

»Süüüß!« – Appetizer

Eva Blome, Moritz Ege, Maren Möhring, Maren Lickhardt und Heide Volkening

Abb. 1: Zuckerdekoration »Schleifen« der Firma Aneta Dolce, Fotografie Heide Volkening.

Mit den Worten »Süßes ist der Hochgenuss des Seins« bewirbt ein Online-Shop für Backzutaten diese rosa Schleifen aus Zucker zur Verzierung eines Kuchens.¹ In ihnen verbindet sich das Süße als gustatorische und ästhetische Qualität und bietet sich als doppelter Genuss an: zum Verzehr auf der Zunge, zur Betrachtung durch das Auge. Das sieht süß aus und schmeckt auch so. Die Webseite vermutet, dass den an rosa Schleifen interessierten Menschen auch dieses Objekt aus Zucker gefallen wird: Das auf ein rosa Blatt gebettete Baby wie die Zuckerschleife gehören auf der Webseite des Backshops zur »Themenwelt Geburt«. Kindlichkeit, Süße und die Farbe rosa sollen das neugeborene Mädchen begrüßen – die ebenfalls für den Kauf vorgeschlagenen Luftballons tragen die Aufschrift »It's a girl«.

Abb. 2: Zuckerdekoration »Baby auf Blatt« der Firma Aneta Dolce, Fotografie Heide Volkening.

Die Schleife ist ein Schmuckelement, das Babys um den Kopf gebunden wird, das kindliche und jugendliche Weiblichkeit markiert – in der Kinderbuch- und Hörspielserie *Conni*, deren Markenzeichen die Schleife im Haar ist, ebenso wie im ikonischen Musikvideo zu Britney Spears *One More Time* – und das in der Gegenwart in Form von Samt- und Seidenschleifen als Zitat der 1980er Jahre wieder auf Haarspangen und Kleidern auch für Erwachsene zu sehen ist. So zielt die Zucker-Schleife zunächst auf eine Performanz von Weiblichkeit, hat Teil an der heteronormativen Prägung der Konsumwelt, in der das Süße, das Kleine, das Rosafarbene, das Niedliche einen Affekt provozieren, der mit erhöhter Stimme im Ausruf »Süüüß!« enden und zum Verzehr oder zum Verschenken, auf jeden Fall zum Kauf, animieren soll.

Auf die Gegenwart bezogen stellt sich zugleich die Frage nach einer möglichen Verschiebung dieser geschlechtlichen Implikationen des Süßen. Im Mainstream des erfolgreichen Teenager-Pop jedenfalls scheint das Süße von weiblichen Acts, die sich,

1 Alle Produktbezeichnungen und die zitierte Aussage sind den jeweiligen Produktseiten dieser Webseite entnommen: <https://cake-store-koeln.de/> (20.03.2022).

wie beispielsweise Billie Eilish, offensiv gegen eine Ästhetik des Süßen positionieren,² überzugehen auf sich als männlich identifizierende Stars wie Troye Sivan, dessen Homosexualität als süß/*cute* von Medien und Publikum affirmiert und dennoch – oder vielleicht gerade deshalb – auch von weiblichen Fans gefeiert wird. In dem Affekt, der sich durch den Ausruf »Süüüüß!« artikuliert, verbinden sich auch potentiell neue Geschlechtercodierungen mit fluiden, non-binären Performanzen und Formen des Begehrens. Dies zeigt sich nicht zuletzt auch in der Mode. Während etwa Cecilie Bahnsen mit Spitzen und Rüschen, weiten Volantröcken und Puffärmeln eine kindlich-weibliche Ästhetik des Süßen reinszeniert, lassen sich in den sozialen Medien visuelle Selbst-Inszenierungen und Aneignungen dieses vestimentären Codes beobachten, die eine Entkopplung von *sex*, *gender* und Kleidungsstil vorantreiben, indem sie das Kindliche und Süße jenseits der Binarität für alle reklamieren.³

