

**T.C.
TÜRKISCH-DEUTSCHE UNIVERSITÄT
INSTITUT FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN
INTERKULTURELLES MANAGEMENT**

**MILIEUS IN DER TÜRKISCHEN GESELLSCHAFT AUF
DEM WEG ZUM POSTMATERIALISMUS? BEFUNDE
ZUM VEGANEN LEBENSSTIL AUS DEM STADTRAUM
ISTANBUL**

MASTERARBEIT

Marika MARKAKOS

BETREUER

Prof. Dr. Jörg SCHEFFER

ISTANBUL, Januar 2024

**T.C.
TÜRKISCH-DEUTSCHE UNIVERSITÄT
INSTITUT FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN
INTERKULTURELLES MANAGEMENT**

**MILIEUS IN DER TÜRKISCHEN GESELLSCHAFT AUF
DEM WEG ZUM POSTMATERIALISMUS? BEFUNDE
ZUM VEGANEN LEBENSSTIL AUS DEM STADTRAUM
ISTANBUL**

MASTERARBEIT

**Marika MARKAKOS
(208112008)**

Abgabedatum: 22.01.2024
Masterverteidigung: 02.02.2024
Betreuer: Prof. Dr. Jörg SCHEFFER

ISTANBUL, Januar 2024

**T.C.
TÜRKISCH-DEUTSCHE UNIVERSITÄT
INSTITUT FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN
INTERKULTURELLES MANAGEMENT**

**MILIEUS IN DER TÜRKISCHEN GESELLSCHAFT AUF
DEM WEG ZUM POSTMATERIALISMUS? BEFUNDE
ZUM VEGANEN LEBENSSTIL AUS DEM STADTRAUM
ISTANBUL**

MASTERARBEIT

**Marika MARKAKOS
(208112008)**

**BETREUER
Prof. Dr. Jörg SCHEFFER**

ISTANBUL, Januar 2024

TEŞEKKÜR

Başta danışmanım Prof. Dr. Scheffer'e teşekkür etmek istiyorum. Tez konumu belirlemeden başlayarak çalışmanın yapısını oluşturmaya, görüşmelerimin planlamasına kadar tüm desteğiniz için çok teşekkür ederim. Şimdiye kadarki sabrınız, sayısız Zoom görüşmesi, her zaman açık olan kulağınız ve ayırdığınız tüm zaman için gerçekten minnettarım. Değerli fikirleriniz ve katkılarınız, bu yüksek lisans tezini hazırlamamda bana büyük ölçüde yardımcı oldu. Özellikle sunduğunuz cesaret verici, her görüşme sonrasında yeni bir motivasyon kaynağı olan sözlerinizi çok takdir ediyorum.

Görüşme katılımcılarıma da teşekkür etmek istiyorum. Siz olmadan bu yüksek lisans tezim gerçekleşmezdi. Konukseverliğiniz, lezzetli yemekleriniz için, inanılmaz zenginleştirici konuşmalarınız ve ilginç yaşamlarınıza dair sunduğunuz bakış açısı için hepinize teşekkür ediyorum. İleride tekrar görüşmek dileğiyle.

Ayrıca Prof. Dr. Struck'a da teşekkür ederim. Bu çift yüksek lisans programındaki yaşadığım öğretici ve heyecan verici zamanlara dönüp bakmak beni mutlu ediyor. Türk-Alman Üniversitesi ve Passau Üniversitesi'nde Kültürlerarası Yönetim bölümünü sadece öğrenmekle kalmayıp, aynı zamanda deneyimlemek için bir sebep oldunuz. Son olarak, unutulmaz olan ve ileride torunlarıma bile anlatacağım geçen yazdaki kapsamlı ve bilimsel açıdan gerçekleştirdiğimiz İstanbul gezisi için teşekkür ederim.

Bana her zaman inanan, beni motive eden, teşvik eden ve bu çalışma ile ilgili her türlü desteği sağlayıp yardımcı olan kişilere de ayrıca teşekkürlerimi sunuyorum. Değerli yardımlarınız için hepinize teşekkür ederim, kendi farklı yöntemlerinizle benim için orada olduğunuz için. Belki de farkında olmasanız da, desteğiniz benim için sonsuz değerdedir. Kimin kastedildiğini bilin.

DANKSAGUNG

In erster Linie möchte ich meinem Betreuer Herrn Prof. Dr. Scheffer danken. Vielen Dank für all Ihre Unterstützung, angefangen bei der Themenfindung über die Strukturierung der Arbeit bis hin zur Planung meiner Interviews. Ich schätze Ihre Geduld bis jetzt, die zahlreichen Zoom-Gespräche, Ihr stets offenes Ohr und jede Zeit, die Sie sich genommen haben, sehr. Danke für all Ihre wertvollen Ideen und Ihren Input, die mir so geholfen haben diese Masterarbeit anzufertigen. Vor allem für Ihre ermutigenden Worte, die nach jedem Gespräch immer wieder ein neuer Motivationsschub für mich waren, bin ich sehr dankbar.

Danke auch an meine Interviewpartner. Ohne Euch hätte meine Masterarbeit gar nicht entstehen können. Ich danke Euch für eure Gastfreundschaft, das leckere Essen, die unglaublich bereichernden Gespräche, die Einblicke in Eure interessanten Leben. Bis ganz bald.

Außerdem danke ich Herrn Prof. Dr. Struck. Es macht mich glücklich, auf eine so lehrreiche und spannende Zeit in diesem Doppelmasterstudium zurückblicken zu können. Sie sind der Grund, warum wir Interkulturelles Management bei uns an der Türkisch-Deutschen Universität und der Universität Passau nicht nur studieren, sondern vor allem erleben durften. DANKE zuletzt für die unvergleichliche Istanbul-Exkursion, von der ich noch meinen Enkeln erzählen werde.

Danke an alle Menschen, die immer an mich geglaubt, mich motiviert und aufgemuntert haben. Danke an Euch alle für Eure wertvolle Hilfe, dafür, dass ihr – auf eure eigene, unterschiedliche Weise – für mich da und einfach da wart. Auch wenn ihr es selbst vielleicht nicht (immer) gemerkt habt, war Euer Beistand von unendlichem Wert für mich. Wisst, wer gemeint ist!

INHALTSVERZEICHNIS

TEŞEKKÜR	IV
DANKSAGUNG.....	V
ÖZET	VIII
ZUSAMMENFASSUNG	IX
ABSTRACT.....	XI
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XII
1 EINLEITUNG.....	1
1.1. FORSCHUNGSSTAND.....	2
1.2. FORSCHUNGSRELEVANZ	3
1.3. FORSCHUNGSZIEL- UND METHODE	4
1.4. FORSCHUNGSFRAGE	5
2 LEBENSSTILE UND MILIEUS	6
2.1. DIE VORLÄUFER DER HEUTIGEN LEBENSSTILFORSCHUNG: KLASSEN UND SCHICHTEN	6
2.2. DIE ENTSTEHUNG DER LEBENSSTIL- UND MILIEUPERSPEKTIVE IN DER LEBENSSTILFORSCHUNG	8
2.2.1. Bourdieus Ansatz der Milieuperspektive	10
2.2.2. Die Sinus-Lebenswelten	12
2.2.3. Definition des Lebensstilbegriffs	16
2.2.4. Definition des Milieubegriffs.....	19
3 POSTMATERIALISMUS UND VEGANISMUS.....	21
3.1. POSTMATERIALISMUS UND WERTEWANDEL.....	21
3.2. WERTE IN DER TÜRKISCHEN GESELLSCHAFT.....	22
3.3. VEGANISMUS ALS POSTMATERIALISTISCHER LEBENSSTIL.....	23
3.4. HISTORISCHE ENTWICKLUNG DES VEGANISMUS	24
3.5. VEGANISMUS IN DER TÜRKEI.....	28
3.5.1. Kurzer Exkurs: Geschichte der Esskultur der Türkei/ Istanbuls	29
4 EMPIRISCHE FORSCHUNG – VERTEILUNG UND EINBLICKE IN DEN VEGANISMUS ISTANBULS.....	32
4.1. QUANTIFIZIERUNG VEGANER EINRICHTUNGEN IM STADTRAUM ISTANBUL	33

4.2. QUALITATIVE BEFRAGUNG VEGANER EINRICHTUNGEN IN SCHWERPUNKTVIERTELN	36
5 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN FORSCHUNG.....	40
5.1. HAUPTMOTIVATOIN: ETHIK ALS PHILOSOPHIE	40
5.2. WEITERE MOTIVE	51
5.2.1. Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit	52
5.2.2. Gesundheit	55
5.3. STADTTEILE, MILIEUS UND KLIENTEL	59
5.4. POSTMATERIALISMUS UND WERTEWANDEL.....	67
5.4.1. Jugend als Vorreiter für postmaterialistische Bewegungen	70
5.4.2. Erhöhte Empathie in marginalisierten Gruppen.....	74
5.5. RÜCKBLICK AUF BISHERIGE ENTWICKLUNG	75
5.6. AUSBLICK UND PROGNOSE FÜR WEITERE ENTWICKLUNG	83
6 FAZIT	88
QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS	95

ÖZET

TÜRK TOPLUMUNDA, POSTMATERYALİZME DOĞRU GİDEN ORTAMLAR? İSTANBUL ŞEHİR ALANINDA VEGAN YAŞAM TARZI ÜZERİNE BULGULAR

Modern toplumlardaki, özellikle de liberal sosyal ortamlardaki yaşam tarzlarının materyalist bir yönelimden post-materyalist bir yönetime doğru nasıl geliştiğini göstermek amacıyla on yıllardır sosyal değerlerdeki küresel değişim üzerine araştırmalar yapılmaktadır. Bir sosyal hareket olarak veganizm, son yıllarda sosyal söylemde yerleşik bir yaşam biçimi olarak kendini göstermiştir ve post-materyalist ortamın bir yaşam tarzını temsil etmektedir.

Bu tez, Türk toplumunda değişen değerlerin bir göstergesi olarak İstanbul'da veganlığın gelişimine odaklanmaktadır. Araştırmanın amacı, İstanbul'daki vegan yaşam tarzına dayanarak, post-materyalist değerlerin Türk toplumundaki ortamlarda ne ölçüde bir yaşam temeli olarak yer bulduğunu göstermektir.

İstanbul'un sosyal olarak parçalanmış bir kentsel alan olduğu ve bu nedenle belirli mahallelerin veya sosyal ortamların post-materyalist bir yaşam tarzı olarak veganlığın öncüleri olarak ortaya çıkacağı varsayımına dayanarak, aşağıdaki araştırma sorusu ortaya çıkmaktadır: Veganizm bağlamında, Türk toplumunun ortamları postmateryalizme doğru ne ölçüde ilerlemektedir?

Araştırma sorusunu yanıtlamak için iki bölümden oluşan nitel bir araştırma yürütülmüştür. İlk bölümde, İstanbul'daki vegan işletmelerin konumları belirlenmiş ve haritalandırılmıştır. İkinci aşamada, İstanbul'daki vegan yaşamın gerçeklerine mikro düzeyde mümkün olduğunca kapsamlı bir bakış açısı kazanmak amacıyla beş vegan işletme sahibi ile yarı yapılandırılmış uzman görüşmeleri gerçekleştirilmiştir.

Çalışma, Türkiye'nin gelişmekte olan bir ülke olarak toplumsal hareketlerin sonradan ortaya çıktığı ülkelerden biri olmasına rağmen, post-materyalist değerlerin Türk toplumunun liberal ortamlarında bir yaşam temeli olarak gelişmekte olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, İstanbul'daki vegan yaşam tarzı örneğiyle ortaya konmuştur.

Anahtar kelimeler: toplumsal değerlerin değişimi, Türk toplumu, yaşam tarzları, postmateryalist ortamlar, veganizm

Tarih: 22.01.2024

ZUSAMMENFASSUNG

MILIEUS IN DER TÜRKISCHEN GESELLSCHAFT AUF DEM WEG ZUM POSTMATERIALISMUS? BEFUNDE ZUM VEGANEN LEBENSSTIL AUS DEM STADTRAUM ISTANBUL

Seit Jahrzehnten wird der weltweite gesellschaftliche Wertewandel erforscht, um zu zeigen, wie sich in modernen Gesellschaften, insbesondere in liberalen sozialen Milieus, Lebensstile von einer materialistischen zu einer postmaterialistischen Ausrichtung entwickeln. Der Veganismus, als soziale Bewegung, hat sich in den letzten Jahren als etablierte Lebensweise im gesellschaftlichen Diskurs manifestiert und repräsentiert einen Lebensstil des postmaterialistischen Milieus.

In dieser Arbeit steht die Entwicklung des Veganismus im Stadtraum Istanbul im Fokus und fungiert als Indikator für den Wertewandel in der türkischen Gesellschaft. Das Forschungsziel war es, gemessen am veganen Lebensstil in Istanbul, aufzuzeigen, inwiefern in Milieus der türkischen Gesellschaft postmaterialistische Werte als Lebensgrundlage Einzug halten.

Basierend auf der Annahme, dass bei Istanbul von einem sozial fragmentierten Stadtraum ausgegangen werden kann und sich aufgrund dessen bestimmte Stadtteile bzw. soziale Milieus als Vorreiter für den Veganismus als postmaterialistischer Lebensstil herauskristallisieren werden, ergibt sich folgende Forschungsfrage: Inwiefern, indiziert am Veganismus als Ausgangspunkt, befinden sich Milieus der türkischen Gesellschaft auf dem Weg zum Postmaterialismus?

Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurde eine qualitative Forschung durchgeführt, welche aus zwei Teilen besteht. Im ersten Teil wurden die Standorte veganer Einrichtungen im Stadtraum Istanbul identifiziert und kartographisch dargestellt. In einem zweiten Schritt wurden halbstrukturierte Experteninterviews mit fünf Geschäftsinhabern veganer Einrichtungen durchgeführt, um auf Mikroebene einen möglichst umfassenden Einblick in die Lebensrealitäten vegan lebender Menschen in Istanbul zu gewinnen.

Die Untersuchung ergab, dass, obgleich die Türkei als ein Schwellenland zu den Ländern gehört, in denen soziale Bewegungen später entstehen, sich in liberalen Milieus der

türkischen Gesellschaft postmaterialistische Werte als Lebensgrundlage entwickeln. Dies wurde am Beispiel des veganen Lebensstils in Istanbul indiziert

Schlüsselwörter: Gesellschaftlicher Wertewandel, türkische Gesellschaft, Lebensstile, postmaterialistische Milieus, Veganismus

Datum: 22.01.2024

ABSTRACT

MILIEUS IN TURKISH SOCIETY ON THE PATH TO POSTMATERIALISM? FINDINGS ON THE VEGAN LIFESTYLE IN THE URBAN SPACE OF ISTANBUL

For decades, global societal value changes have been researched to illustrate how lifestyles shift from a materialistic to a post-materialistic orientation in modern societies, particularly in liberal social milieus. Veganism, as a social movement, has emerged in recent decades as an established way of life in societal discourse, representing a lifestyle of the post-materialistic milieu.

This study focuses on the development of veganism in the urban space of Istanbul, serving as an indicator of the value transformation in Turkish society. The research goal was to show, indicated by the vegan lifestyle in Istanbul, the extent to which post-materialistic values are finding their way into milieus of Turkish society as a basis for life.

Based on the assumption that Istanbul can be considered a socially fragmented urban space, certain neighborhoods or social milieus are expected to crystallize as pioneers for veganism as a post-materialistic lifestyle. This leads to the following research question: To what extent, indicated by veganism as a starting point, are milieus in Turkish society moving towards post-materialism?

To answer the research question, qualitative research was conducted in two parts. In the first part, the locations of vegan establishments in the urban space of Istanbul were identified and mapped. In the second step, semi-structured expert interviews were conducted with five owners of vegan establishments to gain a comprehensive insight into the life realities of vegan individuals in Istanbul on a micro-level.

The study revealed that, although Turkey is considered an emerging country where social movements tend to emerge later, post-materialistic values are developing as a foundation in liberal milieus of Turkish society. This was indicated by the example of the vegan lifestyle in Istanbul.

Keywords: social value change, Turkish society, lifestyles, postmaterialist milieus, veganism

Date: 22.01.2024

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Sinus-Milieus Established Markets	13
Abbildung 2: Sinus-Milieus Emerging Markets	14
Abbildung 3: Verteilung des Veganismus in Istanbul	33
Abbildung 4: Informationen zu den Interviewpartnern	37

1 EINLEITUNG

Seit Jahrzehnten wird durch zahlreiche Studien der weltweit gesellschaftliche Wertewandel erforscht und aufgezeigt, wie sich moderne Gesellschaften stetig von einer materialistischen hin zu einer postmaterialistischen Gesellschaft entwickeln. Der Postmaterialismus, der als eine Folge der psychischen und physischen Sicherheit in wohlhabenden materialistischen Gesellschaften entsteht, ermöglicht die Individualisierung von Menschen in postmaterialistisch geprägten Gesellschaften. Diese Menschen verfügen über die Kapazität, über grundlegende existenzielle Bedürfnisse hinaus soziale, kulturelle und intellektuelle Bedürfnisse zu entwickeln, was zu einem Wertewandel führt. Durch den entstehenden Wertewandel entfernen sie sich nach der Befriedigung ihrer existenziellen Bedürfnisse von rein materiellen Bedürfnissen und entwickeln soziale, kulturelle und intellektuelle Bedürfnisse. So stehen in postmaterialistischen Milieus Aspekte wie Gesundheit, Freiheit, Bildung und Kultur, Tier- oder der Umweltschutz im Vordergrund. Durch den Prozess des Individuums zur Selbstbestimmung und der individuellen Gestaltung des eigenen Lebens haben sich gesellschaftliche Strukturen von klassenbasierten zu sozialen Milieus mit unterschiedlichen Lebensweisen entwickelt.

Der Veganismus als postmaterialistischer Lebensstil hat sich im Laufe der vergangenen Jahrzehnte zunehmend von einem vormaligen Randphänomen zu einer immer etablierteren Lebensweise entwickelt und erfährt schon seit längerem größeres Interesse aus der Gesellschaftsmitte, wie Diskussionen, insbesondere in Teilen Westeuropas und den USA, aufzeigen.

Doch wie sieht diese Entwicklung dieses postmaterialistischen Lebensstils in der Türkei bzw. in ihrer Metropole Istanbul aus? Im ersten veganen Lebensmittelgeschäft, das 2004 in Istanbul eröffnete, wurden anfangs vorwiegend vegetarische und Bio-Lebensmittel verkauft, wenn auch vereinzelt ebenfalls vegane Produkte im Sortiment geführt wurden. Später widmete sich der Ladenbesitzer dem ausschließlichen Verkauf veganer, tierversuchsfreier Produkte. In den vergangenen Jahren tauchten und tauchen zunehmend rein vegane Restaurants, Cafés sowie Lebensmittelgeschäfte auf, aber auch

Gastronomiebetriebe, welche zwar nicht einzig vegane, jedoch zumindest vegane Speisen und Getränke anbieten. Auch Einrichtungen, die zusätzlich zu ihrem herkömmlichen omnivoren Angebot eine breite Palette an veganfreundlichen Optionen bieten, nehmen zu. Zahlreiche Betriebe haben sich mittlerweile so gut etabliert, dass sie bereits ihre zweite oder dritte Filiale in anderen Stadtteilen oder Städten eröffnen, weil die Nachfrage stetig wächst. Zunehmend steigt ebenfalls erheblich die Auswahl an rein pflanzlichen Produkten in Supermärkten – vor allem in ausländischen Lebensmittelketten und Feinkostmärkten, aber auch in lokalen Discountern; immer mehr Lebensmittelmarken erwerben das „V-Label“ (geschütztes und international anerkanntes Güte- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung vegetarischer und veganer Produkte und Dienstleistungen für ihre Produkte. Die Nachfrage steigt jedoch nicht lediglich im Lebensmittelbereich, sondern ebenfalls im Kosmetik- und Bekleidungssektor. Auch die mediale Präsenz, wie zahlreiche Artikel der vergangenen Jahre zeigen, machen deutlich, dass der vegane Lebensstil in Stadt und Gesellschaft präsenter als je zuvor ist und sich zunehmend mehr Menschen für eine vegane Lebensweise entscheiden bzw. interessieren. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf der Untersuchung des Wertewandels am Beispiel des veganen Lebensstils. Dabei wird als größte Metropole des Landes der Stadtraum Istanbul untersucht. Die Untersuchung in dieser multiethnischen, facettenreichen Metropole verspricht aufschlussreiche Einblicke in die Lebenswelten der Menschen und könnte besonders deutlich auf dynamische Veränderungen innerhalb der türkischen Gesellschaft deuten.

1.1. FORSCHUNGSSTAND

Auch wenn weltweit durch den Anstieg an Vegetariern und Veganern, jedoch vor allem in westlich geprägten Kulturräumen, die Zahl sozialwissenschaftlicher Publikationen zum veganen Lebensstil zugenommen hat, was sich besonders in den letzten drei bis vier Jahrzehnten in Westeuropa und dem anglosächsischen Raum durch verschiedene Studien bewiesen hat, lässt sich festhalten, dass es sich in der Türkei dabei um ein vergleichsweise junges und vor allem bisher wenig Forschungsgebiet handelt. Dennoch gibt es verschiedene Studien und in Journals veröffentlichte Artikel, beispielsweise allgemein zum Thema Gesellschaftlicher Wandel in der Türkei und die Erforschung der Werte in

der türkischen Gesellschaft (siehe Bozkurt, 2018, Yoldaş & Yoldaş, 2015, Öztürk, 2020). Auch zum Thema Lebensstilentwicklung in der Türkei, hier bei Jugendlichen; wurde geforscht (siehe Hecker, 2014). Konkret zum Forschungsthema Veganismus bzw. veganer Lebensstil in der Türkei gibt es ebenfalls Veröffentlichungen. Einige davon sind: Zur Entwicklung und zum Stand des Veganismus in der Türkei von Altaş (2017), eines der bekanntesten Werke im türkischsprachigen Raum von Kalkandelen (2021) zum Thema Tierrechte, weiterhin ebenfalls von Tunçay (2016). Dennoch steht noch vielversprechende Forschung in diesen Bereichen aus.

Auch auf der Seite des Türkischen Hochschulrats YÖK (Yükseköğretim Kurulu), auf welchem Universitätsabschlussarbeiten, inklusive Promotionsarbeiten veröffentlicht werden, zeigt sich: Während bis 2020 pro Jahr generell nur einzelne Arbeiten zum Thema Veganismus veröffentlicht wurden, ist auffällig, dass ab 2021 bis 2023 die Anzahl stetig steigt. Sieben Jahre später, im Jahr 2023, sind derzeit insgesamt 58 wissenschaftliche Arbeiten zum Thema Veganismus aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen verfügbar. Dies verdeutlicht, dass es sich um ein noch junges Forschungsfeld handelt und noch bedeutende Studien fehlen, um einen umfassenderen Erkenntnisstand zu erreichen.

Insbesondere ist unverkennbar, dass die meisten hier veröffentlichten wissenschaftlichen Arbeiten aus den Bereichen Gesundheits- und Ernährungswissenschaften, Gastronomie, Tourismus, Lebensmittelkunde und Ingenieurwesen stammen und es vergleichsweise wenig Forschung aus sozialwissenschaftlicher Perspektive zum veganen Lebensstil in der Türkei bzw. Istanbul gibt.

1.2. FORSCHUNGSRELEVANZ

Es wird deutlich, dass das Thema Veganismus in der Türkei noch erheblichen Forschungsbedarf aufweist, insbesondere aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive. Angesichts der Tatsache, dass sich das Thema zunehmend im gesellschaftlichen Diskurs manifestiert, stehen vielversprechende Studien, die einen detaillierten Einblick bieten noch aus. Insbesondere im Stadtraum Istanbul ist die Präsenz des veganen Lebensstils so ausgeprägt, wie nie zuvor, was auch anhand der medialen Berichterstattung erkennbar ist. Kontinuierlich erscheinen Artikel über Neueröffnungen von veganen Cafés und

Restaurants und auch die verstärkte Integration veganer und vegetarischer Menüs in die Speisepläne von Universitäten in der Türkei beweist die Aktualität der Thematik. Seit dem Jahr 2015 bietet die Istanbul Universität in ihrer Mensa vegane Alternativen an. Inzwischen sind taten es ihr mehrere Universitäten gleich, zuletzt die Technische Universität Yıldız (Yıldız Teknik Üniversitesi (YTÜ)) aufgrund von Nachfragen seitens der Studierenden.

Vor diesem Hintergrund erweist es sich als besonders vielversprechend, einen Einblick in die Lebenswelten dieser Menschen zu gewinnen. Insbesondere in Anbetracht der Tatsache, dass das Forschungsinteresse für das Thema auch in der Türkei wächst und vermehrt an Relevanz gewinnt. Diese Arbeit, ist der Versuch, zumindest einen Teil der Forschungslücke zu schließen und eine weitere Arbeit mit Fokus auf die sozialwissenschaftliche Perspektive beizutragen.

1.3. FORSCHUNGSZIEL- UND METHODE

Das primäre Forschungsziel dieser Arbeit besteht darin aufzuzeigen, dass der Veganismus in Istanbul als ein Indikator für einen übergeordneten Wertewandel in der türkischen Gesellschaft verstanden werden kann. Der vegane Lebensstil, als eine postmaterialistische Bewegung, wird in diesem Kontext als ein kennzeichnendes Merkmal für den gesellschaftlichen Wandel herangezogen, und als Zeichen für den allmählichen Einzug postmaterialistische Werte in türkischen Milieus herausgearbeitet. Dabei ist davon auszugehen, dass aufgrund der höchst fragmentierten Natur des Stadtraums Istanbul und der vielschichtigen kulturellen Zusammensetzung, die sich in unterschiedlichen Entwicklungen in den verschiedenen Stadtvierteln widerspiegelt, auch der vegane Lebensstil, der hier als Indikator für den gesellschaftlichen Wandel fungiert, nicht in gleichem Maße in allen Stadtvierteln der Metropole präsent ist. In Anbetracht dessen wird angenommen, dass es sich bei den Anhängern der Bewegung, die sich für diesen Lebensstil entscheiden, um Menschen handelt, die postmaterialistischen Milieus zugeordnet werden können und sich dementsprechend ihre Einstellungen bzw. ethischen Werte manifestieren. Das Bestreben der Arbeit ist es daher, einen umfassenden Einblick in die (Weiter-)Entwicklung des Veganismus in Istanbul zu geben und ausschnitthaft die Lebensrealitäten vegan lebender Menschen in Istanbul abzubilden, umso eingehende Informationen zu Werten und Überzeugungen zu liefern, die zu einer veganen

Lebensweise motivieren. In retrospektiver Betrachtung soll die vegane Bewegung in Istanbul als ein Indikator herangezogen werden, der auf einen – wenn auch nicht in ihrer Gesamtheit – gesellschaftlichen Wandel in Richtung Postmaterialismus hinweist und der verdeutlicht, dass diese für einen übergeordneten Transformationsprozess in der türkischen Gesellschaft steht.

Zudem soll das Interesse für den Veganismus geweckt, zum Nachdenken angeregt und für die Thematik eines verantwortungsbewussten Lebensstils für Tier, Mensch und Umwelt sensibilisiert werden.

Um das Forschungsziel zu erreichen, wird die Arbeit durch eine empirische Forschung, bestehend aus zwei Teilen gestützt. Im ersten Teil sollen zunächst alle Standorte veganer Einrichtungen im Stadtraum identifiziert werden. Dazu wird im Voraus eine umfassende Liste sämtlicher auffindbarer veganer Einrichtungen erstellt. Anschließend werden diese Standorte auf einer digitalen Karte visuell dargestellt, um eine präzise geografische Übersicht zu gewährleisten. Der zweite Teil der empirischen Forschung ist eine qualitative Befragung, für die halbstrukturierte Experteninterviews mit Geschäftsinhabern veganer Einrichtungen geführt werden. Ziel ist es dadurch, Indikatoren für die annehmbare unterschiedliche Konzentration im Stadtraum und Aufschluss in Bezug auf die Entwicklung postmaterialistischer Werte in der türkischen Gesellschaft zu erhalten.

1.4. FORSCHUNGSFRAGE

Um dieses Forschungsziel zu erfüllen, lässt sich somit folgende primäre Forschungsfrage aufstellen:

Inwiefern, indiziert am Veganismus als Ausgangspunkt, befinden sich Milieus der türkischen Gesellschaft auf dem Weg zum Postmaterialismus?

Des Weiteren sollen folgende sekundäre, untergeordnete Forschungsfragen beantwortet werden:

- Welche Rolle spielt der vegane Lebensstil in der postmaterialistischen Entwicklung Istanbul?

- Worauf gründet der Veganismus in Istanbul? Bzw. Welche Faktoren liegen dem Veganismus in Istanbul zugrunde?
- Welche Einblicke werden in die Lebensweise der Menschen gewonnen?
 - Was sind ihre Werte/ Motive?
 - In welchen Bezügen (postmaterialistisch/ global/ modern) denken sie?
- In welchen Milieus und räumlich in welchen Stadtvierteln ist dieser verbreitet?
 - Was sind die Indikatoren für den Veganismus in diesen Vierteln?
- Wie wird sich der vegane Lebensstil voraussichtlich weiter durchsetzen?
 - Was könnte das für den gesellschaftlichen Wandel hin zum Postmaterialismus in Istanbul bzw. der Türkei bedeuten?

2 LEBENSSTILE UND MILIEUS

Wie können nun in solchen großen Stadträumen wie Istanbul solche Strömungen, wie der Postmaterialismus und ein genereller Wertewandel im Leben und in den Lebenseinstellungen tatsächlich effektiv gemessen werden? In dieser Arbeit wird der Veganismus als postmaterialistischer Lebensstil als Indikator herangezogen, um aufzuzeigen, dass er für einen umfassenden Wertewandel steht, der die Grundlage der Lebensweisen von Menschen bestimmter Milieus in großen Stadträumen wie Istanbul bildet. Vor der Betrachtung des Konzepts des Postmaterialismus ist es notwendig, zunächst die Ursprünge dieses Wertewandels zu klären. Anschließend wird die Bedeutung des Wertewandels und des Postmaterialismus näher erläutert.

2.1. DIE VORLÄUFER DER HEUTIGEN LEBENSSTILFORSCHUNG: KLASSEN UND SCHICHTEN

Zunächst werden nun die bedeutendsten Modelle zur Analyse sozialer Ungleichheit vor dem gesellschaftlichen Wertewandel in modernen Gesellschaften, die Modelle der Klassen und Schichten, prägnant zusammengefasst. Beide Modelle dienen der Sozialstrukturanalyse, welche die Probleme der vertikalen und nicht wie bei der Lebensstilforschung, die Probleme der horizontalen Ungleichheit im Zuge des Sozialen

Wandels in den Fokus rücken. Diese Modelle stellen die Vorläufer zur später entstehenden Milieu- und Lebensstilanalyse dar.

Das Konzept der Klasse war mit Marx bereits Mitte des 19. Jahrhunderts von zentraler Bedeutung und wurde massiv durch ihn geprägt, während das Schichtmodell erst um 1930 durch den Soziologen Theodor Geiger (1891-1952) an Bedeutung erlangte: Durch die Auflösung der feudalen Ständegesellschaft entwickelte sich ein „wachsendes städtisch-industrielles Arbeiter- und Industrieproletariat“ auf der einen Seite und die Bourgeoisie auf der anderen Seite und so entstanden kapitalistische Industriegesellschaften (Thieme, 2016: 231). Die Entstehung neuer Produktionsmittel markierte für Karl Marx das Konzept der Klassen und so stellte dies den Beginn des Klassenbegriff im 19. Jahrhundert dar. Auch wenn Marx nicht der „Erfinder“ des Klassenbegriffs ist, da es vor ihm bereits andere Denker im 18. Und 19. Jahrhundert mit ähnlichen Ansätzen gab, gilt sein genereller Gedanke des Begreifens einer Gesellschaft in Klassen und damit auch seine Klassentheorie dennoch bis heute als einflussreichstes Modell (Burzan, 2011: 15). Die Grundlage für Marx' Klassenbegriff ist somit ökonomisch, da er als Ursache für (diese) soziale Ungleichheit das Privateigentum sieht, also hier den Besitz von Produktionsmitteln. das Verhältnis zu ihnen bestimmt die Klassenzugehörigkeit (Burzan, 2011: 15, 17). Für Marx spaltet sich die Gesellschaft also stets in zwei Klassen, wie auch in der bürgerlichen Gesellschaft im 19. Jahrhundert, der Bourgeoisie, welche die Produktionsmittel besitzt und dem Proletariat, welches sie nicht besitzt und deshalb seine Arbeitskraft verkaufen muss (Thieme, 2016: 233). Es handelt sich somit stets um dichotome Klassenmodelle, also Systeme, in denen sich zwei Klassen gegenüberstehen und durch gegensätzliche Interessen ein Klassenkonflikt entsteht (Burzan, 2011: 17).

