

INTERVIEW: FELIX DENK

Küchengerätehersteller haben im Lockdown Rekordumsätze gemacht. Ein neuer Kühlschrank kann mich etwa warnen, wenn die Milch abläuft. Bin ich zu arglos, wenn ich das praktisch finde?

HENDRIK HAASE: Technik ist immer praktisch, wenn sie funktioniert. Und man darf sich freuen, wenn Algorithmen einem die Arbeit abnehmen. Es lohnt sich aber zu fragen, was passiert mit meinen Daten? Und ist der Kühlschrank so günstig, weil er viele Daten sammelt?

Ein Thermomix kann Rezeptvorschläge machen auf Basis dessen, was bei mir noch vorrätig ist. Wieso ist das ein Problem?

HAASE: Es ist nachvollziehbar für uns, wenn der Thermomix Rezepte empfiehlt aus Zutaten, die wir noch zu Hause haben könnten. Aber es gibt ganz viele Datenspuren, die wir gar nicht dem Essen zu rechnen würden. Da kommt die künstliche kulinarische Intelligenz ins Spiel, die aus unseren Lebensgewohnheiten lernt. Wenn wir mittags Suppe kochen, dann Babybrei, die Sonne scheint, und wir im Supermarkt nachgeschaut haben, ob es Sellerie gibt, dann kann sich der Mensch daraus keinen Reim machen, der Algorithmus aber schon. Die wissen teilweise mehr über mich als ich.

Wen interessiert das so brennend?

OLAF DEININGER: Viel mehr Firmen, als wir denken. Das ganze Einkaufen wandert gerade in die Küche. Wenn ich heute eine Supermarktkette wäre, dann würde ich versuchen, dort zu sein, wo die Menschen entscheiden, was sie essen.

HAASE: Daher kommt es auch, dass Rezept-Apps wie Kitchen Stories gerade so irrsinnig hoch bewertet sind. Die helfen einem beim Kochen, lassen sich leicht in ein smartes Küchengerät integrieren und sammeln dabei viele Daten im Hintergrund.

Was kann man mit denen machen?

HAASE: Einige Firmen trauen sich längst vorherzusagen, wann Nutzer auf was Hunger haben. Wenn man weiß, dass jemand mit 70-prozentiger Wahrscheinlichkeit am Dienstag gegen 18 Uhr bei leichtem Regen Pizza in der App bestellt, dann macht man in dem Moment den Abschluss. Da kann man draußen noch so viele Plakate von seiner Pizzeria aufhängen. Das ist faszinierend und perfide. Als Foodaktivist ist mir das unheimlich, da überschreitet man die Grenze ins Private, in den Körper, den freien Willen.

In China gibt's den Cooking Pal, der hat eine Kamera und generiert Rezeptvorschläge aus Lebensmitteln, die in der Küche rumliegen. Kann so eine Künstliche Intelligenz (KI) überhaupt eine Petersilienwurzel von einer Pastinake unterscheiden?

DEININGER: Das ist eine Technologie, die sich in den letzten zwei, drei Jahren ziemlich weiterentwickelt hat. Sie muss auch permanent trainiert werden, sonst reproduziert sie nur noch, was mal in der Vergangenheit war. Diese Technologie hat eine direkte Auswirkung darauf, was bei uns auf dem Teller liegt. Jeder ist davon betroffen. Und nicht erst in fünf Jahren.

HAASE: Wenn man Kindern einen Stift in die Hand gibt, um ein Schwein zu malen, dann wird es rosa. Wer sich mit Schweinen auskennt, weiß, die sind auch mal grau, mal gefleckt. Klar kann man das auch einer KI beibringen. Wenn aber Bilderkennungssoftware darauf trainiert wird, nur den Normbereich abzubilden, dann ist eine Karotte eben nur länglich und orange und eine Kartoffel gelb und oval. Ein Bamberger Hörnchen erkennt die KI dann nicht. Deshalb muss die Zukunft auf unseren Tellern von Leuten entwickelt werden, die auch von Esskultur Ahnung haben. Zurzeit sind das aber eher App-Nerds.

An unserem digitalen Horizont tut sich also ein Problem mit der Vielfalt auf?

DEININGER: Ja, vor allem, wenn man bedenkt, dass das Ziel ist, die ganze Lieferkette digital zu integrieren, die dann weitgehend automatisch funktionieren soll. Wenn die Kette sagt, was ihr mir da zeigt,

das erkenne ich nicht, ich kann das gar nicht verarbeiten oder liefern. Dadurch wird die Vielfalt immer weniger, weil der Handel die Abläufe effektiver macht und mit weniger Produkten mehr Umsatz erreichen will. Dadurch wird es gewisse Gemüsesorten nicht mehr zu kaufen geben, weil die Algorithmen sie nicht kennen.

