

Rückblick zum Oxford Symposium on Food & Cookery:

Food & Markets

11. – 13. Juli 2014, Oxford (GB)

Das jährlich stattfindende Oxford Symposium on Food & Cookery wird bereits seit 1981 abgehalten und ist Treffpunkt für alle an Food Studies Interessierten. Dies macht bereits eine der Besonderheiten dieses Kongresses aus – nicht nur Historiker und Fachpublikum sind willkommen. Eine erfrischende Mischung an ForscherInnen aus allen Disziplinen (emeritierte ProfessorInnen und NachwuchsforscherInnen gleichermaßen), Köche und Köchinnen sowie alle am Thema Interessierte sind herzlich willkommen drei außergewöhnliche Tage im St. Cathrine's College in Oxford zu verbringen. Die Plenarvorträge sowie die Kurzreferate sind oft nur Nebensache. Kontakte knüpfen und Ideen zum Thema Essen auszutauschen – und das in einem äußerst familiären Rahmen und mit ausgezeichneter, zum Thema passender Verpflegung, das ist die wahre Besonderheit am Oxford Symposium.

Hier folgen nun Kurzzusammenfassungen zu den besuchten Vorträgen. Für weitere Informationen zu diesen und allen anderen während des Symposiums behandelten Themen kontaktieren Sie bitte ernst@gastrosophie.at.

Zu folgenden Vorträgen finden Sie hier eine Kurzzusammenfassung. Das komplette Programm finden Sie auf der [Tagungsseite](#).

Midleton Farmers Market. Local Food for Local People (Plenarvortrag; Jane Grigson Memorial Lecture) – Darina Allen	3
White, Black, and Grey. Shades of Market in Soviet Russia (Plenarvortrag) – Anja von Bremzen...	3
Flip Dog in the Shad House. Commercial Fisheries Markets and Tavern Culture at Hadley Falls 1730-1880 – Elyse Moore	4
Piata Obor of Bucharest. The Interplay of Life and Death – Adriana Sohodoleanu	4
Markets for Mercenaries. Supplying Armies in Sixteenth-Century Germany – Volker Bach	4
Markets under Attack. Rioters and Regulators in Georgian England – David Sutton	5
Are Free Markets Bad for Good Food? – Julian Baggini.....	5

Maniva Ecochefs. Forging a New Link between Producers and Consumers in an Organic Street Market in Rio de Janeiro/Brazil – Daniel Coelho, Fátima Portilho, & Maria Teresa Corção	6
The Marketing Of and Market For Ethical Food – Jane Levi	6
The Fall and Rise of the Canadian Public Market – Lenore Newman	6
The Complete History of Food Markets in Twenty Minutes – Len Fisher & Janet Clarkson	7
Street Vendor Cries (Plenarvortrag; Cherwell Prize Winner) – Ashley Rose Young	7
The Emperor's Plate. Marketing Leftovers in 19 th century Paris (Plenarvortrag) – Janet Beizer.....	7
The Market, Petty Commerce, and the Food of Free Tenants in the Last Decade of Fourteenth-Century England – Adrian Bregazzi	7
The Wroxeter Macellum. A Foodway in Every Sense – Christopher Grocock	8
“From Nothing Came Something”. Wild Food and its Markets in Industrialising England – Jeanette Neeson.....	8
New Nordic. History and Future – Trine Hahnemann.....	8
Twenty-First-Century Meat Markets – Peter Hertzmann	9
Finding a market for Local Food in Scotland – Andrew Guest.....	9

Midleton Farmers Market. Local Food for Local People (Plenarvortrag; Jane Grigson Memorial Lecture) – Darina Allen