Die Schichtungsforschung stellt einen fortgeschritteneren Ansatz zur sozialen Ungleichheit dar. So erklärt der Soziologe Theodor Geiger mit Ende des Zweiten Weltkrieges Marx' These des Klassenkampfes für überholt, denn entgegen Marx' These entwickelte sich die Kluft zwischen Kapitalisten und Arbeitern nicht weiter. Stattdessen entstand zu Anfang des 19. Jahrhunderts „eine neue Mittelschicht“ – für Theodor Geiger das Merkmal entwickelter Industriegesellschaften. Dieser brachte konsequent aus diesen veränderten Gegebenheiten den Begriff der Schichtung als neues Modell in den Diskurs der Sozialstrukturanalyse sozialer Ungleichheit mit ein. In seinem 1949 veröffentlichten

Werk „Klassengesellschaft im Schmelztiegel“ bringt er seine Abgrenzung zum Klassenmodell deutlich zum Ausdruck, insbesondere zu dem von Karl Marx‘ (Thieme, 2016: 236f.). Doch auch von Klassenmodellen und -begriffen anderer Autoren hebt er sich mit seinem Schichtmodell ab (Burzan, 2011: 26).

Im Gegensatz zur Klassenanalyse, welche Konflikt und Machtorientierung mit sich bringt (Geißler, 1996: 70) sind soziale Schichten jedoch nicht als antagonistisch oder Ursprung von Schichtkonflikten einzuordnen und Schichtmodelle sind im Gegensatz zum Vorreiter der Klassenmodelle weniger an ökonomischen Kriterien wie dem Besitz von Produktionsmitteln bzw. Kapital orientiert (Pollak, 2018: 393). Beide Modelle haben die Vorstellung der Klassen- bzw. Sozialschichten, aus denen klassen- bzw. schichttypische Lebensbedingungen resultieren gemein. Menschen aus der gleichen oder ähnlichen Sozialschicht entwickeln bedingt durch ihre ähnlichen Erfahrungen ähnliche Mentalitäten, Werte etc. und verfügen über ähnliche Lebensbedingungen (Geißler, 1996).

2.2. DIE ENTSTEHUNG DER LEBENSSTIL- UND MILIEUPERSPEKTIVE IN DER LEBENSSTILFORSCHUNG

Die Entstehung des Milieukonzepts reicht bis weit in die Zeit der französischen Aufklärung zurück, und der Milieubegriff fand im 19. und in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts häufige Verwendung, um den Einfluss der eigenen Umgebung und Umwelt auf den Menschen sowie auf die Mitmenschen und die eigenen Sichtweisen zu beschreiben. Mit der Entwicklung der modernen Industriegesellschaft reiften sich die Lebensbedingungen der Menschen immer weiter aus und waren von immer mehr Faktoren wie der Arbeits- und Wohnsituation abhängig. Mit Fortschreiten der Industrialisierung verlor der Milieubegriff nach dem zweiten Weltkrieg an Aufmerksamkeit und wurde nur noch spärlich verwendet.

So ging man in den sechziger und siebziger Jahren in den Sozialwissenschaften davon aus, dass in erster Linie der industrielle Erwerbs- und Arbeitskontext, also die Klassen- und Schichtzugehörigkeit, die Lebenslage, das Denken, und Verhalten der Menschen prägte. Den Milieubegriff hielt man zu dieser Zeit für eher wenig passend für die damalige Realität und vor allem für die „damaligen Vorstellungen, die eine ökonomisierte,

standardisierte, materiell determinierte Industriegesellschaft zu erkennen glaubten“ (Hradil, 2006: 2).

Den Anfang des Diskurses der Lebensstilforschung kann man auf die 1980er Jahre zurückführen, welcher durch die gesellschaftlichen Veränderungen in fortgeschrittenen Industriegesellschaften ausgelöst wurde (Otte, 2013: 540). Diese Veränderungen führten zu damaliger Zeit zur Diskussion über die Grundlagen der Sozialstrukturanalyse und Ungleichheitsforschung sowie zum Infragestellen der Relevanz von Schicht- und Klassenmodellen in dieser differenzierten, pluralisierten oder zu Teilen individualisierten Gesellschaft (Otte & Rössel, 2011: 8f.). So ging man im Laufe der 80er Jahre davon aus, dass durch steigenden Wohlstand und Bildung und die damit verbundene soziale Sicherheit, die Menschen zunehmend Freiheiten erlangten und ihnen somit vermehrt unterschiedliche Möglichkeiten der Lebensgestaltung vorlagen (Hradil 2006: 2). Die subjektiven Identitäten und das individuelle Handeln der Akteure rückten in den Vordergrund (Otte 2013: 540) und man entfernte sich von der Vorstellung, dass Denk- und Verhaltensweisen der Menschen ausschließlich durch die wirtschaftlichen Produktionsverhältnisse, den Beruf und Bildungsstand und die mit diesen einhergehenden Schicht- und Klassenstrukturen geprägt wurden. So realisiert man, dass die ausschließlich vertikale Gliederung nicht mehr zeitgemäß ist und erkannte die alltäglichen menschlichen Lebensweisen von Menschen als Ausdruck des Zusammenspiels sachlicher, menschlicher und äußerer Wirkungsfaktoren an (Hradil, 2006: 2f.). Folgend kam es in den achtziger Jahren „zu einem Boom von Milieu-(und Lebensstil) studien“ (Hradil, 2006:3) und man unterstellte (vor allem in der deutschen Lebensstilforschung) eine nahezu völlige „Entkoppelung“, bei der die Schichtzugehörigkeit gar keinen Einfluss mehr auf die Denk- und Verhaltensweisen im Leben der Menschen hat, sondern diese ausschließlich auf die Milieu- und Lebensstile zurückzuführen waren (vgl. Hradil, 2006: 2f.). Im Laufe der 90er Jahre rückte insbesondere in Deutschland wieder vermehrt von dieser Sichtweise der Milieus ab und so zeigten zahlreiche empirische Studien, dass soziale Milieus nur teilweise losgelöst und zu weiten Teilen doch abhängig von der Berufs- Einkommens- und Bildungshierarchie bestehen und so auch nur beschränkt das alltägliche menschliche Handeln erklären können (Hradil 2006: 3). Otte (2005, 13: 22) resümiert, dass „der Lebensstilansatz nicht

als Alternative, sondern als Ergänzung zu anderen Sozialstrukturkonzepten zu betrachten ist“.

Inzwischen ist man sich mehrheitlich einig darüber, dass es nicht um die Dominanz der Struktur *oder* um die des Individuums geht und man nicht Verfechter von lediglich einer Seite, der Klassen- und Schichtsysteme *oder* der Milieus und Lebensstile sein muss (Bremer & Lange-Vester, 2014). So können sich aus den gleichen sozioökonomischen Lebensbedingungen ungleiche Lebensstile entwickeln und die Verschiedenheit von Lebensstilen ist oft von größerer Bedeutung als die Verschiedenheit sozioökonomischer Bedingungen. Die soziale Zugehörigkeit ist so mehr auf Gemeinsamkeiten im Lebensstil als auf sozioökonomische Faktoren zurückzuführen. Der Anspruch von Milieu und Lebensstilmodellen ist es daher auf einer Vielzahl von subjektiven, also von auf dem Lebensstil basierenden Kriterien, anstatt auf wenigen objektiven, auf hierarchischen Strukturen basierende Kriterien, aufzubauen (Diaz-Bone, 2003: 366). Denn „Milieuthorien sind weder deterministisch noch intentional“ und menschliche Denk- und Verhaltensmuster sind „weder ausschließlich von äußeren Daseinsbedingungen“ abhängig „noch völlig in das Belieben der Menschen gestellt“ (Hradil, 2006: 5). Daher werden seit rund 40 Jahren milieu- und lebensstilbasierte Forschungsansätze verwendet, um Alltagsrealitäten zu erfassen. Soziodemografische Faktoren wie Alter, Geschlecht oder Einkommen rücken im Zeitalter individualisierter Lebensstile in der Dynamik des gesellschaftlichen Wertewandels immer weiter in den Hintergrund, Trends und aktuelle Umstände hingegen gewinnen zunehmend an Bedeutung, um den Lebensstil zu bestimmen. So wird eine klare Abgrenzung zwischen Subkulturen und Schichten immer unübersichtlicher. Beispielsweise lassen sich Lebensstile, die früher als klassischer Lebensstil der betuchteren Bevölkerung galten, heutzutage durch die Auswirkungen des gesellschaftlichen Wandels nicht mehr eindeutig definieren (Burzan, 2011: 175ff.).

2.2.1. Bourdieus Ansatz der Milieuperspektive

Als „wesentlicher Impulsgeber der Lebensstilforschung“ ist Pierre Bourdieu mit seinem bekannten Werk „Die feinen Unterschiede“ (Originalerscheinung 1979) zu nennen, der den Anspruch hatte, „das Verhältnis von Klasse und Stand neu zu durchdenken und eine traditionelle Klassentheorie um Elemente des kulturellen Kapitals, Geschmacks,

Lebensstils, der Distinktion und der symbolischen Gewalt zu erweitern“. So trug er entscheidende theoretische Anstöße für die weitere Ungleichheitsforschung (Otte & Rössel, 2011: 9). Im Gegensatz zur clusteranalytischen Methodik der Sinus Milieus (welche im nächsten Kapitel thematisiert werden), identifiziert Bourdieu mit seinem durch ihn international etabliertes Verfahren der Korrespondenzanalyse keine Typen, sondern die Beziehung zwischen Sozialstruktur und Lebensstilmerkmalen in einem mehrdimensionalen „sozialen Raum“ entlang mehrerer Achsen (Otte 2013: 541). In diesem verfügt jeder Mensch zu unterschiedlichen Anteilen über verschiedene Kapitalsorten (ökonomisches, kulturelles, soziales und symbolisches Kapital), durch welche seine Stellung und dadurch wiederum seine Lebenschancen und -bedingungen in der Gesellschaft, in der er sozialisiert wurde (im „sozialen Raum“) bestimmt werden (Burzan, 2011: 125ff.). Konkret ist es das inkorporierte Kapital, die Kapitalunterart des kulturellen Kapitals, welches sich als Bourdieus Habitus (wenn auch unbewusst) in den durch die jeweils erfahrene Sozialisation angeeigneten Umgangs- und Handlungsformen äußert (Thieme 2016: 240). Der Habitus kann also als Bindeglied zwischen Sozialstruktur und Lebensstilmerkmalen bezeichnet werden (Otte & Rössel, 2011: 158). Ausdrücklich sind damit alle Denk-, Wahrnehmungs- und Bewertungsmuster, die bestimmte Handlungsmöglichkeiten des alltäglichen Lebens entweder begrenzen oder bestimmte Handlungen herbeiführen (Hradil 2006). Der Habitus ist also nicht lediglich eine Gewohnheit, sondern die allgemeine Weltanschauung eines Menschen (Burzan 2011: 130) und so entsteht als Konsequenz der jeweiligen Habitusform (also nicht losgelöst von jeglichen Gesellschaftsstrukturen) der eigene, persönliche Lebensstil (Hradil, 2006). Durch das Ausleben des eigenen Habitus, beispielsweise eines bestimmten Hobbys oder einer bestimmten ethischen Überzeugungen und den daraus resultierenden Handlungen ist man mit anderen Menschen aus einer ähnlichen sozialen Herkunft und den gleichen Lebenschancen und -bedingungen verbunden (Müller, 2014: 178ff.). So lässt sich schlussfolgern, dass sich auch beim veganen Lebensstil das Ausleben der ethischen Überzeugung in den daraus resultierenden alltäglichen Handlungen zeigt und das Zugehörigkeitsgefühl als Anhänger zu dieser Gruppe Gleichgesinnter entsteht.

Otte & Rössel (2011: 10f.) weisen dabei auf unterschiedliche Forschungsperspektiven in der deutschen und der angelsächsischen bzw. internationalen Lebensstilforschung in Hinblick auf die Einbeziehung Bourdieus' Sichtweise hin. In der deutschsprachigen

Lebensstilforschung, die stärker von der Annahme geprägt ist, dass Lebensstile losgelöst von Klassen- und Schichtsystemen entstehen, wird eine eher typologische Herangehensweise verfolgt. Sie hat den Anspruch, Lebensstile als umfassende Handlungsroutinen in verschiedenen Lebenskontexten zu untersuchen. Sie hat damit eine „umfassende empirische Forschung zu sozialstrukturellen Determinanten des Lebensstils angeregt [...]“. Im Gegenzug untersucht die englischsprachige bzw. internationale Forschung Lebensstile eher aus der Perspektive der Reproduktion sozialer Ungleichheit, orientiert an Bourdieus Habitus-Theorie im Kontext des kulturellen Kapitals (Otte & Rössel 2011: 10f).

2.2.2. Die Sinus-Lebenswelten

Neben Bourdieu und dessen Auffassung, dass die Lebensgestaltung durch die Sozialstruktur beeinflusst wird und man diese somit nicht völlig selbstbestimmt wählt, sind auch die Milieus des Sinus-Instituts als wichtiges Modell zu nennen: Auch wenn die Sinus-Lebenswelten aufgrund der als Geschäftsgeheimnis geheim gehaltenen Methodiken die dem wissenschaftlichen Arbeiten zugrunde liegenden Kriterien der öffentlichen Kritisierbarkeit und Transparenz nicht erfüllen, sind sie mittlerweile eines der bekanntesten und meistzitierten Modelle in der Wissenschaft (Schwietring, 2020: 209). In dieser Arbeit sollen sie in erster Linie dazu dienen, die Logik von Milieumodellen zu veranschaulichen.

Der Anfang der 1980er Jahre erstmals präsentierte, jedoch bereits Ende der 70er Jahre zunächst lediglich auf qualitativen Befunden basierende Sinus-Typologie sozialer Milieus hat sich zu einem wichtigen Bezugspunkt geworden (Barth et al., 2018) und so fand ihr typologisches Rahmenwerk damals schnell Resonanz und hatte beträchtlichen Einfluss auf die deutsche akademische Lebensstilforschung (Otte, 2013: 540).

Bei den Sinus Milieus handelt es sich um Geschäftsmodelle, die seit ihrer damaligen Entwicklung durch das Sinus-Milieu durch andauernde Forschung an die soziokulturellen Veränderungen stetig angepasst und aktualisiert werden. Forschungsgegenstand sind der Wertewandel und die Lebenswelten der Menschen in mittlerweile mehr als 50 Ländern. Die Sinus-Milieus fassen Menschen mit ähnlichen Grundwerten und

Lebensführungsprinzipien in vergleichbaren sozialen Lagen zu sogenannten „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen (Barth et al., 2018: 3). Insbesondere werden diese Modelle für Zielgruppensegmentation in den Bereichen Gesellschaft, Politik und Wirtschaft verwendet (ebd.). Positioniert sind die Milieus, welche auch vom Institut selbst als „Sinus-Lebenswelten“ bezeichnet werden, auf zwei Achsen. Vertikal ist die Y-Achse zur Darstellung der sozialen Lage in Ober-, Mittel- und Unterschicht dreigeteilt, horizontal zeigt die X-Achse in fließenden Übergängen die Grundorientierung an Werten – von links nach rechts, von traditionellen zu postmodernen Werten (Sinus-Institut, 2023).

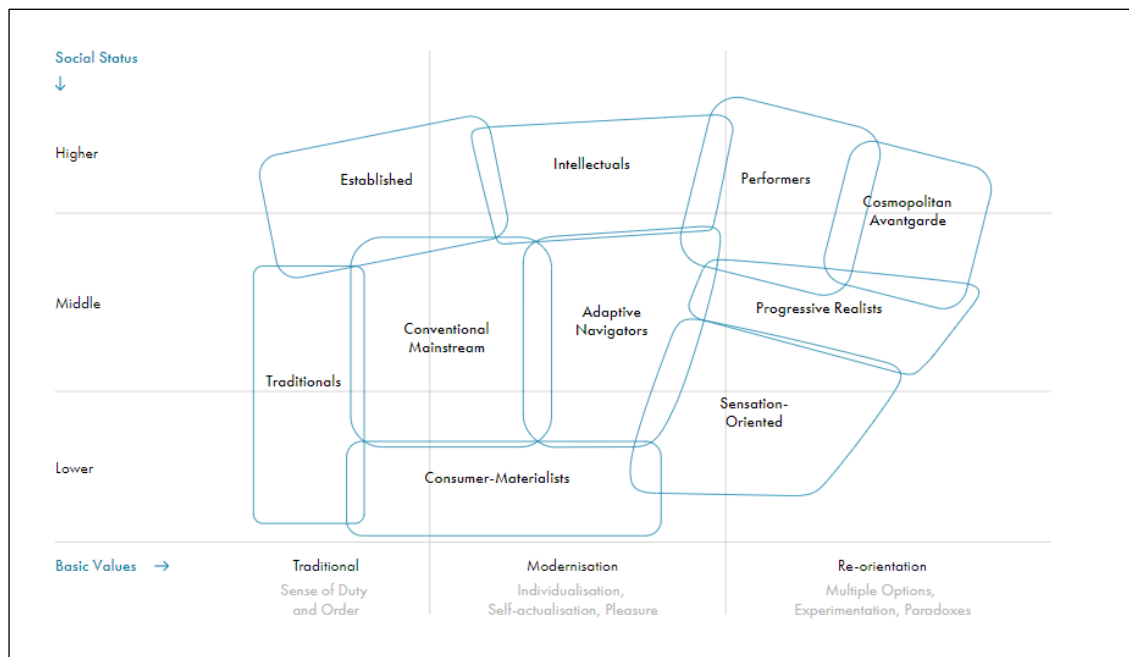


Abbildung 1: Sinus-Milieus Established Markets

Quelle: Sinus-Institut 2023

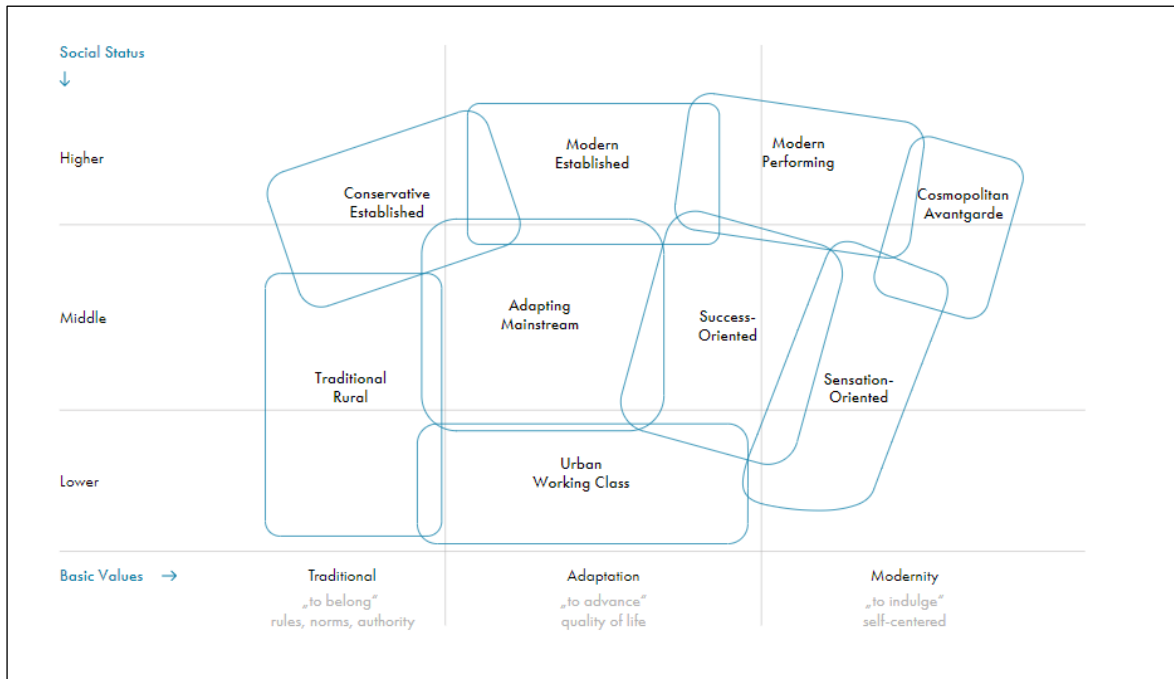


Abbildung 2: Sinus-Milieus Emerging Markets

Quelle: Sinus-Institut 2023

Die internationalen Sinus-Milieus, die sogenannten Meta-Milieus, welche Milieus über die Ländergrenzen hinweg aufzeigen, werden wiederum in „Established Markets“ (Abb. 1) und „Emerging Markets“ (Abb. 2) eingeteilt. Bei den Milieumodellen der „Established Markets“ und „Emerging Markets“ ist zu entnehmen, dass in den „Established Markets“ die Anhänger des „Progressive Realists“-Milieus (zugehörig der Mittelschicht ganz rechts auf der „Modernitätsskala“) „Treiber der sozialen Transformation“ genannt werden und ihnen u. a. Attribute wie „Verantwortungsübernahme für die Gesellschaft“, „nachhaltiger Lebensstil ohne Verzichtsideologie“ und „Impulsgeber der globalen sozialen Transformation“ zugeschrieben werden. In den „Emerging Markets“ ist dieses Milieu nicht vorzufinden. Das Milieu der „Sensation-Oriented“ jedoch, welches auch in den „Established Markets“ vorzufinden ist, ragt in den „Emerging Markets“ weiter nach oben in die Mittelschicht als in den „Established Markets“ und bedeckt ebenfalls die gesamte Unterschicht des postmodernen Unterschichtsbereichs. Die „Sensation-Oriented“ erstrecken sich in den „Emerging Markets“ über den Bereich der postmodernen Mittelschicht, in dem in den „Established Markets“ das soeben erwähnte „Progressive Realists“-Milieu angesiedelt ist und nehmen ebenfalls den Bereich ein, den sie auch in den „Established Markets“

einnehmen. Den Anhängern dieses Milieus werden in den „Emerging Markets“ u. a. Attribute wie „Trendübernahme und Nachahmung des westlichen Lebensstils“ und „Konflikt mit traditionellen Werten und Tradition“ zugeschrieben (Sinus-Institut, 2023).

Für die Türkei, die zu den „Emerging Markets“ gehört, ließe sich somit annehmen, dass sich das Milieu der „Sensation Oriented“, welches auf der rechten Seite der X-Achse, der Modernitätsskala, angesiedelt ist (demnach zu den postmaterialistischen Milieus gehörend) tendenziell an modernen/westlichen Lebensstilen orientiert und sich traditionellen Werten und Lebensstilen langsam abwendet. Es ist davon auszugehen, dass sich die meisten Veganer in diesem Milieubereich bewegen.

Die Grenzen und Übergänge zwischen den einzelnen Milieus sind als fließend anzusehen und überlappen durchaus, denn es liegt in der „Natur der sozialen Wirklichkeit“, dass die Lebenswelten nicht so präzise festzulegen sind wie bei sozialen Schichten, beispielweise nach dem Schulabschluss oder der Einkommenshöhe. Das Sinus-Institut nennt dies die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“, welche grundlegender Bestandteil der Sinus Milieus ist, denn man könnte sonst nur „schwerlich von einem lebensechten Modell“ sprechen (Barth et al., 2018:11). Dazu fasst Rössel (2005: 205) zusammen, dass es sowieso unwahrscheinlich ist, dass ein Akteur „exakt einem“ Milieu zuzuordnen ist. Dies scheint auch für die vorliegende Arbeit untragbar, da anzunehmen ist, dass Anhänger des veganen Lebensstils nicht zwingend einem Milieu angehören. Denn, und diesem Punkt liegt die Herausforderung des Milieubegriffs laut Otte und Rössel (2011: 15), Menschen bewegen sich natürlicherweise nicht nur in einem strikt absteckbaren, sondern in verschiedenen Umfeldern. Diese sind beispielsweise das Privatleben betreffende Umfeldler wie Freundeskreis, Familie, Vereine usw. als auch Arbeitsumfelder, sodass die verschiedenen Umfeldler selten ein homogenes Milieu bilden können.

Otte (2005: 22f) ordnet die Sinus-Milieus in die Kategorie der typologisch orientierten, allgemeinen Sozialstrukturanalyse ein. Diese Kategorie hat „a) eine Gliederung der Gesamtgesellschaft in allgemeine Lebensstilgruppen, die b) auf ihre Zusammenhänge mit sozialstrukturellen Merkmalen untersucht und c) als handlungsrelevant in verschiedenen Teilbereichen der Gesellschaft angesehen werden“ (Otte, 2005: 22f.) zum Ziel. Es werden Lebensbereiche typologisch verdichtet und die Lebensstiltypologien auf einer

Nominalskala angeordnet, was impliziert, dass jeder Mensch nur einer Kategorie – üblicherweise nicht hierarchisch angeordnet – zugeordnet werden kann.

2.2.3. Definition des Lebensstilbegriffs

Die größte Herausforderung, wenn man sich mit dem Begriff des Lebensstils beschäftigt, ist dass es keine einheitliche Definition gibt, über die man sich in der Wissenschaft einig ist und wenige Studien zur Zugrundelegung ihrer Forschung die gleichen Lebensstildefinitionen heranziehen. Vielmehr existieren verschiedene Ansätze verschiedener Autoren und es ist eher von einem Konzept der Lebensstilforschung zu sprechen (Hermann, 2004: 155). Im Folgenden sollen einige Herleitungen angeführt und versucht, eine für diese Arbeit für am geeignetsten befundene Definition für den weiteren Verlauf zugrunde gelegt zu werden.

Hermann (2004: 153) bearbeitet in seiner „Bilanz zur Lebensstilforschung“ das Verhältnis des Anspruchs der soziologisch-empirischen Lebensstilforschung und dieses ihrer Wirklichkeit und thematisiert dabei das Verhältnis zwischen dem Ansatz des Lebensstils und dem Ansatz der Werteorientierungen. Er arbeitet heraus, dass durch Werteorientierungen als gemeinsame Ursache von Lebensstilen und Handlungen und durch das als eine Einheit betrachten von Lebensstilen und Wertehaltungen, eine „Scheinkorrelation“ zwischen dem Lebensstil- und dem Handlungsbegriff zustande kommt. Otte (2005: 27) ordnet diese lediglich als „bescheidene Erklärungsbeiträge“ ein. Hermann (2004) analysiert einige Studien zur Relevanz von Lebensstilen auf verschiedene Bereiche, wie u. a. der Interaktionen und dem Konsumverhalten und überprüft ihre Durchführung und Hypothesen. Einige der Studien legen, um Kaufentscheidungen und -motive sowie ästhetische Vorlieben bei Kleidungs- und Wohnungseinrichtungsstil zu erklären, diesen als Basis den Lebensstil zugrunde, welcher per Definition menschliche Verhaltensmuster als ein Merkmal enthält. Hier kommt Hermann (2004: 166) zu dem Schluss, dass jedoch „die Erklärung von Verhalten durch Lebensstile [...] tautologisch [ist], wenn das erklärte Verhalten definatorischer Bestandteil der erklärenden Lebensstile ist“. Er resümiert zum Verhältnis zwischen Lebensstil, Handlungen bzw. Handlungsmustern und Werteorientierungen, dass gerade deshalb davon auszugehen ist, dass der Lebensstilansatz die vertikale Strukturanalyse

nicht ersetzen kann, da demnach (in einem großen Teil der Fälle) nicht Lebensstile, sondern Wertorientierungen die Handlungen eines Menschen bedingen (Hermann 2004: 173f.). Genau dies ist jedoch in erster Linie der Anspruch des kulturalistischen Lebensstilansatzes – die hierarchische Klassifizierung abzulösen. (vgl. Hermann 2004: 174). Otte und Rössel (2011: 13) erachten es ebenfalls für unschlüssig, Wertorientierungen und Verhalten von Personen als eine Einheit zu betrachten, da gerade Einstellungen, d. h. Werte einer Person, die Basis für ein Verhalten bilden und verweisen dabei auf sozialpsychologische Handlungs- und Entscheidungstheorien von Ajzen & Fishbein (1980) und Fazio (1990) und kommen zu dem Entschluss, dass diese so nicht mehr voneinander getrennt betrachtet werden können. So widersprechen sie einer der wohl meistzitierten Definitionen Hradils, nach der sich der Lebensstilbegriff auf die spezifische Organisationsstruktur des Alltags einer Person bezieht. Ein Lebensstil ist „ein regelmäßig wiederkehrender Gesamtzusammenhang von Verhaltensweisen, Interaktionen, Meinungen, Wissensbeständen und bewertenden Einstellungen eines Menschen“ (Hradil, 1999: 431). Weiterhin stellen Otte und Rössel (2011: 13) nach Diskussion verschiedener Definitionen anderer Autoren folgende Definition auf: “Bei einem Lebensstil handelt es sich um ein Muster verschiedener Verhaltensweisen, die eine gewisse formale Ähnlichkeit und biographische Stabilität aufweisen, Ausdruck zugrunde liegender Orientierungen sind und von anderen Personen identifiziert werden können“. Folglich meinen Lebensstile zum einen keine einzelnen Handlungen, sondern ein Muster bzw. die Gesamtheit mehrerer ähnlicher Verhaltensweisen, sie sind zweitens expressiv, drücken also etwas aus – hier kommt die “mentale Orientierung” zum Ausdruck. Dabei betonen Otte und Rössel (2011: 13), dass trotz des durch die empirische Forschung auf der ästhetischen Orientierung liegenden Schwerpunkts, Lebensstile jedoch ebenso ethischer Orientierungen zugrunde liegen können, welche durch den jeweiligen Lebensstil ausgedrückt werden, und drittens identifizierbar sind. Zu letzterem Merkmal halten sie fest, dass “der Lebensstil einer Person durch ihr Verhalten nach außen sichtbar und damit identifizierbar ist. Damit können Lebensstile Zugehörigkeiten signalisieren, symbolische Grenzen ziehen und distinktiv wirken” (Otte und Rössel, 2011: 13). Zusätzlich ergänzt Otte (2013: 538) den Begriff noch um die „alltägliche Zentralität“, welche beim veganen Lebensstil ebenfalls eine vordergründige Rolle spielt. Diese Definition soll als Grundlage dieser Arbeit dienen: Die gewisse formale Ähnlichkeit der

einzelnen Verhaltensstränge, die bibliographische Stabilität und die alltägliche Zentralität (die auch wenn es durchaus Menschen gibt, die diesen irgendwann „aufgeben“ oder solche, die möglicherweise nur ab und zu verschiedene Einzelverhalten des veganen Lebensstils an den Tag legen, wie beispielsweise nicht ausschließlich pflanzliche Lebensmittel in ihre Ernährung einbauen oder möglicherweise lediglich „so gut es geht“ auf tierische Materialien bei der Kleiderwahl verzichten) sind es die den veganen Lebensstil von einer kurzanhaltenden Laune unterscheiden. Die ethische Überzeugung, so weit wie praktisch durchführbar, alle Formen der Ausbeutung und Grausamkeiten an Tieren abzulehnen (Vegan Society, 2016), ist die eigentliche Basis des Veganismus, nach welcher das alltägliche Leben in Bereichen wie Ernährung, Freizeitgestaltung, Kleidung etc. gestaltet wird. Für eine pflanzliche Ernährung können zwar auch andere Beweggründe ausschlaggebend sein, solche wie Umweltschutz oder Gesundheit, welche aber nicht Bestandteil der Veganismus-Definition der Vegan Society (2016) und so eher als Beweggründe zu erachten sind, von denen aus Menschen sich oft zur ethischen Überzeugung hin entwickeln. Der expressive Charakter des veganen Lebensstils kann sich beispielsweise durch das Aufsuchen bestimmter veganer bzw. vegetarischer Gastronomieeinrichtungen oder Lebensmittelgeschäfte widerspiegeln. Die Sichtbarkeit nach und Identifizierbarkeit von außen sind u. a. an der Teilnahme an Veranstaltungen und Demonstrationen im Zusammenhang mit Tierausbeutung oder Tierrechten festzumachen, welche aus den zugrundeliegenden ethischen Werten und Grundüberzeugungen resultiert. So lässt sich festhalten, dass man sich als Anhänger des Lebensstils identifiziert und nach außen die eigene Zugehörigkeit zu dieser Gruppe zeigt. Otte und Rössel (2011: 14) sehen den Lebensstilbegriff außerdem als „Ausdruck alltagsethischer Überzeugungen“ und nicht nur als solcher „alltagsästhetischer Überzeugungen“, denn auch der Lebensmittelkonsum als Praxis drückt nicht nur ästhetische Vorlieben aus, sondern kann u. a. auch durch Grundüberzeugungen wie beispielsweise beim Vegetarismus bedingt sein. So greifen Anhänger des veganen Lebensstils, welcher sich aus dem Vegetarismus entwickelt hat, bei der Lebensmittelbesorgung aus ethischen Grundüberzeugungen auf Lebensmittel nicht-tierischen Ursprungs zurück. Weiterhin bezieht sich der vegane Lebensstil auf Lebensbereiche wie Entertainment oder Kleidungswahl und so lehnen es die meisten Veganer aus diesen Gründen ab, Einrichtungen wie Zoos und Zirkusse aufzusuchen und

Kleidung aus tierischen Materialien, wie Wolle, Leder, Seide usw. zu tragen. Der expressive Charakter, basierend auf der alltagsethischen Überzeugung ist somit hier ebenfalls festzumachen. Otte & Rössel (2011: 14) schlagen so eine Verbindung der Lebensstil und Werteforschung vor und betonen die Relevanz letzterer für die generelle Beleuchtung der Lebensstilforschung, wenn Verhalten und Werte per Definition getrennt werden und dem Lebensstil Werte als kausale Bedingung zugrunde gelegt werden. Zudem schlagen Otte & Rössel (2011: 14f.) als Begriff „für übergreifenden Zusammenhänge zentraler Wertorientierungen und Lebensstilmuster[n]“ die Verwendung von „Lebensführung“ vor, welche erstmals von Karl Marx etabliert wurde.

