

Ein flüssiges Stück Lifestyle – Was wir durch unser Kaffeekonsumverhalten über unseren Lebensstil verraten

Wer sich in einem modernen Café mit Selbstbedienung »nur schnell« einen Kaffee kaufen möchte, der hat zunächst die Qual der Wahl. Von der Anschlagtafel über dem Tresen werden uns allein ungefähr fünfzehn verschiedene Getränke auf Espresso-Basis, dazu herkömmlicher Filterkaffee, *Cold Brew* und allerlei Mixgetränke angeboten. Wenn wir uns dann schon einmal definitiv für Kaffee entschieden haben, bleiben also noch siebzehn Optionen, die meistens in drei verschiedenen Größen zu haben sind; einundfünfzig Möglichkeiten insgesamt. Als ob das nicht genügen würde, folgt dann noch die Entscheidung, ob das Getränk lieber im Pappbecher zum Mitnehmen oder doch klassisch aus der Porzellantasse im Café serviert werden soll; die Zahl der Auswahlmöglichkeiten summiert sich auf einhundertundzwei. Schon jetzt – ohne Milchsorten verschiedenen Fettgehalts und unterschiedlicher Provenienz ausdiskutieren zu wollen – eine Herkulesaufgabe. Achja, das Ganze *decaf*?

Dass sich vor den Cafés keine meterlangen Schlangen bilden, weil Kunden vor dem Tresen stundenlang ihre Optionen prüfen oder unter der Entscheidungslast gar zusammenbrechen, ist vermutlich dem

Umstand geschuldet, dass wir einen Teil dieser Entscheidungen schon getroffen haben, bevor wir das Café überhaupt betreten haben und den anderen Teil – etwa die Wahl der Größe – intuitiv treffen können. An dieser Stelle drängen sich einige Fragen auf. Zum einen waren die Bandbreite des Angebots und die Möglichkeit den Kaffee auch *to go* trinken zu können noch vor zwanzig Jahren keine Selbstverständlichkeit. Wie ist es also dazu gekommen, dass eine Nation, die jahrzehntelang »*echten Bohnenkaffee*« aus der Filtermaschine am heimischen Tisch als das »*Non plus Ultra*« des Kaffeegenusses empfunden hat, innerhalb von wenigen Jahren einen derartigen Schwenk hin zu internationaler Kaffeekultur und ambulantes Kaffeekonsum entwickelt hat? Wie *neu* sind diese Entwicklungen wirklich? Zum anderen scheinen wir dennoch ziemlich schnell zu wissen, welche der unbegrenzt erscheinenden Zahl von Varianten für uns die richtige ist; die Entscheidung scheint also in gewisser Weise »vorprogrammiert« zu sein. Welche Faktoren führen also dazu, dass wir uns für die eine Option entscheiden und die andere von vornherein ausschließen?

Um Antworten auf zumindest einen Teil dieser Fragen geben zu können, möchte ich es hier dabei belassen das Phänomen des *Coffee-to-go* und das *Café als Ort der Arbeit* außerhalb des Büros zu beschreiben. Ein kulturgeschichtlicher Bezug wird dabei helfen zu verstehen, wie und weshalb sich diese Handlungsweisen entwickelt haben.

Coffee to go – für Eilige

Zu Beginn wollen wir uns die »älteste« der genannten Entwicklungen ansehen, oder besser gesagt, die, die am frühesten wieder in Erscheinung getreten ist. Ungefähr seit Anfang des 21. Jahrhunderts ist der *Coffee-to-go* fester Bestandteil der Kaffeekultur. Zunächst nur in speziellen Cafés zu haben, ist Kaffee zum Mitnehmen mittlerweile in den meisten Kaffeehäusern, Fastfood-Ketten, Tankstellen, Bäckereien und sogar manchen Supermärkten erhältlich. Das Phänomen, dass Kaffee

im Gehen oder Fahren, also auf dem Weg getrunken wird, ist neu. Dennoch hat der *Coffee-to-go* kulturgeschichtliche Vorreiter, die in ganz ähnlicher Weise die Beschleunigung des Genusses vorantrieben und den Trinkvorgang außer Haus verlagerten.