Was »Süüüüß!« also gegenwärtig bezeichnet oder bezeichnen kann, scheint uns gleichermaßen klar wie uneindeutig. So lässt sich bei einer Durchsicht von Instagram-Postings zunächst beobachten, dass sich viele Menschen offenbar darin einig sind, was süß ist und was nicht. Neben den Katzen- und Hundewelpenbildern, neben Babies und Toddlern finden sich unter #süß oder #cute Gebäck und Obst, küssende Paare und deutlich mehr junge Frauen als Männer. Die globalisierte Kommunikation und beschleunigte Verbreitung visuellen Materials in den sozialen Netzwerken homogenisiert das Süße. Zu denken ist hier beispielsweise auch an die *Kawaii*-Kultur (Kinsella 1995; Yano 2013; Yoshimi 2002).⁴ Zeitgleich ist in den sozialen Medien aber auch eine Ausdifferenzierung kultureller Imagines und Praktiken des Süßen zu beobachten. Wenn Arvida Byström in ihrer Fotoserie *Cherry Picking* vor allem süße Kirschen und Pfirsiche in Spitzenunterwäsche steckt⁵ oder wenn die Stickkünstlerin Radical Cuteness pastellige Stickbilder und weiche Skulpturen der Vulva anfertigt,⁶ so zeigt sich die Verstärkung und Übertreibung des Süßen womöglich als Umschlag in eine andere, neue Qualität, die noch zu bestimmen bleibt als ausgestellte Reflexion, ironischer Humor oder vielmehr nicht-ironische Affirmation?

Und überhaupt: Wer findet eigentlich was aus welchen Gründen »Süüüüß!«? Welche Emotionen löst das Süße aus? Welche aktuellen, welche vielleicht schon vergessenen

2 Wobei Billie Eilish dem Süßen nicht abgeneigt ist, wie neuere Inszenierungen zeigen: In einer Version ihrer selbst, die von Zeitgenoss:innen durchaus auch als sexy-süß gelesen wurde, war sie auf dem Cover der *Vogue* in einer an die 1950er Jahre erinnernden Ästhetik in altrosa Korsage zu sehen. Auch vertreibt sie über ihren Shop vegane Schokolade, die in ihren Instagram-Highlights zum Soundtrack von Peggy Lees *My Sweet Happy Life* zu Keksen verbacken wird.

3 In der Selbstdarstellung des queeren Kollektivs Queertopia wird diese Ästhetik auf den Punkt gebracht: »The queer-nonbinary look is cute, with strong elements of *childishness* (meant in an entirely value-neutral, aesthetic sense) – bright and pastel colors, lots of ornamentation, soft textures, representations of unicorns and other mythical creatures, and references to fandoms like Harry Potter.« (Queertopia 2020).

4 Anhand von *Hello Kitty* analysiert Christine R. Yano (2013) die aus Japan stammende *kawaii*-Kultur, deren Ästhetik Unschuld und Kindlichkeit betont, als ein Globalisierungsphänomen. Auf neuere Formen von Selbstinszenierungen im japanischen Kontext, die aktuell neben *kawaii* treten, weist Sharon Kinsella hin, nämlich auf das süße *cross-dressing otoko no ko* in männlichen Subkulturen (Kinsella 2020).

5 <https://www.arvidabystrom.se/work/1075> (17.01.2022).

6 <https://www.instagram.com/radicalcuteness/?hl=de> (17.01.2022).

Semantiken verbinden sich mit dem Süßen? Ausgehend von diesen Fragen nimmt die vorliegende Ausgabe der *Zeitschrift für Kulturwissenschaften* das Süße in seinen historischen und soziokulturellen Erscheinungsweisen, affektiven Besetzungen, ästhetischen Ausprägungen und politischen Einsätzen in den Blick. Das Süße wird in den hier veröffentlichten Beiträgen als ästhetisches, soziales und (pop-)kulturelles Phänomen sowie als Praxis erforscht und als ein Verweisungszusammenhang erkundet, um das Verhältnis von Konsum und Gender in exemplarischer Art und Weise sichtbar zu machen. Kann doch »Süüüß!« beispielhaft für jene Funktionsweisen kultureller Geschlechtercodierungen stehen, die mit der performativen und interaktionsorientierten Etikettierung von Menschen, Tieren oder Alltagsphänomenen wie Essen oder Kleidung verbunden sind. Zudem können mit dem exklamatorischen Charakter von »Süüüß!« aber auch ganz spezifische, u.a. pop- bzw. subkulturelle Formen des *genderings* von Konsum und seinen Praktiken in den Blick genommen werden, die gesellschaftliche Kategorien wie Begehren, Geschlecht, Alter, Mensch und Tier in plastischer, aber auch subtiler Form zu fassen vermögen und diese dadurch augenscheinlich werden lassen oder in Bewegung versetzen.

Sweet History

Ein Blick in verschiedene Quellen und Studien zur historischen Semantik zeigt die Polysemie des Süßen in verschiedenen Hinsichten und Kontexten. Etymologisch von althochdeutsch *suozī* (8. Jh.) herstammend, welches über mittelhochdeutsch *süeze*, *suoze*, (mitteldeutsch) *süze*, *sōze* zu *süsz* wurde, lässt sich eine primäre Bedeutung im Deutschen nicht eindeutig ausmachen. Auch das *Deutsche Wörterbuch* der Brüder Grimm betont die Mehrdimensionalität des Wortes, denn es liegen »die spezifische geschmacksbedeutung ›süsz‹ (wie honig, zucker) und die allgemeinere ›wohlschmeckend‹ sowie die nicht auf sinnlichen gebrauch einzuschränkende vorstellung ›angenehm, lieblich‹ so eng neben- und ineinander, dasz eine historische entwicklung der bedeutungen nicht aufzuzeigen ist« (DWB 2021).