Darina Allen, prominente Köchin und Kochlehrerin¹ aus Irland sowie Anführerin der Slow Food-Bewegung in Irland, die sich auf die Nutzung von regionalen Produkten (u.a. auch selbst gesammelte Algen vor ihrer Haustür an der irischen Küste) für ihre Gerichte spezialisiert hat, stellte zu Beginn des Symposiums ihren Erfahrungsbericht zum [Bauernmarkt in Midleton](#) (County Cork, Irland) vor – dem ersten modernen Bauernmarkt Irlands (er besteht seit 2000). Die Ausgangssituation war, dass die lokalen Landwirte in wirtschaftlichen Schwierigkeiten waren und keine Möglichkeit hatten, ihre Produkte direkt zu vermarkten. Darina Allen ließ sich bei der Entwicklung eines Konzeptes von ähnlichen Märkten die sie Jahre zuvor in San Francisco gesehen hatte, inspirieren. In Midleton selbst wurde die Etablierung eines Bauernmarktes zunächst als Rückschritt gesehen. Doch die positiven Effekte von lokalen Bauernmärkten (PR-Effekt für die Region, gesteigerter Umsatz für die Geschäfte im Umkreis des Wochenmarktes), überzeugten auch die Kritiker. Bei dem vorgestellten Beispielmart war es auch wichtig, dass bei jedem Termin genügend Stände vorhanden waren (15 bis 20). Es soll den Kunden ermöglicht werden, ihren wöchentlichen Einkauf komplett über den Bauernmarkt erledigen zu können. Für die Bauern auf dem Markt zählt hingegen vor allem die Wertschätzung für ihre Qualitätsprodukte. Um in Zukunft noch mehr Kunden für den Bauernmarkt in Midleton zu gewinnen, stellte Darina Allen noch ein paar *special events* vor (Möglichkeit Messer am Markt schärfen zu lassen oder auch Kinderprogramm wie Ostereiersuche) und erwähnte auch das große Potential für Marktforschung innerhalb des Rahmens eines lokalen Bauernmarktes.

White, Black, and Grey. Shades of Market in Soviet Russia (Plenarvortrag) – Anja von Bremzen

Anja von Bremzen stellte in ihrem Vortrag einige Aspekte, die auch in ihrem Buch (Mastering the Art of Soviet Cooking. A Memoir of Food and Longing, Random House, London 2013) erwähnt werden und aus eigenen (Kindheits-)Erfahrungen stammen, vor. So beschrieb sie den enormen Andrang auf die Märkte der Hauptstadt zu den Feiertagen (3-mal so viele Menschen in Moskau), um bessere Lebensmittel zu bekommen. Durch die Rationierungen entwickelte sich ein

¹ Sie leitet die Ballymaloe Cookery School im County Cork, Irland (siehe <http://www.cookingisfun.ie/>).

ausgedehnter Schwarzmarkt, der sich oftmals auch hinter dem Mantel von Bauernmärkten versteckte). Prestige und Macht wurden durch die schwer zu bekommenden Produkte vermittelt.

Flip Dog in the Shad House. Commercial Fisheries Markets and Tavern Culture at Hadley Falls 1730-1880 – Elyse Moore

Elyse Moore stellte den Fischmarkt in (Great) Hadley Falls, Connecticut/New England des 18. und 19. Jahrhunderts vor. Damals war Hadley Falls neben dem Fernhandel mit New York, Boston bis zu den West Indies auch für den lokalen Fischhandel bekannt. Dabei war die dortige Taverne zentraler sozialer Treffpunkt und der [Flip](#) das In-Getränk (und das Eisen zum Erhitzen des Getränks wurde u.a. Flip Dog genannt). Hadley Falls verlor an Bedeutung durch die Industrialisierung und den Verbau der Flusslandschaft. Die heute stattfindende Rekultivierung der ursprünglichen Landschaft ist bedeutend für den Fischbestand und die Region allgemein.

Piata Obor of Bucharest. The Interplay of Life and Death – Adriana Sohodoleanu

Der Obor Markt in Bukarest entstand bereits im 17. Jahrhundert und war ursprünglich ein Viehmarkt. Neben den Marktständen und dem Verkauf von Produkten, wurde der Markt auch zur Unterhaltung, für religiöse Zwecke und für Hinrichtungen genutzt. Adriana Sohodoleanu ging in diesem Zusammenhang auch auf die besondere Bedeutung des Todes in ihrer Kultur ein: Der Tod galt als bessere Alternative zum oftmals schwierigen und mühsamen Leben. Für die Toten gibt es bis heute ein spezielles Gericht, das mit Zucker bestreut und mit einer Kerze bestückt wird. Früher wurde es aus Getreide gebacken, heute jedoch aus praktischen Gründen oft durch Reispudding ersetzt. Der Kommunismus hatte natürlich auch Einfluss auf den Obor Markt (u.a. zentraler Schwarzmarkt). Heute findet man dort eine interessante Mischung aus Einkaufszentrum, Bazar und Flohmarkt.