Schon am französischen Hof von Versailles, dessen Etikette die teils heute noch gebräuchlichen Verhaltensweisen des Kaffeetrinkens etablierte und durch dessen Hoflieferanten die Form und die Bestandteile des Kaffeeservices festgelegt wurden,¹ waren Picknicks mit Kaffee gebräuchlich. Der Hofstaat, allen voran Marie Antoinette im *Petit Trianon*, folgte – mit zu dieser Zeit noch exklusivem Kaffeegenuss – seiner Auslegung des Rousseau'schen Leitsatzes »*Retour à la nature!*«.² Auch später, in der Zeit des Biedermeiers, waren ausgiebige Picknicks im Freien üblich. Der Kaffee war hier nicht einfach ein Getränk oder Prestigeobjekt, sondern ein Symbol und Maßstab für familiäre Idylle und Häuslichkeit. Der Frau oblag die Aufgabe, ihren geschäftstätigen Mann morgens, mittags und abends treu umsorgend mit Kaffee zu verköstigen.³ Streublütendekors und Landschaften schmückten das bürgerliche Porzellan dieser Zeit, das auch auf der Picknickdecke Verwendung fand. Beide Beispiele haben gemeinsam, dass der Genuss im Gegensatz zum heutigen *Coffee-to-go* kollektiv und in der Freizeit stattfand. Festzustellen ist aber eine erste Verlegung der Kaffeetafel an einen Ort, der nicht speziell dafür vorgesehen war, wenngleich hier dennoch die üblichen Geräte und Sitten beibehalten wurden.

Später, zu Beginn der Industrialisierung, tranken die »unteren« Gesellschaftsschichten ihren Kaffee dann weniger ritualisiert ohne großes Service zu Hause und in ihrem Fortgang mit zunehmender Trennung von Arbeitsplatz und Wohnstätte auch unterwegs.⁴ Henkelmann und Teilbecher wurden zu ständigen Begleitern im langen Arbeitsalltag und ermöglichten das Mitnehmen von Nahrung und Kaffee. Aus dem vormals exklusiven Exotengenränk war, wenn auch noch oft in mit Zichorien und Surrogaten gestreckter Form,⁵ ein Alltagsgetränk für Jedermann geworden. Der Teilbecher – und viel später die

Thermoskanne – waren zum Transport und Warmhalten gedacht; die Intentionen gingen noch nicht dahin, den Kaffee auch wirklich auf dem Weg zu trinken. Abgesehen davon sind in den Orten und besonders den Geräten schon deutliche Parallelen zum *Coffee-to-go* erkennbar.

In den 50er Jahren verlagerte sich der morgendliche Kaffee zunächst in Italien nun endgültig auch auf den Arbeitsweg. Mit der Erfindung der Siebträgermaschine war der Espresso geboren, der durch seine hohe Konzentration des Aufgusses auf eine geringe Menge den Trinkvorgang selbst erheblich verkürzte.⁶ Auch der Herstellungsprozess, also das Brühen, beanspruchte erheblich weniger Zeit als bis dahin übliche Methoden. Auch für zuhause wurde der intensive Kaffee nicht als Espresso, sondern als Ristretto immer beliebter. Schon in den 1930er Jahren erfand Alfonso Bialetti eine Kanne, die im Überdruckprinzip Wasserdampf durch ein mit Kaffeepulver gefülltes Sieb presst, der dann als Kaffeedampf durch ein Steigrohr empor steigt, um am oberen Ende zu kondensieren und in den eigentlichen Kaffeeraum zu tröpfeln. Die vom Art Déco inspirierte Form und die einfache Handhabung mit Gelinggarantie überzeugte jedoch erst nach dem Zweiten Weltkrieg, also ungefähr zeitgleich mit der Erfindung des Espresso.⁷ Unter dem Namen *‘Moka Express‘* und zu erschwinglichem Preis konnte Bialettis Sohn Renato die Kanne mit größerem Marketinggeschick als sein Vater vertreiben.⁸ Beide Erfindungen verkürzen unterschiedlich intensiv das Getränk und die Zubereitungsdauer. Die voranschreitende Globalisierung und die nun endgültige Trennung von Arbeitsplatz und Wohnstätte begünstigten die auf Zeitersparnis ausgelegten Methoden. Schnelle Genüsse lösen die langsamen nun endgültig ab.

