

ZEHN GRÜNDE FÜR...

... das Einkaufen
beim DiscounterWir sind
das Volk

VON RAINER WEHAUS

1 Die Herausforderung

Es ist höchste Zeit, auch mal positiv über die angeblich so bösen Discounter zu schreiben – allein schon deshalb, weil keiner daran glaubt, dass sich zehn Gründe für sie finden lassen. Jetzt sind es übrigens nur noch neun.

2 Das Phänomen

Obwohl das Image von Aldi, Lidl und Co. nicht gerade das Beste ist, sind die Läden voll. Sind wir alle käuflich? Können wir nur billig? Oder ist die Kritik elitär und verlogen? Discounter regen zum Nachdenken über den Menschen an.

3 Die Kritik

Es heißt, die Discounter seien böse zu ihren Angestellten, sie würden die Bauern ausbeuten und die Umwelt schädigen. Doch das gemeine Volk hört nicht zu oder glaubt es nicht. Sind die anderen Läden wirklich besser oder einfach nur teurer? In jedem Fall muss man sich die Abneigung gegen Discounter auch leisten können. Ja, die Aldi-Brüder und der Lidl-Gründer haben Milliarden verdient – aber ihre Geschäftsidee war nun mal ziemlich clever. Nur kein Neid!

4 Der Preis

Deutschland hat dank der Discounter die niedrigsten Lebensmittelpreise in Europa. Das ist gut für die Verbraucher. Über harten Wettbewerb wird gerne geschimpft. Aber ohne Wettbewerb würden wir unnötig viel Geld satten Monopolisten in den Rachen werfen, denen die Kunden letztlich egal sind.

5 Die Organisation

Man kann natürlich den Tante-Emma-Läden hinterherweinen, aber die Discounter haben auch deshalb den Markt aufgerollt, weil sie effizienter organisiert sind. Nur das Notwendige – das reicht vielen Deutschen offenbar. Was ist an Effizienz bitte schön schlecht?

6 Das Soziale

Festhalten, jetzt kommt die Wahnsinnstheorie: Die Discounter haben in den letzten Jahrzehnten mehr für die einkommensschwachen Schichten getan als alle deutschen Sozialpolitiker zusammen. Sie haben für die breite Masse Produkte erschwinglich gemacht, die sich sonst nur Wohlhabende leisten könnten. Und die Discounter arbeiten dabei auch noch wirtschaftlich und machen Gewinn, was man von unserem Sozialstaat nun wahrlich nicht behaupten kann.

7 Der Test

Ein teures Produkt muss nicht automatisch besser sein – manchmal verdient der Hersteller damit einfach nur mehr Geld. Immer wieder schneiden Waren vom Discounter in Tests besser ab als die ach so hochwertigen Edel- oder Qualitätsprodukte. Discounter fördern die Erkenntnis: Wir lassen uns oft blenden von Namen, hübschen Verpackungen und schönen Ladentheken.

8 Die Atmosphäre

Beim Discounter besteht kaum die Gefahr, dass einen ein Bekannter in ein Gespräch verwickelt. Jeder will möglichst nicht gesehen werden und kauft zielstrebig ein. Aus den Augenwinkeln kann man Eltern, die gerade ihr Kind im Waldorfkindergarten abgegeben haben, dabei beobachten, wie sie mit schlechtem Gewissen Unmengen an Grundnahrungsmitteln zur Kasse fahren. Herrlich! Und draußen wartet der Geländewagen.

9 Das Sonderangebot

Discounter fördern Disziplin und Durchsetzungsvermögen. Du musst früh am Wühltisch sein, um dir die vermeintlichen oder tatsächlichen Superschnäppchen zu sichern. Wer je bei Aldi mit mehreren Müttern um die letzten Packungen Kinderunterwäsche gekämpft hat, der weiß, dass das Leben kein Ponyhof ist.