Für diese Arbeit wird der Lebensmittelbereich und Lebensmittelkonsum im Vordergrund stehen, es soll an dieser Stelle jedoch erwähnt sein, dass es auch um andere Bereiche des Lebens, wie bereits erwähnt, Kleidung, Entertainment usw. geht.

2.2.4. Definition des Milieubegriffs

Trotz der häufigen Vermischung der beiden Begriffe Milieu und Lebensstil ist es aus praktischen und analytischen Gründen unabdingbar, die Begriffe voneinander abzugrenzen (Barth 2018 et al.: 4). Zwar haben sie beide gemein, „die ‘subjektive’ Seite der Gesellschaft, d. h. soziale Strukturierungen und Gruppierungen, für die das Denken und Verhalten der Menschen konstitutiv sind“ zu betonen, sie sind dennoch voneinander abzugrenzen (Hradil 2018: 319). Man ist sich ungeachtet der oft nahezu deckungsgleichen, in der Literatur vertretenen Begriffsdefinitionen darüber einig, dass der Milieubegriff einen langfristigeren Charakter als der Lebensstilbegriff vorweist als der Lebensstil (Hradil, 2006: 4). Barth et al. (2018: 4) bezeichnen soziale Milieus als „relativ stabile Gruppenzugehörigkeiten“ basierend auf „relativ beständige[n] Werthaltungen“, Lebensstile hingegen definieren sie als vorübergehende Vorlieben, die sich leichter ändern können. Auch Hradil (2006: 4f.) bezieht den Milieubegriff hauptsächlich auf die „tief“ verwurzelten und gleichbleibenden Wertvorstellungen und Grundhaltungen von Menschen, der Lebensstilbegriff hingegen meint für ihn in erster Linie die von außen wahrnehmbaren Verhaltensmuster von Menschen. Die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Milieu in einem bestimmten Lebensbereich, d. h. die tiefen Grundüberzeugung zu einem bestimmten Thema, ändert sich also nicht gleich zwingend,

sobald der Lebensstil sich möglicherweise vorübergehend (beispielsweise ausgelöst durch einen Arbeitsplatzwechsel und das Sozialisieren mit neuen Kollegen) ändert.

Zudem ist der Milieubegriff weitergefasst als der Lebensstilbegriff. Wörtlich heißt es bei Hradil (2006: 5) “Soziale Milieus werden vielmehr als Gruppierungen handlungsfähiger Menschen gesehen, die in der praktischen Auseinandersetzung mit aktuellen Lebensbedingungen und historischen Hinterlassenschaften bestimmte gemeinsame Mentalitäten entwickeln.” In der klassischen französischen Soziologie war damit das soziale Umfeld, in das eine Einzelperson “eingebettet” war, gemeint und der soziale Druck, der von diesem Ausging und so das Handeln beeinflusste (Otte 2013: 539). Diaz-Bone (2003: 366) beruft sich auf Schulze (1988) und spricht von Milieus “als Lebensstilkollektiven [...], die aus Individuen mit einer ähnlichen Alltagsästhetik bestehen” – Lebensstilkollektive, die aus einer Gruppe von Menschen bestehen, dessen Lebensführungen und Grundeinstellungen zu einem großen Teil miteinander übereinstimmen. Während es beim Lebensstilbegriff also um den persönlichen Lebensstil eines einzelnen Menschen geht, meint der Milieubegriff die Gruppierung von Menschen mit ähnlichem Lebensstil und die Interaktion und gegenseitige Beeinflussung untereinander.

Otte & Rössel (2011: 15) hinterfragen zudem die eigentliche Notwendigkeit des Milieubegriffs und attestieren, dass seine Merkmale bereits durch zwei andere Modelle abgedeckt sind. Somit handelt es sich einerseits um “ein Aggregat von Personen ähnlicher Wertorientierungen und/ oder Verhaltensweisen” welches mit dem bereits existierenden Begriff von Werte- bzw. Lebensstiltypen abgedeckt ist.

Andererseits ist die “erhöhte Binnenkommunikation” oder „soziale Kohäsion“, die dem Begriff zugesprochen wird, also dass Menschen mit ähnlichen Wertorientierungen sich tendenziell häufiger miteinander austauschen und in Sozialverhältnissen stehen, bereits durch die soziale Netzwerkforschung abgedeckt (Otte und Rössel 2011: 15f.).

Die Notwendigkeit der Existenz steht in dieser Arbeit jedoch nicht zur Diskussion, es soll lediglich die beiden beschriebenen Hauptunterschiede zum Lebensstilbegriff festgehalten werden.

3 POSTMATERIALISMUS UND VEGANISMUS

3.1. POSTMATERIALISMUS UND WERTEWANDEL

Der Ansatz von Inglehart zum Wertewandel gilt als der prominenteste und am umfassendsten erforschte in diesem Forschungsbereich. Obgleich seine Forschungen viel Kritik erfahren, bleibt seine Theorie in der empirischen Forschung zum Wertewandel weltweit führend. Die Entwicklung seiner Theorie begann im Jahr 1970 und zu seinen bekanntesten Werken gehören „Die Stille Revolution“ (1977), „Kultureller Umbruch – Wertewandel in der Westlichen Welt“ (1990) und „Modernisierung und Postmodernisierung“ (1997). Der theoretische Rahmen der berühmten World Values Survey basiert auf Ingleharts Studie "The Silent Revolution" (1971, 1977). Trotz des ursprünglichen Fokus auf die Wertetransformation fortgeschrittener industrialisierter Länder wurde seine Forschung im Laufe der Zeit auf fast 100 Länder ausgeweitet (Oesterdiekhoff, 2001: 42) Inglehart betrachtet die Gegenwart und Zukunft im Kontext des Durchbruchs postmaterialistischer Werte. Er argumentiert, dass in der Postmoderne vermehrt Werte wie Freiheit, Gleichheit, Partizipation, Demokratie und Lebensqualität an Bedeutung gewinnen. Es sind Werte, die sich durch die Verbindung von Selbstverwirklichung und sozialem Engagement auszeichnen (Oesterdiekhoff, 2001: 42). Ingleharts Ansatz setzt sich aus drei Hauptkomponenten zusammen: grundlegende Annahmen zur menschlichen Natur, die soziologische Modernisierungstheorie und Ergebnisse der Befragungsforschung. Die Meinungsforschungsergebnisse werden vor dem Hintergrund einer spezifischen Anthropologie interpretiert und in den Kontext einer Gesellschaftstheorie eingebettet. Ingleharts Ziel ist nicht nur die empirische Erforschung des Wertewandels, sondern auch die Fundierung der Modernisierungstheorie auf anthropologischer und vor allem empirischer Grundlage. In Anlehnung an die Tradition der Modernisierungstheorie wird sozialer Wandel hauptsächlich als Wertewandel betrachtet (Oesterdiekhoff, 2001: 42f.).

Inglehart greift auf die Psychologie von Abraham Maslow zurück, um seine anthropologische Grundlage zu formulieren. Maslow postuliert eine universelle Hierarchie menschlicher Bedürfnisse, beginnend mit physiologischen und materiellen

Grundbedürfnissen, solchen wie physischer Sicherheit, Nahrung und Unterkunft, gefolgt von sozialen Bedürfnissen wie Zugehörigkeit und sozialer Achtung und schließlich individueller Selbstverwirklichung. Diese Hierarchie ist mit der Sättigungs-These verbunden, wonach die Erfüllung eines niedrigeren Bedürfnisses das Aufkommen des nächsthöheren verstärkt. Inglehart nutzt diese Anthropologie, um seine Theorie des Wertewandels zu entwickeln. In vorindustriellen Gesellschaften sind nach Inglehart die materiellen Grundbedürfnisse unerfüllt, während Industriegesellschaften durch ihre allmähliche Erfüllung definiert sind. Postindustrielle Gesellschaften befriedigen schließlich auch höhere Bedürfnisse nach Selbstverwirklichung. Darauf basierend dominieren laut Inglehart in postmodernen Gesellschaften vorrangig postmaterialistische Werte, während in vorindustriellen und industriellen Gesellschaften materialistische Werte dominant sind (Oesterdiekhoff, 2001: 43).

3.2. WERTE IN DER TÜRKISCHEN GESELLSCHAFT

Wie in vielen anderen Ländern beeinflussen die aktuellen sozioökonomischen Veränderungen die türkische Gesellschaft und ihre kulturellen Werte. Der Modernisierungs- und Industrialisierungsprozess in der türkischen Gesellschaft begann deutlich später als in den westeuropäischen Ländern. Gegenwärtige Spannungen zwischen traditionellen und modernen Werten, die ihre Wurzeln in den Reformbewegungen des Osmanischen Reiches haben (Bozkurt, 2018), erreichen jedoch heute einen neuartigen Stand vor allem vor dem Hintergrund aktueller sozialer, politischer und wirtschaftlicher Entwicklungen, was in der Untersuchung auf neuere Dynamiken und Trends hinweisen kann.

In seiner Studie analysiert Bozkurt (2018) die Werte in der türkischen Gesellschaft und hält fest, dass – wenn auch langsam fortschreitend – eine stille kulturelle Transformation ebenfalls in der Türkei stattgefunden hat.

Das Wirtschaftswachstum fördert die Säkularisierung trotz der konservativen Regierung. Andererseits reproduziert sich die Tradition mit modernen technologischen Möglichkeiten. Ähnlich der These der nicht-westlichen Moderne vollzieht die Türkei eine Modernisierung, die sich deutlich von der des Westens unterscheidet. Während sie sich

auf der einen Seite modernisiert, bewahrt sie auf der anderen Seite einen erheblichen Teil traditioneller Werte, im Gegensatz zur westeuropäischen Erfahrung.

Bozkurt (2018: 62) resümiert in seinem Artikel, dass Werte in enger Beziehung zu den historisch-kulturellen Erfahrungen von Ländern stehen; gleichzeitig werden sie entsprechend den sich ändernden Bedürfnissen der Gesellschaft und der Einzelpersonen reformiert. Die Wertprioritäten armer Länder sind wirtschaftliches Wachstum, Arbeitssicherheit, Risiko/Ungewissheitsvermeidung, Leistung und Einsatz für die Arbeit. Im Gegensatz dazu haben reiche Länder Wertprioritäten wie Lebensqualität, Selbsta Ausdruck, Freiheit und das Leben in einer schöneren Umgebung. Modernisierung und höhere Bildung sind eng miteinander verbundene Konzepte. Bildung beeinflusst die geistigen Fähigkeiten der Menschen, den Zugang zu Informationen und ihre Werte. Mit steigendem Bildungsniveau neigen traditionelle Werte dazu, sich in Richtung moderner/säkularer Werte zu entwickeln. Die Entwicklung der modernen bzw. industriellen Zivilisation brachte neue Werte mit sich. So treten durch die Entwicklung ehemals industrieller Gesellschaften zu postindustriellen Gesellschaften hedonistische Werte an die Stelle puritanischer Werte. Weiterhin resümiert (Bozkurt, 2018: 62), dass es jedoch auch in traditionellen Gesellschaften ein wachsendes Bewusstsein für postmaterialistische Werte und Prinzipien wie Gleichheit, Freiheit, politische Beteiligung, Offenheit, offene Diskussion, Toleranz und Pluralismus, die Wahl des Rechtsstaats anstelle von Gewalt, Unabhängigkeit, Zusammenarbeit und Respekt für die Umwelt gibt.

Im folgenden Kapitel wird der Veganismus thematisiert und erläutert, inwiefern dieser als postmaterialistischer Lebensstil als Grundlage für die vorliegende Arbeit dient und weshalb vielversprechende Erkenntnisse in der Metropole Istanbul zu erwarten sind.

3.3. VEGANISMUS ALS POSTMATERIALISTISCHER LEBENSSTIL

Die Definition des Veganismus, wie sie von Donald Watson, dem Gründer der Vegan Society, im Jahr 1944, ursprünglich formuliert wurde und bis heute die grundlegende Definition des veganen Lebensstils darstellt, lautet wie folgt:

“Veganism is a philosophy and way of living which seeks to exclude—as far as is possible and practicable—all forms of exploitation of, and cruelty to, animals for food, clothing or any other purpose; and by extension, promotes the development and use of animal-free alternatives for the benefit of animals, humans and the environment. In dietary terms it denotes the practice of dispensing with all products derived wholly or partly from animals” (Vegan Society, 2016).

Beim Veganismus stehen ethische, ökologische und soziale Aspekte im Vordergrund. Die Entscheidung für eine vegane Lebensweise spiegelt einen tieferehenden Bewusstseinswandel wider, bei dem die Achtung vor Umwelt, Tierwohl und ethischen Grundsätzen im Zentrum steht. So kann der Veganismus als postmaterialistischer Lebensstil bzw. als Ausdruck einer postmaterialistischen Ausrichtung betrachtet werden, beruhend auf den bereits erwähnten postmaterialistischen Werten Ingleharts. Als besondere Parallelen können Freiheit, Gleichheit und Lebensqualität hervorgehoben werden. Auch Selbstverwirklichung soziales Engagement stellen beim Veganismus ein zentrales Thema dar. Die Verschiebung zu diesen postmaterialistischen Werten findet im Veganismus eine konkrete Ausprägung. Das Streben nach einem harmonischen Gleichgewicht zwischen individuellem Lebensstil und globalen Verantwortlichkeiten stehen im Fokus. So kann der Veganismus ein relevanter Forschungsgegenstand im Kontext postmaterialistischer Entwicklungen sein und eine aufschlussreiche Perspektive auf das sich wandelnde gesellschaftliche Wertesystem eröffnen.

In einem sich rasch wandelnden Land wie der Türkei, wo traditionelle Werte mit modernen Einflüssen verschmelzen und die Gesellschaft sich trotz eigentlich traditionellen Merkmalen dennoch langsam zu wandeln scheint, könnte die Untersuchung des Veganismus als postmaterialistischer Lebensstil in Istanbul aufschlussreiche Einblicke und auf dynamische Veränderungen innerhalb der türkischen Gesellschaft deuten.

3.4. HISTORISCHE ENTWICKLUNG DES VEGANISMUS

Da der Vegetarismus als Ernährungsform als Vorläufer der ethischen Lebensweise des Veganismus zu betrachten ist und beide Konzepte in der Geschichte nicht als voneinander

abgegrenzt, sondern die Übergänge zwischen beiden viel mehr als fließend zu betrachten sind (Grube, 2009), ist es unabdingbar, zunächst auf die Ursprünge des Vegetarismus einzugehen. Aufgrund des Mangels an zuverlässigen Aufzeichnungen über diese Personen, von denen einige höchstwahrscheinlich nicht nur vegetarisch, sondern auch vegan lebten, werden sie allgemein als Vegetarier bezeichnet. Daher umfasst die historische Analyse des Vegetarismus gleichzeitig auch die des Veganismus (Leitzmann, 2018:31 f.). Im Folgenden wird die historische Entwicklung Vegetarismus bzw. Veganismus zusammengefasst:

Die Ursprünge des Vegetarismus lassen sich bis ins 6. Jahrhundert v. Chr. ins antike Griechenland und nach Indien zurückdatieren. Dort waren es in erster Linie religiöse Glaubensgruppen sowie Philosophen, die sich für eine vegetarische Ernährung einsetzten (Dombrowski, 2004). Heutzutage steht vor allem die ethische Philosophie im Vordergrund, ebenso wie gesundheitliche, ökologische und die soziale Gerechtigkeit betreffende Faktoren, welche ebenfalls Vorteile des Veganismus darstellen (Kaplan, 2011). Bereits Pythagoras (570-490 v. Chr.), welcher als Begründer des ethisch motivierten und religiös geprägten Vegetarismus gilt, lehnte "den Verzehr alles Beseelten" ab, da er an die Seelenwanderung und Wiedergeburt glaubte. Bis ins ca. 19.-20. Jahrhundert beeinflusste er mit seinem Gedanken der fleischlosen bzw. pflanzlichen Ernährung, welche den elementaren Bestandteil des Pythagoreismus darstellte, zahlreiche Menschen. Die Anhänger des Pythagoreismus wurden bis zur Einführung des Begriffs Vegetarismus Pythagoräer genannt (Walters & Portmess, 1999). Nach ihm bekannten sich Denker wie Hippokrates, Plutarch und Porphyrios die vom 5. bis ins 4. Jahrhundert v. Chr. lebten (Leitzmann 2018: 32 f.). Die Grundlage des Pythagoreismus lässt sich auf die Glaubensgemeinschaft der Orphiker zurückführen, eine Sekte, die ihren Anhängern den Konsum von Fleisch und und Eiern untersagte. Fleisch wurde gemieden, da Tiere als beseelt betrachtet wurden, Eier wurden ausgeschlossen, da sie als Ursprung allen Lebens in der Sekte galten (Hausleiter, 1935:85).

Ca. 500 vor Christus waren die indischen Jaina-Mönche mit ihrer Religion des Jainismus mit ca. 4 Millionen Anhängern, der wie der Buddhismus seine Wurzeln in einer Vorgängerreligion des Hinduismus hat, das erste religiöse System, das aus ethischen Gründen durch seine Ernährung und Lebensweise keinem Lebewesen Leid bzw. Schmerzen zufügen wollte. Die meisten ernährten sich vegetarisch oder vegan und

mieden teilweise Kleidung tierischen Ursprungs; viele Berufe, wie etwa manche landwirtschaftliche, durften aufgrund des Gewaltlosigkeitgebots nicht ausgeübt werden, da dabei potenziell Lebewesen verletzt werden könnten. Diese Lebensweise wurde verfolgt, um "von der Welt rein zu bleiben" und während dem Leben ohne Beteiligung an Tötungshandlungen den Kreis der Reinkarnation zu unterbrechen und so ins Nirvana einzutreten (Schwarz 2005: 95f.). Auch Personen wie Buddha, Laotse und Konfuzius legten im ungefähr gleichen Zeitraum etwa 500-600 v. Chr. den Grundstein der östlichen Religions- und Glaubenssysteme. So beruht in diesen Religionen die Vermeidung des Fleischverzehr ebenfalls auf den Ansätzen der Seelenwanderung und der Reinkarnation (Leitzmann, 2018: 32f.).

Der bereits erwähnte griechische Schriftsteller Plutarch (ca. 50 bis 120 n. Chr.) markierte einen Wendepunkt in der Diskussion, indem er nicht mehr primär die Frage behandelte, warum Vegetarier auf Fleisch verzichten, sondern vielmehr, aus welchen Gründen Fleischesser Tiere konsumieren. Er interpretierte den Akt des Fleischverzehr als Manifestation spiritueller Unfeinheit und einer mangelnden Empathie und Empfindsamkeit gegenüber leidenden Mitgeschöpfen (Haussleiter, 1935: 213).

Mit der Antike endete größtenteils auch der Vegetarismus und damit einhergehend seine ethischen Grundprinzipien; im Mittelalter spielte dieser keine nennenswerte Rolle. Vor der Neuzeit kam es im für seine Grausamkeiten bekannten Mittelalter jedoch nicht lediglich zu einer etwa tausendjährigen Unterbrechung der vegetarischen Ideologie, sondern zu Gerichtsprozessen gegen Tiere. Da man zu dieser Zeit bereits glaubte, dass auch Tiere eine Seele hatten, konnten auch sie für ihre Taten zur Rechenschaft gezogen werden und so wurden in einigen Fällen beispielsweise Schweine und Pferde für Taten an anderen Tieren oder Menschen gerichtlich zum Tode am Galgen verurteilt und das Urteil oft öffentlich im Beisein von Artgenossen vollstreckt (Schwarz, 2005: 97).

Mit dem Beginn der Neuzeit traten erneut Befürworter des Vegetarismus hervor, darunter Leonardo da Vinci in der Renaissance sowie im Zeitalter der Aufklärung Jean-Jacques Rousseau im 18. Jahrhundert, welcher für eine Erziehung hin zu einem naturverbundenen, simplen Leben plädierte und sich für die Verbreitung einer pflanzlichen Ernährung einsetzte (Leitzmann, 2018: 33).

Der Jurist, Philosoph und Sozialreformer Jeremy Bentham markierte den Beginn einer neuen Ära in der Tierethik. Bereits im Jahr 1789 betonte er, dass die zentrale Frage nicht sei, ob ein Tier fähig ist zu denken oder zu sprechen, sondern, ob es fähig ist zu leiden (Singer, 1996: 35).

Gegen Ende des 18. Jahrhunderts mit dem Beginn der Industrialisierung in England traten die ersten dokumentierten Veganer auf, welche sich in den frühen Jahren des 19. Jahrhunderts zu einer Gruppe zusammenschlossen und ausschließlich pflanzlich ernährten. Im Jahr 1847 wurde in England die English Vegetarian Society gegründet, die erste Organisation für Vegetarier. In der Mitte des 19. Jahrhunderts gab es in England und Nordamerika Pioniere, die sich für eine vollwertige pflanzliche Ernährung sowie generell für ein gesundes Leben einsetzten (Leitzmann, 2014).

Im Verlauf des 19. Jahrhunderts entwickelte sich insbesondere in den USA und England der moderne Vegetarismus innerhalb religiöser Gemeinschaften. In Deutschland beispielsweise entstand der Vegetarismus als Reaktion auf die voranschreitende Urbanisierung und Industrialisierung und wurde ein integraler Bestandteil der Lebensreformbewegung. Diese Entwicklung erfolgte primär aus gesundheitlichen Überlegungen anstelle ethischer Beweggründe, da durch die Veränderungen der Industrialisierung die Menschen sowohl physisch als auch psychisch erschöpft waren. Die Lebensreformbewegung nahm ihren Ursprung bei Rousseau und verfolgte das Prinzip "Zurück zur Natur". Insbesondere Ärzte und Apotheker, die der Naturheilkunde angehörten und eine pflanzliche Ernährung befürworteten, galten als Wegbereiter dieser Bewegung (Leitzmann, 2018: 16). 1908 wurde in Dresden die Internationale Vegetarier-Union (International Vegetarian Union) gegründet (Leitzmann, 2014). Mit der Gründung der Vegan Society in England im Jahre 1944 durch Donald Watson wurde es etwas ruhiger um den autonomen Tierschutz. Im Jahr 1975 publizierte der renommierte australische Philosoph und Ethiker Peter Singer das einflussreiche Werk "Animal Liberation", welches als Grundstein der Tierrechtsbewegung gilt und häufig als grundlegendes Werk der Bewegung bezeichnet wird. Die Veröffentlichung des Buches löste neue Tierrechtsdebatten aus (Schwarz, 2005: 110f.). Im Jahr 1985 wurde in Belgien die Europäische Vegetarier-Union (European Vegetarian Union) gegründet (Leitzmann, 2014).

3.5. VEGANISMUS IN DER TÜRKEI

Im internationalen Kontext betrachtet, verzeichnet die Entwicklung des vegetarischen bzw. veganen Lebensstils in der Türkei eine vergleichsweise kurze und noch nicht weitreichende Geschichte; dennoch gibt es eine.

Im Jahr 1977 wurde erstmals der Weltvegetariertag von der North American Vegetarian Society als lokale Veranstaltung gefeiert. Im darauffolgenden Jahr 1978 erhielt er offizielle Anerkennung von der International Vegetarian Union und wurde fortan weltweit offiziell gefeiert. Heutzutage wird der Weltvegetariertag in der Regel nicht nur an einem Tag gefeiert; der Oktober, der mit dem 1. November den Weltvegantag einleitet, gilt mittlerweile als Weltvegetariermonat. In der Türkei wurde der Vegetariertag vergleichsweise spät anerkannt und erstmals im Jahr 2009 durch die Pressemitteilung des Vejetaryen Kulübü (Vegetarier Club) bekannt gemacht. Im Jahr 2010 begann man in der Türkei ebenfalls den Vegetariertag unter dieser Organisation zu feiern (Yıldırım, 2013).

Im Jahr 2012 wurde in der Türkei der Türkische Vegetarier Verband (Türkiye Vejetaryenler Derneği) gegründet, der derzeit die erste und einzige offizielle Organisation in der Türkei ist, die Vegetarier und Veganer unter einem Dach vereint. Obwohl der Vereinsname mit dem Wort Vegetarier automatisch auch Veganer einschließt, wurde der Name des Vereins später in Türkischer Veganer und Vegetarier Verband (Türkiye Vegan&Vejetaryenler Derneği (TVD)) geändert. Der TDV ist Vollmitglied der International Vegetarian Union (IVU) und der European Vegetarian Union (EVU), welche jeweils beide als Dachorganisation von sowohl veganen als auch vegetarischen Vereinigungen und Gesellschaften in Europa bzw. international fungieren. Darüber hinaus ist der TDV der Vertreter des Produktlabels "V-Label", dem geschützten und international anerkannten Güte- und Qualitätssiegel zur Kennzeichnung vegetarischer und veganer Produkte und Dienstleistungen (Türkischer Veganer und Vegetarier Verband, 2023).

Im Jahr 2017, am 29. und 30. April, fand in Aydın, Didim das erste vegane und vegetarische Festival der Türkei statt. Das Vegfest-Event wurde von der Stadtverwaltung von Didim auf dem Gelände des historischen Apollon-Tempels ausgerichtet und vom Türkischen Veganer und Vegetarier Verband (TVD), vom Tourismusforschungsverband (TURAD) und dem Verband für Tourismusinfrastruktur in Didim (DITAB) organisiert.

Das Festival umfasste ein spezielles Programm mit Unterhaltungsaktivitäten, Einkaufsmöglichkeiten, Live-Präsentationen von Köchen sowie Sportveranstaltungen. Des Weiteren konnte man Paneldiskussionen und Interviews mit Fachleuten, Dokumentarfilmvorführungen besuchen; auch eine Veranstaltung für Kinder zum Thema gesunder Lebensstil und Liebe zur Natur und zu Tieren wurde angeboten (NTV, 2017). Das letzte Vegfest-Event wurde zuletzt erneut im April mit ähnlichen Programmpunkten veranstaltet (Stadtverwaltung Didim, 2023).

Besonders in den letzten sechs bis acht Jahren hat der Veganismus kontinuierlich an Popularität gewonnen und das Bewusstsein für die Bedeutsamkeit dieses Konzepts in der Bevölkerung nimmt stetig zu. Hauptsächlich in den großen Städten wie Istanbul, Ankara und Izmir steigt die Zahl der Veganer; auch wenn es sich insgesamt um eine noch recht kleine Anzahl handelt, steigt sie dennoch. Einen Einblick in die Gedankenwelt einer Veganerin zur Reflexion ihrer veganen Lebensweise gibt die Autorin in ihrem Buch „Vegan Devrimi ve Hayvan Özgürlüğü“ (Vegane Revolution und Tierrechte). Lange Zeit fragte sie sich, ob sie die einzige Veganerin in der Türkei sei und fühlte sich oft allein. Um sich ihrer Motivation immer wieder bewusst zu werden, beschließt, sie sich in solchen Momenten fortan stets folgende Frage zu stellen: Einsamkeit oder ein ruhiges Gewissen (Kalkandelen, 2021)?

3.5.1. Kurzer Exkurs: Geschichte der Esskultur der Türkei/Istanbuls

Auch wenn es sich beim Veganismus nicht um eine Ernährungsform handelt und es somit nicht ausschließlich darum geht, was man isst, und was nicht, ist die Ernährung dennoch ein beträchtlicher Teil des Veganismus und insbesondere im Alltagsleben ein äußerst sichtbarer Teil. Im folgenden Teil der Arbeit soll ein übersichtlicher Exkurs zur Geschichte der Esskultur und des Fleischkonsums Istanbuls folgen, jedoch keineswegs, um die Argumente für den Veganismus zu schmälern, sondern um einen breiteren Kontext für die (vergleichsweise „langsame“) Entwicklung des Veganismus in Istanbul zu bieten. Denn (alternative) Essgewohnheiten korrelieren stark mit der

Esskultur eines Menschen, also den Nahrungsge- und verboten und somit dem Wissen darüber, welche Lebensmittel gut oder schlecht sind.

Die Türkei, mit einer Population von etwa 80 Millionen, geographisch in sieben Regionen unterteilt, hat im Laufe ihrer Geschichte zahlreiche Zivilisationen und Menschen verschiedener Religionen beherbergt. Folglich ist die türkische Küche das Ergebnis einer kulturellen Verschmelzung, die durch die Migration nomadischer Stämme aus Zentralasien und ihre Anpassung an die regionalen Nahrungsmittel in Anatolien entstand als auch durch das Verschmelzen kulinarischer Einflüsse der Seldschuken und des Osmanischen Reiches mit der Palastküchen des Sultans (Altaş, 2017: 411). Auch wenn man insbesondere in der Zentralasien-Ära hauptsächlich tierische Lebensmittel verwendete, weisen Ausgrabungen landwirtschaftlicher Bewässerungsanlagen darauf hin, dass später ebenfalls Getreide und Gerste angebaut wurden, aus denen man Teig und Gebäcke herstellte. Auch Gemüse und Kräuter wurden konsumiert und chinesischer und persischer Einfluss brachte Nahrungsmittel wie Reis, Nüsse, Obstentöpfe, Nudeln, Manti (gefüllte Teigtaschen). Nach dem Verbot einiger Fleischsorten durch den Islam ging auch der Fleischkonsum zurück; dieser Rückgang wurde durch pflanzliche landwirtschaftliche Produkte ausgeglichen. Später übernahm man Kichererbsen, Feigen, Olivenöl und Meeresfrüchte. Bis Mitte des 15. Jahrhunderts, zu Beginn der sechshundertjährigen Herrschaft des Osmanischen Reiches, hatte sich eine stark einflussreiche Küche herausgebildet, in der man eine vielfältige Palette von Lebensmitteln und Zutaten aus der ganzen Welt importierte (Tekiner, 2021: 24f.). So weist die heutige türkische Küche¹ von Region zu Region große Unterschiede auf und gilt als äußerst divers. Gleichwohl stützt sie sich trotz des großen Anteils an pflanzlichen Nahrungsmitteln nach wie vor zu großen Teilen ebenfalls auf Fleisch und Fleischprodukte, Milch und Milchprodukte. Zahlreiche Gerichte zeichnen sich durch die Verwendung und Zubereitung von Schaf-Ziegen, Lamm- und Rindfleisch aus (Altaş, 2017: 411).

Der multiethnische Hintergrund der Türkei, welcher bis in die Antike belegbar ist, ist somit auch im kollektiven kulturellen Gedächtnis der Stadt Istanbul fest verankert und hat auch hier die Esskultur und den Fleischkonsum in der Metropole geprägt (Gietl, 2015:

¹ Der Ausdruck türkische Küche soll keineswegs ihre diverse Historie und Entstehungsgeschichte außer Acht lassen, lediglich der Einfachheit halber wird im weiteren Verlauf dieser Begriff verwendet.