Die *‘Coffee-to-go-Bewegung‘* hat also Vorläufer in der Picknickkultur des Großbürgertums und der Aristokratie, im Teilbecher der Arbeiter zur Zeit der Industrialisierung und in der italienischen Espresso-kultur der 1950er Jahre. Wir können deshalb durchaus behaupten, dass wir damit einen traditionellen Usus lediglich an aktuelle Umstände angepasst haben. Die Gesellschaft hat sich seit den 50er Jahren

weiterentwickelt, ist vernetzter, mobiler und globaler geworden. »*Unterwegs-Sein*« ist nicht nur eine Notwendigkeit, um lange Wege zur Arbeit oder zu Terminen zu überwinden, sondern ein *Lifestyle*. Der To-go-Becher symbolisiert deshalb beides – den Zeitdruck und unsere Bereitschaft, uns diesem zu unterwerfen. Gleichzeitig wird paradoxerweise durch das Zusammenlegen zweier Vorgänge – Bewegung und Trinken – ein deutlich längerer Genuss ermöglicht, als ihn eine Espresopause bieten könnte. Wengleich jede Form des Fast-Foods, zu dem freilich auch der *Coffee-to-go* zählt, zuweilen als Unkultur bezeichnet werden mag, so ist diese Art der Kaffeebeschaffung, die bekanntlich nicht zwangsläufig Einfluss auf die Qualität des Getränks hat, eine durch Zeitknappheit und Dienstleistungsgesellschaft bedingte, logische Entwicklung der zeitgenössischen Kaffeekultur. Die Frage ist nur, ob wir diesen Kaffee in all der Hektik wirklich genießen können.

Im Café mit Laptop – die Workaholics

Wer also lieber im Sitzen im Café seinen Kaffee aus Porzellantassen trinkt, um sich dabei wenigstens nicht auf den Straßenverkehr konzentrieren zu müssen, der kann dabei heute zumindest arbeiten. Zuvor waren Cafés aufgrund der räumlichen Trennung von Privatem und Geschäftlichem, der Industrialisierung und Angestelltenverhältnissen für lange Zeit Institutionen der Freizeit. Das änderte sich allerdings um das Jahr 2010, als beginnend mit der amerikanischen Kaffeehauskette Starbucks kostenfreies WLAN in immer mehr Cafés angeboten wurde.⁹ Durch das Internet und die bereitgestellte Vernetzung in Kombination mit der Etablierung von Laptops, Tablets und Smartphones eröffnete sich so ein neuer Raum für geschäftliche Tätigkeiten abseits des Büros. Auch hier werden zwei Handlungen zusammgelegt – das Kaffeetrinken und das Arbeiten –, um Zeit zu sparen. Auch wenn freier Internetzugang und ausreichend Steckdosen neue *Features* des modernen Cafés sind, ist das Arbeiten in Cafés eines der ältesten kulturgeschichtlichen Phänomene, die im Bezug auf Kaffee in

Europa zu finden sind. Nur etwa ein halbes Jahrhundert, nachdem der Kaffee um das Jahr 1600 nach Europa,¹⁰ genauer nach Venedig, eingeführt wurde, eröffnete dort am Marktplatz die erste *Bottega de Caffè*. Als Orte des geschäftlichen Treibens und des Handels – in Verbindung mit dem *dolce far niente* und Koketten, die teilweise über eigene Separées in den Kaffeehäusern verfügten – mehrte sich die Zahl der Cafés in der venezianischen Innenstadt so schnell, dass die Regierung sich gezwungen fühlte eine Obergrenze von 100 Einrichtungen festzulegen.¹¹

Von Venedig aus verbreitete sich der Kaffee in die übrigen europäischen Länder. Künstler, Literaten, Humanisten und viele andere waren dem Wachmacher nun verfallen und bald eröffneten die ersten Kaffee-schenken in Paris und London.¹² Mit der Gründung des ›*Café Procope*‹ in Paris durch den Italiener Francesco Procopio dei Coltelli aus Palermo 1672, beginnt das Zeitalter der großen Kaffeehäuser in Europa. Das reich geschmückte Ambiente mit Wandspiegeln, Marmortischen und Kristalleuchtern lockte bald alle namhaften Künstler, Literaten und Schauspieler der ›*Comédie Française*‹, die in unmittelbarer Nähe steht, sowie Philosophen und Wissenschaftler an.¹³ Es wurde zum Vorreiter der Kaffeehäuser in ganz Europa, die als Orte des Geschäftlichen die Funktion heutiger Zeitungsredaktionen, Verlage und Labore einnahmen.¹⁴ Rousseau, Diderot, Robespierre und Benjamin Franklin waren hier zur Zeit der französischen Revolution Gäste; als Orte der politischen Debatte trugen die Kaffeehäuser maßgeblich zur Bündelung der Revolution bei.¹⁵

