervor, weil er auf menschliche Notwendigkeiten verweist und diese in den Vordergrund stellt. Die Marken hingegen schlagen eine Brücke zur außerdiegetischen Alltagswelt, wie auch zur Vergangenheit der Protagonisten, in der diese Waren im Überfluss vorhanden waren. Das Gebet mitsamt der Reinigungs- und Essensrituale hingegen verweist auf religiöse Handlungspraktiken, wie sie für Gläubige alltäglich sind. Die verschiedenen Realismuseffekte sind in der Szene aber nicht nur parallelisiert, vielmehr gehen sie ineinander über. Immerhin wird die Reinigung/Taufe zur Dienstleistung durch einen Friseur, das Gebet für Nahrungsmittel wird zu einer Danksagung an die Marke, die Marke selbst setzt einen Konflikt in Gang, der die Vergangenheit bewältigen soll. Diese Kaskade setzt dabei genau bei der Bestimmung des Realismus, wie Jürgen Link sie vorgeschlagen hat, an, indem die vorgelagerte Utopie, die Welt des Überflusses, zunächst durch den Überlebenskampf als illusionär entlarvt wird, nur, um dieser dann als einer verlorenen Alltags-Realität nachzutrauern und ihr zu huldigen. Anders als im ersten Beispiel sind die Waren und Marken aber nicht der Grund für den Weltuntergang, sondern nur dessen traurige Zeugen, indem sie einen Rest der Vergangenheit erhalten und aktualisieren.

The Road vollführt demnach eine zunächst ähnliche Bewegung wie *Soylent Green*: Im Genuss, im Dinner, im Produkt entstehen zwei Realitäten, eine Utopie der Vergangenheit, die durch eine harte Realität der dystopischen diegetischen Gegenwart abgelöst wird. Der Fokus dieses Beispiels auf die eher gefühlsbetont-identifikatorische Ebene der Handlung verhindert aber eine kritische Distanz, die auch mit dem Realismusbegriff gekoppelt ist. Immerhin sind das Verhalten der Figuren, die Freude über die Waren, das Gebet, selbst der zuvor mehrfach zur Schau gestellte Kannibalismus anderer Figuren im Rahmen eines realistischen Kampfes um das Überleben als (wenn auch fatale) Möglichkeit der Lebensbewältigung denkbar. Kurz: In der Endzeit kommen die Warenversprechen der Del-Monte-Birnen und Kaltgetränke zu sich selbst, nicht nur, weil sie zu Marken mit immateriellen symbolischen Werten werden, sondern vielmehr, weil sie als Waren knapp und dadurch geradezu heilig geworden sind. Ihren Genuss noch einmal aufleben zu lassen, ist zumindest in dem Film *The Road* möglich, akzeptabel und unkritisch, weil ihre Notwendigkeit als Nahrung im Überlebenskampf unmittelbar gerechtfertigt ist.

Jetzt neu: Das Zombiekochbuch

Die beiden hier aufgeführten Beispiele stehen für eine ganze Reihe von Filmen und Serien quer durch die Mediengeschichte, in denen sich solche oder ähnliche Szenen abspielen.[7] Sie alle in eine beliebig fortzusetzende Chronologie zu überführen, wäre an dieser Stelle müßig. Allerdings kann historisch gesehen durchaus plausibilisiert werden, dass insbesondere die Beiträge neuerer Art aus einem sich zuspitzenden Paradigma heraus entstehen, das Hans Magnus Enzensberger bereits in den 1970er Jahren polemisch, kulturpessimistisch, aber auch treffend formuliert hat:

> Wir stellen uns ein schleichendes, quälend langsam voranschreitendes Verhängnis vor: die Apokalypse in Zeitlupe. Sie erinnert an jenen ergrauten Klassiker der Stummfilm-Avantgarde, in dem ein

[7] Beispielhaft zu nennen wären etwa *The Rain* (Staffel 1, seit 2018), *Snowpiercer* (2013), *The Philosophers* (2013), *Oblivion* (2013), *Hell* (2011), *The Walking Dead* (Staffel 1, seit 2010), *Dawn of the Dead* (2004), *28 Days Later* (2002), *The Quiet Earth* (1985), *1984* (1984), *Omega Man* (1971), *The Time Machine* (sowohl als Erzählung, wie auch 1960).