Und irgendwann kann ich nur noch Nestlé-Produkte kaufen, weil mein Ofen einen Vertriebsdeal mit dem Konzern hat?

DEININGER: Das wäre der nächste Schritt. Es werden Plattformlösungen entstehen, wie wir das schon bei Apple kennen. Der Thermomix könnte dann sagen: 'Dies ist das Angebot meines Vertriebspartners. Koch damit oder lass es bleiben.' Wenn aber meine Lieblingsrezepte in dem Gerät gespeichert sind, überlege ich es mir zwei Mal, ob ich zu einer anderen Plattform wechsele, wo ich noch mal von vorne anfangen muss, die Rezepte zu sammeln. Mobilnetzbetreiber musste man ja auch erst dazu zwingen, dass man seine Telefonnummer mitnehmen kann, wenn man kündigt. Die Logik könnte auch im Lebensmittelbereich kommen.

Andererseits können kleine Erzeuger ja dank digitaler Lieferketten viel näher an die Kunden rücken...

DEININGER: Auf jeden Fall. Eine Tomate kann man nicht digitalisieren, aber alles drumherum: Wie sie angebaut, geerntet, verpackt, transportiert, neu verpackt, eingeräumt, ausgeräumt und verkauft wird. Diese einzelnen Aspekte sind digital modular, die kann ich wie einen Legokasten in zwei Stunden zusammensetzen. Ein Direktanschluss an den Kunden ist damit schnell möglich. Ich muss nicht mit Logistik- und Einzelhandelsexperten sprechen.

HAASE: Auch da stellt sich die Frage: Wer betreibt die Plattform? Gehen die fair mit den Daten und den Prozents um, die die anteilig bekommen?

Und wenn das der Fall wäre?

DEININGER: Dann könnte die KI ein Teil der Lösung auf die Probleme der Landwirtschaft sein. Wenn man die Landwirte direkt an die Verbraucher anschließt, dann sind ganz andere Margen für sie möglich. Dazu kommt: Manche Erzeuger, die nur kleine Mengen produzieren, können gar nicht in den Supermarkt verkaufen und werden dort das Gemüse, das nicht optimal aussieht, nicht los. Wenn man als Bauer direkt an die Kunden angeschlossen ist, dann hat man eine höhere Akzeptanz: krumme Möhre - so what? Die Vorhersagesysteme der digital integrierten Lieferkette wären auch ein sehr starker Hebel gegen die Lebensmittelverschwendung. Die Milch, die wir heute wegwerfen, die wurde ja trotzdem vorher produziert, verpackt und transportiert. Wenn der Bedarf viel genauer prognostiziert wird, dann reduzieren wir den Aufwand bis an den Anfang der Lieferkette: Wir schätzen, dass man damit rund ein Drittel der Ressourcen einsparen könnte. Das sind riesige Chancen, wenn wir es richtig machen.

Sie haben drei Jahre an dem Buch recherchiert. Gibt es etwas, das Sie jetzt nicht mehr machen?

HAASE: Ich poste seit letztem Jahr keine Essensfotos mehr. Bei Instagram durchlaufen die Bilder einen Analyseprozess, damit verdienen Facebook und Dritte Geld. Das haben wir mit den Häkchen bei den AGBs abgenickt. Dazu muss man ein Verhältnis haben. Genau wie der Foodblogger oder die Gastronomin, die ihre Speisekarte ins Google-Profil stellt.

DEININGER: Ich esse keine konventionell angebauten Lebensmittel mehr.



Vorgeschmack auf die Zukunft: In „Food Code“ erklären Olaf Deininger und Hendrik Haase, wie Technologie unser Essen auf den Kopf stellt. (Kunstmann 2021).



FOTO: (OBEN) CCL/WING AIGA/KURATIR/PHOTO; (UNTEN) SHUTTERSTOCK

ZIEMLICH VERNETZT
Kühlschränke, Backöfen oder der Thermomix können längst miteinander korrespondieren – und mit datenhungrigen Firmen.



VOLL IM THEMA
Der Foodaktivist Hendrik Haase (links) und der Journalist und Digitalexperte Olaf Deininger.

Wenn Kühlschränke

denken

Rezept-Apps, Lieferdienste, smarte Küchengeräte: Unsere Esskultur ist längst auch digital. Aber was passiert mit den großen Portionen an **DATEN**, die wir jeden Tag produzieren? Olaf Deininger und Hendrik Haase haben das in ihrem Buch „Food Code“ untersucht



EXTREM LERNFÄHIG
Bilderkennungssoftware macht starke Fortschritte. Ob sie allerdings eine San Marzano von einer Roma-Tomate unterscheiden kann, hängt davon ab, wer sie programmiert.