Noch direkter mit der Geschäftswelt verwoben war – unter vielen anderen – ›*Lloyd's Coffee House*‹ in London. Gegründet in den 80er Jahren des 17. Jahrhunderts von Edward Lloyd wurde es schnell zum Treffpunkt der Seefahrer. Dort wurden Informationen zusammengetragen und verteilt, Register geführt und Versicherungspolice verkauft. Das Kaffeehaus selbst fungierte deshalb nur zweitrangig als Gaststätte; vorwiegend war es ein Ort des Geschäftlichen, das von

Lloyd persönlich gesteuert wurde.¹⁶ Der Ausschank verschwand mit den Jahren, während sich andere Unternehmenssparten vergrößerten und schließlich zu eigenständigen Firmen heranwuchsen. Eines der weltweit größten Versicherungsunternehmen ›*Lloyd's of London*‹ und auch ›*Lloyd's Register*‹ haben ihre Ursprünge im Kaffeehaus; andere Firmen im nautischen Kontext haben sich des Namens beliehen, so etwa ›*Hapag-Lloyd*‹.¹⁷

Mit zunehmender Institutionalisierung und Technik verlor das Kaffeehaus seine Funktion als Arbeitsort. Unterlagen, Schreibmaschinen und später Desktop PCs konnten nicht einfach mitgenommen werden und banden die Arbeitnehmer so an ihr Büro. Mit Bereitstellung von WLAN lösten sich diese Fesseln an einen bestimmten Ort. Dennoch unterscheidet sich die Arbeit in Cafés heute enorm von der im 17. und 18. Jahrhundert, weil damals das Café das *Äquivalent* zum Büro, sein Substitut war. Geschäfte und Verträge wurden dort direkt verhandelt; die Adresse des Kaffeehauses war nicht selten auch die offizielle Adresse für Geschäftspost, was zur Folge hatte, dass jeder Geschäftsmann sein Stammcafé hatte, das nur schwer gewechselt werden konnte.¹⁸ Die Cafés heute bieten einen Rahmen, innerhalb dessen Geschäftliches stattfinden kann, auch wenn die auf Smartphones, Tablets und Laptops Tippenden nur physisch präsent sind. Die eigentliche Arbeit spielt sich im virtuellen Raum ab, weshalb zum einen folgenlos der Ort gewechselt werden kann, solange es dort nur Internet gibt und zum anderen die Atmosphäre eine andere ist. Dennoch stehen diese Cafés – wenn auch Forschung und politische Debatten heute vorwiegend anderswo stattfinden – als Orte, die ein zweites Mal in der Geschichte Geschäftliches und öffentliches Kaffeetrinken verbinden, in direkter Nachfolgerschaft zu den Kaffeehäusern des 18. Jahrhunderts. Umweltschonender als der Einwegbecher mag diese Version der Beschleunigung allemal sein, doch auch hier können wir nicht wirklich behaupten, dass der Kaffee im Vordergrund steht, wir ihn mit voller Aufmerksamkeit trinken.

Wozu dieser Stress?

Offen bleibt die Frage, weshalb wir überhaupt auf den exklusiven Genuss verzichten, uns scheinbar nicht zu einer echten Kaffeepause hinreißen lassen können. Sicher, gesellschaftliche Strukturen geben einen gewissen Rahmen vor, der die eine oder andere Entwicklung mehr oder weniger begünstigt und bedingt. Wolfgang Schivelbusch erklärt diesen Vorgang im Bezug auf Kaffee in »*Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft*«. Dort beschreibt er die Entwicklung vom »*Ritualkaffee*« der Aristokratie und oberen Gesellschaftsschichten zum »*Gebrauchskaffee*« der Arbeiter der Industrialisierung, der nicht mehr zu Repräsentationszwecken in der Gruppe, sondern wegen seiner Eigenschaften als Wachmacher individuell getrunken wird. Später, etwa bis in die 70er Jahre, kehrte der kollektive Aspekt im Sinne des familiären Nachmittagskaffees zurück, um dann wieder verworfen zu werden. An diesem Punkt stehen wir heute und *gebrauchen* Kaffee ohne Porzellan und Tamtam, um unsere Konzentrationsfähigkeit aufrecht zu erhalten und die an uns gestellten Erwartungen zu erfüllen.