In christlich-theologischen Diskursen des Mittelalters wird Süße sowohl Gott als auch dem Teufel zuschreibbar, nämlich als wörtlich erfahrbare Süße göttlicher Gnade sowie als teuflisch verführerische Weltsünde, die aus christlicher Perspektive wiederum Bitterkeit genannt werden könnte (Ohly 1989). Die Ambivalenz des Süßen bietet also Orientierung wie Irritation. Das Süße berührt sich mit einem Antonym und wird schon früh mit dem Topos der Unsagbarkeit, des Unausprechlichen verbunden.

In der Geschichte der Rhetorik und Literatur finden sich sehr früh prägende Beispiele für die Verbindung von Affekt und Süße. So geht Aristoteles in seiner *Rhetorik* unter anderem vom Topos »Rache ist süß« aus, um darzulegen, »aus welchen und wie vielen Motiven Menschen Unrecht tun« (Aristoteles 2007: 48), und kann sich, wenn er sich mit der Süße des Zorns auseinandersetzt, dabei bereits auf Homer berufen, der »über den Groll dichtete ›der viel süßer als Honig, wenn er hinuntergeleitet‹«, sei (ebd.: 54). Auf der anderen Seite der emotionalen Skala ist das Süße aber ebenfalls allgegenwärtig: Die süße Liebe ist uns wohlvertraut, etwa aus den Gedichten der Sappho, in deren Ode auf Aphrodite sich der süße Geruch der Blumen mit der Göttin der Liebe verbindet. Als ambivalente Erscheinung, nämlich als bittersüß, ist die Liebe dabei zudem, ebenfalls

seit Sappho, mit dem Leiden verbunden. Nicht nur die *passio gloriosa* im Christentum, sondern auch die Liebe, die der mittelalterliche Troubadour besingt, ist durchdrungen von einem »Leiden voll der Süße« (Wild 2016: 268).

Gegenwärtig lassen sich im allgemeinen Sprachgebrauch unterschiedliche Tendenzen ausmachen. So stellt das *Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache* (DWDS) für das von ihm untersuchte deutschsprachige Zeitungskorpus fest, dass es zwischen den ausgehenden 1970er Jahren und dem Jahr 2005 eine stetig zunehmende Verbreitung des Worts gab, während danach dessen Verwendung zurückging, um sich in den letzten Jahren auf einem niedrigeren, aber stabilen Niveau zu halten (vgl. DWDS). Eine etwas andere Tendenz deutet sich in der Kommunikation im Internet an: So ergab etwa eine, fraglos lediglich begrenzt belastbare, Recherche über Google-Trends, dass die Verwendung von süß im Netz seit 2004 im Gebrauch stetig angestiegen ist und gegenwärtig einen Peak erreicht hat. Dieser Konjunktur des Süßen korrespondiert seine Ausdifferenzierung: Bei Instagram finden sich unter #cute 661 Millionen Nennungen, »süß« dagegen kommt nur auf 1,7 und »sweet« auf 129 Millionen.⁷

Im Verhältnis zu den die Etymologie, die historische Semantik und Topoi des Süßen begleitenden Ambivalenzen des Geschmacks, des Olfaktorischen und Emotionalen fällt in der Gegenwart der Reiz des Süßen offenbar *ins Auge* – darauf wird mit dem Ausruf »Süüüüß!« reagiert, nicht auf den Zucker im Mund. Mit Annekathrin Kohouts Beitrag zum vorliegenden Heft, »Süße Selfies, Emojis und Sticker im *social web*«, lässt sich *cuteness* als eine Variation des Süßen differenzierter beschreiben, nämlich als eine Verbindung der Attribution von Süße und Lebendigkeit. Kohout sucht das Niedliche in der Gegenwartskultur auf – konkret in der digitalen Kommunikation und im Social Web und dort in der Darstellung niedlicher Gesichter in Form von Selfies, Emojis und Stickern. Das Niedliche wird in seiner Verschiedenheit von den verwandten Phänomenen und Konzepten des Süßen und *cuteness* diskutiert und zudem unter anderem vor dem Hintergrund japanischer und südkoreanischer Formen visueller Kommunikation konturiert, um so aufzuzeigen, dass die niedliche Ästhetik in der Netzkommunikation der Herstellung von Empathie, Freundlichkeit und Höflichkeit dient.