Markets for Mercenaries. Supplying Armies in Sixteenth-Century Germany – Volker Bach

Volker Bach referierte über die Verpflegung von deutschen Armeen in der Renaissance und stellte dies vor allem durch zahlreiche Bilder vor. Im Tross waren meist Bäcker mit mobilen Öfen enthalten. Diese Öfen waren allerdings nur eingeschränkt zum Backen von Brot geeignet, weshalb Brot lokal zugekauft werden musste. Durch die neuartige Art von Armeen (Söldner), war

die Verpflegung Privatsache und nicht Aufgabe der Armeeführung. Die Söldner bekamen nur Geld für „Sold, Kost und Schaden“. Daher gab es ein Angebot von privaten Anbietern auf militärischen Märkten innerhalb der Lager. Teil des Marktes war stets auch ein Hinrichtungsplatz (Galgen) – die deutschen Armeen reisten mit ihrem eigenen Henker. Der Kommandant hatte Mittel für einen eigenen Koch, Rotten (6 bis 10 Soldaten) organisierten sich oft selbst und gründeten Messen. Auch die Frauen bzw. Gefährtinnen der Soldaten kochten für ihre Männer.

Markets under Attack. Rioters and Regulators in Georgian England – David Sutton

David Sutton beschrieb in seinem Vortrag, dass die klassischen Marktstädte Englands potentielle Stellen für Aufstände zwischen 1740 und 1840 waren. Die unsichere Versorgungslage (vor allem für Brot, Käse und Gemüse) war mit ein Grund für die Angriffe auf Märkte – ebenso wie hohe Preise für diese Grundnahrungsmittel. Ein Beispiel ist etwa der *Great Nottingham Cheese Riot* im Oktober 1766 (anstatt an die lokale Bevölkerung, wurde der Käse an diesem Markttag an eine andere Stadt verkauft, was Empörung in der Bevölkerung hervorrief und schließlich dazu führte, dass der herbeigeeilte Bürgermeister von einem Käselaub überrollt wurde). Die Bevölkerung hatte einen ausgeprägten Gerechtigkeitsinn und ihre Ideen von Fairness führten oftmals zu den Aufständen. Die Wut der Menschen richtete sich vor allem gegen die willkürliche Preisgestaltung der Händler und auswärtige Käufer, die ihnen die überlebenswichtigen Produkte „wegnahmen“.

Are Free Markets Bad for Good Food? – Julian Baggini

Die Hauptaussagen in Julian Bagginis Vortrag waren:

- Ohne Transparenz kann der Kunde keine „richtige“ Entscheidung treffen (Stichwort: Lebensmittelverfälschung).
- Regulierungen verhindern, dass Dritte negative Auswirkungen spüren.
- Regierungsregulierungen haben oftmals auch negative Auswirkungen (zB Soja wird angebaut, um an Rinder verfüttert zu werden, anstatt das Vieh grasen zu lassen).
- Qualitätsprodukte sind nicht unbedingt teuer. Sie erscheinen uns nur so, da es billigere Alternativen am Markt gibt.

Maniva Ecochefs. Forging a New Link between Producers and Consumers in an Organic Street Market in Rio de Janeiro/Brazil – Daniel Coelho, Fátima Portilho, & Maria Teresa Corção

Die Referentin ist Slow Food Köchin und kocht seit 2010 auch auf dem Bio-Bauernmarkt in Rio de Janeiro. Durch die Verarbeitung der dort zum Verkauf stehenden Produkte vor Ort (zB zu Tapioka Crêpes) werden mehr und mehr Leute auf den Markt gelockt. Sie versuchen die Verbindung zwischen Landwirten und ihren Kunden dadurch zu stärken und ebenso, um den Kunden aufzuzeigen, was aus den Produkten alles gemacht werden kann. Zusammen mit Gleichgesinnten hat sie die Marke Ecochefs ins Leben gerufen.