Dabei wäre es uns auch möglich aus den gesellschaftlich-ökonomischen Rahmenbedingungen auszubrechen. Die Tatsache, dass wir das zumeist nicht tun, lässt den Willen der Zugehörigkeit zur modernen Gesellschaft und die Anerkennung ihrer Parameter erkennen. Wir wollen also bewusst oder unbewusst ein Teil dieser Entwicklung sein, anstatt gegen sie zu rebellieren. In seiner zweibändigen Schrift »*Über den Prozeß der Zivilisation*« aus dem Jahr 1939 erklärt Norbert Elias die Entwicklung der Sitten und deren Verfeinerung durch vorrückende Schamsschwellen und wachsende Selbstkontrolle. Neue Verhaltensweisen wurden demnach zunächst in höfischen Kreisen entwickelt und verfestigt, bis sie langsam *top down* von den übrigen Gesellschaftsschichten übernommen wurden, um sich schließlich als Sitte, also eine beinahe feste Handlungsregel zu etablieren. Hier ist weniger interessant, *dass* sich solche Sitten etablieren, sondern vielmehr *weshalb* überhaupt der Anstoß dazu gegeben wird. Elias verwendet dafür

den Begriff der *Distinktion*, die Abgrenzung einer sozialen Schicht – in diesem Fall durch spezielle Handlungsweisen – zu den übrigen, in der Regel hierarchisch untergeordneten Schichten. Dass diese Verhaltensmuster anschließend von den Gruppen übernommen werden, die dadurch ausgeschlossen werden sollten, zeigt deren Bemühungen sich zumindest gestisch auf die gleiche Ebene erheben zu wollen.

Pierre Bourdieu führte 1979 in »*Die feinen Unterschiede*« Elias Gedankengang der Distinktion fort, wenngleich er auch ein deutlich demokratischeres Bild davon zeichnete. Demnach weist der spezifische Habitus einer jeden Gruppe auf deren kulturelles, soziales und ökonomisches Umfeld hin, das diese Verhaltensweisen geprägt hat. *Demokratischer* ist diese Begriffsfassung deshalb, weil er nicht nur die Abgrenzung von Anderen im hierarchischen Sinn, sondern auch die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe beschreibt. Doch auch Bourdieu beschreibt das Phänomen, dass die sozial, finanziell oder kulturell höher gestellten Schichten versuchen, sich durch spezifische Handlungen erneut abzusetzen, um ihren Rang zu verdeutlichen. Als »*Distinktionsprofite*« benennt er den geglückten Versuch, sich vom Geschmack der Masse abzuheben.

Unser *Lifestyle* verrät also schon viel über unsere Herkunft und Einstellung zur aktuellen, gesellschaftlichen Situation. Mit dem Pappbecher in der Hand zeigen wir symbolisch, dass wir gerne bereit sind unsere eigenen Interessen und eine Pause zugunsten der Effizienz und Pflichterfüllung zurückzustellen, weil Andere es vorgemacht haben. Als das *Coffee-to-go*-Trinken aber zum Massenphänomen wurde, entwickelte sich dann eine neue Form des Genusses, die ebenfalls an die gesellschaftlichen Entwicklungen angepasst ist, jedoch deutlich mehr räumliche Autonomie erfordert. Im Schaufenster eines Cafés mit dem Laptop am Tresen sitzend bekunden die, die nicht an einen speziellen Arbeitsort gebunden sind, ihre Begeisterung über die neue Freiheit, die das WLAN schenkt, ohne sich von ihren Pflichten losmachen zu müssen. Die *Trendsetter-Position* dieser Gruppe bestätigt sich dadurch,

Ein Festmahl kann aber auch die Gelegenheit bieten, dem Ehealltag zu entkommen und eine sexuelle Eskapade heraufzubeschwören. Lehnen Sie das räumlich beieinanderliegende gemeinsame Essen mit Ihrem Ehepartner ab, so signalisieren sie einem Dritten, dass Sie ihn begehren.