Süße Ästhetik

Insbesondere im Feld der Ästhetik haben süß und *cute* in der jüngeren Vergangenheit vermehrt Aufmerksamkeit erfahren. Lori Merish hat mit Blick auf *cute* schon 1996 von einer konventionalisierten formalen wie affektiven Ästhetik gesprochen, deren Geschichte historisch und kulturell stark variiere. Für die USA sieht Merish eine Verbindung zur sentimental Literatur des 19. Jahrhunderts und ihre Einbettung in Konsumkultur und bürgerlicher Familie, ihre Prägung durch *race* und *class*: »Cuteness is an aesthetic that mobilizes propriety desire, a peculiarly »feminine« proprietary desire that equates to a moral sentiment: the desire to care for, cherish and protect« (Merish 1996: 188). Als »maternal aesthetics« etabliere die Kategorie *cute* eine ambivalente Relation zwischen

7 So lauten die Zahlen am 24. Februar 2022.

(mütterlichen) Betrachtenden und (kindlichen) Betrachteten, deren Differenz zugleich wahrgenommen und negiert werde.

In *Our Aesthetic Categories* (2015) hat die Literatur- und Kulturwissenschaftlerin Sianne Ngai *cute*, *zany* und *interesting* als zeitgenössisch relevante Kategorien beschrieben, die in der ästhetischen Theorie bislang unterbelichtet geblieben seien, aber in einer warenförmig geprägten, spätkapitalistischen, postmodernen Gesellschaft besondere Relevanz entfaltet hätten. Auch Ngai betont die ambivalente Struktur des Süßen: Als Ästhetik des Machtlosen wecke es in einem anti-idealistischen, nicht-distanzierten Sinn Beschützerinstinkte, was sehr deutlich das Moment der Verfügbarkeit und Konsumierbarkeit impliziere. Am Leitfaden dieser Grundüberlegung entwickelt Ngai ein Netz von Bezügen zwischen süßen Plüsch-Fröschen mit Kulleraugen, der Lyrik der Avantgarde und Adornos *Ästhetischer Theorie*. Ngais Studie hat das Berührende, Niedliche, Kitschige, Süße und Kleine als eine Ästhetik der Nähe etabliert, die gegen die Bedingung eines »interesselosen Wohlgefallens« im ästhetischen Urteil Immanuel Kants profiliert wird. Ngais Studie und insbesondere ihre Auseinandersetzung mit *cuteness* prägen aktuelle Diskussionen um Fragen und Relevanz von Ästhetik, sei es mit Blick auf Korrelationen von Kunst, Natur und Robotik (Richard/Gunkel/Müller 2020) oder bei der Etablierung einer Gegenwartsästhetik, die sich über Pop-Strategien der Kantischen Distanz-Ästhetik wieder annähert (Baßler/Drügh 2021).⁸

Dass das Niedliche in der Ästhetik vor und nach Kant eine eigenständige Tradition hat, zeigt der Beitrag von Niels Penke. Unter dem Titel »Das Schöne im Kleinen« stellt er Überlegungen zu einer Begriffsgeschichte des Niedlichen, sowie zu dessen ästhetischen Implikationen an, und ermöglicht auf diese Weise differenzierende Perspektiven auf das Süße ab dem 18. Jahrhundert. 1762 übersetzt Moses Mendelssohn das englische *sweet* aus Edmund Burkes *Philosophical Enquiry* als niedlich, und bildet damit einen Ausgangspunkt der historischen Entwicklung. Das Niedliche wird dabei als eine ästhetische Kategorie der Moderne sichtbar, die zunächst in einem weiteren Sinn als Geschmacksempfindung firmiert, jedoch zunehmend auf visuelle Formen eingeengt und dabei mit Semantiken des Weiblichen aufgeladen wird.

Schöner Zucker

Edmund Burkes Überlegungen zum Süßen stellen eine Bandbreite sinnlicher Erfahrungen zueinander in Beziehung: die Erfahrung des Weichen und Runden als haptische Phänomene, die Erfahrung des Süßen auf der Zunge als Phänomen des Geschmackssinns und die Wahrnehmung des Schönen als optisches Phänomen. Süße, »sweetness«, so sein Vorschlag, könne als »the beautiful of the taste« benannt werden (Burke 1990: 200). Die Harmonie der Sinne erlaube eine Metaphorisierung, in der Sehsinn und Geschmack eng

8 Obwohl sie mit Ngai an der Etablierung neuer ästhetischer Kategorien »wie interessant, geil, süß, weird, krass, cool, deep usw.« (Baßler/Drügh 2021: 57) arbeiten, fordern Moritz Baßler und Heinz Drügh in ihrem Entwurf der *Gegenwartsästhetik* an der Unterscheidung von Interesse und Wohlgefallen, Ethik und Ästhetik festzuhalten. Ironie und andere Strategien der Distanzierung im Pop ersetzen gewissermaßen die affektive Nähe des Süßen.

verbunden sind. Das süße Geschmackserlebnis, für das Burke als Beispiel die Muttermilch nennt, entspreche in der positiven Wertschätzung dem Genuss des visuell Schönen wie auch dem tastbar Weichen und Runden. Dass der Zucker süß schmecke, so Burke, liege an seiner (damals) mikroskopisch nachgewiesenen Rundheit.