10 Das Ende

Puh, das war mühsam. Wir entschuldigen uns bei allen, die Discounter für eines der Grundübel dieser Welt halten und die immer wieder schwören, nie dort einkaufen zu gehen. Wir haben's nicht so gemeint, ehrlich. Aber wehe, wir sehen uns dort...

Bunte Blubberblasen

„Bubble Teas“ heißt der Tee-Trend, der aus Asien kommt und vor allem sehr süß schmeckt.

VON KIRSTEN SCHIEKIERA

„Boobuk“ ist alles andere als ein gemütlicher Aufenthaltsort. Die Neon-Bar liegt an einer vielbefahrenen Straße in Berlin, im Inneren dominieren die Farben Weiß und Orange. Hellgrünes Licht verpasst jedem Besucher eine ungesunde Gesichtsfarbe. Und dennoch ist Boobuk von den Mittagsstunden bis in den späten Abend hinein gut besucht. Vor allem Teenager und Asiaten betreten den Laden und verlassen ihn wenig später mit großen Plastikbechern. Diese sind gefüllt mit einer bunten Flüssigkeit, auf deren Grund etwas Dunkles, Unbekanntes schimmert. Fünf Gehminuten entfernt von Boobuk befindet sich „BoBo Q“. Das Interieur von BoBo Q ist ebenfalls in Weiß, Orange und Hellgrün gehalten, das Publikum jung, der Inhalt der Becher farbig. Zumindest die Namensähnlichkeit soll reiner Zufall sein.

Bubble Tea heißt das Getränk, das die Mägen junger Menschen erobert

Was ist da eigentlich los? „Bubble Tea“ heißt das süße Getränk, das derzeit in Deutschland die robusten Mägen junger Menschen erobert. Basis ist ein geschmacklich wenig auffälliger Eistee, der mit verschiedenen Sirupsorten gesüßt wird. Das Besondere an dem Getränk sind die dicken Kugeln, die mit einem ebenfalls dicken Strohhalm in den Mund gesaugt werden.

„Tapioka-Kugeln werden etwa 25 Minuten lang gekocht, bis sie eine kaugummiähnliche Konsistenz haben. Da die Stärke geschmacklos ist, werden die fertigen Kügelchen in eine Zuckerlösung getaucht“, erklärt Wikipedia knochentrocken das Phänomen Bubble Tea. Das klingt für alle, die älter als 14 Jahre sind, vermutlich wenig verlockend. Doch gerade die Kugeln, die aus der asiatischen Maniok-Wurzel gewonnen werden und ursprünglich eher für Desserts Verwendung fanden, machen den eigentlichen Reiz des Getränks aus. Die sogenannten Bobas sind zwar ein geschmackliches Nichts, rutschen aber schön geschmeidig in den Mund und haben einen angenehm festen Biss. Es ist beinahe unmöglich, die Perlen schnell hinter-

einander weg zu schlürfen. Das Trinken eines Bubble Teas dauert und dauert. Das langsame Einsaugen der Kugeln wirkt dabei seltsam entschleunigend. Plopp, plopp, plopp.

Etwa 20 bis 30 Bubble-Tea-Bars haben in den letzten Monaten in Berlin eröffnet. Allein die Kette BoBo Q unterhält dort zehn Läden und sieben weitere in Städten wie Leipzig und Cottbus. Auch im Rhein-Main-Gebiet sind im Sommer Bubble-Tea-Bars wie Pilze aus dem Boden geschossen. „Und das ist erst der Anfang“, glaubt Christian Bruder, der sich als eine Art deutscher Bubble-Tea-Pionier sieht. Von dem asiatischen Trendgetränk, das zu Beginn der 80er Jahre in Taipeh erfunden wurde, las der Kölner 2004 in einer

Gastronomie-Fachzeitschrift. In Hongkong, Singapur und anderen asiatischen Ballungsräumen, aber auch in den USA war die Teespezialität zu diesem Zeitpunkt bereits populär. Christian Bruder entschloss sich, Tapioka-Perlen und Sirupsorten aus Asien zu importieren. Seinen ersten Bubble Tea mixte er sich auf gut Glück in der heimischen Küche. „Die Zeit war noch nicht reif. Ich habe damals jede Menge Geld versenkt“, berichtet der Importeur.