Vgl. Bleuler, Anna Kathrin: *Essen – Trinken – Liebe. Kultursemiotische Untersuchung zur Poetik des Alimentären in Wolframs ›Parzival‹*, (Habilitationsschrift, Salzburg 2013) Tübingen 2016, S. 72.

das dieses Verhalten von immer mehr Menschen übernommen wurde und wird; der Versuch zur Distinktion wird zum *Distinktionsprofit*.

Der Filterkaffee-Hype – für nostalgische Genießer

Doch es geht auch anders: *Filterkaffee* heißt der neue Trend der Baristaszene. Natürlich ist Filterkaffee ein alter Hut und war noch vor wenigen Jahren die wohl gängigste Methode Kaffee aufzubrühen. Mit der Zeit ist ihr Marktanteil allerdings geschrumpft, Espressogetränke haben die Cafészene erobert wie Vollautomaten die heimische Küche. Der Filterkaffee heute ist ein bewusster Rückgriff auf die nicht elektrifizierte Zubereitung mit einfachen Mitteln, die in der Tradition des Melitta-Filters, des beliebtesten Kaffeefilters der Deutschen, steht.¹⁹ Im Jahr 1908 erfand und vermarktete die Dresdnerin Melitta Bentz ihren ersten Kaffeefilter – damals noch aus Aluminium. Die einfache Methode im Durchlaufprinzip, bei der der Kaffee in einem mit Löschpapier ausgelegten Sieb überbrüht wird, perfektionierte sie bis 1936, als schließlich die ›*Filtertüte*‹ – eine geschützte Bezeichnung der Firma Melitta – zusammen mit dem heute fast ikonische Aufsatz aus Steingut auf den Markt kam.²⁰ Einfach zu handhaben, günstig und satzfrei konnte so jeder seinen Kaffee zubereiten. Ein System, das auch bei den später elektrischen Kaffeebereitern noch zum Einsatz kommen sollte.

Diese Technik, die von Globalisierung und technischem Fortschritt nicht weiter entfernt sein könnte, wird nun hauptsächlich zum ›Selbst-Filtern‹ angeboten. Der Kaffee wird also nicht am Tresen fertig bereitgestellt, sondern es ist noch ein ganzes Stück eigener Aufwand und vor allem Zeit nötig, um schließlich eine Tasse davon genießen zu können. Dieser Kaffee ist demnach ein *langsamer Genuss*, der so gar nicht in unsere Zeit passen mag. Die Art der Zubereitung erkennt die gesellschaftlich vorgegebenen Rahmenbedingungen eben nicht an, sondern grenzt sich davon ab. Wer den Kaffeegenuss derart zelebriert, rebelliert gegen Schnelllebigkeit und Hektik, feiert das Produkt an sich,

das sich qualitativ deutlich von dem fertig gemahlten Kaffee unserer Großmütter unterscheidet, den Genuss und die Pause, die es einfordert. Analog zur *Maker-Szene*, zur *Bio-Bewegung* und vielen anderen, die sich bewusst gegen die gängige gesellschaftliche Entwicklung stellen, ist auch dieser Habitus eine Form der Distinktion, die weniger über Zugehörigkeit, sondern mehr über Abgrenzung, »Bewusstmachen« funktioniert. Es ist der Versuch der Filterkaffeetrinker, sich oder Anderen durch eine den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen exakt entgegengesetzte Handlung zu beweisen, dass sie es *nicht nötig* haben, sich den gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen anzupassen oder gar zu unterwerfen. Dieses nur scheinbar traditionsbewusste Verhalten und die vorangehenden Beispiele zeigen deutlich, dass Distinktionsbemühungen, abhängig davon, wer diese unternimmt, sowohl über Abgrenzung, als auch über Zugehörigkeitsbekundungen ausgedrückt werden können. Dabei haben wir uns schon so an wechselnde Trends und angebliche Innovationen gewöhnt, dass wir uns beinahe unbewusst anpassen, weil es eben zu unserem *Lifestyle* gehört bestimmte Gewohnheiten zu übernehmen, uns *up to date* zu verhalten.