Diese Harmonie des süßen Zusammenspiels zwischen Zucker und dem Schönen in der Ästhetik des achtzehnten Jahrhunderts scheint längst vergangen. Aktuell lässt sich beobachten, dass die verführerische Sinnlichkeit des Süßen in Form des Zuckers eine radikale Umwertung erfährt und im Namen der Gesundheit als todbringendes Teufelszeug in eine säkularisierte Rhetorik der Reinheit eingepasst wird (Robnik 2021).

Vor dem Hintergrund der durch die koloniale Herrschaft und Ausbeutung verfügbar gemachten industriellen Zuckerwaren wandelt sich der Status des Zuckers vom Luxusgut zum Massenartikel (Sandgruber 1986; Mintz 2007 [1985]; Poehls 2016). Zucker wurde zunächst als Medizin und Gewürz genutzt, aber auch in »Sekundärpraktiken« zu Skulpturen gestaltet (Mintz 2007: 108). Der Anblick, die rituelle Funktion und der daran anschließende kulinarische Genuss von Zuckerstatuen lassen sich laut Mintz seit dem 11. Jahrhundert im Kontext islamischer Feste und seit dem 13. Jahrhundert auch am königlichen Hof in Frankreich finden. Als wichtiger Schmuck festlicher Tafeln dienen in Frankreich Statuen, *subtleties* genannt, der Repräsentation von Wohlstand und Macht. Sie erfüllten viele Funktionen zugleich – sie sind ein schöner Anblick, eine Botschaft des Reichtums und ein leckerer Gaumenschmaus. Ihr Einsatz in der höfischen Kultur des absolutistischen Frankreichs, so zeigt Mintz, hinterlässt Spuren noch in den bürgerlichen Tischgedecken und Nachspeisen der folgenden Jahrhunderte.⁹ Es ist erstaunlich, dass sich das New Yorker MET noch 2018 mit der Verpflichtung einer Reihe zeitgenössischer Stars der Pâtisserie unter der Regie von Yotam Ottolenghi dieser Inszenierungspraxis ganz ungebrochen nostalgisch wieder bedient hat.¹⁰

Mintz' umfassende Aufarbeitung der Geschichte des Zuckers machte das Ineinander von Produktion, Konsum und Kolonialismus sichtbar. Auch Fernando Ortiz' zwischen Geschichtsschreibung und literarischer Erzählung changierende Studie *Cuban Counterpoints. Tabacco and Sugar* hatte schon 1940 mit dem Konzept der Transkulturation auf die Vielfalt der Austauschprozesse und die Reziprozität gesellschaftlicher und ökonomischer Verhältnisse aufmerksam gemacht.¹¹ Tabak und Zucker wurden von Ortiz in einer gegenderten Personifikation zu Figuren einer nahezu mythischen Erzählung umgestaltet: »Don Tabaco y Doña Azúcar« (Ortiz 1947 [1940]: 3), die die Verbindung von Süße und Weiblichkeit untersucht und verlängert.

Vor diesen Hintergründen entfaltet Sarah Lewis-Cappellari in ihrem Beitrag »Racial Tasting« den Zusammenhang zwischen kolonialer Warenproduktion, rassistischer Imagination und Gegenwartskunst. In der Beschreibung von Kara Walkers Ausstellung *A Sublety or the Marvelous Sugar Baby: an Homage to the unpaid and overworked Artisans*

9 Die heutige klassenspezifische Aufwertung des Verzichts auf (Zucker-)Konsum steht in direktem Zusammenhang mit der aktuell beobachteten Entstehung einer neuen so genannten *aspirational class* (Currid-Halkett 2018).