> riesiger Fabrikschlot zu sehen ist, wie er geräuschlos auf der Leinwand zerbricht und in sich zusammenstürzt, zwanzig Minuten lang, während die Zuschauer, in einer Art schläfrigen Komforts, sich zurücklehnen in ihren abgeschabten Samtsesseln und Popcorn und gebrannte Mandeln knabbern.[8]

Enzensberger verweist damit auf die neueren, vom Menschen gemachten Apokalypsen und Endzeiten des Industriezeitalters, auf das mediale Spektakel, das mit ihnen einhergeht, wie auch auf ihren Status als Konsumprodukt. Die Apokalypse ist allerspätestens im 21. Jahrhundert Ware und Genuss geworden, was an sich, Enzensberger zeigt es, keine neue Erkenntnis ist, dennoch aber neuerdings eine eindringliche Qualität bekommt: Im Oktober 2017 erschien in den USA das Kochbuch zur Zombieserie *The Walking Dead*,[9] die seit 2010 in bisher acht Staffeln ihre Protagonisten um ihr Überleben kämpfen lässt. Das Kochbuch vereinigt dabei alle gegenwärtigen Trends, die derzeit virulent sind. Die Fotografien beispielsweise stellen eine eigentümliche, gleichwohl eindrucksvolle Kombination aus dem heruntergekommenen Setting der Serie, der Food-Fotografie und dem Vintage- und Landhausstil dar. Zu sehen sind Aktenschränke, die zu überhängenden Kräuterbeten umfunktioniert wurden oder Eintöpfe, die blutig rot in eingedellten Töpfen schmoren. Nachzukochen gibt es „Chicken à la Lucille", wobei Lucille ein mit Stacheldraht umwickelter Baseballschläger ist, der in der Serie dazu genutzt wird, gleich mehreren liebgewonnenen Hauptcharakteren bestialisch das Leben aus dem Leibe zu prügeln. Eigentlich müsste das Kochbuch im Kern Trash, also ein mehr oder weniger günstig produziertes, durch Absurdität, Überzeichnung und Stilisierung ironisiertes Kulturgut sein, das anderen, ähnlichen und ernster gemeinten Produkten einen Spiegel vorhält. Aber das trifft nicht vollends auf das Kochbuch zu, weil die Rezepte umsetzbar und auch die enthaltenen Überlebenstipps der Art, wie man ein Feuer anzündet oder eine Kochstelle in der Natur einrichtet, funktionabel sind. Somit steht das Kochbuch in einem Schwebezustand, der es zwischen Trash und Funktionsware,

---

[8] Hans Magnus Enzensberger: „Zwei Randbemerkungen zum Weltuntergang." *Kursbuch* 58 (1978), S. 1-8. Nachgedruckt in *Apokalypse. Schreckensbilder in der deutschen Literatur von Jean Paul bis heute.* Ausgewählt und kommentiert von Jürgen Engler. Berlin 2005, S. 336-345, hier S. 337.

[9] Lauren Wilson/Yunhee Kim: *The Walking Dead Official Cookbook.* New York 2017.

zwischen aktuellem Lifestyle und der produzierten Patina der Vintage- und Shabby-Möbel, zwischen dem Medienleben und dem Landhausstil einspannt, um so ein möglichst breites Fanpublikum anzusprechen. Dies ist insofern historisch neu, als die eigentliche Einladung zur Kritik an der Gegenwart, die in der Endzeit nicht nur in der Offenbarung des Johannes, sondern auch später noch in Literaturen und Filmen dargestellt wurde, nun eine neue Qualität bekommt. Insbesondere der Zombiefilm ist spätestens seit Romeros *Dawn of the Dead (1978)*, in dem sich die Zombie-Apokalypse auf Überlebende in einem Einkaufszentrum konzentriert und so die durch Bisse sich reproduzierenden Untoten zur Ware werden, auch eine Gesellschafts- und Kapitalismuskritik gewesen. Das Kochbuch scheint zunächst allein durch die Absurdität seiner Existenz dieser Tradition zu entsprechen, um diese Anmutung anschließend durch einen Realitäts- und Überlebensanspruch selbst wieder einzureißen. Insofern machen der Anschein der medial notwendigen Ironie, der realistische Impetus des Überlebens und auch die in den Bildern zur Schau gestellte Genießbarkeit postapokalyptischen Essens den Weg frei für eine beliebig steigerbare Wertschöpfungskette vom Zombie über die Serie bis hin zum Kochbuch, deren kapitalistische Grundtendenz der eigentlichen Realität dieser Produkte entspricht.