The Marketing Of and Market For Ethical Food – Jane Levi

Jane Levi beschäftigt sich in ihrer Doktorarbeit mit *Ethical Food*, wobei sie bisher vor allem auf Bio eingeht. Das Resümee ihrer bisherigen Forschung ergibt, dass die Menschen nicht an Umweltverträglichkeit interessiert sind, sondern mehr an persönlicher Gesundheit. Beispielhaft dafür ist der EU-Marketingslogan „good for nature - good for you“.

The Fall and Rise of the Canadian Public Market – Lenore Newman

In diesem Vortrag wurde die *Food Identity* der Kanadier in Augenschein genommen. Ein bestätigtes Stereotyp ist dabei der Ahornsirup (80 % des weltweiten Konsums findet in Kanada statt). Eiswein wurde hingegen von den Deutschen „gestohlen“ und gilt jetzt als Kanadas Geschenk an die Menschheit. Im Vergleich zu Märkten in den USA, werden auf kanadischen Märkten mehr Rohprodukte angeboten (wichtige Lebensmittel auf den Märkten: u.a. Rhabarber, heimische Kräuter, Pilze und Heidelbeeren). Dabei sind die Märkte auch in besonderem Maße auf Touristen ausgerichtet und viele Marktstände bieten die Verpackungsmethode „packed for air travel“ (meist eingeschweißt) an.

The Complete History of Food Markets in Twenty Minutes – Len Fisher & Janet Clarkson

In Form einer kurzen Theateraufführung präsentierten Len Fisher und Janet Clarkson die Entstehung unseres heute praktizierten Marktsystems und stellten am Ende die offen gebliebene Frage: Wird dieses System zusammenbrechen und zurück zu Tauschhandel führen?

Street Vendor Cries (Plenarvortrag; Cherwell Prize Winner) – Ashley Rose Young

Als Gewinnerin des Cherwell Preis, stellte Ashley Young ihr Dissertationsprojekt zu den Marktschreien des 19. Jahrhunderts vor. Sie beschäftigt sich in ihrer Doktorarbeit vor allem mit Märkten in New Orleans und Baltimore. Aufgrund der Vorbildfunktion des Pariser Marktes im 19. Jahrhundert wird jedoch auch dieser nicht außer Acht gelassen. Um einen besseren Eindruck zu den Marktschreien vergangener Jahrhunderte zu vermitteln, hat sie auch vertonte Literaturbeispiele vorgespielt.

The Emperor's Plate. Marketing Leftovers in 19th century Paris (Plenarvortrag) – Janet Beizer

Der Vortrag zur Resteverwertung im Paris des 19. Jahrhunderts begann mit der Beschreibung des Essverhaltens der Oberschicht. Zusammengefasst: Je üppiger, desto besser. Die Reste der opulenten Mahlzeiten wurden jedoch nicht ungenutzt gelassen, sondern von den unteren Schichten wiederverwertet und (weiter-)verkauft. Die so genannten „*arlequin*“-Verkäufer handelten mit Eintöpfen u.a. aus angebissenen Schweinekoteletts und halben Hummern, die durch die Zugabe von grünen Kräutern und etwas Gemüse aufgehübscht wurden.

The Market, Petty Commerce, and the Food of Free Tenants in the Last Decade of Fourteenth-Century England – Adrian Bregazzi

Die Märkte des Mittelalters waren neben der Kirche und den offiziellen Nachrichten der Lords, DIE Nachrichtenaustauschzentralen und sozialer Treffpunkt. Gehandelt wurde auf diesen Märkten natürlich auch – und eines der wichtigsten Produkte war der Käse. Adrian Bregazzi beschäftigte sich auch mit der Transportfrage: Wie kamen die Händler zum Markt und wie wurden die Waren transportiert? Für die einfache Bevölkerung auf den kleinen Märkten gab es vier mögli-

che Transportarten: die Güter in der Hand zu tragen, auf dem Rücken, in einem Handkarren oder in einem gezogenen Karren. Letzterer wurde nur bei großer Warenmenge in Anspruch genommen, da jemand zweiter benötigt wurde, um auf den Wagen außerhalb des Marktes aufpassen zu können. Ebenso wurde auch auf den Handkarren oftmals verzichtet, da dafür zusätzliche Gebühren am Markt anfielen.