295). Der Fleischkonsum in Istanbul wurde und wird nach wie vor maßgeblich von kontinuierlichen Akkulturationsprozessen beeinflusst. Hinsichtlich der Fleischzubereitung ist die Istanbuler Küche bis heute größtenteils möglichst auf eine Ganztierverswertung ausgerichtet, was sich in der hohen Zahl traditioneller Innereingerichte- und restaurants manifestiert (Gietl, 2015: 303). Dennoch eröffnet die türkische Küche mit zahlreichen gemüsebasierten und fleischfreien Speisen Veganern und Vegetariern eine Fülle an Möglichkeiten. Seit Jahrhunderten legt man Früchte und Gemüse ein. Besonders geeignet für eine pflanzliche Ernährung sind die populären, auf Olivenöl basierenden Gerichte, bekannt als „*zeytinyağlı*“, was wörtlich übersetzt „mit Olivenöl“ bedeutet. Neben diesen olivenölbasierten Speisen gibt es zahlreiche Gerichte auf Basis von Reis, Linsen, Weizen und anderem Gemüse, welche die Grundlage der türkischen Küche bilden, ebenfalls Teil fleischhaltiger Gerichte sind und sich traditionell großer Beliebtheit erfreuen. Um beispielhaft die bekanntesten zu nennen: "*çiğ köfte*" (gewürzter und mit Tomaten- und Paprikapaste zubereiteter Bulgur) "*mercimek köftesi*" (Linsenbällchen), "*kısır*" (ein roter Bulgursalat) (Tekiner, 2021: 25).

Gietl (2015: 303) arbeitet im selbigen, bereits zitierten Artikel die Religion als maßstäbliche „ethische und moralische Instanz“ für den Fleischgenuss heraus und spricht von wiederauflebenden „identitätsstiftende[n] Funktionen [...] auf religiöser Ebene“ durch eine „zunehmende[.] Ideologisierung des Fleischkonsums in den letzten Jahren“. Die Frage also, *ob* das Verzehren von Tieren ethisch überhaupt vertretbar ist, trete hierbei in den Hintergrund, in den Vordergrund hingegen, *welche* Tiere gegessen werden dürfen (Gietl, 2015: 303). Dass es in bestimmten Stadtteilen und sozialen Milieus der Stadt durchaus einen Diskurs dazu gibt, ob der Verzehr von Tieren ethisch vertretbar ist bzw., dass dieser (als auch ihre Nutzung zu anderen Zwecken) in jedem Fall ethisch nicht vertretbar ist, wird im weiteren Verlauf der Arbeit anhand eigener Forschungsergebnisse illustriert.

Im nächsten Kapitel folgt die Erläuterung der empirischen Methode. Um Erkenntnisse über den Veganismus als Indikator für den gesellschaftlichen Wandel zu gewinnen, ist es von besonderer Relevanz, eine empirische Forschung innerhalb eines konkreten Forschungsfelds durchzuführen und das Konzept auf mikrosozialer Ebene zu untersuchen. Die Kombination aus der zweiteiligen Empirie bestehend aus der Quantifizierung und kartografischen Darstellung der veganen Einrichtungen sowie dem

Hauptteil, der qualitativen Befragung, ist besonders aussichtsreich, um die zunächst identifizierten veganen Cluster im Anschluss tiefer zu erforschen und nuancierten Detailreichtum zu erlangen. So wurden ausführliche qualitative Interviews geführt, um ein tiefgreifendes Verständnis für die Lebensweise und Lebensführung vegan lebender Menschen zu erlangen. Dieser Forschungsansatz ermöglicht es, sich der Lebenswelt der Menschen anzunähern und umfassende Einblicke in ihre Motivationen, Praktiken und Hintergründe zu gewinnen. Der Stadtraum Istanbul bietet aufgrund seiner soziokulturellen Vielfalt ein relevantes Forschungsfeld, das aufschlussreiche Erkenntnisse über einen Wertewandel in der türkischen Gesellschaft hervorbringen könnte.

4 EMPIRISCHE FORSCHUNG – VERTEILUNG UND EINBLICKE IN DEN VEGANISMUS ISTANBULS

Die Empirie gliedert sich in zwei Teile: Im ersten Teil erfolgt eine Quantifizierung veganer Einrichtungen, welche kartografisch visualisiert wurden, gefolgt von einer qualitativen Befragung ausgewählter Einrichtungen im zweiten Teil, dem Hauptteil der empirischen Studie.

4.1. QUANTIFIZIERUNG VEGANER EINRICHTUNGEN IM STADTRAUM ISTANBUL



Abbildung 3: Verteilung des Veganismus in Istanbul

Quelle: Eigene Daten

Mit dem Ziel, die Standorte veganer Einrichtungen² im Stadtraum zu identifizieren und kartografisch darzustellen zu können, wurde zunächst eine umfassende Liste sämtlicher auffindbarer veganer Einrichtungen erstellt. Anschließend wurden diese Standorte auf einer digitalen Karte visuell dargestellt, um eine präzise geografische Übersicht zu gewährleisten. Es wurde dabei vom gesamten Stadtraum ausgegangen und es wurden alle veganen Einrichtungen, die bei der ausführlichen Recherche zu finden waren, eingezeichnet. Auf der Stadtkarte finden sich drei verschiedene Kategorien eingezeichnet.

² Es von Bedeutung zu erwähnen, dass sich diese Forschung ausschließlich auf Lebensmittelgeschäfte und gastronomische Betriebe fokussiert. Die markierten Orte in der Karte als auch die Teilnehmer der Experteninterviews spiegeln somit lediglich den Ernährungsbereich des Veganismus wider. Veganismus bezieht sich allerdings auf eine Philosophie und umschließt daher weit mehr Bereiche als nur die Ernährung. Allerdings stellt diese einen beträchtlichen Anteil des Veganismus dar und ist der aussagekräftigste Indikator, um im Stadtraum Istanbul vegane Einrichtungen zu lokalisieren.

1. Rein vegane Einrichtungen (schwarz)
2. Einrichtungen, die vegan und vegetarisch (aber zumindest vegetarisch) sind (blau)
3. Einrichtungen, welche ein vergleichsweise auffällig breites Angebot an veganen Gerichten aufweisen (lila)

Insbesondere bei Standorten der zweiten und dritten Kategorie wurde spezielles Augenmerk daraufgelegt, Einrichtungen zu identifizieren, die auf ihrer Website, in ihren Social-Media-Beiträgen oder vor Ort durch klare Hinweise auf Veganismus wie beispielsweise Aufkleber zu Tierrechten, Informationen zum Umweltschutz oder spezielle Instagram-Beiträge zum Welt-Vegantag erkennbar sind. So kann weitmöglichst gewährleistet werden, dass das umfangreiche vegane Angebot dieser Geschäfte nicht etwa aus Zufall oder Nachfragegründen besteht, sondern eine ethische Überzeugung und ethische Werte die Grundlage für ein veganes Angebot darstellen. Vegane Einrichtungen, dessen Konzepte nicht auf dem Veganismus (als ethische Philosophie bzw. Lebensstil) basieren, werden somit nicht fälschlicherweise in die Studie einbezogen. So wurden etwa Restaurants oder Imbisse, deren Schwerpunkt auf dem Verkauf von Falafel liegt und die – soweit erkennbar – lediglich durch Zufall ein (breites) veganes und vegetarisches Angebot vorweisen, und bei denen keine Anzeichen für eine ethisch bewusste Überzeugung erkennbar waren, bewusst nicht eingezeichnet.

Beim Erstellen der Karte und beim Blick auf diese fällt unmittelbar auf, dass sich vegane Einrichtungen in ganz bestimmten Stadtvierteln befinden und die eingezeichneten Punkte nicht in gleichmäßiger Verteilung auf der Karte zu verzeichnen sind. Als Stadtteile mit besonders auffällig hohem Aufkommen haben sich Kadıköy auf der anatolischen Seite und Beyoğlu mit Umfeld Cihangir und Beşiktaş auf der Balkanseite herauskristallisiert. In einer groben Vorinterpretation der möglichen Indikatoren für diese unterschiedliche Konzentration und die Beschaffenheit der betroffenen Stadtteile, lässt sich von Folgendem ausgehen: Obgleich in diesen Vierteln allgemein eine höhere Nachfrage und ein erweitertes Angebot an Gastronomie, Unterhaltungsmöglichkeiten und sozialen Aktivitäten sowie eine fortgeschrittenere Infrastruktur zu verzeichnen sind und auch Touristen als Konsumenten und Kunden eine Rolle spielen, stechen dennoch insbesondere *diese* Stadtviertel deutlich heraus. Dies kann auf spezifische Stadtmilieus mit bestimmten Charakteristika hindeuten. Im Folgenden sollen diese Schwerpunktviertel

übersichtlich beschrieben werden, um Aufschluss zu ihren Strukturmerkmalen, ihrer Bevölkerung und dem (möglichen) Zusammenhang mit einem hohen veganen Angebot zu erhalten. Besonderes Augenmerk wird auf den Stadtteil Kadıköy auf der anatolischen Seite und die Stadtteile Beyoğlu und Beşiktaş auf der Balkanseite gelegt. Im zweiten Teil der Empirie gilt es anschließend durch eine qualitative Befragung, die Hintergründe dieser unterschiedlichen Verteilung einer eingehenden Analyse zu unterziehen.

Die Schwerpunktviertel Kadıköy, Beyoğlu und Beşiktaş

Kadıköy ist ein Stadtteil auf der anatolischen Seite Istanbuls und gilt als eines der lebendigsten, modernsten und kosmopolitischsten Viertel der Metropole. Die anderen beiden Stadtteile liegen auf der Balkanseite der Metropole. Beyoğlu ist zwischen dem Meeresarm dem Goldenen Horn und dem Bosphorus nördlich der historischen Halbinsel gelegen und bildet einen Kontrast aus Tradition und Moderne, der durch seine kulturelle Vielfalt und kosmopolitische Ausrichtung geprägt ist. Beşiktaş erstreckt sich entlang des Bosphorus grob zwischen der Bosphorus-Brücke und der Fatih-Sultan-Mehmet-Brücke. Mit seiner facettenreichen Struktur trägt es zu einem diversen Stadtbild bei und verfügt über eine Vielzahl verschiedener Stadtviertel, die jeweils unterschiedliche Charaktere verkörpern.

Bei allen drei Stadtteilen ist eine hohe Konzentration junger Bewohner und vieler Studenten, auch durch Universitätsnähe, zu verzeichnen. Zudem weisen diese Viertel vergleichsweise hohe Einkommen auf. Des Weiteren genießen sie den Ruf, liberal und tolerant zu sein, sowie offen für neue Trends und Entwicklungen. Möglicherweise korreliert die junge (studentische) Bevölkerung in diesen Vierteln mit dem hohen Aufkommen veganer Infrastruktur.

Bemerkenswert ist, dass diese Stadtteile eine überdurchschnittlich hohe Anzahl von Gaststätten und Ausgehmöglichkeiten aufweisen, interessanterweise jedoch die Hauptstandorte der vielen Shoppingcenter nicht in Verbindung mit diesen Schwerpunktvierteln stehen. So fällt auf, dass die Hauptpunkte der Shoppingcenter außerhalb der identifizierten Schwerpunkte im Stadtgebiet liegen. Des Weiteren ist zu erwähnen, dass auch das touristisch geprägte Altstadtgebiet weit entfernt von den veganen Schwerpunktvierteln liegt. Zusätzlich gehören auch besonders wohlhabende Viertel nicht zu den identifizierten Schwerpunktbereichen, was darauf hindeutet, dass der

Veganismus in Istanbul nicht notwendigerweise mit Wohlstand korreliert und auch nicht primär von Touristen abhängig ist.

Zusätzlich ist anzumerken, dass alle drei Stadtteile historisch gesehen ehemalige Hafencities sind, die einen internationalen Einfluss und Austausch erlebt haben, möglicherweise aufgrund ihrer Lage an den Hafenbecken. Im Laufe der Jahre haben sich diese Viertel zu lebendigen Ausgehvierteln entwickelt und ziehen zunehmend liberale, kosmopolitische, weltoffene und tolerante Menschen an. Eine mögliche Erklärung für das verstärkte Angebot und die Nachfrage nach veganen Produkten könnte in dieser historischen Entwicklung zu finden sein.

4.2. QUALITATIVE BEFRAGUNG VEGANER EINRICHTUNGEN IN SCHWERPUNKTVIERTELN

Im zweiten Teil der empirischen Forschung folgt die qualitative Befragung. Es wurden halbstrukturierte Experteninterviews mit fünf Geschäftsinhabern veganer Gastronomie-Einrichtungen (ebenfalls auf der Stadtkarte vertreten) geführt. Bei der Entscheidung über die Interviewform wurde gezielt auf Experteninterviews mit den Inhabern der Einrichtungen gesetzt, da diese aufgrund ihrer umfassenden Kenntnisse über die Szene, die Motive und Werteeinstellungen der veganen Anhänger als Fachpersonen einzuordnen sind und von ihnen wertvolle Auskunft erlangt werden kann.

Auswahl der Interviewpartner:

Bei der Auswahl der Interviewpartner ist der Fokus auf die Diversität der Interviewpartner gelegt worden, um einen möglichst vielfältigen und umfassenden Einblick aus verschiedenen Perspektiven zu erlangen. So wurden für die Interviews sowohl Betreiber von Lebensmittelgeschäften als auch Gastronomen herangezogen. Außerdem wurde berücksichtigt, verschiedenes Publikum und verschiedene Standorte abzudecken, in dem sowohl von der anatolischen Seite als auch von der Balkanseite Gesprächspartner miteinbezogen wurden. Ebenfalls wurde darauf geachtet, dass sich die Geschäftskonzepte voneinander unterscheiden, um so viele Facetten wie möglich abzudecken. Diese Informationen wurden durch eine fundierte Vorrecherche in Form von vorherigen Besuchen in den Geschäften vor Ort als auch durch das Vertrautmachen mit

den Social-Media-Auftritten, Webseiten und Speisekarten der Einrichtungen eingeholt. In der folgenden Tabelle werden die wichtigsten Informationen über die fünf ausgewählten Gesprächspartner ersichtlich:

Einrichtung	1. Vegan Istanbul – Havva Hanım	2. Yuzu Moda – Ayça Hanım	3. Vegan Dükkan und Vegan Dükkan Lokantası – Tarkan Bey	4. Mahatma – Sait Bey	5. Veganarsist – Emre Bey
Stadtteil	Beyoğlu, Cihangir	Kadıköy, Moda	Beyoğlu, Cihangir	Kadıköy, Yeldeğirmeni	Kadıköy, Moda
Ausrichtung/ Konzept	Veganisierte traditionelle türkische Hausmannskost	Ostasiatische vegane Küche (Richtung Fine Dining)	Vegan Dükkan – erstes veganes Lebensmittelgeschäft (seit 2004), seit 2012 vollständig vegan und seit anderthalb Jahren bestehendes Restaurant	Eines der ersten rein veganen Cafés/ Restaurants (seit 2014)	Größte vegane Franchisekette mit 8 Filialen in der Türkei (davon 6 in Istanbul)
Dauer des Interviews	56 Min	39 Min	1 Std 6 Min	1 Std. 26 Min	1 Std

Abbildung 4: Informationen zu den Interviewpartnern

Quelle: Eigene Daten

Auswahl der Interviewmethode

Die qualitative Forschungsmethode des halbstrukturierten Interviews wurde gewählt, um vor allem dem Gesichtspunkt der Interviewpartner Vorrang zu geben und gleichzeitig flexibel auf sie eingehen zu können (Bryman, 2015: 470ff). Ein besonderes Anliegen der Studie war es, den Fokus auf die Einsichten und Lebensführungen sowie die inneren Überzeugungen der Menschen, ihre Gewohnheiten und Lebensweise zu legen und Einblicke in die Hintergründe des veganen Lebensstils in der Stadt zu erhalten, um diese für das Forschungsziel mit dem Konzept des Postmaterialismus zu verbinden. Da die Interviewpartner viel über ihre Gedanken und Persönlichkeitsentwicklung Preis geben sollten, wurde mit dieser Methode beabsichtigt, ein so natürliches und persönliches Umfeld wie möglich zu schaffen, in dem man sich wohl fühlt und ungezwungen erzählen kann. Um gleichzeitig zielgerichtet Informationen aus dem Gespräch ziehen zu können, wurde ein Interviewleitfaden verwendet. Dadurch würde ein natürlicher Gesprächsverlauf für beide Seiten entstehen, der ebenfalls der Interviewführerin die Möglichkeit für individuelle Folgefragen bieten würde. Auf diese Art wurde

sichergestellt, dass das Gespräch weniger von einem förmlichen Interviewcharakter geprägt sei, sondern einen natürlichen Gesprächsfluss annehmen würde.

Erstellen des Interviewleitfadens

Als Grundlage für die Interviews wurde ein Leitfaden erstellt, um die wichtigsten Themen zur Beantwortung der Forschungsfragen abzudecken. Dieser bot einen groben Rahmen für die Interviews und folgte einer chronologischen Themenreihenfolge. Die Fragen wurden offen gestellt, um möglichst wenig Einfluss auf den Interviewpartner auszuüben und tiefgehende Antworten zu erhalten. Außerdem wurden im Vorfeld, falls benötigt, zielführende Folgefragen vorbereitet, um noch genauer auf die Hauptthemen zu fokussieren und an die relevante Information zu gelangen. Bryman (2015: 478) schreibt in Bezug auf halbstrukturierte Interviewprozesse: „one of the main ingredients of the interview is listening—being very attentive to what the interviewee is saying or even not saying. It means that the interviewer is active without being too intrusive—a difficult balance.“ Dieses Gleichgewicht wurde durch die offene Form des Interviews, geschicktes Nachfragen und genereller Flexibilität gewährleistet.

Der Interviewleitfaden ist in drei Teile (Themenblöcke) strukturiert, die sich mit den für die Forschungsfrage relevanten Themenfeldern befassen. Im Folgenden wird erläutert, wie die einzelnen Themenfelder innerhalb des Fragebogens operationalisiert wurden.

Lebensstil und Motive

Dies ist der erste Themenblock, welcher nochmalig in drei Unterkategorien unterteilt wurde. Die erste Unterkategorie fokussiert sich auf die Einrichtung und die Eröffnung, das Motiv für die Eröffnung sowie das Konzept der Einrichtung. In der zweiten Unterkategorie liegt der Fokus auf dem Inhaber selbst, einschließlich seiner persönlichen Erzählung über seinen Weg zum Veganismus, der Rolle des Veganismus im eigenen Leben, potenziellen Veränderungen in den Motiven sowie der Integration des veganen Lebensstils im Alltag. In der dritten Unterkategorie wird eine Charakterisierung der Kundschaft angestrebt und versucht mithilfe der Einblicke der Geschäftsinhaber die Motive und Werte der Kunden kennenzulernen.

Viertel/ Milieus

Der zweite Themenblock widmet sich den Stadtvierteln, in denen sich die Einrichtung befindet, mit dem Ziel, die Bedeutung des spezifischen Standorts zu erschließen. Hierbei wurde u. a. besonderes Augenmerk auf die Entfernung, die die Kunden zurücklegen und die Zugehörigkeit zum Viertel gelegt, um mögliche Rückschlüsse auf den Hintergrund der Kundschaft ziehen zu können.

Postmaterialismus, gesellschaftlicher Wandel und Entwicklung der Bewegung

Im dritten und letzten Themenblock wurden der Postmaterialismus sowie der Wertewandel in der türkischen Gesellschaft beleuchtet, in Bezug auf die Wahrnehmung dieser Aspekte durch die Geschäftsinhaber. Es wurde die Entwicklung der veganen Bewegung betrachtet, sowohl in retrospektiver Hinsicht als auch als Prognose für die Zukunft.

Durchführung der Interviews

Nachdem durch die erwähnte Vorrecherche die Interviewpartner ausgewählt worden waren, ermöglichten anfängliche zeitintensive Besuche der Ortschaften als Kundin und das Beobachten von Abläufen einen ersten Einblick in die Einrichtungen. Je nach Stimmung und Atmosphäre wurde in einer günstigen Situation ein ungezwungenes Gespräch angestoßen, entweder über die Produkte, die angebotenen Speisen oder die Einrichtung oder es entwickelte sich eine natürliche Konversation von allein. Durch diese Annäherungen entstand allmählich ein Vertrauensverhältnis und so zeigten sich die jeweiligen Personen nach Vorstellung des Studiums und des Masterprojekts interessiert und positiv gegenüber einem Interview zu einem gesonderten Termin. Zu den jeweiligen Interviewtagen wurde nach einer kurzen Einführung sowie dem gegenseitigen Vorstellen, falls dies nicht zuvor geschehen war, unmittelbar mit dem Interview begonnen. Je nach Gesprächsverlauf wurden die Fragen abgeändert oder in verschiedener Reihenfolge gestellt; durch die Erzählweise der Gesprächspartner wurden in manchen Fällen auch mehrere Fragen abgedeckt. Ebenso wurden spontan Nachfragen gestellt, um noch spezifischere Informationen zu erhalten. Die Interviews wurden in allen Fällen persönlich direkt im Geschäft bzw. Restaurant oder Café in einer vertrauensvollen Atmosphäre geführt, entweder während der Arbeitszeit der Befragten oder diese nahmen sich nach

Ladenschluss Zeit. Wurde das Interview während der Arbeitszeit geführt, stellten entweder Kollegen die Kundenbetreuung sicher oder das Gespräch wurde kurz unterbrochen. Dies hat jedoch, dank der vorher aufgebauten vertrauten Atmosphäre, den Dialogfluss kaum spürbar beeinflusst. Die Interviews fanden an der Ladentheke auf provisorischen Sitzgelegenheiten oder an einem Kundentisch in natürlicher, freundschaftlicher Atmosphäre statt. Durch den weiterlaufenden Betrieb wurden die Interviews durch eine Art ungeplanter teilnehmender Beobachtung ergänzt.

Während des Forschungsvorhabens, der Durchführung und der Auswertung wurde auf die allgemein üblichen Gütekriterien der qualitativen Sozialforschung geachtet. Es wurde insbesondere darauf geachtet, dass die Interviews mit den Experten Raum für jede Art von Erkenntnissen ließen, unvoreingenommen durchgeführt wurden und mit einer offenen Einstellung für jegliche Antworten vorgegangen wurde (vgl. Mayring, 2016).

Auswertung der Interviews

Die Interviews wurden mit Erlaubnis der befragten Personen aufgezeichnet und anschließend transkribiert. Die korrekte, fehlerfreie Transkription wurde durch eine muttersprachliche Person gewährleistet. Bei der anschließenden Übersetzung der Interviews ins Deutsche lag der Fokus insbesondere auf den Gesprächsabschnitten, die für die Auswertung von besonderer Relevanz waren. Nachfolgend wurden verschiedene Codes erstellt, um wiederkehrende Muster und Themengruppen zu identifizieren. Die Zitate wurden gemäß den vorher festgelegten Kategorien aus dem Interviewleitfaden klassifiziert.

5 AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN FORSCHUNG

5.1. HAUPTMOTIVATION: ETHIK ALS PHILOSOPHIE

Als vorherrschende Motivation sowohl der Geschäftsbetreiber als auch der von ihnen berichteten Kunden hat sich die ethische Begründung für eine vegane Lebensweise herauskristallisiert. Die überwiegende Mehrheit hat zunächst aus ethischen Gründen den

Schritt zur vegetarischen Ernährung vollzogen und im Verlauf der Zeit auf den Veganismus umgestellt. Selbst diejenigen, die anfänglich aus gesundheitlichen Überlegungen eine vegane Ernährung praktizierten, geben heute an, dass für sie eindeutig der ethische Aspekt im Vordergrund steht.

Die Interviewpartner Sait und Tarkan erzählen, dass ihre Motivation und der Anreiz für ein vegetarisches bzw. veganes Leben, ausschließlich ethischer Natur waren. Sie berichten, dass sie anfangs vegetarisch lebten, da sie kaum bis keine Informationen und Zugang zum Thema Veganismus hatten. Mit fortschreitender Selbstrecherche und intensiver Auseinandersetzung mit dem Thema gewannen sie zunehmend Einblick in die positiven Auswirkungen auf Gesundheit, Umwelt und die Erde allgemein. Dennoch blieb das Bestreben, so tierleidfrei wie möglich zu leben, ihr vorrangiger Faktor. In den späten neunziger Jahren, als beide sich entschlossen, vegetarisch zu werden, war Veganismus in der Türkei kaum präsent und der Zugang zu Informationen über das Internet war im Vergleich zu heute begrenzt. Tarkan wurde im Laufe der Führung seines Geschäfts im Jahr 2006 vegan und Sait im Jahr 2009 war somit zur Eröffnung seines Geschäfts im Jahr 2014 somit bereits vegan.

Als ich vegetarisch war, wusste ich gar nichts über Veganismus. Ich hatte zwar davon gehört, wusste aber nicht genau Bescheid. Ich dachte mir damals: „Ich bin Vegetarier, ich esse kein Fleisch, schade keinem Tier, verursache keinen Tod.“ Aber als ich erfuhr, dass das nicht der Wahrheit entsprach (denn ich konsumierte Milchprodukte wie Milch, Käse und Joghurt, welche auch zu Tierleid beitragen), änderte sich alles schlagartig. Alles davon habe ich aus meinem Leben gestrichen, ich wurde vegan. (Tarkan)

Tarkan berichtet weiterhin über seinen raschen Entscheidungsprozess, sich dem veganen Lebensstil zu zuwenden, und berichtet, dass er es bedauert, diese Entscheidung nicht bereits zu einem früheren Zeitpunkt getroffen zu haben.

Damals hatte ich mir gesagt: „Ich werden zwei Wochen lang wie ein Veganer leben. Wolle und Leder trage ich sowieso nicht, ich werde mich zusätzlich auch pflanzlich ernähren in diesen zwei Wochen. Wenn ich diese zwei Wochen schaffe, werde ich weitermachen. Wenn nicht, werde ich wieder Vegetarier und es später erneut versuchen.“ Das habe ich mir überlegt, aber schon am ersten Tag sagte

ich mir: "Ok, für mich ist das Thema durch, ich bin Veganer." Mich hat es sowieso schon traurig gemacht, dass ich erst so spät nach zehn Jahren Vegetarismus diesen Schritt gemacht habe. Ich ärgerte mich sehr darüber, warum ich nicht schon Jahre vorher diese Erleuchtung hatte. Ich wünschte, ich wäre früher Veganer geworden und hätte mehr für die Tiere tun können, aber besser spät als nie, das ist unser Sprichwort auf türkisch. Zum Glück habe ich diesen Schritt gemacht. Vielleicht hätte ich es sonst bis heute nicht getan, das wäre schlimm. Ich will gar nicht daran denken. Zum Glück ist s so gekommen. Es ist wirklich wichtig, sich zu informieren und zu recherchieren. (Tarkan)

Auch Sait erzählt, wie er im Laufe seines Vegetariereins durch vermehrten Informationszugang begriff, dass er „noch ethischer“ leben könne.

Ich lebte bereits seit vielen Jahren vegetarisch, seit 1998 und wusste aber damals kaum etwas über Veganismus, aber durch die sich verändernden Bedingungen, die Entwicklung des Internets, die Vereinfachung der Kommunikation und die leichtere Verbreitung von Informationen hatte ich immer mehr Informationen. Ich bildete mich selbst weiter und eine immer klarere Meinung zum Thema. Während meiner Zeit als Vegetarier dachte ich, dass ich mich bereits ethisch verhalte, aber nach dem Übergang zum Veganismus erkannte ich, dass vegetarisch sein eigentlich nicht besonders konsequent und somit nicht „ethisch genug“ ist, sondern eher kosmetisch und oberflächlich. So war dann für mich nur vegetarisch zu sein innerhalb meiner eigenen Ansprüche inkonsequent. So wurde ich Veganer. (Sait)

Er erinnere sich zwar nicht mehr genau an den Tag an dem er vegan wurde, der Tag jedoch an dem er vegetarisch wurde – an dem seine „Reise begann“ – habe sich in seinem Gedächtnis eingebrannt.

Ich erinnere mich z. B. an den letzten Tag, an dem ich Fisch gegessen habe, wie das letzte Abendmahl von Jesus war. (Sait)

Tiere zu essen, erschien ihm schon vorher nicht ethisch, doch aufgrund seiner Sozialisation war es normal für ihn.

Bis zu diesem Zeitpunkt hatte ich als jemand, der auf dem Land geboren und aufgewachsen ist, immer mit Tieren zusammengelebt. Es kam uns tragisch vor, sie zu schlachten und zu essen. Aber die Realität war, dass wir sie essen müssen, weil wir sonst krank werden, hungern oder sterben würden. Das war unsere Nahrung, unsere gewohnten Mahlzeiten. Wir waren in gewisser Weise durch die Argumentation, die aus dieser Tradition, der Medizin und dem Bildungssystem hervorging, überzeugt und kannten keine anderen Alternativen. (Sait)

Nachdem er eine wissenschaftliche Arbeit gelesen hatte, die die Möglichkeit einer ausgewogenen Ernährung ohne den Verzehr von Fleisch und Fisch aufzeigte, traf er die Entscheidung, vegetarisch zu werden.

An dem Tag, an dem ich diesen Artikel gelesen habe, entschied ich mich, Vegetarier zu werden. Wenn ich keine tierischen Produkte brauche, warum esse ich dann etwas, das ich liebe? Ich habe bereits so lange in diesem Zwiespalt gesteckt und es passte sowieso nicht zu mir. Dieser Artikel war für mich die Bestätigung. (Sait)

Vegan wurde er schließlich, nachdem er von befreundeten Tierärzten, die in Florida auf einer Rinderfarm tätig waren, über die Zustände in der Milchindustrie erfuhr. So wurde ihm bewusst, dass auch die Milchviehhaltung und ähnliche Industrien mindestens genauso tragisch seien und allein vegetarisch sein nicht ausreichte, um Tierleid zu vermeiden. Die Aussagen seiner besagten Freunde, die ihn zu dieser Überzeugung brachte, gibt er folgendermaßen wieder:

"Du wärst sehr traurig gewesen, wenn du dort gewesen wärst." Denn sie trennen das Kalb direkt nach der Geburt von der Mutter und die Mutter sieht ihr Kalb nie wieder, sie schreit noch Wochen danach unentwegt nach ihren Jungen.“ (Sait)

Geschäftsgründungen

Die von den Befragten geäußerten Ansichten verdeutlichen, dass sie durch eingehende Selbstreflexion ihre persönlichen Werte und ethischen Überzeugungen hinsichtlich Umwelt, Tierwohl und eigener Identität intensiv überdacht haben. In diesem Prozess

wurden sie sich der Konsequenzen ihrer Handlungen bewusst und passten ihren Lebensstil entsprechend an.

Auch Emre, Inhaber der Franchisekette „Veganarsist“ schildert, wie er zunächst einen konventionellen Laden betrieb, in dem fleischbasierte Fastfood-Gerichte verkauft wurden. Nachdem er jedoch Vegetarier wurde, begann er aus anfänglichem Interesse, vegane Gerichte zu produzieren. Dadurch führte er zwei separate Geschäftsbereiche, einen für vegane und einen für fleischbasierte Produkte, unter einem Dach. Nachdem ihm bewusst wurde, dass er das Führen seines fleischbasierten Geschäfts nicht länger mit seinen moralischen Überzeugungen vereinbaren konnte, traf er die Entscheidung für eine Veränderung. Infolgedessen schloss er kurz darauf seinen fleischbasierten Laden, wurde selbst Veganer und konzentrierte sich ausschließlich auf seine vegane Marke „Veganarsist“.

Nach einer Weile kam es mir ethisch nicht mehr korrekt vor, Geld mit dem Verkauf von Dingen zu verdienen, die ich nicht essen, nicht anfassen und nicht in die Hand nehmen konnte, also überzeugte ich auch meine Familie und schloss das Geschäft innerhalb von sechs Monaten. Im April 2018 eröffnete ich meinen ersten Veganarsist-Laden, einen winzigen, 12 Quadratmeter großen Laden in Nişantaşı, eine vollständig vegane Marke. (Emre)

Der einzige Grund für ihn vegan zu sein, sei der ethische Aspekt, damals wie heute.

Geschäftsgründungen aus anfänglich gesundheitlichen Gründen

Die Restaurantbetreiberinnen Ayça und Havva bekunden, dass sie erstmalig durch das Auseinandersetzen mit ihrer Gesundheit auf den veganen Lebensstil gestoßen sind. Beide betonen jedoch, dass heutzutage der ethische Aspekt für sie an erster und oberster Stelle steht und sie in erster Linie nach einem Leben im Einklang mit sich den Tieren und der Umwelt streben.