Die Analyse hat somit insgesamt verdeutlicht, dass Ökonomie und Realität im endzeitlichen Abendessen kaum voneinander getrennt werden können: sei es nun, dass Geschmack gleichermaßen eine Wahrnehmungs-, wie auch eine Konsumqualität des Menschen bezeichnet, sei es, dass im Abendessen zwischen Utopie und Dystopie der harte Realismus diskursiv erst entsteht, sei es, dass der Überlebenskampf den Genuss der Ware mitsamt all seiner Versprechen erst rechtfertigt. Hinsichtlich des eingangs skizzierten Analyseschemas hat die Nahrung somit die Qualität eines Verweiszeichens, durch das Realität entsteht: In beiden Filmen ist der Nahrungsmangel Auslöser für eine Auseinandersetzung mit einer vorgelagerten Utopie, in der Genuss und Überfluss zumindest in der Retrospektive alltäglich sind. In beiden Filmen ist es unerheblich, ob die Protagonisten in der Vergangenheit tatsächlich im Überfluss gelebt haben. Weder Sol im ersten, noch der Vater im zweiten Film geben ernstzunehmende Hinweise darauf, dass sie früher ständig die Möglichkeit hatten, so zu dinieren, wie es dann in der filmischen Gegenwart dargestellt wird. Der utopische Eindruck entsteht somit ausschließlich aus dem immer wieder verbalisierten und abgebildeten Gefühl des Mangels und des Verzichts, bei

gleichzeitiger Verbindung zu einer Zeit ‚früher', in der dieses Gefühl anscheinend keine Rolle gespielt hat. Im Gegenteil: Weder im Prolog von *Soylent Green*, in dem die Überflussproduktion dargestellt wird, noch in den biografischen Erinnerungssequenzen in *The Road* werden Mangelgefühle thematisiert, wohingegen sie in der jeweiligen Gegenwart den stärksten Topos bilden. Es ist somit der Mangel an Genuss, der erst zur Konstruktion zweier Realitäten anhält. Einerseits geht es um die gegenwärtige Realität der ZuschauerInnen, die noch in der vorgelagerten Utopie der Filme leben und die Zukunft verändern können. Andererseits geht es um die harte Realität der Zukunft, in der die Menschen im dauerhaften Zustand der Genussknappheit leben.

Die An- und Abwesenheit von Nahrung motiviert dabei die Protagonisten: Sie gehen auf Reisen, um Nahrung zu suchen, sie verweilen an Orten, wo es Nahrung gibt, sie decken Verschwörungen und Kriminalfälle um Lebensmittel auf und sie begehen, wie im Fall von Sol, Selbstmord, weil sie den gegenwärtigen Mangel nicht akzeptieren können. Realität entsteht somit aus der gefühlt-vergangenen und tatsächlich-gegenwärtigen Verfügbarkeit von Lebensmitteln. Dabei wird in beiden Filmen maßgeblich der Mangel an Genuss betrauert. In *Soylent Green* geht es nur am Rande um das Verhungern. Und *The Road* plausibilisiert mit den schonungslosen Darstellungen der ausgemergelten Körper der Protagonisten zwar den Kampf um das Überleben. Allerdings weisen insbesondere das Abendessen und die Sequenz mit der Cola-Dose auf einen Mangel an Genussmitteln und -produkten hin. *Soylent Green* bewegt sich zumeist innerhalb eines Spektrums der Konsum-, Food- und Werbefotografie. Der Film verlässt die künstlichen, konsumorientierten Settings demnach nur, wenn er tatsächliches Leid zeigen will, also beispielsweise, wenn die im Prolog abgebildeten Serienprodukte später im Film nur noch durch Menschenmassen oder durch die industriell zu Lebensmitteln verarbeiteten Leichname wieder eingefangen werden. Ansonsten verbleibt der Film innerhalb der Bildsprache, die er so nachdrücklich kritisiert. *The Road* hingegen fundiert seine Überlegungen zunächst im Überlebenskampf, der alsbald die hoffnungsvollen Gefühle gegenüber den Marken und ihren Ritualen verständlich macht. Der Überlebenskampf rechtfertigt somit die Verheißungen der Marke. Da das hinter der Marke befindliche Konsumprodukt aus der Perspektive des Überlebenskampfes zunächst ein Lebensmittel und erst anschließend ein Genussmittel ist, ist die Trennung von Überleben und Genuss insbesondere in *The Road* kaum denkbar. Das heißt, dass die Marke

mitsamt ihren Ritualen und Versprechen das Lebensmittel ersetzt und darüber hinaus das Verweiszeichen für die Vergangenheit bildet. Die Realität verschwindet hinter der Marke.[10]

[10] Vgl. Guy Debord: *Die Gesellschaft des Spektakels.* Berlin 1996.