Trinkkultur für zu Hause – Berliner Bars, die Cocktails liefern

BECKETTS KOPF

Kaum eine Bar pflegt die Mixologenkultur so seriös wie die schummrige Instanz in Prenzlauer Berg. Statt individueller Betreuung gibt es aktuell nur fünf Eigenkreationen (je 100 ml in der Flasche zwischen 12 bis 13 Euro) zum Bestellen und Abholen oder Lieferrassen (dauert zwei bis drei Tage). Passende Drinks zum jeweiligen Menü gibt es auch bei „Nobelhart & Schmutzig“, „Otto“, „Kochu Karu“ und „Rutz“.

FABELEI BAR

Ziemlich große Auswahl an klassischen und alkoholfreien Cocktails sowie Themenboxen mit unterschiedlichen Drinks, die in Schöne-

berg bei Online-Bestellung bis 16 Uhr noch am gleichen Tag geliefert werden oder freitag- und samstagsabends auch vor Ort abgeholt werden können.

GEIST IM GLAS

Hier gibt es individuelle Cocktails und auch andere Getränke wie Bier, Wein und Smoothies, dazu Brunchboxen und kleine Speisen per Lieferservice am selben Tag (nur Sa/So ab 30 Euro Bestellwert für 5 Euro, ab 50 kostenfrei innerhalb des S-Bahnringes). Abholung vor Ort ist auch möglich (nur Sa/So zwischen 10 und 14 Uhr).

Neukölln, Lenastraße 27, geistimglas.de



Call a Cocktail. Der Negroni von Mr. Susan wird nach Hause geliefert.

MR. SUSAN

Die Auswahl ist überschaubar, aber der Mezcal Negroni von Susan Choi ist allein schon eine Bestellung wert, zumal man im Onlineshop (über kochtail.de) Lieferung innerhalb Deutschlands ab 49 Euro kostenfrei gleich noch ihr köstliches Kimchi mitordnen kann (Abholung möglich Fr/Sa 16-20 Uhr)

Mitte, Krausnickstraße 1, mrsusan.com

VELVET BAR

Die Spezialität der erfahrenen Velvet-Mixologen sind auf die Saison abgestimmte Eigenkreationen. Die gibt es in einer wöchentlich wechselnden „Quarantini Box“ (5 Drinks für 50 Euro), die immer donnerstags innerhalb des S-Bahnringes ausgelie-

fert wird oder deutschlandweit bestellt werden kann.

Neukölln, Ganghoferstraße 1, velvet-bar-berlin-10.simple-shop.com/

SHARLIE CHEEN BAR

Die Macher betreiben auf der Torstraße 164 auch die „Pawm Dot Com Bar“. Im gemeinsamen Onlineshop gibt es Signature Boxen mit verschiedenen Cocktails oder einzeln in Tüten gepackte Drinks (150 ml 12,90 Euro). Verschickt wird in ganz Deutschland, die Bestellung kann aber auch in der „Pawm Dot Com Bar“ abgeholt werden. Netze Idee: Die Cocktailboxen können auch für eine Gruppe bestellt werden, deren Mitglieder sich dann zum gemeinsamen Trinken (alkoholfrei ist auch

möglich) in einer virtuellen Bar treffen (Infos über Homepage oder Telefon 6292 4947).

Mitte, Brunnenstraße 196, Telefon 5552 74 25, sharlicheenbar.berlin

BÜRKNER ECK HAUSBAR

Ziemlich durchdachtes Liefer- und Abholangebot (Pick-up am Fenster Di-Sa 17-21, Lieferung im Umkreis von 4 Kilometern Di-Sa 18-21 Uhr), mit großer Auswahl an klassischen Cocktails und Boxen, dazu auf einzelne Premiumdestillate zugeschnittene Kreationen sowie Bier, Schampus und Wein. Geliefert wird übrigens durch das Barpersonal, das so auch mal wieder an die frische Luft kommt.

Neukölln, Hobrechtstraße 39, buerknereck.simpleshop.com

GALANDER BARS

Neben der Bar am Stuttgarter Platz gibt es noch zwei weitere in Kreuzberg (Liquor Store, Großbeerstr. 54 und Haifischbar in der Arndtstr. 25). Geliefert wird jeweils im Umkreis von fünf Kilometern. Im Angebot sind verschiedene frisch zubereitete Cocktails in Flaschen, dazu Wein und Bier (Abholung im Liquor Store möglich). Dazu gibt es Gutscheine für Online-Verkostungen und wer nicht alleine bleiben möchte, erhält zu seiner Bestellung (sonst kostet das Tagesticket 5 Euro) einen Link zur „Galander online Bar“, in der man sich zum gemeinsamen Trinken verabreden kann.

Charlottenburg, Stuttgarter Platz 15, galander.berlin
KAI RÖGER