10 Vgl. die Dokumentation *Ottolenghi und die Versuchungen von Versailles* (USA 2020, R: Laura Gabbert).

11 Vgl. etwa die Darstellung bei Coronil 1996: 66.

who have refined our Sweet tastes from the cane fields to the Kitchens of the New World on the Occasion of the demolition of the Domino Sugar Refining Plant konturiert Lewis-Cappellari die Imagination einer *sugar woman* und die Bedingungen ihrer (Re-)Produktion sowie ihres Konsums. Die zentrale Skulptur in der Ausstellung in einer ehemaligen Zuckerraffinerie zeigte das Stereotyp einer schwarzen *mammy* verfremdet in Gestalt einer riesigen, liegenden, von außen ganz aus weißem Kristallzucker bestehenden Sphinx. Lewis-Cappellari greift die durch die Skulptur provozierten Debatten um das Verhältnis von Repräsentation, Kunstrezeption und *blackness* auf und schlägt vor, die Statue als kulturelle Allegorie und als verzehrbare, verzehrte Ware in den Kontext produktions- und konsumgeschichtlicher wie auch fiktionaler Zusammenhänge zu stellen. Geschmack wird von ihr als multimediale Wahrnehmung diskutiert, in der sich die verschiedenen sinnlichen Erfahrungen des Süßen nicht mehr (wie bei Burke) im betrachtenden Subjekt als Harmonie von Natur und Wahrnehmung realisieren, sondern in ihrer Eingebundenheit in die Kultur- und Kolonialgeschichte des Zuckers bis zur Dissonanz vervielfältigen.

Bittere Schokolade

»Süüüüß!« fungiert nicht nur als affirmative Interjektion, sondern auch als eine Intervention in diskursive Zusammenhänge, der eine politische Sprengkraft zugeschrieben wird. So berührt die aktuell geführte Debatte um einen zeitgemäßen Feminismus bzw. um die Diversität von Feminismen auch die Frage, ob sich Feminismus und Süßsein ausschließen oder aber »Süüüüß!« nicht auch in subversiver Art und Weise in Erscheinung treten kann. Das lässt sich nicht zuletzt daran aufzeigen, welche Bedeutung dem Konsum von Schokolade in feministischen Debatten zukommt. Wieso schmeckt Schokolade nicht nur süß, sondern warum ist Schokolade-Essen offenbar dezidiert weiblich codiert und gilt als Kennzeichen süßer, verführerischer und gleichzeitig harmloser Weiblichkeit, während auf der anderen Seite ›bittere‹ schwarze Herrenschokolade beworben wird (vgl. Hillen 2007)?¹² Und wie ist dies zu bewerten?

Auffällig ist, dass gerade auch feministische Texte der Gegenwart diese Fragen aufwerfen und diskutieren, ob und inwiefern das Essen von Schokolade (nach wie vor) verfehlte, nicht-feministische Weiblichkeit ausweist. Auf der Rückseite der deutschen Ausgabe von Nina Powers *One-dimensional Woman* (2009) prangt auf lila Grund in weißen Buchstaben: »Ich glaube, es gibt eine ziemlich reale Erwartung, dass Frauen immer ›Schokolade‹ sagen sollen, wenn sie jemand fragt, was sie wollen« (Power 2011). Zeitgleich ist Angela McRobbies Ausgangspunkt für eine Introspektion zeitgenössischer Erscheinungsweisen des Feminismus und seiner populärkulturellen Anverwandlungen in

12 Vgl. die Präsentation der Marke *Schwarze Herren Schokolade* der Firma Stollwerck unter <https://www.schwarze-herren-schokolade.de/> (23.02.2022). Diese kann als extremes Beispiel des *male gaze* gelten. Geschlechterdifferenz wird über den Gegensatz von weiblicher Passivität/Leiblichkeit versus männlicher (körperlicher) Handlungsfähigkeit aufgerufen, wenn das Produkt als »Versuchung« beworben wird, bei der der Mann »genießt, was er sieht« (die Frau respektive das edel-bittere Schokoladentäfelchen), während die Frau »ist, was sie isst« und sich über den männlichen Blick definiert: »Sein Genuss ist ihr Genuss.« (Ebd.)

ihrem Buch *The Aftermath of Feminism. Gender, Culture and Social Change* (2009) eine kritische Auseinandersetzung mit Helen Fieldings Kolumne *Schokolade zum Frühstück. Das Tagebuch der Bridget Jones* und deren späterer filmischer Adaption in Form einer romantischen Komödie: Die Schokolade im Titel steht hier symptomatisch für die süße und naive Mädchenhaftigkeit der Protagonistin und kompensatorisch für ihre Sehnsucht nach einem passenden Mann und einem konventionellen Familienleben, die von McRobbie als postfeministisch interpretiert werden (McRobbie 2010: 32).¹³ Und auch in Laurie Pennys *Fleischmarkt. Weibliche Körper im Feminismus* gilt das »Ja!« zur Schokolade – neben dem zu Streicheleinheiten, glattem Haar und fantastischen Dessous – als Kennzeichen eines »zeitgenössischen Pseudo-Feminismus« (Penny 2012: 121), der nach wie vor dazu neigt, ein allzu enges Korsett weiblicher Körperlichkeit zu akzeptieren, während es eigentlich um die feministische Weigerung gegenüber dem (angeeigneten) Imperativ, schön und brav zu sein, gehen müsste (vgl. ebd.: 123).