Havva schildert ihre Erfahrung mit Rheumatoider Arthritis und ihre Recherche zu gesunder Ernährung sowie einem Lebensstil, der förderlich für ihre Gesundheit sein würde. Im Verlauf der Zeit erkannte sie, dass Veganismus nicht nur eine Ernährungsweise ist, sondern, wie in der bereits erwähnten Definition erläutert wird, eine umfassende

Lebensphilosophie, die so weit wie möglich jegliche Form der Ausbeutung und Grausamkeiten an Tieren ablehnt (Vegan Society, 2016). Die gesundheitlichen Vorteile, die eine pflanzenbasierten Ernährung haben kann, betrachtet sie heute als einen positiven Nebeneffekt.

Ayca, Inhaberin des Restaurants „Yuzu“, das sich auf vegane fernöstliche Gerichte und die Veganisierung traditioneller asiatischer Gerichte spezialisiert hat, fand den Weg zum veganen Lebensstil mit der Geburt ihres Sohnes. In dieser Zeit beschäftigte sie sich intensiv mit gesunder Babyernährung und gesunder Ernährung im Allgemeinen. Durch ihre Recherchen und den Austausch mit anderen Menschen, stieß sie auf die ethischen Gründe, welche für sie heutzutage der Hauptgrund sind, und so veränderte sich ihr Leben schlagartig. Die Gesundheit war für sie der „Auslöser“ bzw. der vermittelnde Part, der sie zum veganen Lebensstil als eine Philosophie und Lebenseinstellung gebracht hat.

Ich habe zuerst nur zum Thema Babyernährung recherchiert, dann stieß ich beim weiteren Forschen auf den ethischen Teil. Das geschah alles innerhalb von zwei Wochen. Ich habe eine vegane Familie online kennengelernt, die ihre Kinder vegan aufzog und wir kamen in Kontakt. Ab da habe ich alles von jetzt auf gleich umgestellt. Ich wurde vegan, habe auch meinen Sohn vegan aufgezogen und später wurde auch mein Ehemann vegan. 2012 war das alles. (Ayça)

Die Interviewpartner berichten einheitlich davon, dass zu dem Zeitpunkt ihrer Geschäftseröffnungen der Veganismus noch erheblich weniger präsent war. In ihrer Rolle als Geschäftsinhaber haben sie sich in ihre potenziellen Kunden hineinversetzt und wollten ihnen ein Angebot geschaffen, von dem sie aus eigener Erfahrung wussten, dass es in der Stadt nur schwer zu finden war.

Havva, Inhaberin von „Vegan Istanbul“, einem kleinen Restaurant, mit dem sie sich auf das Angebot traditioneller türkischer Gerichte in veganer Variante spezialisiert hat, erklärt:

Ich hasste es immer überall zu fragen: 'Gibt es dies, gibt es das?' So dachte ich mir, wenn jemand zu mir kommt, soll das gesamte Sortiment vegan sein. Damals wusste ich nicht einmal, dass Veganismus weltweit bereits verbreiteter war, denn in der Türkei war er damals noch viel weniger verbreitet. (Havva)

Tarkan, welcher das erste vegetarische (2004) und später komplett vegane (2012) Lebensmittelgeschäft „Vegan Dükkan“ in Istanbul (und der Türkei) führt bekundet:

Ich wusste aus eigener Erfahrung, dass die Produkte, die ich suchte, nicht leicht zu finden waren und ich von Ort zu Ort rennen musste. Für meinen Laden hatte ich gedacht, dass Menschen hier leicht zugänglich alle ihre Produkte finden können sollen, welche zu der Zeit schwer zu finden waren. (Tarkan)

Der Inhaber Sait von „Mahatma“, eines der ersten veganen Cafés Istanbuls fügt hinzu:

Nachdem ich Veganer geworden bin, hörte ich in Gesprächen mit anderen Veganern immer wieder, wie schwierig es war vegan zu leben bzw. auf vegan umzustellen, weil man kaum vegane Lebensmittel finden konnte. Zu dieser Zeit hatte ich bereits sowieso seit längerem die Idee für ein Café und so dachte ich, warum eröffne ich nicht ein eigenes veganes Café? Ich dachte, es ist wichtig nicht nur theoretisch darüber zu sprechen und zu sagen, wie es sein sollte, sondern auch in der Praxis etwas zu tun. Ich wollte etwas unternehmen. (Sait)

Darüber äußert Emre, dass seine Mission darin bestand, den Kunden ihre vertrauten türkischen Gerichte anzubieten, jedoch nicht zu Tierleid betragen wollte, um seinen ethischen Prinzipien und Überzeugungen treu zu bleiben.

Ich dachte mir, alles soll vegan sein, aber ehemalige Fleischliebhaber sollen mein Essen als lecker empfinden und auch wieder essen wollen. Deshalb habe ich vegane Versionen türkischer Straßengerichte gemacht und nicht irgendwelche Sachen mit Avocado und Chia. Ich dachte mir, da ist jetzt jemand vegan, hat aber 30 Jahre lang Tantuni und Adana Kebab (typische türkische Straßengerichte) gegessen. Jetzt kannst du dem kein Quinoa vorsetzen. Wenn ich ihm jedoch ein Gericht serviere, das dem Geschmack und der Textur entspricht, die er gewöhnt ist und mag, aber ohne Tieraussbeutung, mach ich nicht nur ihn glücklich, sondern trage gleichzeitig zu einem vielfältigeren Angebot bei und verhindere, soweit in meiner Macht steht, Tierleid. (Emre)

Für Sait ging es bei seinem Geschäft nicht ausschließlich darum, Kunden mit veganen Gerichten zu versorgen. Vielmehr betrachtete er es darüber hinaus als seine Mission, den Menschen beizubringen, wie sie mithilfe veganer, pflanzlicher, tierleidfreier Rezepte sich

selbst und andere versorgen können. Sein Hauptbestreben sei es gewesen seine Einrichtung nicht nur als „vegane Bezugsquelle“ zu betrachten, sondern vor allem den Veganismus voranzutreiben und als Lebensstil vorzustellen und zu verbreiten.

Das war eigentlich der Grund, warum ich den Laden eröffnet habe. Den Leuten Veganismus vorzustellen und sie nicht nur mit Essen versorgen. Im Grunde war meine Mission mit der Eröffnung meines Cafés diese: Ich wollte die Menschen hier in der Region dazu bringen, veganes Essen zuzubereiten. Die Menschen sollten allmählich ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass ihre gewohnten Gerichte auch in vegan sehr gut sein können, ich würde ihnen dann ihre Rezepte und Gerichte abkaufen und bei mir weiterverkaufen. Diese würden sie auch woanders weiter vorstellen und vertreiben und so würde die ganze Sache weiter und weiter wachsen und neue Ideen durch andere Leute würden entstehen usw. Es war eigentlich so eine Art mehrseitige Mission. (Sait)

Hier zeigen sich deutlich einerseits der Wunsch nach Selbstverwirklichung im eigenen Leben und andererseits das soziale Engagement als postmaterialistischen Wert (Oesterdiekhoff, 2001: 42). Im Zentrum steht das Streben nach einem ausgewogenen Gleichgewicht zwischen persönlichem Lebensstil und übergeordneten Verantwortlichkeiten.

Es geht darum, den Veganismus als soziale Bewegung zu etablieren und so, so weit wie möglich ein tierleidfreies Leben zu kultivieren. Dies steht unter dem Dach eines harmonischen Zusammenlebens von Mensch und Tier auf einem gemeinsamen Planeten.

Persönliche Werte als Grundstein für ethische Überzeugungen

Folgende Interview-Ausschnitte veranschaulichen noch einmal deutlich die ethische Grundlage der veganen Philosophie und gewähren auf Mikroebene Einblicke in die Welt dieses Lebensstils in Istanbul. Die Interviews bieten detaillierte Einblicke in die Sichtweisen veganer Menschen in Istanbul und zeigen, dass die Entscheidung von ethisch motivierten Veganern auf tief verwurzelten ethischen Prinzipien basiert. Hier zeigt sich die Verbindung zum Lebensstilbegriff nach Otte & Rössel (2011) aus früheren Kapiteln. Die alltagsethische Grundüberzeugung bildet die mentale Orientierung, welche im

Lebensstil zum Ausdruck kommt. Es wird die bewusste Entscheidung getroffen, dass man ein Leben lebt, das so weit wie praktizierbar, frei von Tierleid- und Ausbeutung ist. Es werden wertvolle Einsichten in die Art und Weise, wie der Veganismus in Istanbul als Ausdruck einer tiefen ethischen Überzeugung verstanden wird, gewonnen und wie er verschiedene Aspekte des Lebens prägt.

Tarkan macht deutlich, dass die Essenz ist, sich in die Lage der Tiere zu versetzen und ihnen ein Recht auf Leben und Freiheit zuzusprechen. Es geht nicht darum, ob es schwer oder leicht ist Ersatzprodukte zu finden. Er appelliert, Empathie mit fühlenden Lebewesen zu haben.

Wenn man doch mal richtig darüber nachdenkt, wie ein Tier in einem Schlachthaus leidet, möchte man es nie wieder essen oder in den Mund nehmen. Von da an kommt einem vor diesem Hintergrund nichts mehr schwer vor. Denn das, was das Tier erlebt hat, ist bereits der größte Albtraum, die größte Qual auf der Welt. [...] Was die Tiere haben, ist nicht mal ein Leben. Nur ein ganz kurzes Leben und dieses sterben sie dann, in dem ihnen die Kehle durchgeschnitten wird.
(Tarkan)

Man könne bei Veganismus nicht von schwerer Umsetzung sprechen, wenn man sich für ein Leben entscheidet, bei dem man es ablehnt Tiere dem unsäglichen Leid auszusetzen, welches man selber nicht durchleben möchte. Man müsse sich nur vor Augen halten, was sie jeden Tag durchmachen. Tarkan bezieht sich auf den Begriff des Speziesismus, welcher in den frühen Siebziger Jahren erstmals vom britischen Psychologen Richard Ryder verwendet wurde. Später wurde dieser von Peter Singer aufgegriffen. Analog zum Rassismus oder Sexismus erläutert Singer Speziesismus als eine Voreingenommenheit bzw. Vorurteilshaltung, die die Interessen der eigenen Spezies bevorzugt und die Interessen anderer Spezies benachteiligt (Singer, 1996: 35). Beim Speziesismus werden demnach fühlende Lebewesen nicht auf Basis ihrer Rasse oder ihres Geschlechts, sondern auf Basis ihrer Artzugehörigkeit, ihrer biologischen Spezies diskriminiert (Singer, 1996: 58).

Der Ausgangspunkt des Veganismus ist der Speziesismus. Die Idee, dass der Mensch sich, als überlegen gegenüber anderen Lebewesen betrachtet, führt uns meiner Meinung nach auf falsche Wege. Der Mensch fühlt sich immer wichtiger, will immer mehr. Das betrifft nicht nur den Umgang mit Tieren, sondern auch andere Menschen gleichermaßen und ist auch dann gleichermaßen schädlich. (Tarkan)

Tarkan führt fort, dass es bei Veganismus nicht lediglich um die Rechte von Haustieren geht, sondern um das Recht auf Leben, welches *jedem* Lebewesen zusteht

Lass uns nicht Tierrechte, sondern Recht auf Leben sagen. [...] Wenn man von Tierrechten spricht, denkt man oft an Haustiere wie Hunde und Katzen. Zum Beispiel gibt es Tierschutzprotest, bei denen Menschen Bilder von Hunden und Katzen hochhalten, aber niemand denkt hier an die Tiere im Schlachthof. Das grundlegende Recht auf Leben gilt für alle Lebewesen. (Tarkan)

Er betont, wie wichtig es ist die Menschen aufzuklären und zu zeigen, dass diese Einordnung in Haus- und Nutztier menschengemacht und kulturell bedingt ist und, dass alle Tiere, als fühlende Lebewesen, die sie sind, das gleiche Recht auf Leben haben sollten.

Ein Foto, ein kurzer Text oder ein Slogan können die Aufmerksamkeit einer Person erregen und ihr Interesse wecken oder sie dazu bringen, über etwas nachzudenken, woran sie zuvor nicht gedacht hat. Zum Beispiel gibt es jedes Jahr das Hundefleischfestival in China, und viele Menschen teilen Bilder davon mit dem Aufruf "Essen Sie keine Hunde". Als Veganer nutzen wir solche Gelegenheiten und argumentieren "Schweine und Kühe sind genauso schlau wie Hunde." Und weisen dann darauf hin, dass die Tiere, die wir tagtäglich essen auch schlau sind und auch Gefühle haben. (Tarkan)

Die Interviewteilnehmerin Havva fasst die ethische Überzeugung hinter Veganismus folgendermaßen zusammen:

Man muss auch wirklich mit Herzen dabei sein und sich sagen: 'Ich werde keinem Lebewesen Schaden zufügen.' Denn wir können auch ohne unschuldigen,

fühlenden Lebewesen Schaden zuzufügen bzw. diesen in Auftrag zu geben, ein glückliches Leben führen. (Havva)

In Bezug auf den grundlegenden Gedanken des Veganismus akzentuiert Tarkan wiederholt die ethische Perspektive und führt den Blickwinkel der Verbraucherlüge an, die hinter vielen Biosiegeln stecke. Eine ethisch falsche Handlung kann nicht auf ethisch richtige Weise durchgeführt werden. Es geht nicht darum, dass die Tiere ein 'besseres' Leben haben sollten, sondern darum, dass sie von Anfang an nicht ausgebeutet werden, da ihnen das Recht auf ein unversehrtes Leben zusteht.

Natürlich ist Bio-Fleisch, Bio-Milch, Bio-Eier unmöglich. Das ist auch eine Methode, um das Gewissen der Konsumenten zu beruhigen. Mit Lügen wie Bio-Fleisch, Bio-Hühnchen, Eier von freilaufenden Hühnern beruhigt diese Industrie das Gewissen der Menschen, damit sie sorgenfreier tierische Qualprodukte konsumieren können. [...] Der Ausdruck "freilaufend" allein ist ja schon nicht korrekt, weil sie in der Regel nicht wirklich frei herumlaufen können; das ist auch ein Geschäft, eine Masche... (Tarkan)

Verantwortungsbewusstsein und Aktivismus

In folgendem Kommentar wird der aktivistische Gedanke deutlich:

Aber ich denke nur, dass ein rein veganes Unternehmen wirklich eine große Verantwortung hat. Dazu gehört, dass die hier angebotenen Produkte niemals an Tieren getestet wurden, keinerlei tierische Inhaltsstoffe enthalten und solche Details berücksichtigt werden. Gleichzeitig sollte es [die Einrichtung/das Unternehmen] die Menschen informieren, sowohl über Veganismus als auch über pflanzliche Ernährung, und auch Aktivismus betreiben. Ich denke, dass ein solches Unternehmen eine wichtige Aufgabe und Verantwortung hat. Ich habe versucht, das in all den Jahren so gut wie möglich umzusetzen. Das ist natürlich nichts, das ich mir komplett als Aufgabe gestellt habe. Es ist etwas, das ich von Herzen mache, aber es hat sich stark auf meine Arbeit ausgewirkt. Hier haben sich Aktivisten getroffen, und wir sind von hier aus zu Aktionen gegangen. Manchmal haben sich Menschen hier kennengelernt, haben während eines

Gesprächs hier Freundschaften geschlossen. Es gab sogar Paare, die sich hier kennengelernt und später geheiratet haben, das habe ich später dann erfahren. Dieser Ort war viele Jahre lang so eine Art Treffpunkt. Es war der einzige Ort dieser Art in der Türkei. Menschen kamen aus anderen Städten hierher, um einzukaufen. Die Menschen kamen voller Aufregung und Neugier, um einzukaufen. Ein solcher Ort war das hier. Deshalb denke ich, dass die Verantwortung eines solchen Unternehmens groß ist, und natürlich denke ich, dass ein solches Unternehmen ein ethischer Veganer führen sollte. Ansonsten geht das nur mit einer komplett kapitalistischen und kommerziellen Perspektive. (Tarkan)

Der Interviewpartner Emre erzählt über seine Familienmitglieder, die in seiner Produktionsstätte arbeiten unter anderem auch seine Mutter den Menschen über Veganismus erzählen und Aktivismus betreiben. Seine Mutter stellt in seiner Produktionsstätte Sojagehacktes her und verkauft es an die Hausfrauen in der Nachbarschaft, welche auch wiederum über das Thema aufklären und sensibilisieren.

Natürlich sagt sie das auch. Sie sagt: "Schau, ich habe Moussaka und Karniyarik (gefüllte Auberginen) gemacht, probiere es." Die Leute sind erstaunt und sagen: "Das ist genauso wie das andere, wie machst du das?" Sie antwortet: "Du kannst das auch machen, dafür müssen wir keine Tiere töten." Es ist sehr wichtig, dass das auch die eigenen Kinder hören, damit das Bewusstsein dafür erwacht, warum tun wir das eigentlich, die Tiere töten. (Emre)

5.2. WEITERE MOTIVE

Der Hauptgrund, vegan zu sein bzw. sich für eine vegane Lebensweise zu entscheiden, bedeutet per Definition, die Bestrebung durch das eigene Leben und Handeln, so wenig Tierleid wie möglich zu verursachen und die Ausbeutung von Tieren für jegliche Bereiche, sei es Ernährung, Kleidung, Freizeitgestaltung abzulehnen. Neben dem ethischen Faktor jedoch, gibt es weitere Gründe, die zu einer pflanzlichen bzw. veganen Ernährung und/ oder Lebensweise führen können. Im folgenden Abschnitt sollen Einblicke in die beiden weiteren Hauptbereiche Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit

sowie Gesundheit gegeben werden, welche mithilfe der Inhaber-Interviews gewonnen werden konnten.

Die Berichte der Interviewpartner und die Einsichten, die sie zu den Hauptmotivationen der Kunden bzw. Gästen gaben, verdeutlichen, dass in den meisten Fällen die Hauptmotivation, sich einer veganen Lebensweise zu verschreiben, der ethische Gesichtspunkt ist, in manchen Fällen jedoch auch über den „Umweg“ Gesundheit sich für eine pflanzenbasierte Ernährung entschieden wird. Auch der Umweltfaktor spielt in den Gesprächen eine erhebliche Rolle. Jedoch lässt sich festhalten, dass man sich in der Regel bewusst ist, dass es beim Veganismus in der Essenz um die ethische und moralische Überzeugung geht, auch wenn der Einstiegsgrund in das Thema ein anderer war. So wird bewusst von „weiteren Motiven“ gesprochen.

5.2.1. Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit

Eine vegane Lebensweise hat einen erheblich positiven Einfluss auf die Umwelt. Die Interviews mit den Befragten betonen die förderlichen Auswirkungen von Veganismus auf die Umwelt und bieten Aufschluss darüber, inwiefern der Umwelt durch eine nicht-vegane Lebensweise geschadet wird. Die Umwelt schützen zu wollen erweist sich in den Interviews als ein zusätzlicher Ansporn für die veganen Lebensstil. Hier wird die Zugehörigkeit zum postmaterialistischen Milieu bzw. das Verfolgen postmaterialistischer Werte ersichtlich, da ein erhöhtes Umweltbewusstsein und das Bestreben die Umwelt zu schützen signifikante Aspekte des Postmaterialismus sind (Inglehart, 1995: 61f.).

Tarkan, der Inhaber des Lebensmittelgeschäfts „Vegan Dükkan“, betont wie nah die Themen Tierrechte und Umweltschutz beieinander liegen und miteinander einhergehen, macht jedoch deutlich, dass es beim Veganismus in erster Linie um das Recht der Tiere auf ein unversehrtes Leben geht.

Es weiß mittlerweile jeder, wie die Viehzuchtindustrie die Natur auf grausame Weise zerstört und dieses Bewusstsein ist wichtig, aber der ethische und moralische Aspekt stehen im Mittelpunkt. Schließlich sind Tiere Lebewesen, die wie wir Schmerzen empfinden, Gefühle haben, Familien gründen und

Nachkommen haben. Sie zu unserem Vergnügen - denn wir brauchen tierische Produkte nicht - zu schlachten, zu töten und zu zerstückeln, ist furchtbar und verwerflich. Besonders in dem Jahrhundert, in dem wir mittlerweile leben. Wir benutzen die modernsten Telefone, die Menschheit hat sich sehr weit entwickelt, ist sehr reif geworden, aber gleichzeitig wird diese große Katastrophe als normal und gegeben betrachtet. (Tarkan)

Die Überzeugung sollte aus Mitgefühl den Tieren gegenüber sein, jedoch gehören die Themen Umwelt und der ethische Aspekt zusammen, da durch die Tierindustrien, die Umwelt an sich, sowie der Lebensraum von Tieren zerstört wird. Dies wird in Emres Kommentar deutlich:

Zuerst kommt die Ausbeutung der Tiere, dann die Umwelt, die steht an zweiter Stelle. Die Ausbeutung von Tieren und das Umweltthema gehören sowieso zusammen, weil das Umwelt-Massaker die Ausbeutung und das Aussterben von Tieren verursacht. Beides muss zusammen betrachtet werden. Denn man zerstört letztendlich den Lebensraum der Tiere und das eine bedingt das andere. (Emre)

Er resümiert, dass das eine Thema das andere bedingt. Die Zerstörung der Umwelt für den Futteranbau oder das Abholzen der Regenwälder zerstöre den Lebensraum der Tiere, und das Ausbeuten von Tieren zerstört durch Treibhausgasemissionen, Wasserverbrauch usw. die Umwelt.

Der Interviewpartner Sait spricht ebenfalls über die Auswirkungen auf den Klimawandel und die Erderwärmung und hebt hervor welcher großer Schaden auf die Umwelt ausgeübt wird.

Es gibt Berichte darüber, dass die Methanemissionen von Tierfarmen, insbesondere das von Tierfarmen ausgestoßene Methan, im Vergleich zu Erdöl mehr Methan, Kohlenmonoxid und anderen schädlichen Gasen emittieren und dass dieser Prozess einen größeren Einfluss auf den Klimawandel hat. Für viele klingt das zunächst seltsam, aber es wird gesagt, dass die Methanemissionen von Tieren einen proportionalen Einfluss von etwa 40 Prozent auf die Erderwärmung haben. Die Menschen können sich diese Art von Stoffwechsel nicht vorstellen. Eine Kuh ist in gewisser Weise ein lebendes Gewicht von etwa einer Tonne, das

viel frisst, verdaut und auch Gas produziert. Wenn wir so weiter machen, wird es weiterhin zu immer extremeren Wüstenbildung und Dürre kommen. Die Auswirkungen von Wanderungen und Kriegen aufgrund des Klimawandels sind bereits spürbar. Der Nahe Osten ist davon betroffen, und auch die Türkei ist davon betroffen. (Sait)

Auch Tarkan benennt die negativen Auswirkungen auf die Umwelt durch eine nicht-vegane Lebensweise.

Die anderen positiven Aspekte des Veganismus tauchen sofort auf, wenn man ein wenig recherchiert. Die Viehzuchtindustrie und ihre Nebenbranchen - wie Milch, Eier, Leder – und die Fabriken, in denen die Schlachtabfälle von Tieren verarbeitet werden, bedrohen die Natur ernsthaft und verursachen beträchtlich Zerstörung. Wir verschmutzen Wasserquellen, das führt zur Entwaldung und zerstört das Gleichgewicht der Welt. Wir fällen Wälder, schaffen Weideflächen für Tiere, bauen Farmen. All dies stört das Gleichgewicht der Welt. Treibhausgase und giftige Gase werden freigesetzt. Der Klimawandel, und das ist ja wissenschaftlich belegt, hat als Hauptverursacher die Viehzuchtindustrie. (Tarkan)

Er betont jedoch noch einmal den Hauptfaktor, und führt aus, dass es beim Veganismus darum geht, dass man anerkennt, dass Tiere, genau wie Menschen, ein Recht auf Leben haben.

Immer mehr Menschen erkennen den Zusammenhang von Ernährung und Klimawandel und dem schwindenden Ökosystem und stellen ihre Ernährung um. Einige werden später ethische Veganer, andere ernähren sich nur pflanzlich oder versuchen, nachhaltig zu leben. Einige Menschen tragen weiterhin Leder und Wolle und werden nicht vollständig vegan. Wenn man jedoch Veganer wird, ändert sich die Sichtweise und der Blick auf die Welt vollständig und man fängt an über die nachzudenken, über die man sich vorher vielleicht keine Gedanken gemacht hat, man fängt an die Welt mit anderen, empathischeren Augen zu sehen. (Tarkan)

5.2.2. Gesundheit

Ein weiteres Motiv ist der Gesundheitsaspekt, der als "Umweg" zum Veganismus, einer ethisch motivierten Lebensweise, betrachtet werden kann. Aus den geführten Interviews geht hervor, dass sowohl manche Gesprächspartner als auch Kunden bzw. Gästen dieser sich für eine pflanzliche Ernährung entschieden, in den meisten Fällen jedoch zu einem bald darauffolgenden Zeitpunkt erkannten, dass der Gesundheitsfaktor nicht Hauptmotivation sein sollte und ist, sondern die tiefe Überzeugung, dass Tieren, genau wie Menschen, ein Recht auf Leben zusteht. Dennoch zeigt sich im Gesundheitsaspekt als Motivation das Streben nach Lebensqualität, welches sich wie von Oesterdiekhoff, (2001: 42) aufgezählt in postmaterialistischen Milieus verortet.

Die Interviewpartnerin Havva führte, nachdem sie an Rheuma erkrankte, Recherchen zu ihrer Krankheit durch und erkundigte sich nach möglichen Maßnahmen und Methoden, die sich positiv auf ihre Krankheit und den Verlauf auswirken würden. Dabei stieß sie auf das Thema Veganismus.

Ich denke, dass Veganismus zusätzliche Probleme, die diese Krankheit verursacht, lindert. Ich glaube, dass es mir gut tut, keine tierischen Produkte zu konsumieren, und ich denke, es würde jedem gut tun. [...] Ich bringe meinen positiven, linden Verlauf mit Veganismus in Verbindung. Denn ich habe viel über diese Krankheit recherchiert und habe bei meinem Arztbesuch viele Patienten gesehen mit extremen Deformationen in Gelenken usw. Dass ich von sowas verschont bleibe, bringe ich mit Veganismus in Verbindung. Das heilt meine Krankheit nicht vollständig, aber ich denke, ich lebe damit komfortabler. (Havva)

Für sie stehe mittlerweile aber der eigentliche vegane Lebensstil im Vordergrund und die positive Auswirkung auf ihre Krankheit sei ein vorteilhafter Zusatz.

Nachdem ich vegan wurde, habe ich das Wort "Veganismus" wirklich gespürt, besonders, als ich vollständig auf vegan umgestiegen bin. Meine Motivation sind die Tiere und die Welt, die ich liebe. Ohne jemandem Schaden zuzufügen zu leben, befriedigt mich auf individueller Ebene. (Havva)

Auch anhand des folgenden Zitats wird deutlich, dass die eigene Gesundheit zwar ein motivierender Faktor und ein zusätzlicher Grund für eine pflanzliche Ernährung sein kann, im Vordergrund jedoch das Nicht-Unterstützen von Tierleid stehen sollte.

So zeigt Tarkan auf, dass tierische Produkte nicht notwendig sind für eine gesunde Ernährung und betont, dass der Konsum von tierischen Produkten im Gegenteil zu vielen Krankheiten führen kann. Er erläutert, auf welche Krankheiten eine pflanzliche Ernährung positiven Einfluss hat und bezieht sich dabei auch auf wissenschaftlich Erkenntnisse.

Astronauten reisen ins All, aber wir schlachten immer noch Tiere. Das ist ein sehr primitives Verhalten. Die Begründung dafür lautet oft: "Es ist notwendig für unsere Ernährung." Das akzeptiert die Medizin heute jedoch nicht mehr. Viele Wissenschaftler und die medizinische Welt sagen laut und deutlich, dass dies eine falsche Ansicht ist, dass wir uns tatsächlich mit Erdprodukten, Pflanzen, Samen, Früchten sehr gesund und ausgewogen und sogar viel gesünder ernähren können. Krebsfälle, Fettleibigkeit, und Herz-Kreislauf-System verbessern, das Risiko von Herzkrankheiten und Diabetes sinkt, und sogar virale Krankheiten - erinnern wir uns an die jüngste Zeit, die Zeit von Corona Covid - all diese Krankheiten werden durch von Tieren übertragene Krankheiten verursacht, die die Viehzuchtindustrie hervorruft. Der einzige Weg, sich von diesen Krankheiten zu befreien, besteht darin, aufzuhören, Tiere zu essen und sich einer saubereren Ernährungsweise zuzuwenden. [...] Der Verzicht auf tierische Produkte kann bei vielen Menschen fast zu ihrer alten Gesundheit zurückführen und viele Krankheiten heilen. (Tarkan)

Gesundheitlich motivierte Kunden

Viele seiner Kunden, so berichtet er, finden den Weg aufgrund gesundheitlicher Probleme zu einer pflanzlichen Ernährung. Oftmals kommen sie auf Anraten ihres Arztes, der ihnen zu einer pflanzenbasierten Ernährung geraten hat, und suchen sein Geschäft wie eine kleine Beratungsstelle auf.

Die meisten meiner Kunden sind ethische Veganer, aber es gibt auch solche, die aus gesundheitlichen Gründen kommen. Einige von ihnen stellen dann ihre

Ernährung um, weil der Arzt ihnen eine pflanzliche Ernährung empfiehlt. In der Türkei habe ich viele solcher Patienten kennengelernt. Sie kamen, kauften ein oder baten um Ratschläge, was sie kochen könnten, was sie essen könnten, ob ich Rezepttipps habe usw. (Tarkan)

Emre berichtet ebenfalls von Kunden, die sich aus gesundheitlichen Gründen für eine pflanzliche Ernährung entscheiden. Er hebt außerdem hervor, dass viele Menschen, die zunächst aus gesundheitlichen Gründen eine pflanzliche Ernährung aufnehmen, im Laufe der Zeit zu ethisch motivierten Veganern werden. Der vegane Lebensstil erstreckt sich dann auch auf andere Lebensbereiche, in denen mit einer konventionellen Lebensweise in der Regel Tiere ausgebeutet werden, und beschränkt sich nicht nur auf die Ernährung.

Unterschied zwischen pflanzlicher Ernährung und Veganismus Ethik

Alle Interviewpartner verdeutlichen mehrmals mit Nachdruck, dass es bei Veganismus nicht um Ernährung geht, sondern es sich für sie und auch generell um eine Lebenseinstellung handelt und die Ernährung ein Teil dieser ist. Sie betonen, dass eine pflanzliche Ernährung aus gesundheitlichen Gründen nicht automatisch mit einer veganen, ethisch motivierten Lebensweise gleichzusetzen ist, wie dies häufig fälschlicherweise angenommen wird.

Sait hebt den Unterschied zwischen pflanzlicher *Ernährung* aus gesundheitlichen Gründen und Veganismus als einen Lebensstil aus *ethischen* Gründen hervor.

Also, bereits bei der Definition von Veganismus: Veganismus ist die ethische Philosophie, Pflanzliche Ernährung aus gesundheitlichen oder anderen Gründen. Manche Menschen nennen sich bewusst Veganer, manche sagen bewusst, sie ernähren sich pflanzlich, andere vermischen beides. Man weiß halt nie genau, wie die Leute das selber sehen, aber so bezeichnen sie sich eben. Manche z. B. ernähren sich zwar pflanzlich, tragen aber trotzdem Lederschuhe oder etwas anderes. Das ist dann kein Veganismus per Definition – durch Lederschuhe werden Tiere „immer noch“ ausgebeutet – sondern eher eine gesundheitliche Sorge als eine ethische Herangehensweise. (Sait)

Auch der Interviewpartner Emre erklärt, dass manche Menschen irrtümlicherweise davon ausgehen, dass es um gesunde Ernährung geht, dabei sei seine Mission eine 100 % tierleidfreie Küche und Geschäftsführung so gut wie möglich auszuführen.