Erst 2007 hätten sich die ersten Interessenten bei ihm gemeldet. Seitdem beobachtet er mit einer gewissen Genugtuung, wie sich seine Idee in Deutschland breitmacht. „In Japan ist man bereits viel weiter. Dort gibt es Bubble Tea, der aus zehn und mehr natürlichen Zutaten wie Orangensaft und frischer

Minze gemixt wird“, erklärt Christian Bruder, „das wird auch hier kommen. Der Markt verlangt schließlich ständig etwas Neues.“

Schon jetzt gibt es die Tees in den irrwitzigsten Geschmackskombinationen wie „Green Apple“, „Blueberry Yoghurt“, „Caramel Bubble“ oder gar „Coffee Dream“. In den Bechern schwimmen nicht nur die dunklen Tapioka-Perlen, sondern auch Geleewürfel namens „Composite Jelly“ oder „Popping Bobas“, die beim Zerbeißen Fruchtsaft freigeben.

„Einsteiger wählen meist einen Mangotee, später tasten sie sich langsam an die Milchtees mit Popping Bobas heran“, erzählt Kirk Pholchiangsar, Store-Manager bei Boobuk. Wer möchte, kann eine Mischung aus Litschi- und Passionsfruchtperlen in einem Yasmin-Grüntee mit Pfirsich-Ingwer-Geschmack genießen. Die Kombinationsmöglichkeiten gehen beinahe ins Unendliche.

Ein Plastikbecher mit Bubble Tea soll etwa 300 bis 400 Kalorien haben.

So wenig natürlich die Bubble Teas auch mitunter daherkommen – die meisten Anbieter versichern, dass ihnen keinerlei künstliche Zusatzstoffe in die Plastikbecher kommen. Christian Bruder misstraut jedoch mittlerweile den asiatischen Herstellern. „Welche Inhalte bei der Produktion vor Ort verwendet werden, das lässt sich von Deutschland aus kaum überprüfen“, sagt er. Demnächst will er

spezielle Tees, Sirupsorten und auch die Tapioka-Perlen in Eigenregie produzieren. „Wir möchten nur mit natürlichen Zutaten arbeiten und ein Premium-Anbieter werden“, erklärt der Unternehmer. „Fruubbles“ soll seine Franchise-Kette heißen, die im Oktober an den Start gehen will. Nach Angaben der Bubble-Tea-Anbieter enthalten die Perlen Eisen, Calcium und Vitamin C und sollen sogar irgendwie gesund sein. Ein durchschnittlich großer Plastikbecher mit Bubble Tea soll allerdings etwa 300 bis 400 Kalorien haben, ein großer Milchtee mit extrasüßen Perlen kann sogar mit bis zu 800 Kalorien auf die Hüften schlagen. Der Sättigungseffekt eines einzelnen Bubble Teas ist deshalb auch beeindruckend. Bereits nach einem halben Becher verschwindet jeder Gedanke an andere Speisen.

Tatort-Gezwitscher

Wenn Sonntagabends „Tatort“ im Fernsehen läuft, wird auf Twitter massenhaft kommentiert. Das Ganze ist wie ein virtueller Stammtisch.

VON ANJA WASSERBÄCH

Es soll Menschen geben, die man am Sonntagabend um 20.15 Uhr nicht anrufen darf, weil „Tatort“ kommt. Wer aber in den 90 Minuten einen Blick ins Internet wagt, erkennt, dass es doch viele gibt, die „Tatort“ schauen und währenddessen kommunizieren. Via Twitter. Oder Facebook. Willkommen in der neuen Welt, in der Menschen mit Laptop auf dem Schoß TV schauen.