In einem von Ann-Kristin Tlusty jüngst unter dem Titel *SÜSS* vorgelegten Buch, das sich explizit als *Eine feministische Kritik* versteht, erfahren diese Deutungsansätze und Interventionen eine Aktualisierung, aber auch eine Reformulierung. Von der für sie schockierenden Erkenntnis, Jahre zuvor, mit neunzehn, in einer Profilbeschreibung im Netz »eating chocolate« als ihr Hobby angegeben zu haben (Tlusty 2021: 10), folgert Tlusty in Rekurs auf Powers Statement über »Frauen, die mit Schokolade antworten«, dass diese Aussage jenes Verhältnis fasst, das »in so vielen Beschreibungen junger Frauenfiguren der Gegenwartskultur aufblitzt«: Die Frage nach dem eigenen Hunger werde unterdrückt, stattdessen unterwürfen sie sich »einer allgemein als begehrenswert geltenden Vernaschtheit, womöglich nicht mal bewusst« (ebd.: 93; vgl. auch ebd.: 71). Wenn Tlusty Formen »süßlicher Entfremdung, die Frauen in Rollen drängt, die sie selbst nicht geschaffen haben« (ebd.: 12), in drei Facetten beobachtet und diskutiert – sanft, süß und zart –, so verbindet sich *eating chocolate* kategorial und kategorisch mit der Variante ›süß‹. Diese bezeichnet die Warenförmigkeit und Konsumierbarkeit der sexualisierten Frau, die diese teils auch unter feministischen Vorzeichen selbst bediene, indem sie es gewohnt sei, sich als »eye candy« (ebd.: 66) durch die Augen eines anderen zu betrachten. Im Gegensatz dazu stehe die ›sanfte Frau‹ laut Tlusty für alle möglichen Weisen der (un- oder unterentlohnten) Care-Arbeit und die ›zarte Frau‹ verkörpere jene, zugeschriebene und/oder internalisierte, Fragilität und Niedlichkeit des Weiblichen, die Schutzbedürftigkeit signalisiere. In der zuspitzenden Typisierung dieser symbolischen Formen aktueller sanfter, zarter und süßer Weiblichkeit entwickelt Tlusty ein Panorama der postfeministischen Gegenwart. Das Adjektiv ›süß‹ wählt Tlusty dabei zugleich als Oberbegriff für alle drei von ihr beschriebenen Formen gegenwärtiger Weiblichkeitskonzepte (vgl. ebd.: 16) – und daher als Titel für ihr Buch. ›Süß‹ als Unterkategorie verknüpft sie wiederum vor allem mit Auffassungen und Darstellungen von (weiblicher) Sexualität: Süß ist, wer

13 Wenn Trude Herr bereits 1960 singt »Ich will keine Schokolade, ich will lieber einen Mann« (Hervorhebung d. Verf.), wird auch eine Kompensationslogik aufgerufen, die sich mit McRobbies Kritik an *Bridget Jones* insofern in Verbindung bringen lässt, als dass die Süße der Schokolade als Angebot an die Frauen ausgerechnet zugunsten eines favorisierten heteronormativen Lebensentwurfs zurückgewiesen wird.

unkompliziert agiert, wer das Begehren anderer aufgreift und darin mitspielt (vgl. ebd.). Diese bei Tlusty zu verzeichnende zweifache Erscheinungsweise von ›süß‹– einerseits zur Erfassung einer generellen »süßliche[n] Entfremdung« (ebd.: 12), von der Frauen betroffen seien, und andererseits als Bezeichnung der Figur der süßen Frau, die mit den Figuren der sanften und der zarten Frau in einer Reihe steht – mag vielleicht, so unsere Vermutung, auf eine besondere Attraktivität oder Dominanz der sexualisierten Form von Weiblichkeit in unserer Gegenwarts- und Konsumkultur hindeuten.