Sich vegan zu ernähren, bedeutet sich ohne Ausbeutung von Tieren zu ernähren. Darin kann man sich gesund, organisch, fettreich, mit Teigwaren oder proteinbasiert ernähren. Das liegt bei jedem selbst, aber vegan sein ist eine Sache und sich gesund zu ernähren ist eine andere Sache. Ich mache vegane türkische Straßengerichte, Frittiertes, Hausmannskost etc. Manche meiner Gerichte fallen in die Kategorie gesunde Ernährung, andere nicht. Veganes Essen ist nicht automatisch gesund, das kann man nicht einfach so sagen. Gesunde Ernährung ist eine Sparte der veganen Ernährung. Manche Kunden kommen und fragen Dinge wie: "Ist die Tomate biologisch?" Dann sage ich denen: Schauen Sie, hanimefendi oder beyefendi [höfliche Anrede auf türkisch]: Wir sind eine Marke, die veganes Essen herstellt. Wir behaupten nicht, gesundes, biologisches Essen zuzubereiten. Das haben wir nie gesagt und werden es auch nie behaupten. Wir werden immer veganes Essen ohne Ausbeutung von Tieren machen. Und da kann auch ungesundes Essen dabei sein. Das ungesundeste Essen dabei sein. (Emre)

Weiterhin unterstreicht er einen weitverbreiteten Irrtum:

Die meisten Menschen, die weder vegan oder vegetarisch sind, haben keine Ahnung. Die denken immer noch, es geht darum, kein Tier zu töten, obwohl es darum geht, keine Tiere auszubeuten, und zwar in keiner Weise. Also auch kein Tiergewebe, Milch oder Eier zu benutzen, Tiere nicht als Versuchsobjekte, Arbeiter, für unsere Freizeitgestaltung auszubeuten, die Liste ist lang... (Emre)

Auch eine Lebensweise, welche aus Sorgen um die Umwelt resultiert, sei kein Veganismus per Definition führt Sait aus. Die Faktoren Ethik, Umwelt und Gesundheit liegen eng beieinander, jedoch führt er aus, dass es bei Veganismus in erster Linie um Empathie mit den Tieren und um die Überzeugung, dass sie ein Recht auf ein qualfreies, artgerechtes Leben haben, geht. Zweitrangig darauf, die Umwelt zu schützen. Er erklärt, dass es bei Veganismus nicht darum geht, ob man etwas mag oder nicht mag, sondern dass man sich gegen das Unterstützen von Grausamkeiten an Tieren entscheidet.

Folgendes Zitat von ihm demonstriert noch einmal zusammenfassend das Zusammenspiel von Ethik, Umwelt und Gesundheit:

Also, die Ethik steht natürlich im Vordergrund. Gleichzeitig ist eins der Argumente auch Ökologie. Aber grundlegend geht es um die ethischen, dann die ökologischen und dann um die gesundheitlichen Gründen. Also diese drei Säulen sind wie das Bein eines Dreifußes. Du weißt schon, wenn man es nur aus gesundheitlichen Gründen macht, ist es pflanzliche Ernährung, nur aus ökologischen Gründen... ja, da kann man vielleicht von veganer Ernährung sprechen, aber trotzdem erfordert es ein wenig mehr Aufmerksamkeit, das ist schon was anderes, denke ich. [...] Leider verwechseln die meisten Menschen Veganismus oft mit so Dingen wie 'Achso, der mag kein Fleisch, keine Milch, keine Eier, deshalb wurde er vegan'. Aber das bedeutet nicht Veganismus. (Sait)

Anhand der Interviews lässt sich deutlich feststellen, dass es sich um einen Lebensstil handelt, der auf tiefen ethischen Werten und Überzeugungen basiert. Umwelt, Gesundheit und weitere Faktoren sind als Zusatz zu betrachten. Die Anhänger des veganen Lebensstils mögen sich zwar verschieden bezeichnen und bei manchen tritt die ethische Überzeugung später ein, unabhängig davon jedoch zeigt sich eindeutig, dass vorsätzliche Überlegungen hinter Veganismus, veganer Lebensweise, pflanzlicher Ernährung stecken und dass es sich nicht um eine Laune oder einen Trend handelt. Das Kapitel der Motive, mit dem ethischen Aspekt als Hauptmotivation und dem Umwelt- und Gesundheitsaspekt als zusätzliche Gründe hat somit einen – wenn auch bescheidenen – Einblick in die Hintergründe des veganen Lebensstils in Istanbul gewährt.

5.3. STADTTEILE, MILIEUS UND KLIENTEL

Wie bereits aus der geografischen Darstellung veganer Einrichtungen auf der Stadtkarte ersichtlich ist, lässt sich eine ungleichmäßige Präsenz, die nicht flächendeckend im gesamten Stadtraum gleich ist, erkennen. Wie aus der vorherigen Vorstellung der Stadtteile Kadıköy und Beşiktaş hervorgeht, spiegeln diese Stadtteile in Bezug auf die sozioökonomischen Merkmale, eine liberale Lebensweise ihrer Bewohner und eine spezifische Bevölkerungsstruktur wider.

Die durch die Interviews gewonnenen Erkenntnisse deuten darauf hin, dass die Interviewpartner sich ihrer Standorte und der charakteristischen Klientele bewusst sind. Havva, die Inhaberin des kleinen Lokals „Vegan Istanbul“ im Stadtteil Cihangir in der Nähe des Taksim-Platzes, resümiert zum Thema, wieso es in Bezug auf die Verbreitung von veganen Einrichtung Unterschiede in den verschiedenen Vierteln gibt und, wieso in den moderneren Stadtvierteln wie Kadıköy, Cihangir, Beyoğlu Veganismus verbreiteter ist.

Das Bildungsniveau ist in diesen Regionen höher, die Menschen sind besser gebildet und aufmerksamer/ bedacht/ bewusster. Der Lebensstandard der Menschen dort ist höher. Man entscheidet ja nicht einfach aus dem Nichts: Ich werde jetzt vegan, um günstiger zu leben. (Havva)

Sie führt fort:

Hier ist das Bewusstsein auch klassenbezogen. Viertel wie Bayrampaşa und Fatih sind etwas schwieriger für vegane Einrichtung, weil es dort eine kosmopolitischere/ vielfältigere Bevölkerung gibt, die sich in Bezug auf Bildung unterscheidet. (Havva)

Durch dieses Zitat werden die unterschiedliche Strukturierung und Bevölkerung der verschiedenen Viertel deutlich. Mit der Bezeichnung „kosmopolitischere Bevölkerung, die sich in Bezug auf Bildung unterscheidet“ ist davon auszugehen, dass auch die große Masse an verschiedenen Nationalitäten, Altersklassen, und Menschen mit unterschiedlichem Bildungsniveau gemeint sind und die Bevölkerung weniger modern ist.

Auf die Frage, nach der Verbreitung von veganen Angeboten bzw. Einrichtungen in ganz Istanbul fügt die Interviewpartnerin hinzu:

Natürlich, überall. Aber überall natürlich im Sinne von nur in bestimmten Regionen Istanbul, also nicht komplett überall. (Havva)

Auch Emre gibt u. a. die Stadtteile wie Kadıköy, Cihangir, Beyoğlu und Beşiktaş als solche an, die gesellschaftlich fortschrittlich, modern geprägt und progressiv sind und erklärt, dass sich durch diese Bevölkerungsstruktur Bewegungen und Lebensstile wie Veganismus zuerst etablieren.

Natürlich nicht überall in Istanbul. [...] Zum Beispiel in Stadtteilen wie Kadıköy, Üsküdar, Bostancı, Cihangir, Beyoğlu, Şişli, Mecidiyeköy, Beşiktaş. In diesen Stadtteilen, in denen Menschen mit höherem soziokulturellen Hintergrund leben, das Bildungsniveau der Leute höher und dadurch auch ihr Einkommen höher ist und dadurch auch eine andere Art von Ausgehen und Unterhaltung angeboten und nachgefragt wird, ist es einfacher, sich vegan zu ernähren. Denn selbst wenn es nicht überall zu 100 Prozent rein vegane Orte gibt, findet man auf jeden Fall deutlich mehr Cafés und Restaurants, die vegane Alternativen anbieten. (Emre)

Ayca, Inhaberin des Restaurants „Yuzu“, das sich auf vegane fernöstliche Gerichte und die Veganisierung traditioneller asiatischer Gerichte spezialisiert hat, führt ihr Restaurant derzeit im Viertel Moda, welches zu Kadıköy gehört und sich durch seine moderne und liberale Bevölkerung auszeichnet.

Mit ihrem früheren Lokal auf der Balkanseite im Stadtteil Karaköy war sie weniger erfolgreich als mit ihrem aktuellen Standort in Moda, Kadıköy. Ihre Erklärung lautet:

In Karaköy, gegenüber lief es nicht so gut, weil die Kadıköy-Klientel jünger ist und hier in Kadıköy mehr junge und moderne, offene Leute abhängen und leben. Die verbringen hier so ihre Tage, erkunden, entdecken usw. Deshalb läuft es hier besser. (Ayça)

Trotz einer ebenfalls beträchtlich hohen jungen Bevölkerung in Karaköy erklärt sie ergänzend:

Es gibt drüben in Karaköy auch junge Leute, aber da gehen die eher für Tagesausflüge und besondere Anlässe hin, aber ihr gewöhnliches Alltagsleben, verbringen diese aufgeschlossenen, „hippen“ Leute hier. Auf der anderen Seite gibt es weniger Locals, die modern denken und sich mit Dingen wie Veganismus etc. befassen. (Ayça)

An dieser Stelle werden erneut die zuvor erwähnten Merkmale der Stadtteile und Viertel hervorgehoben, in denen vegane Angebote auf eine höhere Nachfrage stoßen im Vergleich zu weniger attraktiven Stadtteilen. Die unterschiedliche Struktur der Einwohnerschaft wird als Faktor wiederholt beleuchtet und es zeigt sich deutlich, wie sich die Klientel in den liberaleren Vierteln unterscheidet und die Attraktivität solcher Viertel ausmacht.

Der Interviewpartner Sait, welcher das Café Mahatma in Yeldeğirmeni einem belebten Viertel des Istanbuler Stadtteils Kadıköy führt, erzählt zur Frage nach der Attraktivität seines Standortes von der Entwicklung Yeldeğirmenis und wie sich diese auf sein Geschäftsstandort auswirkt.

Dieser Bereich war vor 2013, vor 2014 sehr heruntergekommen, sehr vernachlässigt, rückständig, das können Sie sich nicht so richtig vorstellen. Als Frau konnte man hier abends um 17-18 Uhr nicht alleine rausgehen, nach Hause oder irgendwo anders hingehen. Die Beleuchtungssysteme waren sehr schlecht, die Gehwege, alles war noch ganz anders. Dann erklärte die Gemeinde Kadıköy und die Gemeinde Istanbul diesen Bereich zu einem kulturellen und städtebaulichen Entwicklungsgebiet. Die Infrastruktur wurde erneuert, Straßen wurden angelegt, Beleuchtungen wurden gemacht, Gebäude mussten gestrichen werden, hat man das nicht gemacht, gab es Strafen oder die Gemeinde hat es selbst gemacht und einem dann in Rechnung gestellt. [...] Dann begann das Muralİst Festival, ein Streetart-Festival, das fing hier an. Die Ayrılık Çeşme Metrostation und die Marmaray wurden hier eröffnet. Das hat die Bewegung hier verändert bzw. eine Bewegung begann. [...] Das war ab dann auch vor allem für Studenten und bunte, weltoffene Menschen ein Anziehungspunkt. Dann wurde es auch für Erasmus-Studenten beliebt. Dann wurde es auch zu einem Anziehungspunkt für hier (seit langer Zeit) lebende Ausländer... Aber danach begannen hier die Preise zu steigen. Insbesondere durch die Dominanz von Immobilienmaklern stiegen sowohl die Mieten als auch Kaufpreise jedes Jahr um über hundert Prozent. Dann gab es diese Bombenanschläge, dann kam die Pandemie, dann wurde es ruhiger. Jetzt ist es ein immer noch ein bisschen ruhiger, eine Zeit lang wirklich lebhaft... (Sait)

Weiterhin führt er fort, dass es aber unbestritten nach wie vor ein Anziehungspunkt für „diese Art“ von Menschen sei und, dass diese den Unterschied machen.

Kundenbereitschaft für weite Anreise

Trotz der Deutlichkeit, die in der Konzentration veganer Einrichtungen in besagten liberalen Stadtteilen sowohl auf der erstellten Stadtkarte als auch den Gesprächen mit den Geschäftsinhabern zu entnehmen ist, lassen die Gespräche dennoch auch auf Kundengruppen aus weniger liberalen Stadtteilen schließen. So zeigen die Befragungen, dass die vegane Kundschaft auch bereit ist, weitere Strecken zurücklegen, um zu ihrer veganen Zieleinrichtung zu gelangen.

Es ist angemessen anzunehmen, dass Anhänger des veganen Lebensstils, die dennoch postmaterialistischen Milieus zugeordnet werden können, im Stadtraumverteil leben und somit ebenfalls in Stadtteilen ansässig sind, die grundsätzlich konservativer und weniger liberal ausgerichtet sind. Dennoch werden vegane Einrichtungen vorwiegend in den liberalen Vierteln angesiedelt, da dort die höchste Nachfrage verzeichnet wird.

Steigendes Angebot und somit wachsende Auswahl

Die Tatsache, dass Kunden auch aus größerer Entfernung kommen, könnte auf die – wenn auch langsame und bescheidene – Ausbreitung des veganen Angebots und damit einhergehend des veganen Lebensstils zurückzuführen sein. Diese Entwicklung führt zu einem Anstieg des Angebots-Nachfrage-Verhältnisses, wodurch Menschen eine größere Auswahl erhalten und folglich wählerischer werden (können), Präferenzen entwickeln und bereit sind, auch längere Strecken zurückzulegen, um diese Präferenzen zu erkunden, unabhängig vom geografischen Standort.

Ayça, eine Interviewpartnerin, berichtet von der gestiegenen Vielfalt an veganen Angeboten und der damit verbundenen Zunahme der Auswahlmöglichkeiten für Veganer. Aufgrund dieses erweiterten Angebots sind sie bereit, längere Strecken zurückzulegen, um ihre Präferenzen zu erfüllen. Jedoch auch insbesondere zu früheren Zeiten geringeren Angebots waren Veganer bereit, ausgedehnte Wege auf sich zu nehmen, um ihre bevorzugten Ziele zu erreichen. In Stadtteilen wie beispielsweise Beylikdüzü (weiter außerhalb und eher konservativ) in denen es heute noch vergleichsweise wenig Angebot herrscht, sind dort lebende Veganer erst recht bereit, für eine größere Auswahl nach

Kadıköy zu reisen. Das Hauptziel besteht darin, ihre präferierten Orte zu erreichen, unabhängig von der Entfernung.

Ja, die Entwicklung geht echt schnell. Dadurch, dass es immer mehr Möglichkeiten gibt, beginnen die Menschen auch, Präferenzen zu entwickeln. Zum Beispiel hat auf der anderen Seite [des Bosphorus] in Cihangir „Vegan Dükkan Lokanta“ von meinem Freund Tarkan eröffnet, sehr leckeres Essen hat der da. Da gehe ich hin, wenn ich auswärts esse. Und da es jetzt immer mehr vegane Optionen Restaurants, Cafés gibt, gehen die Menschen in schickere und bessere Restaurants, sie haben ja jetzt mehr Auswahl. Das war früher nicht so. Als ich ganz am Anfang vegan wurde, gab es nur zwei Läden und zu denen mussten wir zwangsläufig gehen, wenn wir auswärts essen wollten. Auch wenn die jetzt nicht super gut waren, sind wir trotzdem hingegangen. (Ayça)

Weite Anreise aus grundsätzlicher Überzeugung

Mit Blick auf den gesamten Stadtraum bezüglich der Bereitschaft auch weitere Strecken zurückzulegen, lässt sich allerdings ebenfalls argumentieren, dass Kunden, die von weiter entfernten Orten kommen, gerade aufgrund der noch (in ihren Stadtteilen) begrenzten Auswahl an veganen Einrichtungen bereit sind, erweiterte Entfernungen in Kauf zu nehmen, um ihre Zielorte zu erreichen. Diese Bereitschaft resultiert aus der (bisher noch) konzentrierten Verteilung des veganen Angebots auf besagte Stadtteile, während in anderen Stadtteilen noch keine entsprechenden Möglichkeiten existieren. Als Grundlage dieser Bereitschaft ist davon auszugehen, dass die Kunden dies aus grundsätzlicher ethischer Überzeugung tun und vegane Einrichtungen unterstützen möchten.

So erklärt der Interviewpartner Tarkan die Bereitschaft aus weit entfernten Stadtteilen anzureisen aus der Perspektive, dass man vegane Einrichtungen nicht nur als einen Essensort betrachte, sondern hinter dem, was einem selbst am Herzen liegt, steht und von dem man aufgrund der eigenen Überzeugungen überzeugt ist. Man ist bereit, diesen Ort aus Überzeugung zu unterstützen, um die Bewegung voranzutreiben und umso für mehr Nachfrage zu sorgen. Er schildert aus seiner eigenen Sicht als Geschäftsbetreiber:

Ich denke, das könnte schon möglich sein. Ich selber z. B. gehe, wenn ich in eine andere Stadt oder ins Ausland reise auch zu veganen Restaurants oder Cafés, auch wenn diese weiter weg sind. Ich möchte einen Beitrag leisten und bin neugierig, was es so gibt. Vielleicht kenne ich manches nicht, probiere so etwas Neues, solche Dinge halt... Deshalb halt ich vegan-freundliche Orte zu besuchen für genauso wichtig wie das Besichtigen von Museen und touristischen Sehenswürdigkeiten in der Stadt. (Tarkan)

Er führt fort, dass man neugierig auf das Konzept der Einrichtung sei und dieser Ort und sein Konzept als ganzen verstehen möchte und man die Einrichtung als einen vertrauten Ort sieht, der mit den eigenen ethischen Werten übereinstimmt, betrachtet wird.

Und ich bin mir auch sicher, dass es viele Menschen wie mich gibt. Ich bin auch neugierig auf die Seele der Läden, möchte wissen, welche Spuren sie hinterlassen haben. Sowas spiegelt sich wider. [...] Unbewusst vermittelt man dem Kunden schon ein bestimmtes Gefühl. Ich frage mich auch immer, was der Zweck der Läden ist, wie sie ihre Dienstleistungen anbieten und was ihre Mission, ihre Gedanken sind. Durch die platzierten Produkte, die aufgehängten Schriften oder Sticker oder Schilder und die Kommunikation mit den Kunden kann man verstehen, welche Philosophie sie verfolgen. In all dem spiegelt sich die Seele eines Ladens wider. (Tarkan)

Die Yuzu-Inhaberin erwähnt ebenfalls das Unterstützungs- bzw. Überzeugungsargument und dass Veganern, die Entfernung zu einem veganen Zielort nicht sehr wichtig sei:

Natürlich gibt es viele, die von der anderen Seite kommen. Ein Stammkunde von uns bringt immer seine Gäste hierher. Und obwohl er auf der anderen Seite wohnt und das ja echt nicht nah zu ihm ist, bringt er jedes Mal jemand anderen mit, um denen das hier zu zeigen, veganes Essen, denen das vorzustellen... Das machen die Veganer so. (Ayça)

Die nachfolgenden Zitate verdeutlichen ebenso, dass vegane Kunden aktiv nach spezifischen veganen Einrichtungen suchen, über Neueröffnungen informiert sind. In Bezug auf die Interviewfrage zur Bereitschaft, größere Entfernungen zurückzulegen, lässt sich feststellen, dass Veganer die Entwicklung und Verortung solcher Einrichtungen

aufmerksam verfolgen und mit dieser vertraut sind. Dabei scheint die Entfernung vom eigenen Wohnort, für sie weniger entscheidend zu sein. Diese Haltung lässt sich darauf zurückführen, dass die vegane Bewegung noch im Wachstum begriffen ist und die Auswahl an veganen Einrichtungen noch nicht weitreichend ist.

Veganer kommen sehr oft von weiter weg. Es gibt sogar Veganer, die von außerhalb der Stadt kommen. Manche steigen z. B. aus dem Flugzeug, kommen mit ihrem Koffer hierher und essen, weil sie wissen, dass wir jetzt hier sind unsere Eröffnung verfolgt haben [auf Social Media] und jetzt wollen die halt ausprobieren. Es kommen zwar auch Nicht-Veganer, aber die wohnen dann sowieso hier in Nachbarschaft in Kadıköy und kommen eher aus Zufall, aus Neugier. (Ayça)

Auch Tarkan gibt Preis:

Die Veganer suchen halt gezielt bei Google nach 'veganem Café, veganem Restaurant'. Manche meiner Kunden z. B. kommen Beylikdüzü, Büyükdere [1-1,5 Stunden Fahrt] und sagen dann sowas wie: 'Ich wollte schon immer mal hierherkommen, aber bis heute hab ich's nie geschafft.' Oder manche Leute kommen auch aus anderen Städten aus der Türkei, wenn die dann nach Istanbul zum Kurzurlaub oder Wochenendtrip kommen, kommen die hier her. Letztens z. B. ein Dozent aus Van, ein Lehrer aus Kahramanmaraş, ein anderer aus Şanlıurfa. Die kommen schon auch solche. (Tarkan)

Expandierendes Franchise-Netzwerk

An dieser Stelle ist anzumerken, dass die erste und größte vegane Franchisekette in der Türkei eine maßgebliche Rolle spielt. Dies führt zu einer verstärkten Nachfrage von Menschen, selbst aus entfernteren Stadtteilen. Zudem eröffnet sich durch das gewachsene Vertrauensverhältnis zur Marke, die Möglichkeit Franchisefilialen auch an Standorten mit tendenziell konservativerer Ausrichtung zu etablieren. Durch die Bekanntheit und das Vertrauen, das die Kunden in diese Kette gewonnen haben, wird der Standort neuer Filialen weniger entscheidend.

Emre, der Eigentümer dieser Franchisekette "Veganarsist", welcher kürzlich seine achte Filiale eröffnete (zwei davon außerhalb Istanbuls, in Izmir und Ankara) berichtet, dass seine Marke inzwischen einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht habe. Interessierte Kunden würden ihn nun überall und von überall finden. Der Standort verliert an Wichtigkeit, da das persönliche Interesse und die Bekanntheit des Namens die Notwendigkeit eines bestimmten geografischen Standortes verringern. So ist es leichter für die neue Franchisefiliale Fuß zu fassen.

*Denn als Marke, weil Veganarsist bekannt ist, bin ich nicht mehr so sehr auf den **perfekten** [Hervor. durch Interviewpartner] Standort angewiesen. Ich muss nicht mehr unbedingt auf Hauptstraßen sichtbar sein. Und wir waren auch eh von Anfang an immer in Nebenstraßen. (Emre)*

Insbesondere führt die alleineige Existenz der ersten Franchise-Filiale in einem neuen Stadtviertel zu Kunden, die aus Neugier und gleichzeitig aus Mangel vor Ort die Filiale aufsuchen. Es brauche die richtige Herangehensweise, aber das Eröffnen kleiner Filialen, mit kleinem Risiko, zeigt, dass die Nachfrage auch in weniger liberalen Stadtteilen allmählich wächst.

Die meiste Nachfrage besteht in Stadtteilen wie Kadıköy, aber es gibt auch welche in Bakırköy, Beylikdüzü, Pendik und Maltepe [etwas weiter entfernte Stadtteile]. Da es nicht so dicht besiedelt ist wie in Kadıköy, ist es wichtig, klein anzufangen. Es ist wichtig, langsam zu beginnen, die Menschen zu gewöhnen, zu zeigen, zu erklären und Vorurteile abzubauen. Danach wird es ohnehin langsam vorangehen. [...] Denn überall, besonders jeweils in den Zentren, gibt es vegane Menschen. Daher wirst du dort am Anfang der Erste und Einzige sein und deshalb kommen am Anfang erst mal sowieso alle zu dir, das ist auch ein Vorteil. Du kannst nicht nach Adana gehen und zehn vegane Restaurants direkt eröffnen, aber wenn erstmal eins eröffnet, wird es da bereits einiges an Nachfrage geben werden. (Emre)

5.4. POSTMATERIALISMUS UND WERTEWANDEL

Die Interviews haben ergeben, dass hinter der Entscheidung vegan zu leben, ganz bewusste, tief verwurzelte Gedanken zu u. a. Themen wie Tierrecht, Umweltschutz,

bewusster Konsum, Nachhaltigkeit und Aktivismus liegen. Es hat sich anhand der Gespräche gezeigt, dass der Veganismus in Istanbul keine Ernährungswahl, sondern insbesondere eine Ausdrucksform einer lebhaften postmaterialistischen Denkweise, die die Verbundenheit mit ethischen und ökologischen Prinzipien betont.

In folgendem Kommentar der Restaurantinhaberin wird deutlich, dass es sich insbesondere um diese erwähnten Merkmale handelt. So erzählt sie:

Für mich hat Veganismus viele Bedeutungen. Am Anfang begann es mit der Recherche zur Gesundheit, aber als ich mich veränderte, begann sich auch Veganismus für mich zu verändern. Verpackte Produkte störten mich nach einer Weile. Dann begann ich, auf den CO2-Fußabdruck zu achten und ich begann, Dinge gebraucht zu kaufen. Ich kaufe nichts, was ich nicht brauche. Wenn ich bereits einen Rock in einer Farbe habe, kaufe ich keinen zweiten, wenn ich ihn nicht wirklich brauche. Ich versuche bewusst einzukaufen, bewusst zu konsumieren. Als ich mit veganer Ernährung begann, begannen sich andere Dinge in mir zu öffnen, in meinem Gehirn, in meiner spirituellen Welt. Man wird mehr mit seiner Seele verbunden. Jetzt bin ich an dem Punkt angelangt, dass ich nicht einmal das Bewusstsein eines anderen Tieres in meinem Körper haben möchte, einem Tier, das gelitten hat. Da gibt es auch eine spirituelle Seite. Das ist nicht nur etwas, was mit Gesundheit zu tun hat, etwas Biologisches, Physisches, es ist nicht nur das. Ich praktiziere Yoga zum Beispiel und da sprechen die von Unversehrtheit, aber dann gehen sie Kebab essen, unsere Yoga-Lehrer. Ich habe Freunde, die Hunde retten, für Tiere auf die Straße gehen [zum Protestieren] dann gehen sie Döner essen. Ich achte darauf, dass meine Handlungen nicht im Widerspruch zu dem stehen, was ich verteidige. Wie gesagt, ich bin bereits Veganer, das ist ein Ausgangspunkt, es gibt noch viele andere Dinge darüber hinaus. Oder ich könnte auch Veganismus nicht verteidigen und dafür stehen, aber dann aus Thailand Papaya kaufen, nur weil ich die essen will. Denn das gibt es hier sowieso nicht, das ist nicht extra was für die Türkei. Wenn es hier angebaut würde, wäre es in Ordnung. (Ayça)

Auch Havva spricht den Punkt Empathie und die Lebensqualität an, welche ein zentraler Aspekt der postmaterialistischen Werte nach Inglehart sind (Oesterdiekhoff, 2001: 42) und sich so ihre postmaterialistische Haltung zeigt. Sie erzählt:

Ich glaube, dass Veganismus mich verbessert hat, und ich denke, dass ich mit anderen Tierarten Empathie empfinde. Ich wünsche mir, dass mehr Menschen vegan werden, um die Welt zu verschönern. Je mehr Veganer es gibt, desto mehr Empathie und Frieden wird es geben. Das sollten die Dinge sein, die in dieser Welt existieren sollten, aber leider denken nicht alle wie wir, Gier nimmt oft den Vorrang ein. (Havva)

Auch an Sait's Kommentar werden seine tiefverwurzelten Gedanken und Überlegungen über sich und sein Leben deutlich, und darüber, welche Rolle er im Sozialsystem spielt, wie er sich selbst verwirklichen kann, in dem er einen Beitrag leistet und bestrebt ist Teil einer Veränderung zu sein.

Jahrelang habe ich intensiv nachgedacht. Mein eigener Beitrag, meine Anstrengungen oder meine Haltung – was ändert das weltweit, universell betrachtet? Das ist etwas, worüber ich viel nachgedacht und es hinterfragt habe. Es ist auch ein Thema, das ich mit Menschen besprochen und in meinem Freundeskreis diskutiert habe. Allein kann ich das System der Welt nicht ändern, die dominante Kultur nicht verändern, dafür reicht meine Kraft nicht. Deshalb gibt es Ideologien und kollektive Verhaltensweisen in der Welt. Aber es ist wichtig, nicht das Subjekt einer Sache zu sein. Wenn an einem Ort Gewalt herrscht, denke ich, dass ich einen wichtigen Beitrag leiste, indem ich nicht Teil davon bin, nicht Teil davon werde. Wenn es Unrecht an einem Ort gibt, ist es wichtig, sich dagegen zu positionieren. Ich sage nicht, dass ich es tue und so bin. Es geht darum, sich nicht darauf einzulassen, nicht das Subjekt davon zu sein. Das ist das erste. Zweitens geht es darum, etwas zu tun, um es zu verändern. Es ist wichtig, dass man etwas tut, damit der Gerechtigkeit Genüge getan wird. Es ist wichtig, wie man sich positioniert. (Sait)

Der Inhaber der Franchise-Kette „Veganarsist“ Emre erwähnt den Zusammenhang zwischen Themen wie Umweltschutz, Veganismus, bewusstem Konsum und Nachhaltigkeit auf der einen Seite und dem soziokulturellen Hintergrund auf der anderen

Seite. Hier lässt sich das kulturelle Kapital Bourdieus anführen, über welches man durch die erfahrene Sozialisierung, die Lebenschancen und -bedingungen, verfügt und wodurch sich dadurch basierend auf den erfahrenen Werten und Überzeugungen entsprechende Lebensweisen entwickeln (Bourdieu, 1983).

Aber natürlich ist das mehr in den größeren Städten, wenn man mal schaut. Halt Städte wie Istanbul, Ankara, Izmir, Antalya, Eskişehir, Bursa. Natürlich auch in kleinen Städten, ich kann nicht sagen, dass sich da gar nichts tut und unsere kleinen Städte zurückgeblieben sind. Es ist nur so, dass die Struktur dort ein wenig anders ist, die soziokulturelle Struktur ist anders. [...] Im Grunde sind die Produktions- und Konsumgewohnheiten des Ortes, wo man lebt auch wichtig, denn es geht nicht nur um die Größe, Industrialisierung oder Entwicklung der Region/ Stadt. Aber natürlich beeinflussen Einkommensniveau, Bildungsniveau und sozioökonomisches Niveau diese Faktoren. Es gibt nun immer mehr Menschen, die im Vergleich zu früher mehr darauf achten. (Emre)

Weiterhin bringt der den Gesundheitsaspekt ein und erklärt, dass sich immer mehr Menschen Gedanken zu Gesundheit machen und versuchen darauf zu achten, was sie konsumieren. Auch das Vermeiden von Verpackungen erwähnt er.

[...] Aber einige meiner Freunde achten echt auf die Ernährung ihrer Kinder. Jetzt ernähren wir uns nicht mehr wie in unserer Zeit damals. Zum Beispiel weiß ich, dass viele Kinder Schokolade oder raffinierten Zucker, Fertigprodukte, Cola nicht kennen. Diese Eltern kaufen keine verpackten Produkte von draußen und sagen halt so: 'Ich mache meinem Kind Kuchen und Eis zu Hause.' Es gibt Leute, die das machen, aber Menschen mit einem höheren sozioökonomischen Hintergrund und höherem Einkommen können sich das eher leisten, darauf zu achten. (Emre)

5.4.1. Jugend als Vorreiter für postmaterialistische Bewegungen

Aus den Interviews ist deutlich zu erkennen, dass die junge Generation Vorreiter für soziale Bewegungen ist. Alle Interviewpartner berichten einheitlich von einer hauptsächlich jungen Kundschaft.

Meistens so zwischen 20-40. Die junge, neugierige Generation so zwischen 15 und 20. Kunden so zwischen 40 und 55 kommen auch, aber weniger. Aber am meisten zwischen 20 und 40. Und die meisten sind Frauen. (Emre)

Auch Havva berichtet im Einklang dazu:

Die türkische Bevölkerung ist eher jünger und ja, unter den veganen Türken gibt es auch welche, die 40, 45, 50 Jahre alt sind, aber eher weniger, von 100 Leuten vielleicht 2 Leute. Meine türkischen Kunden sind so zwischen 18 und 25 Jahre alt. Die europäischen Kunden so zwischen 20 und 45. (Havva)

Auch Tarkan äußert als auf die Frage, was ihm an seinen veganen Kunden als aller erstes auffalle:

Vorwiegend kommen junge Leute. Die Mehrheit liegt zwischen 20 und 30 Jahren, aber ich habe auch Kunden in ihren 40ern. Im Allgemeinen sind es jedoch hauptsächlich junge Menschen, weil in den letzten Jahren die jüngere Generation Interesse am Veganismus zeigt. (Tarkan)

Die Gesprächspartnerin Havva blickt auf die bisherige Entwicklung der veganen Bewegung dank der jungen Bevölkerung. Insbesondere hebt sie die Rolle der Studenten hervor.