The Wroxeter Macellum. A Foodway in Every Sense – Christopher Crocock

Christopher Crocock stellte die Ausgrabungen des römischen Marktes in der Siedlung von Wroxeter (Viroconium) vor. Dort fand man eine Markthalle mit elf Verkaufsständen, einer Latrine in einer der Ecken und einem Brunnen in der Mitte – eine klassische Markthalle, wie sie auch bei zahlreichen anderen Ausgrabungen gefunden wurde. Weiters zeigen die Ausgrabungen, dass das Vieh lebend in die Stadt getrieben wurde und in einem eigens abgegrenzten Bereich bis zum Verkauf gehalten wurde.

“From Nothing Came Something”. Wild Food and its Markets in Industrialising England – Jeanette Neeson

In diesem Vortrag wurde auf die Kräuter und Beeren eingegangen, die im späten 18. bzw. frühen 19. Jahrhundert in England gesammelt wurden. Neben Kräutern und Beeren wurden auch Pilze und Trüffel gesammelt. Die indigenen Sorten wurden mit der Zeit jedoch meist durch Importe aus anderen Ländern auf den Märkten verdrängt (bei dem Beispiel Cranberries etwa durch amerikanische und russische Sorten). Nichtsdestotrotz galt die wilde Walderdbeere lange Zeit als die englischste aller Früchte.

New Nordic. History and Future – Trine Hahnemann

Die dänische Köchin Trine Hahnemann, die am zweiten Abend für die Verpflegung verantwortlich war, beschrieb in ihrem Vortrag die Entwicklungen in der dänischen Esskultur in den letzten Jahren. Restaurantbesuche waren dabei in der dänischen Gesellschaft lange Zeit unüblich – man kochte im eigenen Heim für Freunde und traf sich nicht in einem Restaurant. Durch die Etablierung großer Supermarkt(-ketten) ging das Wissen um dänisches Essen jedoch beinahe verloren (da die kleinen Krämer verschwanden und mit ihnen auch das Wissen um die Verwen-

dung der einheimischen Produkte). Seit 2004 wird dieses verloren geglaubte Wissen jedoch wiederentdeckt und als New Nordic erfolgreich vermarktet.

Twenty-First-Century Meat Markets – Peter Hertzmann

Als Mitglied der amerikanischen Fleischerinnung stellte Peter Hertzmann das Metzgerwesen in den USA vor. Größtes Problem für die Fleischer in den USA ist, dass die Kunden von heute keine Qualität erkennen (es ist schon ein Erfolg, wenn sie die Fleischart identifizieren können) – sie sind vor allem auf die Kosten fixiert, was es für den qualitätsbewussten Metzger schwierig macht. Jedoch auch in den großen amerikanischen Supermärkten kommt schön langsam der Trend auf, frisch aufgeschnittenes Fleisch zu verkaufen. Bei den „richtigen“ Metzgern beläuft sich die Kundenbetreuung auf durchschnittlich 20 Minuten pro Kunde.

Finding a market for Local Food in Scotland – Andrew Guest

Andrew Guest stellte am Ende des Symposiums die Entwicklungen hin zu regionalen Produkten in Schottland vor. Zahlreiche Umfragen besagen, dass Menschen mehr Lebensmittel aus lokaler Produktion haben möchten. Gleichzeitig geht der Bezug zur Lebensmittelherkunft jedoch auch verloren (Leute wissen nicht, was sie eigentlich auf dem Teller haben bzw. von welchem Tier oder Ort es stammt). Für die Schotten ist regional gleichzusetzen mit schottisch. Interviews durch Andrew Guest ergaben, dass sich die Schotten mehr Regierungsregulierungen bzw. Einsatz durch die Politik im Lebensmittelsektor wünschen würden.