Dennoch können wir vom Filterkaffeetrinker als »Rebell im Kleinen« meiner Meinung nach viel lernen. Wer sich gegen das »*Übliche*« stellt hat dieses »*Übliche*« vermutlich reflektiert, sich also damit auseinandergesetzt – ob nun, um eine sozial höhere Stellung unter Beweis zu stellen oder nicht. Etwas »*Anderes*« zu tun als die Menge erfordert also ein größeres Bewusstsein darüber, welchen Lifestyle wir leben möchten; darüber, ob wir uns in den aktuellen Entwicklungen wiederfinden oder uns lieber abgrenzen. Wer sich nun selbst mit seinem Lifestyle auseinandersetzt, die Art und Weise der eigenen Lebensführung bewusst reflektiert, wird vermutlich schnell feststellen, dass einige Bereiche davon durch Trends und Moden determiniert sind. Dabei hätten wir heute, weil Standeszugehörigkeit eigentlich keine Rolle mehr spielen sollte, jede Freiheit, uns diesen eben nicht anzuschließen, wenn wir nur den Mut haben, uns auch einmal abzugrenzen, anstatt

dazugehören zu wollen. Schließlich müssen wir ja auch keine absoluten Entscheidungen für oder wider den einen oder anderen Weg treffen – vielleicht macht es hier ja gerade die Mischung.

Lismarie Thuy, Textildesignerin, hat beim Schreiben ihres Neuwerk-Artikels 57 Tassen Kaffee getrunken.

Literatur und Verweise

- 1 Vgl. Dexel, Thomas: »Gerät für Tee und Kaffee: aus der Formsammlung der Stadt Braunschweig«, Braunschweig, 1973, S. 5.
- 2 Vgl. »Take away: Design der mobilen Esskultur«, AK: Museum für Gestaltung Zürich, Ludwigsburg, 2006, S. 8.
- 3 Vgl. Schivelbusch, Wolfgang: »Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft: Eine Geschichte der Genussmittel«, Frankfurt am Main, ungek. Ausg., 1990, S. 78f.
- 4 Vgl. Museum für Gestaltung Zürich 2006, S. 8.
- 5 Vgl. Schivelbusch 1990, S. 89.
- 6 Vgl. Ferré, Felipe: »Kaffee: eine Kulturgeschichte«, Tübingen, 1991, S. 226.
- 7 Vgl. Gronert, Siegfried: »Die Espressokanne von Richard Sapper«, Frankfurt am Main, 1997, S. 10ff.
- 8 Vgl. Alessi, Chiara (Hrsg.): »Oggetti e Progetti: Alessi: storia e futuro di una fabbrica del design italiano«, Mailand, 2010, S. 122.
- 9 Vgl. Bernau, Verinia: »Das Starbucks-Büro«, in: Süddeutsche Zeitung Online, URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/ein-cafe-als-medienhaus-das-starbucks-buero-1.1014227> (10.10.2017).
- 10 Vgl. Obrist, Gabrielle: »Kaffeescenarien im Rampenlicht«, Zürich, 1998, S. 6.
- 11 Vgl. Ferré 1991, S. 39.
- 12 Vgl. ebd., S. 43 f.
- 13 Vgl. ebd., S. 95.
- 14 Vgl. Heise, Ulla: »Kaffee und Kaffeehaus: Eine Bohne macht Kulturgeschichte«, Leipzig, 1996, S. 9.
- 15 Vgl. Ferré 1991, S. 198.
- 16 Vgl. Schnyder- v. Waldkirch, Antoinette: »Kleine Kulturgeschichte des Kaffee«, Zürich, 1. Aufl., 1991, S. 5.
- 17 Vgl. Lloyds of London: »Corporate History«, URL: <https://www.lloyds.com/lloyds/about-us/history/corporatehistory> (12.11.2017).
- 18 Vgl. Schivelbusch 1990, S. 67f.
- 19 Vgl. Heise 1996, S. 103.
- 20 Vgl. Melitta Group: »Historie«, URL: <https://www.melitta-group.com/de/Historie-837,436.html> (15.11.2017).