In Istanbul entwickelt sich, das ist gut. Die türkische Bevölkerung ist jung. Die jüngere Bevölkerung ist offener für neue Dinge und bildet sich selbst weiter. (Havva)

Vor allem Studenten sind ihr veganes Hauptklientel:

Es kommen viel Studenten, türkische Studenten. Die Türken, die kommen, sind meistens Studenten. Es kommen auch die umliegenden Ladenbesitzer und so, die eh kein Fleisch essen, aber die Veganer sind fast immer Studenten. [...] Der Veganismus breitet sich zuerst in Städten mit vielen Studenten aus. (Havva)

Die Interviewpartnerin Havva berichtet freudig über eine bewusste und aufmerksame Jugend und blickt auf eine rasche Entwicklung zurück.

Die jungen Menschen werden langsam immer bewusster. Wenn man so nachdenkt, sind wir in acht Jahren schon ziemlich weit gekommen. (Havva)

Außerdem sprechen die Interviewpartner über die Jugend als Hoffnungsträger von Veganismus und anderen Gerechtigkeitsbewegungen und hoffen und glauben an eine positive Entwicklung und gesellschaftliche Verbesserungen, ein bewussteres Leben mit Rücksicht auf die Umgebung und Umwelt. Hierzu sagt Emre. Sie äußern sich einheitlich darüber, dass es die junge und mittlere Generation ist, die den Veganismus und auch andere ähnliche Bewegungen weiterverbreiten wird. Hecker (2014: 349), welcher sich in seinem Artikel "A Clash of Lifestyles? Jugendliche Lebensstile im politischen Diskurs der Türkei" mit der türkischen Jugend und ihrer Lebensführung beschäftigt resümiert in seinem Artikel, dass die öffentliche Sichtbarkeit verschiedener Lebensstile als Indikator für den gesellschaftlichen Wandel und den kulturellen Pluralismus gesehen werden kann. Die Soziologin Lely Neyzi, welche sich seit Jahren mit der türkischen Jugend und ihren Lebenswelten befasst, legt dar, dass sich gerade in Großstädten des Landes im Zuge einer zunehmenden Mediatisierung der türkischen Gesellschaft globale Jugendsubkulturen etablieren. Sie nennt dies die dritte und letzte Phase in der historischen Konstruktion von Jugend, in der sich insbesondere in Großstädten neue Optionen zur eigenen Identitätsbildung ergeben, die Einfluss auf den persönlichen Lebensstil und die individuelle Lebensführung haben (Hecker, 2014: 329f.).

Entsprechend äußert sich Emre dazu wie folgt:

Jetzt ändert sich landesweit einiges in der Türkei. Die Generation-Z zum Beispiel, die sind ganz anders. Es gibt da unter denen eine große Gruppe, die sich erkunden, recherchieren, weiterbilden zu bestimmten Themen... [...] Diese Generation-Z...hoffentlich rettet ein Teil von ihnen unsere Zukunft, sie setzen sich wirklich ein und bemühen sich. Sie betreiben Aktivismus, achten auf das, was sie essen und trinken, achten auf ihre Kleidung und darauf, was sie tragen. Nicht nur unbedingt auf Veganismus bezogen, sondern auf bio achten, die Umwelt schützen, das Meer nicht verschmutzen, keinen Müll auf die Straße werfen und so weiter.
(Emre)

Auch Havva zeigt sich diesbezüglich zuversichtlich.

Ich freue mich, dass es gut läuft. In der Türkei gibt es auch immer mehr Veganer. Denn die junge Generation, die Studenten, die jungen Leute sind sensibler und

leben bewusster. Das, was sie sehen, beeinflusst sie und die sehen, was Schreckliches mit den Tieren passiert. (Havva)

Auch Tarkan spricht über die junge Generation und auch über deren Folgegeneration und die Weitervermittlung der eigenen Werte.

In den kommenden Jahren wird die Bewegung weiterwachsen. Vielleicht im Vergleich zur Welt im Moment noch langsam, aber wie gesagt, die junge Generation ist sehr interessiert. Insbesondere die Anzahl der Veganer im Alter von 18 bis 30 Jahren nimmt auffällig schnell zu. Und das heißt ja auch, dass in Zukunft auch deren Kinder und Enkelkinder vegan sein werden. Jeder zieht sein Kind entsprechend dem eigenen Lebensstil auf. Genau wie fleisshessende Eltern ihren Kindern Fleisch zum Essen geben, werden Veganer ihren Kindern die veganen Prinzipien vermitteln und sie ermutigen, sich auf pflanzlicher Basis zu ernähren. In den kommenden Jahren wird die Anzahl der Veganer nicht nur in der Türkei, sondern weltweit zunehmen. Das Interesse ist real, und es ist ein Fakt, dass dieses Interesse auch in der Türkei zunimmt. [...] Das ist schon sehr positiv, denn ihre Kinder werden auch vegan sein, und die Zahl der Veganer wird steigen. Besonders die schnelle Verbreitung des Veganismus in der jungen Generation finde ich sehr spannend. (Tarkan)

Vor allem an seinem letzten Satz wird deutlich, dass sich Veränderungen in der Gesellschaft abzeichnen bzw. in diesen postmaterialistischen Milieus, in denen sich die junge Generation zu großen Teilen bewegt.

Der Veganismus verbreitet sich schon aktuell sehr schnell. Es gibt momentan unter den Jugendlichen eine ernstzunehmende schnell wachsende Bewegung. In der Altersgruppe zwischen 15 und 20 Jahren, da gibt es ein ernsthaftes Interesse, Neugier, die informieren sich, bilden sich, organisieren sich... Außerdem ist es die Zeit der Rebellion, des sich Abheben von Konventionen, des Aktivismus... (Emre)

5.4.2. Erhöhte Empathie in marginalisierten Gruppen

Des Weiteren hat sich in den Interviews herauskristallisiert, dass marginalisierte Gruppen oder Menschengruppen, die mit Benachteiligung und/ oder Ausgrenzung zu tun haben, eine auffällige Rolle in der veganen Bewegung Istanbuls spielen. Die Mehrheit der Gesprächspartner gab an, dass eine große Mehrheit ihrer Kunden bzw. Gäste aus Mitgliedern der LGBTQ-Gemeinschaft besteht.

Die meisten/ viele sind LGBTQ-Personen, sowohl Veganer als auch Nicht-Veganer. Hauptsächlich kommen Menschen unter 40 Jahren, im Alter zwischen 25 und 40. (Ayça)

Tarkan berichtet auf die Frage, was ihm Besonderes an seinen (veganen) Kunden auffällt, als aller erstes davon, dass die meisten seiner Kunden weiblich sind und hat gleich eine Erklärung dafür:

Ein bedeutender Teil meiner Kunden besteht aus Frauen und jungen Menschen. Ich habe auch männliche Kunden, sowohl Veganer als auch Nicht-Veganer, aber ich habe viele weibliche vegane Kunden. Der Anteil der weiblichen Vegan-Kunden ist deutlich höher. Etwa 80 Prozent meiner Kunden sind vegane Frauen. Frauen sind in dieser Hinsicht sensibler. (Tarkan)

Auch Emres Worte stimmen mit der Meinung Tarkans über ein. Dieser stellt ebenfalls eine Verbindung zu Benachteiligung und einem bestehenden Rechtskampf her und ist der Meinung, dass der große Teil an Frauen mit ihrer erhöhten Sensibilität aufgrund ihrer eigenen Benachteiligung zu erklären ist. Der Philosoph und Tierrechtsphilosoph Helmut F. Kaplan zieht im Sinne der Tierethik bei der Tierrechtsbewegung die Parallele zu Frauenrechten und betrachtet die Tierrechtsbewegung als die Fortsetzung anderer Befreiungsbewegungen, wie (u. a. neben der Befreiung von Sklaven) die Emanzipation der Frau (Kaplan, 2011). So lautet Emres Beitrag:

Frauen, LGBTQI+, Atheisten, Deisten, Nichtreligiöse – Veganismus ist eigentlich eine Kultur und Ethik der Rechtsforderung. Wenn man es betrachtet, sind Frauen, ob in der Türkei oder weltweit, unterdrückt und müssen immer für ihre Rechte kämpfen. Gleiches gilt für die LGBTQI+ Gemeinschaft. Leute, die sich nicht unter

tausend Schleiern verstecken und sich so ausleben wie sie sind, Nichtreligiöse, Atheisten, Deisten, das sind alles marginalisierte Menschen. Und diese marginalisierten Menschen sind oft emotionaler und offener für Empathie. Deshalb engagieren sie sich auch in verschiedenen Formen des Rechtsanspruchs. Das habe ich im Laufe der Zeit so wahrgenommen und so erfahren. (Emre)

Die Besitzerin des Restaurants Yuzu erzählt, dass sie mit Absicht kein auffälliges Vegan-Logo an ihrem Laden angebracht hat. Nicht etwa, weil sie nicht hinter der Philosophie des Veganismus stehe, sondern weil sie den Fokus auf höhere Ziele ausrichten will und als Aushängeschild benutzen möchte, dass jeder gleichermaßen willkommen bei ihr ist. Hier wird deutlich, dass sowohl sie selbst als Anhänger des Veganismus diesen bewussten Lebensstil wählt, in dem sie auf Umwelt und Mitmenschen achtet und sich tiefere Gedanken zum Zusammenleben mit ihren Mitmenschen macht. Es wird aber außerdem ebenfalls deutlich, dass auch *ihre* veganen Kunden oft der LGBTQ-Community angehören.

Veganer kommen meistens für Dates zu uns, weil es nicht so viele vegane Restaurants gibt, eher Cafés. LGBTQ-Leute kommen auch viele für Dates, auch Nicht-Veganer, aber auch Veganer. (Ayça)

5.5. RÜCKBLICK AUF BISHERIGE ENTWICKLUNG

Die Befragungen der Interviewpartner und die von ihnen geteilten Informationen über den Zeitpunkt, zu dem sie erstmals vegan wurden bzw. sich erste Berührungspunkte mit Veganismus ergaben, sowie die Eröffnungszeiten der ersten veganen Restaurants, Cafés und gastronomischen Einrichtungen deuten darauf hin, dass die Veganismusbewegung in Istanbul etwa in den Jahren 2014-2015, also vor knapp zehn Jahren, ihren signifikantesten Aufschwung erlebte. Die befragten Personen sind sich einig, dass zu Beginn ihrer eigenen Erfahrungen mit Veganismus diese Lebensweise nur wenig Verbreitung fand und die meisten Menschen kaum Informationen darüber hatten, was Veganismus ist und was es bedeutet, vegan zu leben. Ebenfalls lässt sich aus den geführten Gesprächen ableiten, dass in spezifischen sozialen Milieus der Istanbuler Gesellschaft offensichtlich Anzeichen für einen Wertewandel erkennbar sind. Es zeigt sich, dass bestimmte Gruppen einen

Übergang zu postmaterialistischen Denkweisen vollziehen, wobei vermehrt Bewusstsein für gezielten Konsum, Umweltbelange, Tierschutz und soziale Verantwortung gegenüber Mitmenschen sowie einem nachhaltigen Umgang mit dem Planeten und Ressourcen entsteht.

Erste Zusammenarbeit mit Großhändlern

Tarkan schildert, dass es während seiner Anfangszeit im Bereich veganer Lebensmittel kaum Angebote gab, und er gezwungen war durch die gesamte Stadt verteilt weite Strecken zurückzulegen um an verschiedenen Orten seine gesuchten Produkte zu finden.

In Bio-Märkten oder an Orten, die Naturprodukte verkaufen, fand ich manchmal etwas, manchmal aber auch überhaupt nichts. Mit meinem Laden hier und als ich dann auch vegan wurde, habe ich ständig bei Unternehmen angefragt: Produziere dies, mache das, oder importiere jenes aus dem Ausland in die Türkei usw. Das macht viel aus, denn wenn die Nachfrage steigt, zieht das die Aufmerksamkeit der Produzenten und produzierenden Unternehmen auf sich. Dieses und jenes Produkt fehlt auf dem Markt, also wird das nachgefragte bzw. angefragte Produkt produziert. Aber das ist natürlich ein sehr langsamer Prozess. (Tarkan)

Er berichtet auch davon, wie er die meisten Produkte proaktiv bei Großhändlern anfragen musste und über seine Rolle als Einzelhändler mit dem Vertrieb veganer Produkte.

Ich frage z. B. was an und bis es das dann wirklich gibt, vergehen vielleicht fünf bis sieben Jahre. Am Ende interessiert sich der Hersteller auch vor allem dafür, ob das von ihm hergestellte Produkt Geld einbringt. Er hat ja Ausgaben für Recherche, muss Tests durchführen, dann das Produkt fertigstellen und auf den Markt bringen. Man muss genau dazu recherchieren, wie gut wird sich dieses Produkt verkaufen und wie wird die Nachfrage sein? Das muss vorher gut analysiert werden, um mit der Produktion beginnen zu können. Die Eröffnung eines solchen Lebensmittelgeschäfts zieht natürlich die Aufmerksamkeit der Hersteller und anderer Unternehmen auf sich. Daher trägt es dazu bei, eine solche Nachfrage zu schaffen. (Tarkan)

Er führt seine aktive Beteiligung an der Angebotsgestaltung durch gezielte Anfragen bei Großhändlern aus und erläutert seine Einbindung in die formative Phase dieses Prozesses. Diese Darstellung gewährt einen detaillierten Einblick in die historische Entwicklung des Veganismus in Istanbul aus der Perspektive des Eigentümers des erstmaligen veganen Lebensmittelgeschäfts. Das Zitat des Interviewpartners verdeutlicht sein persönliches Engagement und die Mitwirkung in der Entwicklungsphase aus ethischen Grundüberzeugungen und aufgrund des Wunschs, etwas verändern und einen Beitrag leisten zu wollen.

Das war wirklich eine sehr besondere Erfahrung und eine lehrreiche Reise für mich. Genauer gesagt habe ich die Veränderung in der gesamten Türkei von Anfang an mit durchlebt und war sogar an einigen davon führend beteiligt. Denn ich war ständig mit Herstellern und Importfirmen im Austausch. Manchmal besuchte ich im Ausland Messen und erzählte den türkischen Unternehmen hier von meinen Entdeckungen im Ausland. Ich sprach ständig mit ihnen, sagte: Hier, schaut, ihr könnt diese und diese Produkte entwickeln, Innovationen vorantreiben." Manchmal verhandelten die türkischen Unternehmen dann mit den ausländischen und importierten Produkte in die Türkei. [...] Manchmal führten besagte Unternehmen ewig andauernde Testdurchgänge durch. Daher war es auch schwierig, weil man einerseits auf Produkte durch steigende Nachfrage angewiesen ist, und versucht etwas zu tun, versucht die Unternehmen zu überzeugen, dann auch die Kunden, die hier her kommen oder den Menschen in der Produktionsbranche zu erklären, was Veganismus bedeutet. Dieser ganze Prozess sowohl schwierig und hat gleichzeitig auch viel Spaß gemacht, eine lehrreiche Reise für mich. (Tarkan)

Sait erörtert ebenfalls den Gründungszeitpunkt seines Unternehmens im Jahr 2014 und beleuchtet ausführlich seine Bemühungen, den Veganismus zu etablieren. Er berichtet über die Phase, in der die Kundschaft noch keine Kenntnisse über den Veganismus und betont sein Engagement, den Veganismus auf anschauliche Weise zu präsentieren, zu fördern und unter den Menschen zu verbreiten, um ein Bewusstsein für diese Lebensweise zu schaffen. Dabei kommen auch bei ihm seine ethischen Grundüberzeugungen deutlich zum Vorschein.

Im Laufe der Jahre haben sich die Ansichten der Menschen zu Veganismus verändert. Als ich mein Geschäft damals eröffnete, wusste niemand etwas über Veganismus, jetzt weiß jeder der hier hinkommt, was Veganismus ist. Sie haben den auch quasi am eigenen Leib bei mir kennengelernt. (Sait)

Er schildert, wie er seinen Kunden verschiedene Gerichte servierte, darunter veganen Kuchen, veganen Döner, vegane Köfte und diverse Eigenkreationen, die allesamt auf positive Resonanz stießen.

Das war eigentlich der Grund, warum ich diesen Ort geschaffen habe. Deshalb habe ich viele Jahre lang, ohne zu übertreiben, ungefähr 40 Prozent von dem, was ich hier hergestellt habe um sonst serviert, einfach damit sie veganes Essen kennenlernen und sich damit anfreunden und erkennen, dass es nichts extrem „bio- oder kräutermäßiges Abgefahrenes“ ist, wie oft so dargestellt wird. (Sait)

Sait erinnert sich an die Medienpräsenz seines Cafés in den frühen Phasen der Eröffnung im Jahr 2014 und freut sich über die im Vergleich zu dieser Zeit über eine heutige erheblich gesteigerte Aufmerksamkeit, dank der heutzutage keine vegane Einrichtung mehr auf mediale Werbung angewiesen sei.

[...] Es gibt viele neugierige Menschen. Ältere Menschen können auch sehr neugierig sein. Ein pensionierter Mann, ein Soldat, war das war mal, der war total interessiert und kam hier her. Er hatte wohl einen Zeitungsartikel gelsen, also ein Interview mit uns. Da gab es viele Menschen damals, die durch das Zeitungsinterview hierherkamen. Das zog damals natürlich viel Aufmerksamkeit auf sich. Da es nur wenige vegane Lokale gab oder sogar nur eins damals, haben manche die Zeitungs- oder Internetinterviews gelesen und waren dann neugierig. Die dachten sich: Ich habe sowieso Zeit, dann gehe ich mal hin und schau mir mal an was das ist. Solche Menschen hatte ich auch viele. (Sait)

Für ihn sei seine gerade erwähnte Mission erfüllt und für ihn gehe es nun weiter. Dies drückt er folgendermaßen aus:

[...] Du startest das Auto, es bewegt sich vorwärts. Ich denke, ich habe eine Art Schlüsselrolle gespielt. Ich habe das Auto gestartet, in den Gang geschaltet, aufs

Gas getreten, jetzt fährt das Fahrzeug. Jetzt eröffnen größere Restaurants mit größeren Budgets zur Verfügung bei der Eröffnung. (Sait)

Entwicklung der Gastronomie

Die folgenden Zitate geben einen Einblick über die anfängliche Entwicklung der veganen Gastronomie in Istanbul. Havva, die Betreiberin von Vegan Istanbul erzählt aus ihrer Perspektive:

Alles begann eigentlich 2015-2016 mit unsere Eröffnung. In der Türkei entstand mehr Nachfrage nach Veganismus, wir waren sozusagen Pioniere. Natürlich gab es den Vegan und Vegetarier Bund [Vegan ve Vejetaryenler Derneği] aber Veganismus war nicht so verbreitet. [...] In der Gastronomie gibt es mittlerweile immer eine vegane Option und sehr oft sogar einen eigenen Bereich auf den Menüs in Restaurants und Cafés. (Havva)

Die Yuzu Besitzerin Ayça antwortet auf die Frage, inwiefern sich die Gastronomie anpasse:

Aus ethischer Perspektive sind sie nicht sehr sensibel, aber aufgrund der Marktnachfrage für diese Zielgruppe schon. Jeder hat mittlerweile etwas Veganes auf seiner Speisekarte, selbst Dönerläden, und wenn Sie nach etwas Veganem fragen, kennen sie den Begriff. Früher wussten sie nicht was das heißt, aber jetzt wo die Kunden solche Dinge nachfragen, mussten sie sich durch die gestiegene Nachfrage zwangsläufig anpassen. [...] Wenn Sie heutzutage in einer Gruppe ausgehen, gibt es immer mindestens eine Person, die vegan is(s)t. (Ayça)

Ihr Kommentar lässt auf die fragmentierte Entwicklung schließen und darauf, dass eher in den postmaterialistischen Milieus Angebote und Einrichtungen aus grundlegender ethischer Überzeugung erfolgen. Wie es aber für jede Entwicklung auch als üblich anzunehmen ist, wächst mit steigender Nachfrage auch das Angebot.

Weiterhin gewährt sie Einblicke zu ihren Anfangszeiten vor zwölf Jahren, als sie vegan wurde und anfang, ihren neugeborenen Sohn vegan zu ernähren.

Als ich vegan wurde, habe ich die ersten paar Leute getroffen, aber zu der Zeit gab es sehr wenige Veganer. Wir haben damals so vegane Picknicke organisiert und waren damals nur etwa 10 Leute. (Ayça)

Über die damalige Verfügbarkeit von veganen Produkten ergänzt sie:

[...] Jetzt nehme ich an nichts mehr teil. Mittlerweile ist die Community groß genug. Es gab auch keine Produkte damals, als ich zum ersten Mal vegan wurde; es gab nicht einmal Tofu in der Türkei. (Ayça)

Auch Tarkan blickt zurück auf das, was sich bisher schon getan hat, und berichtet über die Entwicklung seines Geschäfts und darüber, wie sich die Produktauswahl vergrößert hat und wie schnell die Entwicklung stattgefunden hat.

Das möchte ich auch noch gerade teilen, weil es für mich wirklich eine unglaubliche Erfahrung ist. Von Zeiten, zu denen es überhaupt keine veganen Produkte gab, nur Textur-Sojaprotein, Sojamilch, und Tofu, den man nur sehr schwer finden konnte, sind wir an den heutigen Punkt gekommen. Ich spreche von den Jahren 2008-2010. Schauen Sie sich jetzt einfach den Kühlschrank an, er ist randvoll mit Produkten, und sie werden alle in der Türkei hergestellt. [...] Weil wir hier früher keine veganen Produkte hatten, hatten wir einen kleinen Kühlschrank. Und dort haben wir selbst die Produkte reingetan, die nicht im Kühlschrank aufbewahrt werden mussten, weil der Kühlschrank gefüllt werden musste. Selbst Produkte, die keine Kühlung benötigten, landeten im Kühlschrank. Jetzt ist der Kühlschrank voll und reicht nicht aus, und das ist sogar ein großer Kühlschrank. (Tarkan)

Weiterhin relativiert er die Entwicklung und hebt dennoch hervor, welch großen ernstzunehmenden Fortschritt es für ein Land wie die Türkei darstellt und zeigt sich sehr zuversichtlich für die zukünftig Entwicklung. Er gibt einen positiven Ausblick in die Zukunft:

Natürlich ist der Laden klein, aber die Auswahl ist groß. [...] Vielleicht ist es im Vergleich zum Rest der Welt ein kleines Unternehmen, aber für die Türkei ist das eine ernstzunehmende Entwicklung. Die Vielfalt der Produkte hat zugenommen, und es gibt fast nichts mehr, was es in der Türkei nicht gibt. Früher gab es zum

Beispiel keine Käsealternativen, jetzt gibt es eine Vielzahl von pflanzlichen Käsesorten. Es gibt sogar von Hand hergestellte Käsealternativen. Das hat echt alles zugenommen und wird in den kommenden Jahren in der Türkei weiter zunehmen. Wenn ich mich an die Anfangszeiten erinnere, denke ich an diesen großen Fortschritt und freue mich sehr! (Tarkan)

Einen äußerst wertvollen und intimen Einblick hinter die Fassade der allmählichen Entwicklung gibt folgender Ausschnitt aus einem Interview. Er unterstreicht insbesondere den Wert der Experteninterviews, da durch diese anekdotisch ein tiefgehender Einblick in die frühen Anfänge des Veganismus in der Türkei gewonnen wird und es sich um Informationen handelt, die ohne persönliche Gespräche nicht zu erhalten wären. So erklärt Sait:

[...] Eigentlich bin ich nicht der Erste mit einem veganen Geschäft. Der erste war ein alter Freund, Victor Ananias hieß er, ich habe ihn erst viel später kennengelernt. Haben Sie vom Buğday Derneği [Getreide Verein] gehört? Haben Sie von den TaTuTa Farmen gehört? Victor war der Gründer dieser und hat echt eine interessante Geschichte. Sein Vater ist ein chilenischer Zahnarzt, seine Mutter ist Türkin und Victor wurde bereits als Veganer geboren. Leider haben wir ihn verloren, denn er ist an einer Kohlenmonoxidvergiftung gestorben. Victor hatte in Bodrum im Jahr 1994 für einige Monate ein veganes Restaurant betrieben. Damals hatte ich keine Ahnung von Veganismus, ehrlich gesagt nicht einmal von Vegetarismus. Ein anderer Freund von Greenpeace hat mir das neulich wieder erzählt. Victor hatte eben vor vielen Jahren dieses vegane Restaurant in Bodrum. Niemand wusste, dass es vegan war, aber im Grunde war dieses das erste. Also seine Geschichte war so:

Victors Mutter bekommt einen sehr schlimmen Krebs und ihr Zustand verschlechtert sich mit den modernen medizinischen Methoden. Und als also ihre gesundheitliche Situation mit Chemotherapie, Strahlentherapie usw. schlechter wird, rät ihr ein ayurvedischer Arzt in der Schweiz: "Ich kann dich behandeln, aber du musst vegan leben. Unter dieser Bedingung kannst du heilen, sonst nicht." Die Frau musste sich quasi überzeugen lassen, weil es um Leben und Tod geht, und so wird sie damals vegan. Victors Mutter lebt übrigens heute noch in Fethiye.

Also wurde sie damals vegan und erholte sich. Dann wird sie schwanger mit Victor. Deshalb war Victor wirklich von Geburt an 100% vegan. Er war eine sehr aktive Person. (Sait)

Diese Geschichte zeigt, dass bereits vor 30 Jahren auch in der Türkei Anfänge des Veganismus sich langsam entwickelten, damals aber noch kaum zu jemand Information und Informationszugang dieser Lebensweise hatte. Sait erzählt weiterhin über die Persönlichkeit seines Freundes Victors und hebt vor allem seinen sozioökonomischen und kulturellen Hintergrund hervor. Es lässt sich erkennen wie schon zu einer so weit zurückliegenden Zeit es vereinzelt Menschen mit postmaterialistischen Gedanken gab, die sich Gedanken zu sich selbst der Umwelt, ihrer Rolle im Zusammenleben mit anderen Menschen auf der Erde machen. So ist auch davon auszugehen, dass es weiterhin Anhänger mit postmaterialistischen Werten und Einstellungen sein werden, die sich für einen veganen Lebensstil entscheiden.

Er war z. B. einer derjenigen, die in der Türkei viele Dinge zum ersten Mal gemacht haben, ein Pionier. Das Buğday Derneği hat wirklich viel zur ökologischen Lebensweise in der Türkei beigetragen. Sie veröffentlichten auch eine Zeitschrift namens Buğday Zeitschrift. Das Buğday Derneği ist als Verein immer noch aktiv. Victor hat auch die Organisation der TaTuTa-Farmen gemacht. Er hat auch die Organisation der ökologischen Landwirtschaft gemacht. Wir nennen es Bio-Landwirtschaft, aber ich glaube, dass ökologische Landwirtschaft richtig ist, ich finde bio nicht richtig. Es war auch Victor, der in der Türkei die Bio-Märkte organisiert hat. Er hatte eine außergewöhnliche, unkonventionelle Persönlichkeit. 1994, als er sein Geschäft eröffnete, war er Anfang 20 ungefähr, so in meinem Alter. Natürlich spielen da bei uns beiden auch kulturelle Unterschiede eine Rolle. Sein kultureller und sozioökonomischer Hintergrund ist ein anderer, während wir hier vom Dorf aus einer anderen sozioökonomischen Umgebung kommen. Wir wurden buchstäblich in Gottes Bergdorf geboren. Als ich ein Kind war, hatten wir nicht einmal Strom in unserem Dorf, kannst du dir das vorstellen? Wir haben mit Gaslampen gearbeitet usw. Es gibt also kulturelle Unterschiede, Technologie und die Aspekte, die die Familie mit sich bringt.

Bei ihm war das ja so: Seine Mutter war vegan, sein Vater Zahnarzt und auch Ahnung vom Veganismus, lebt sogar ebenfalls vegan. Zum Beispiel lebt mein Vater jetzt vielleicht auch vegan, aber ich weiß es nicht. Ich weiß jedoch, dass er nach dem Gesundheitsprozess meiner Mutter auch vegan geworden ist. Dann kam mein Mahatma Café. Etwa einen Monat oder anderthalb Monate später eröffnete Community Kitchen. Die Betreiberin von Community Kitchen, Oya, ist eigentlich vegan, musste aber vegetarisch betreiben, weil sie das Lokal im Untergeschoss eines Hotels führte. Für die Kunden betrieb sie es also vegetarisch, aber sie selbst war vegan und organisierte vegane Veranstaltungen. Es gab vegane Treffen, bei denen jeder sein Essen mitbrachte und so weiter. Das war jetzt ein kleiner Auszug und ein paar historische, chronologische Details. Ein paar Monate später öffnete das Restaurant Bir Nevi Deli. (Sait)

5.6. AUSBLICK UND PROGNOSE FÜR WEITERE ENTWICKLUNG

In Bezug auf die weitere Entwicklung des Veganismus in Istanbul geht aus der empirischen Untersuchung eindeutig hervor, dass sich die Bewegung weiterhin entwickeln wird.

Die Interviewpartner sind sich einig, dass Nachfrage und Angebot steigen werden. Die Betreiberin des Restaurants Vegan Istanbul berichtet über das wachsende Angebot im Istanbul Einzelhandel und hebt besonders hervor, dass mittlerweile sogar in Discountern vegane Produkte zu finden sind.

Ich denke, es nimmt zu. Sie kennen ja die Discounter wie Bim, Şok, A101, und jetzt gibt es dort z. B. auch pflanzliche Milchprodukte in diesen Läden. Das bedeutet, es gibt Nachfrage, und wenn es Nachfrage gibt, gibt es auch Angebot. Das entwickelt sich schon. [...] Mittlerweile gibt es überall vegane Auswahl, auch bei Star bucks usw., überall. (Havva)

Des Weiteren fügt sie hinzu, dass man mittlerweile nicht mehr nur importierte Marken zur Auswahl hat, sondern auch türkische Marken Einzug in den Markt halten und schildert das Wachstum von einst kleinen türkischen veganen Eigenmarken und Startups.

Am Anfang konnte man Alpro (ausländische Marke) selbst in großen Supermärkten nur schwer finden. Aber jetzt ist es so, dass auch wenn es mal kein Alpro gibt, hat man Nilky und andere Optionen. Sogar lokale Produktionen gibt es. Seit einem Jahr stellt eine Freundin von uns dank der Unterstützung, die es für junge Unternehmer gibt, veganen Ayran her. Trakya macht veganen Joghurt und veganen Käse. Veggie gibt es auch, die gibt es so lange ich denken kann. Die haben uns am Anfang sehr unterstützt. (Havva)

Auch Tarkan, der Betreiber des ersten veganen Lebensmittelgeschäfts Vegan Dükkan und des Restaurants Vegan Dükkan Lokantası fügt diesbezüglich für Restaurants und die Gastronomie hinzu:

Ja es öffnen immer mehr. Ich denke, es findet eine Veränderung statt. Die meisten Restaurants haben mittlerweile vegane Auswahl auf ihren Karten. Das ist sehr wichtig. (Tarkan)

Über das generelle Wachstum der veganen Bewegung in Istanbul äußert sich selbiger Gesprächspartner wie folgt:

Klar, Istanbul ist wie ein Zentrum. Es gibt die Veganismus-Bewegung auch in anderen Städten. Abgesehen von Ankara und Izmir auch in kleineren Städten, aber dort sind das eher kleine Gemeinschaften, wo Menschen mit einem gewissenhaften Bewusstsein, die die Realität erkennen, nehmen zu, aber das geschieht langsam. (Tarkan)

In Istanbul gehe alles sehr schnell und intensiv. Zusätzlich erwähnt er die vergleichsweise langsamere Entwicklung in kleineren Städten der Türkei.

Auch Ayça thematisiert, dass sich die Bewegung in der Türkei weiterhin verbreiten wird. Hinzu fügt sie einen Vergleich zu westeuropäischen Ländern, in denen sich der Veganismus rapider ausbreitet. Im Einklang damit ist auf die Studien des Sinus-Milieus zu verweisen, welches aufzeigt, dass sich soziale Bewegungen in Schwellenländern später entwickeln (Sinus-Institut, 2023).