Gefunden sind sie leicht, die virtuellen „Tatort“-Brabblers. Wer den sogenannten Hashtag # vor das Wort Tatort setzt, findet auf Twitter alle Einträge zum Thema. Sie sind nicht lang, da ein sogenannter Tweet nicht mehr als 140 Zeichen haben darf. Amüsant, das sind sie aber allemal.

Wer etwa einen Leipziger „Tatort“ live auch im Netz verfolgt, stößt auf verzweifelte Aussagen über die Kommissarin Eva Saalfeld, dargestellt von Simone Thomalla. Alle Kom-



Der Münsteraner „Tatort“ wird ebenso...

mentare lesen sich in etwa so: „Die ARD präsentiert: Die Gesichtsausdrücke 1 (betroffen) und 2 (beleidigt) von Simone Thomalla. #Tatort.“ Oder: „Simone Thomalla ist die schönste Kommissarin seit Schimanski.“ Einer, der sich auch auf dem Microblogging-Dienst Twitter austauscht, ist der Berliner Andreas Weiland, der sich hinter dem Namen Ohrenflimmern verbirgt. Auch Weiland kann die Leipziger Kommissarin nicht besonders leiden und nennt sie „den deutschen ‚Vin Diesel‘ – Simone Thomalla, die nur einen Gesichtsausdruck hat“. Warum twittert er beim „Tatort“-Schauen? „Das ist einfach nur ein großer



... kommentiert wie der Leipziger. FOTOS: DPA

Spaß“, sagt der 26-Jährige. „Der ‚Tatort‘ ist eine kleine Tradition, obwohl die meisten Folgen so mittelpärchtig sind. Durch das Twittern nebenbei wird es wieder spannend, weil man den ‚Tatort‘ kreativ kommentieren kann.“

Andreas Weiland ist nicht allein. Vor allem bei öden „Tatort“-Folgen werden die Einträge bei Twitter immer mehr. „Schlechte ‚Tatorte‘ sind auf jeden Fall großartig zum Twittern, weil die schlechten ‚Tatorte‘ sehr oft durch ein schlechtes Drehbuch zustande kommen, wo logische Fehler auftreten, hölzerne Dialoge stattfinden oder einfach nur die Kameraeinstellungen grausam sind“, sagt Weiland.

Allen Twitterern ist wohl gemein, dass sie das Regionale beim „Tatort“ schätzen. Dass sie sich freuen, wenn sie Orte wiedererkennen und wenn Dialekt gesprochen wird. So ist auf Twitter beispielsweise zu lesen: „Ein Leipzig-#Tatort, in dem Hochdeutsch gesprochen wird, ist weltfremd.“

Das Meckern vermischt sich mit der neuen Technologie des Microbloggings

Auch das Gerücht, dass Til Schweiger als Hamburger „Tatort“-Kommissar im Gespräch sei, lässt die Twitter-Gemeinde nicht kalt. So war da zu lesen: „Das überzeugendste Argument gegen Til Schweiger als #tatort-Kommissar ist, dass er Til Schweiger ist.“ Oder: „Til Schweiger ist als Nachfolger für den Hamburger #Tatort im Gespräch – hören die schlechten Nachrichten denn nie auf?“

Weiland sieht im TV-Getwitter noch einen weiteren interessanten Aspekt: „Es vermischen sich die deutsche Tradition des Meckerns mit einer neuen Technologie des Microbloggings, was gegen die ‚German Angst‘ vor Technikfortschritt spricht.“ Manchmal ist Twitter aber auch einfach nur hilfreich. Wenn man zum Beispiel niemanden mehr nach 21.45 Uhr anrufen will, wird getwittert: „Bin eingeschlafen. Wer war der Mörder? #Tatort.“