Aktuell ist es noch mehr eine Nische und ein Trend, aber Veganismus wird sich noch weiter verbreiten, dank der sozialen Medien vor allem. (Ayça)

Sie ergänzt:

[...] aber es wird hier niemals wie in Deutschland oder Berlin sein. (Ayça)

Sait teilt die Überzeugung, dass die vegane Bewegung weiterhin wachsen wird und ein zunehmendes Bewusstsein bei immer mehr Menschen wecken wird ebenfalls. Auch er erwähnt die Geschwindigkeit dieses Wandels. Im Verlauf des Interviews betont er jedoch selbst, dass seine Betrachtung die umfassende Entwicklung in Istanbul und in der gesamten Türkei einschließt. Die vorliegende Forschung konzentriert sich auf die Entwicklung in spezifischen Milieus Istanbuls. Hier ist nach ausgiebiger Recherche und auf Basis der gesammelten Daten ein signifikantes Wachstum zu verzeichnen.

Ja, das war immer so. Es gibt auch in diesem Zusammenhang andere Beispiele. Vegetarismus wurde eine Zeit lang mal als extrem angesehen, der Widerstand gegen die Sklaverei war mal extrem, Christ zu sein war einmal extrem, Muslim zu sein war einmal extrem, alles war einmal extrem. Aber das wird sich hoffentlich ändern. Wie schnell sich das ändern wird, hängt von unserem Einsatz ab. Der Prozess bewegt sich in diese Richtung. Es könnten 150 Jahre dauern oder auch 20 Jahre. Die Bemühungen der Menschen mit solch einem Lebensstil bestimmen die Lücke zwischen 20 und 150 Jahren. Wie lang oder kurz dieser Zeitraum jetzt sein wird, hängt von den Denkweisen und damit verbundenen Taten ab. (Sait)

Zukünftige Pläne und Vorhaben

Ausschnitte aus den Gesprächen zeigen weitere Vorhaben und Pläne, um den Veganismus weiter zu etablieren und weisen unverkennbar auf den weiteren Fortschritt der Bewegung hin.

Sait, welcher sein Café Mahatma in Kadıköy, Yeldeğirmeni mittlerweile seit fast zehn Jahren betreibt, erzählt von der jahrelangen harten Arbeit und den Anfängen, als Veganismus, selbst in den liberaleren Vierteln noch kaum bekannt war. Zur Frage, wie er sich die nahe Zukunft vorstelle, erzählt er von seinen Überlegungen, sich der Gastronomie abzuwenden und sich stattdessen vermehrt in die Aktivismus-Richtung zu bewegen. Er bekundet, er wolle näher am Veganismus an sich sein als an den Veganern, als Kunden.

Er sei mit seinen Bemühungen für die Bewegung zufrieden und sehe seine Bestimmung jetzt an anderer Stelle:

Das Geschäft läuft jetzt sowieso, die Leute wissen jetzt Bescheid, haben Bildung und Informationen diesbezüglich erhalten. Die Türkei ist mittlerweile an einem weiter fortgeschrittenen Punkt. Es könnte jetzt auch ohne mich weitergehen. Und ich habe meine Ideen nicht aufgegeben, ich möchte immer noch etwas mit Veganismus machen, aber ich möchte auch mich ein wenig entlasten. Wenn es doch etwas gibt, wo ich produktiver sein kann... (Sait)

Emre, der Gründer und Betreiber der führenden Franchise-Kette Veganarsist, teilt mit, dass er kürzlich zwei neue Filialen außerhalb Istanbul eröffnet hat, darunter eine auf der Balkanseite der Stadt, in einem Stadtteil, der weniger typischerweise als liberal gilt. Er gibt außerdem Einblicke in seine Pläne, landesweit so weit wie möglich präsent zu sein, um den Veganismus weiter zu verbreiten und bei den Menschen bekannt zu machen. Hier lässt sich mit großer Sicherheit die weiterhin rasche Ausbreitung der veganen Bewegung in Istanbul (und sogar landesweit) erahnen.

Was wir gerade tun: Wir wollen überall in der Türkei ein Veganarsist haben. Auch wenn es klein ist, versuchen wir in allen 81 Provinz und allen Bezirken vertreten zu sein. Wir haben gerade den siebten Laden eröffnet, der achte wird bald eröffnet. Aber wir gehen natürlich konzeptionell vor. Klar, es ist am Anfang wichtig, an Orten zu eröffnen, an denen Nachfrage und Bedarf bestehen. Denn unsere Franchisepartner, die an den jeweiligen Orten eröffnen, haben schließlich finanzielle Mittel, Träume, Mühen und Bemühungen in die Filialen hineingesteckt. Es ist wichtig, an Orten zu eröffnen, die leicht erreichbar sind, an denen Menschen bequem einkaufen können und die als das Zentrum der jeweiligen Region betrachtet werden können. Zum Beispiel hatten wir in Kadıköy einen Laden, dann haben wir in Bostancı einen Standort eröffnet. Kadıköy ging ohnehin bis Caddebostan und Erenköy und hat diese Orte miteingeschlossen. Aber weil es weit weg war, haben wir gesagt, dass für den Bereich nach Erenköy Ethem Efendi Caddesi, Maltepe und Küçükyalı eine weitere Filiale eröffnet werden soll. Für dieses Gebiet haben wir in der Mitte von Bostancı eröffnet. Suadiye, Caddebostan, um so die umliegenden Regionen zu bedienen. Dann für

den Bereich Bakırköy, weil es dort viel Nachfrage gibt, haben wir in Bahçelievler eröffnet. [...] Es gibt Nachfrage in Balat, in Levent, Aber wir haben uns überlegt, dass wir klein erstmal anfangen und die Region uns langsam erschließen und nicht gleich als Restaurant mit Sitzmöglichkeiten eröffnet. (Emre)

Er berichtet davon, wie sie sich auch in jüngster Vergangenheit in den meisten Fällen mit einer kleinen Take-Away-Filiale nach und nach vorgetastet haben und sich mit wachsender Nachfrage allmählich den Markt erschlossen haben. So prognostiziert Emre ebenfalls allmählich wachsende Nachfrage auch außerhalb der liberalen Stadtteile wie Kadıköy. Es gebe Nachfrage, diese müsse nur „aktiviert“ werden. Dies zeigt die rapide Entwicklung und auch die Aussicht auf die rapide Entwicklung der veganen Bewegung.

Auch Tarkan, der Betreiber des ersten veganen Lebensmittelgeschäfts „Vegan Dükkan“ eröffnete vor weniger als anderthalb Jahren ein gleichnamiges Restaurant und berichtet von guten stetig steigenden Geschäften und wachsender Nachfrage und sieht positiv in die Zukunft.

Havva, die Betreiberin des kleinen Lokals Vegan Istanbul, berichtet von Plänen, die zwar noch nicht konkret sind, welche sie dennoch im Hinterkopf habe und ein so bisher noch nicht bestehendes Konzept für die vegane Gastronomie wären.

Ich wollte eine Filiale in Galata eröffnen, dort wollte ich Wein servieren. Das war mein Ziel, als ich diesen Laden hier eröffnete. Vegane Käsesorten und dazu Wein. Manchmal mache ich das für meine Freunde, aber hier gibt es eine Moschee und Ader Ausschank von Alkohol ist verboten. Ich würde gerne ein Ladenlokal in Galata haben, aber die Mieten sind sehr hoch. Ich könnte die Käsesorten selbst herstellen, wenn das wirklich klappen würde. Ich würde Cashew-Käse und sowas machen, aber leider ist das, was ich aktuell zum Veganismus beitragen, mein jetziger Laden hier. Und es ist auch teurer dort. Wenn ich jetzt oben auf der Straße ein Ladenlokal haben möchte, würde ich dort 90.000€ zahlen müssen und hier zahle ich 20.000€ Miete. Das würde bedeuten, dass ich das Gericht, das ich für 95€ verkaufe, für 180€ verkaufen müsste. Das möchte ich auch nicht. (Havva)

Aus diesen Beiträgen wird deutlich, wie die Bewegung in Aktion ist und sich stets „etwas in den Köpfen der Menschen tut“.

6 FAZIT

Diese Arbeit ging der Frage nach, inwiefern, gemessen am Veganismus als Indikator, in bestimmten Milieus in der türkischen Gesellschaft postmaterialistische Werte als Lebensgrundlage Einzug halten. Dabei wurde als möglich angenommen, da Istanbul als ein sozial fragmentierter Stadtraum betrachtet werden kann, dass infolgedessen es wahrscheinlich ist, dass ganz bestimmte Stadtteile beziehungsweise soziale Milieus als Wegbereiter für postmaterialistische Lebensstile hervortreten.

Der weltweite gesellschaftliche Wertewandel wird über einen Zeitraum von mehreren Jahrzehnten erforscht und untersucht insbesondere, wie sich in modernen Gesellschaften, Lebensstile von einer materialistischen zu einer postmaterialistischen Orientierung entwickeln. Der Veganismus, als soziale Bewegung und repräsentativer Lebensstil postmaterialistischer Milieus, hat sich in den letzten Jahrzehnten als fest etabliertes Element im gesellschaftlichen Diskurs positioniert, insbesondere in westlichen Gesellschaften.

Der vegane Lebensstil als Forschungsgegenstand, welcher durch das Gewinnen von umfassenden Einblicken in die Lebensweise vegan Lebender Menschen, auf Mikroebene untersucht wurde, um auf Makroebene einen gesellschaftlichen Wertewandel innerhalb der türkischen Gesellschaft zu indizieren, stellte sich insbesondere im Forschungsfeld Istanbul als besonders aufschlussreich heraus.

So bietet die Untersuchung der veganen Lebensweise in Istanbul, einer Stadt im Land einer Nation, deren Gesellschaft historisch tendenziell konservative Werte pflegt, eine erkenntnisreiche Perspektive. Denn vor dem Hintergrund, dass Istanbul als kosmopolitische Metropole in einem Spannungsfeld zwischen Tradition und Moderne steht, zeigt die Arbeit den Veganismus als Indikator für den Aufbruch zu neuen sozialen Strömungen im sich wandelnden soziokulturellen Kontext.

Insbesondere seit 2014 verzeichnet sich ein Anstieg von rein veganen Restaurants, Cafés und Lebensmittelgeschäften sowie gastronomischen Einrichtungen mit veganen Optionen. Die wachsende Nachfrage zeigt sich deutlich in Expansionen und einem verstärkten Angebot in Supermärkten, insbesondere bei ausländischen Ketten und lokalen Discountern. Interesse an veganen Produkten zeigt sich ebenfalls in den Sektoren

Kosmetik und Bekleidung. Die verstärkte mediale Präsenz verdeutlicht die wachsende Bedeutung des veganen Lebensstils in Istanbul. Immer mehr Menschen interessieren sich für diesen oder treffen die Entscheidung, diesen Lebensstil zu verfolgen.

Es lässt sich feststellen, dass trotz des globalen Anstiegs von Vegetariern und Veganern, insbesondere in westlich geprägten Kulturräumen, das Thema veganer Lebensstil in der Türkei ein vergleichsweise junges und bisher wenig wissenschaftlich erforschtes Gebiet darstellt. Vor allem aus sozialwissenschaftlicher Perspektive gibt es noch wenig Forschung und so ist die Mehrheit der Arbeiten den Gesundheits- und Ernährungswissenschaften, der Gastronomie, dem Tourismus, der Lebensmittelkunde und dem Ingenieurwesen zu zuordnen. Es hat sich gezeigt, dass trotz des wachsenden Interesses an veganen Themen noch erheblichen Forschungsbedarf gibt, insbesondere im Kontext sozialwissenschaftlicher Untersuchungen zum veganen Lebensstil in der Türkei.

Die Analyse offenbarte, dass sich in liberalen Milieus der türkischen Gesellschaft postmaterialistische Werte als grundlegende Lebenshaltung entwickeln, obwohl die Türkei als ein Entwicklungsland gilt, in dem soziale Bewegungen traditionell später entstehen.

Es ist bedeutsam, dass in einer konservativen Gesellschaft, die oft traditionelle kulinarische Praktiken hochhält, der Veganismus als zeitgenössischer Lebensstil zunehmend an Bedeutung gewinnt. Die Arbeit hat aufgezeigt, wie, basierend auf persönlichen Wertevorstellungen, individuelle Entscheidungen Themen für Tierrecht, Umwelt- und Gesundheitsfragen mehr Achtsamkeit zu Schenken und im persönlichen Leben vermehrt Bedeutung beizumessen, auf Makroebene auf einen gesellschaftlichen Wandel von Wertvorstellungen verweisen.

Die überwiegende Motivation der Befragten und ihrer Kunden für eine vegane Lebensweise liegt in ethischen Überlegungen. Viele sind von einer vegetarischen Ernährung aus ethischen Gründen zu veganem Lebensstil übergegangen. Sogar ursprünglich gesundheitsorientierte Ansätze haben sich aufgrund ethischer Werte gewandelt. Die Aussagen der Befragten verdeutlichen, dass durch intensive Selbstreflexion Werte und ethische Überzeugungen bezüglich Umwelt, Tierwohl und Identität überdacht wurden. Der Fokus liegt dabei auf höheren Bestrebungen, sowohl im individuellen Leben als auch im sozialen Kontext. Ziel ist es, Veganismus als soziale

Bewegung zu etablieren und ein Leben ohne Tierleid zu fördern, im Rahmen eines harmonischen Zusammenlebens von Mensch und Tier auf dem Planeten. Die Arbeit macht deutlich, dass der Veganismus in Istanbul tiefe ethische Überzeugungen manifestiert, welche in Theorieteil erläutert wurden und inwiefern diese die Basis für einen (postmaterialistischen) Lebensstil bilden.

Neben ethischen Überlegungen gibt es weitere Anreize für eine pflanzliche oder vegane Ernährung und Lebensweise, insbesondere im Bereich des Umweltbewusstseins, der Nachhaltigkeit und der Gesundheit. Obwohl Ethik als Hauptmotivation heraussticht, zeigt sich auch, dass einige Menschen über den Gesundheitsaspekt den Weg zur pflanzenbasierten Ernährung finden. Die Umwelt spielt ebenfalls eine bedeutende Rolle, jedoch bleibt die essenzielle Motivation für Veganismus in ethischen und moralischen Überzeugungen verwurzelt, selbst wenn der Einstieg über andere Gründe erfolgte.

Die empirische Forschung zeigt, dass Veganismus nicht etwa lediglich eine Ernährungsweise ist; es handelt sich um eine umfassende Lebenseinstellung, bei der die Ernährung lediglich ein Teilaspekt ist. So ist zu betonen, dass eine rein pflanzliche Ernährung aus gesundheitlichen Gründen nicht zwangsläufig mit einer veganen, ethisch motivierten Lebensweise gleichzusetzen ist.

Die überwiegende Mehrheit der Anhänger des veganen Lebensstils ist in postmaterialistisch geprägten Milieus anzutreffen, was in Einklang mit ihren zugrunde liegenden Werten steht. Dies spiegelt sich in ihrer verstärkten Aufmerksamkeit für Tierrechte und Umweltschutz, bewussten Konsum, Verpackungsvermeidung und einem erhöhten Maß an Aktivismusgedanken wider. Diese Merkmale verdeutlichen die inneren Überzeugungen und postmaterialistischen Werte, die den veganen Lebensstil prägen.

Die Interviews verdeutlichen eindeutig, dass die junge Generation eine treibende Kraft hinter der veganen Bewegung Istanbul ist. Die Interviewpartner berichten von einer auffällig jungen Kundschaft. Zudem betonen die Interviewpartner die Jugend als Hoffnungsträger für den Veganismus und andere Gerechtigkeitsbewegungen. Sie hegen die Erwartung und den Glauben an eine positive Entwicklung und gesellschaftliche Verbesserungen, verbunden mit einem bewussteren Leben im Einklang mit Tier, Mensch und Umwelt. Die Gespräche ergaben, dass davon auszugehen ist, dass die junge und

mittlere Generation ist, die den Veganismus sowie ähnliche Bewegungen vorantreiben wird.

In den Interviews zeigt sich, dass marginalisierte Gruppen, wie Frauen und insbesondere die LGBTQ-Gemeinschaft, eine herausragende Rolle in der veganen Bewegung Istanbuls spielen. Dies ist auf Basis der Interviews auf eine Korrelation zwischen eigener Benachteiligung und dadurch erhöhter Empathie für andere Lebewesen zurückzuführen.

Die Anfertigung einer Kartografie hat zusätzlich ergeben, dass die Entwicklung der veganen Bewegung im Stadtraum nicht einheitlich verläuft. Stattdessen sind bestimmte Stadtteile besonders herausragend, da sie ein signifikant hohes Vorkommen veganer Einrichtungen aufweisen. Des Weiteren können sich selbst innerhalb dieser Stadtteile Unterschiede in der Verbreitung der veganen Angebote erkennen lassen. Die weitere Untersuchung verdeutlicht, dass Stadtteile wie Kadıköy und Besiktas, geprägt durch ihre Nähe zu Universitäten, ihre modernen Einwohner, die hohe Anzahl von Studenten und einen hohen Bildungsstand, als liberale Viertel mit einem fortschrittlichen soziokulturellen Hintergrund fungieren. All diese Elemente dienen als Indikatoren, die auf eine höhere Akzeptanz und Verbreitung des Veganismus hindeuten. Es hat sich deutlich gezeigt, dass am Beispiel des Veganismus eindeutige Cluster in der Stadt zu erkennen sind, welche sowohl im Theorie- als auch im Auswertungsteil erläutert wurden, und dass diese Ausprägung nicht mit Wohlstand korreliert.

Dennoch ist es bemerkenswert, dass sich aus den Interviews konsistent ergibt, dass die vegane Kundschaft häufig nicht aus den liberalen Vierteln stammt oder dass die geographische Lage ihrer bevorzugten veganen Einrichtung für sie keine entscheidende Rolle spielt. Hier wird ihre tief verwurzelte Überzeugung betont, und es wird deutlich, dass ihre Einkaufsentscheidungen nicht zufällig getroffen werden. Die zunehmende Vielfalt im Angebot kann als einhergehend mit der dadurch steigenden Neugier der veganen Kundschaft gesehen werden, was dazu führt, dass sie bereit sind, auch längere Strecken zurückzulegen. Dennoch ist die Wahrscheinlichkeit für einen gut laufenden Betrieb in den genannten liberalen Stadtteilen höher, weshalb dort vermehrt Geschäfte angesiedelt werden.

Ebenfalls zu erwähnen ist die führende vegane Franchisekette "Veganarsist" (mit acht Standorten, sechs davon in Istanbul), welche eine entscheidende Rolle spielt und eine

gesteigerte Nachfrage, selbst aus entfernten Gebieten generiert. Durch das gewachsene Vertrauen zur Marke besteht die Möglichkeit, auch in konservativeren Stadtteilen Franchisefilialen zu etablieren. Emre, der Eigentümer, betont, dass die Bekanntheit der Marke den geografischen Standort an Bedeutung verlieren lässt, was die Etablierung neuer Filialen erleichtert. Für zukünftige Forschungen wäre es vielversprechend zu analysieren, inwiefern sich Angebot und Nachfrage nach Veganismus in konservativeren Stadtteilen entwickelt und was mögliche Unterschiede und Erkenntnisse zu dieser Forschung sein könnten. Vor allem vor dem Hintergrund der sich rapide ausbreitenden Franchisekette, wäre es aufschlussreich zu erforschen, inwiefern die Markenbekanntheit mit wachsendem Interesse für den Konsum veganer Produkte korreliert. Des Weiteren stellt eine interessante Fragestellung dar, zu untersuchen, inwiefern sich die vegane Bewegung auch in anderen Großstädten der Türkei entwickelt und mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu beleuchten. Wie der befragte Inhaber der Franchisekette, welcher vor kurzem jeweils eine neue Filiale in den türkischen Städten Izmir und Ankara eröffnete, erläutert, sieht er vielversprechende Wachstumschancen und spricht von sich einem dynamischen Markt auch in diesen Städten. Weitere Forschung könnte Aufschluss über eine ebenfalls starke Fragmentierung der Städte geben. So ist davon auszugehen, dass es Stadtteile mit ähnlichen Struktur- und bevölkerungsmerkmalen wie in Istanbul sein werden, welche die Bewegung vorantreiben und dies weiterhin tun werden.

Die Interviews und Informationen der Befragten deuten darauf hin, dass die Veganismusbewegung in Istanbul vor etwa zehn Jahren, rund um 2014-2015, ihren signifikanten Aufschwung erlebte. Die Befragten berichten einstimmig, dass Veganismus zu den besagten Jahren die Bewegung in Istanbul wenig verbreitet war. Die Gespräche deuten erneut auf einen Wertewandel in den liberalen Milieus der Istanbuler Gesellschaft hin. Es haben sich bereits verstärkt postmaterialistische Denkweisen mit einem Fokus auf bewussten Konsum, Umweltschutz, Tierschutz und soziale Verantwortung entwickelt.

Hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung des Veganismus in Istanbul zeigt die empirische Untersuchung, dass die Bewegung weiterhin Fortschritte verzeichnen wird. Die befragten Personen sind sich einig, dass sowohl die Nachfrage und damit einhergehend das Angebot zunehmen werden. Insbesondere wird auf das wachsende Sortiment im Istanbuler Einzelhandel eingegangen, wobei betont wird, dass sogar in

Discountern mittlerweile vegane Produkte erhältlich sind. Zudem wurde festgestellt, dass im Vergleich zu früher nun auch türkische Marken präsent sind und vermehrt lokale Eigenmarken sowie Start-ups auf dem Markt erscheinen. Es wird erwartet, dass sich diese Entwicklung noch schneller fortsetzen wird.

Auch Zukunftspläne der meisten Interviewpartner zielen darauf ab, den Veganismus auf verschiedenen Ebenen weiter zu etablieren. So plant einer der Gesprächspartner sich stärker dem Aktivismus zu widmen und sich von der Gastronomie abzuwenden, da er näher am Veganismus sein möchte und seine Bestimmung nun in anderen Bereichen sehe. Auch weitere Gastronomie-Eröffnungspläne wurden in Erfahrung gebracht.

Die Untersuchung dieses Spannungsverhältnisses zwischen konservativen Werten und dem Aufkommen einer postmaterialistischen veganen Lebensweise in Istanbul, kann abschließend als eine wertvolle Erkenntnis gesehen werden, darüber, wie Gesellschaften in Entwicklungsländern mit globalen sozialen Veränderungen umgehen und wie der Veganismus als kultureller Spiegel dieser Entwicklungen fungiert.

Zusammenfassend lässt sich konkret festhalten, dass wie im Methodenteil und auch im gesamten Auswertungsteil herausgearbeitet wurde, es sich bei den Hauptmerkmalen der Milieus um solche handelt, die vor allem für ihre liberale und tolerante Bevölkerung, welche offen für Veränderungen ist, bekannt ist. Insbesondere die junge Generation und Studenten haben sich als Vorreiter der Bewegung herausgestellt. Es hat sich gezeigt, dass diese ein großes Interesse für postmaterialistische Themen wie Tierrechte, Umweltschutz, nachhaltigen Konsum etc. aufweist und so sehr wahrscheinlich die Bewegung auch beschleunigen könnten. Für weitere Forschung wäre es interessant zu sehen, inwiefern sich der Veganismus mit der Bewegung in anderen Großstädten ähnelt und, ob die starke Fragmentierung mit der anderer Städte vergleichbar ist. Dabei lässt sich vermuten, dass in ähnlichen Metropolen, ähnliche aufgestellte Viertel Vorreiter sein werden.

Reflektierend zur angewandten Forschungsmethode soll Folgendes festgehalten werden: In der vorliegenden Arbeit wurde sich bewusst auf die Perspektive der Einrichtungsinhaber über die vegane Bewegung in Istanbul konzentriert. Ergänzend wäre es in Zukunft von Interesse und vielversprechend ebenfalls die Kundenseite zu beleuchten. So wäre eine direkte Befragung der Kundschaft aufschlussreich, um ihre individuellen Lebensgeschichten zu erfassen und Einblicke in die Rolle des Veganismus

in ihrem Leben sowie ihre Motivationen für den Besuch von veganen Einrichtungen und die Nachfrage nach veganen Produkten zu gewinnen. Diese Methode hätte den Umfang dieser Arbeit allerdings überschritten.

Quellen- und Literaturverzeichnis

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Altaş, A. (2017). Vegetarianism and Veganism: Current Situation in Turkey in the Light of Examples in the World. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 403-421.
- Barth, B. e. (2018). *Praxis der Sinus-Milieus*. Wiesbaden: Springer.
- Bourdieu, P. (1983). *Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital*. In: Kreckel, Reinhard (Hg.): *Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt: Sonderheft 2* (S. 183-198). Göttingen: Otto Schwarz.
- Bozkurt, V. (2018). Values in Turkey. In H. K. Öztürk, *The Modernizing Process in Turkey* (S. 47-66). Nomos Verlagsgesellschaft.
- Bremer, H., & Lange-Vester, A. (2014). *Soziale Milieus und Wandel der Sozialstruktur*. Wiesbaden: Springer.
- Bryman, A. (2015). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Burzan, N. (2011). *Soziale Ungleichheit Eine Einführung in die zentralen Theorien*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Diaz-Bone, R. (2003). Milieumodelle und Milieustrumente in der Marktforschung. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, S. 365-380.
- Dombrowski, D. (2004). A very brief history of philosophical vegetarianism and its influence. In S. F. Sapontzis, *Food for thought. The debate over eating meat*. (S. 22-33). New York: Prometheus Books.
- Fazio, R. (1990). Multiple processes by which attitudes guide behavior. The MODE model as an integrative framework. In M. P. Zanna, *Advances in Experimental Social Psychology* (S. 75-109). New York: Academic Press.
- Geißler, R. (1996). *Klassen und Schichten im Schmelztiegel? Kontroversen um Begriffe, Theorien und Modelle*. In: *Die Sozialstruktur Deutschlands*. VS Verlag.
- Gietl, S. (2015). Fleischkonsum zwischen Ethnizität und Ethik – Das Beispiel Istanbul. In G. Hirschfelder, A. Ploeger, J. Rückert-John, & G. Schönberger, *Was der Mensch essen darf. Ökonomischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte* (S. 291-305). Wiesbaden: Springer.
- Grube, A. (2009). *Vegane Lebensstile. Diskutiert im Rahmen einer qualitativen/quantitativen Studie*. Stuttgart: ibidem.
- Gunnar, O. (2013). Lebensstile. In M. Steffen, & M. S. Nadine, *Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands* (S. 538-551). Wiesbaden: Springer.
- Haussleiter, J. (1935). *Der Vegetarismus in der Antike*. Berlin: Alfred Töpelmann.
- Hecker, P. (2014). A Clash of Lifestyles? Jugendliche Lebensstile im politischen Diskurs der Türkei. In J. Gertel & R. Ouaisa (Hrsg.) *Urbane Jugendbewegungen: Widerstand und Umbrüche in der Arabischen Welt* (326-351). Bielefeld: transcript.
- Hermann, D. (2004). Bilanz der empirischen Lebensstilforschung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, S. 153-179.
- Hradil, S. (1999). *Soziale Ungleichheit in Deutschland*. Opladen: Leske und Budrich.
- Hradil, S. (23. Oktober 2006). Soziale Milieus - eine praxisorientierte Forschungsperspektive. *Aus Politik und Zeitgeschichte*.
- Hradil, S. (2018). Milieu, soziales. In J. S. Kopp, *Grundbegriffe der Soziologie* (S. 319-322). Wiesbaden: Springer.

- Inglehart, R. (1995). *Public Support for Environmental Protection. Objective Problems and Subjective Values in 43 Societies*. In PS: Political Science and Politics. März 1995. S. 57-72
- Kalkandelen, Z. (2021). *Vegan Devrimi ve Hayvan Özgürlüğü*. Istanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kaplan, H. F. (2011). *Leichenschmaus: Ethische Gründe für eine vegetarische Ernährung*. Berlin, 3. Auflage: Books on Demand.
- Leitzmann, C. (2014). Vegetarian Nutrition: Past, Present, Future. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 496S-502S.
- Leitzmann, C. (2018). *Veganismus: Grundlagen, Vorteile, Risiken*. xxx: C.H.Beck.
- Maring, P. (2016). *Einführung in die qualitative Sozialforschung : eine Anleitung zu qualitativem Denken*. Weinheim, 6.Auflage: Beltz.
- Müller, H.-P. (2014). *Pierre Bourdieu: Eine systematische Einführung*. Berlin: Suhrkamp.
- NTV. (18. April 2017) https://www.ntv.com.tr/sanat/turkiyenin-ilk-vegan-festivali-didim-vegfest-29-30-nisanda,1k6jIhx7aEOZVvSbCnr_Qw/ [Abgerufen am 20.11.2023]
- Oesterdiekhoff, G. W. (2001). Soziale Strukturen, sozialer Wandel und Wertewandel. Das Theoriemodell von Ronald Inglehart in der Diskussion seiner Grundlagen. In G. W. Oesterdiekhoff, & N. Jegelka, *Werte und Wertewandel in westlichen Gesellschaften* (S. 41-54). Opladen: Springer.
- Otte, G. (2005). Hat die Lebensstilforschung eine Zukunft. *Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, S. 1–31.
- Otte, G., & Rössel, J. (2011). Lebensstile in der Soziologie. *Sonderheft 51 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, S. 7-34.
- Öztürk, B. H. (2020). *Inglehart'in Değer Dönüşüm Teorisi: Akademisyenler Üzerine Bir İnceleme*, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 78: 391-428
- Pollak, R. (2018). Soziale Schicht. In J. Kopp, & A. Steinbach, *Grundbegriffe der Soziologie* (S. 393-395). Wiesbaden: Springer.
- Pollak, R. (2018). Soziale Schicht. In J. Kopp, & A. Steinbach, *Grundbegriffe der Soziologie* (S. 393-395). Springer.
- Rössel, J. (2005). *Plurale Sozialstrukturanalyse. Eine Rekonstruktion der Grundbegriffe der Sozialstrukturanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulze, G. (1988). Alltagsästhetik und Lebenssituation. Eine Analyse kultureller Segmentierung in der Bundesrepublik Deutschland. *Soziale Welt*, S. 71-92.
- Schwarz, T. (2005). Veganismus und das Recht der Tiere. Historische und theoretische Grundlagen sowie ausgewählte Fallstudien mit Tierrechtlern bzw. Veganern aus musikorientierten Jugendszenen. In W. Breyvogel, *Eine Einführung in Jugendkulturen. Veganismus und Tattoos*. (S. 69-163). Wiesbaden: VS.
- Schwietring, T. (2020). *Was ist Gesellschaft? Einführung in soziologische Grundbegriffe*. utb GmbH.

- Singer, P. (1996). *Animal Liberation. Die Befreiung der Tiere*. Reinbeck.
- Sinus-Institut: <https://www.sinus-institut.de/> [Abgerufen am 23.8.2023]
- Stadtverwaltung Didim: <https://www.didim.bel.tr/etkinlik/13145/turkiyenin-ilk-vegan-festivali-didim-vegfest/> [Abgerufen am 12.10.2023]
- Tekiner, İ. H. (2021). Turkish Cuisine: A Planet- and Vegan-Friendly Food, Culture, and Folklore. *International Journal of Information Systems and Social Change*, 23-31.
- Thieme, F. (2016). Kaste, Stand, Klasse. In H. Korte, *Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie* (S. 222-243). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Tunçay, G. Y. (2016). *Veganism in terms of bioethics from different viewpoints*, Journal of Current Researches on Health Sector, 6 (1), 51-62.
- Türkischer Veganer und Vegetarier Verband: <https://tvd.org.tr/biz-kimiz/> [Abgerufen am 12.09.2023]
- Vegan Society: <https://www.vegansociety.com/about-us/history?fbclid=IwAR1IKpzqycXOHkjKK3NlpLk3vw0q6WrduH0Jp33UgRikJtT3He6l9gD62-4/> [Abgerufen am 21.07.2023]
- Walters, K. S., & Portmess, L. (1999). *Ethical Vegetarianism: From Pythagoras to Peter Singer*. State University of New York Press.
- Yeşil Gazete, Yıldırım, Z. (7. 10 2013). Vejetaryenlik bir tercih meselesi değil, bir zorunluluk. (E. Arıman, Interviewer): <https://yesilgazete.org/ebru-ariman-vejetaryenlik-bir-tercih-meselesi-degil-bir-zorunluluk/> [Aufgerufen am 13.12.2023]
- Yoldaş, Ö. B. & Yoldaş, Y. (2015) *Cultural Reflections of Value Changes in Turkey*. European Journal of Business and Social Sciences, (3), 66-72