Tlusty knüpft mit ihrer Bestimmung der Figur der süßen Frau an eine Denkfigur von Andrea Long Chu an, die »Weiblichkeit« als eine »psychic operation« beschreibt, »in which the self is sacrificed to make room for the desires of another« (Chu 2019: 11). Tlustys ›süße Frau‹ folgt den Imperativen des sex-positiven Feminismus genauso wie ihre Vorgängerin den Wünschen heteronormativer Sex-Skripte von *romantic comedies*, Romanliteratur oder Pornographie. Gegen diese Tendenzen zur Individualisierung struktureller Muster spricht sich Tlusty zuletzt mit der französischen Philosophin Anne Dufourmantelle für eine *Puissance de la douceur*¹⁴ und für kollektive Strategien einer Politik der Prekären aus, die nicht in einer gemeinsamen Identität begründet seien. SÜSS wendet sich damit gegen feministische Positionen der Stärke, die auf der neoliberalen Idee einer individualisierten Machbarkeit des Erfolgs beruhen. Gegen diesen »Potenzfeminismus« zielt Tlusty auf eine Umwertung von Schwäche und Störung, Bedürftigkeit und Sorge, die sie ausgehend von Jack Halberstams *Queer Art of Failure* und Judith Butlers Konzept der Prekarität entwickelt. Damit scheint es möglich zu werden, »Süüüß!« – zumindest auch – als eine feministische Denkfigur und Praxis zu verstehen.

Während Dufourmantelle die Intelligenz der Sanftheit unter anderem in der Reitkunst (*l'art équestre*) findet und dabei auf Einverständnis und Komplizenschaft zwischen Mensch und Tier abhebt (Dufourmantelle 2013: 30), geht Anja Schwanhäuser in ihrem Beitrag »Bist du bissi süß?« zwar auch Mensch-Pferd-Verhältnissen nach, allerdings auf einem gänzlich anderen, nämlich subkulturtheoretisch ausgerichteten Pfad: Auf der Grundlage einer langfristigen teilnehmenden Beobachtung unter »Pferdemädchen« auf einem Ponyhof deutet sie Orientierungen am konventionell-femininen Süßen als emanzipatorischen Akt und kommt zu dem Schluss, dass eine alltagsästhetisch relationale Praxis wie der *sweet talk* – in diesem Fall vor allem unter Mädchen und zwischen Mädchen und Pferden – Gemeinschaften und Atmosphären schafft, die es sozial unterschiedlich positionierten Mädchen erlauben, sich den Anforderungen ihrer Umgebung zu entziehen und die mit ihrer Herkunft verbundenen Hierarchien zumindest situativ außer Kraft zu setzen.

14 Anne Dufourmantelles *Puissance de la douceur* (2013; dt. Übersetzung: *Macht der Sanftheit*, 2020) erkundet Sanftheit als symbolische Kraft, die Transformationen bewirkt, und als eine Intelligenz, die in der Lage ist, Gewaltverhältnisse zu verstehen. Die Nähe zum Süßen (*douceur* könnte auch mit »Süßigkeit« übersetzt werden) ist deutlich markiert; sie ließe sich nämlich als Ursprung der Sanftheit denken, die in ganz verschiedenen Weisen in Erscheinung tritt: »La vie dépose la douceur en nous dès l'origine. On croit la saisir à la source – enfant abandonné au sommeil, goût de sucre du sein maternel, voix qui berce, psalmodie, caresse –, on la devine ailleurs, dans le mouvement de l'animal, la montée de l'obscurité en été, la trêve d'un combat, la rencontre d'un regard« (Dufourmantelle 2013: 19; vgl. ebd.: 95f.).

Der Titelschwerpunkt »Süüüüß!« endet schließlich mit einem alle Aspekte des Süßen noch einmal aufgreifenden Rundgang durch die Ausstellung #*cute*. *Inseln der Glückseligkeit*, den Hannah Zipfel 2020/21 im NRW-Forum in Düsseldorf gemacht und unter dem Titel »Inside the *cute* Cube« für das Heft reflektiert hat. Die Objekte und Kunstwerke der Ausstellung bieten das Süße und Klebrige zum Anfassen, offenbaren die dunklen und unheimlichen Seiten des ›*cuten*‹ und setzen niedliche Tiere als Werkzeuge des Subversiven in Szene. In der Ausstellung zeige sich der gegenwärtige »Siegesszug« von *cuteness* als invasives wie affektives Phänomen der Gegenwart, das allerdings nicht auf einen Nenner zu bringen sei, wie Zipfel festhält. »Ob als quietschendes Warenversprechen, eskapistische Weltflucht, gesteigertes Grauen oder Subvertierung in unterschiedliche (politische) Richtungen« – das Potential des Süßen bleibt von Fall zu Fall zu entscheiden.

Wir wünschen erhellende Lektüre – und danken den Autor:innen für die Geduld im Redaktions- und Herstellungsprozess, den anonymen Gutachter:innen für ihre Einschätzungen, den Gesamtherausgeber:innen der ZfK, Karin Harrasser und Elisabeth Timm sowie Moritz Pisk (Redaktionsassistent) für die reibungslose Zusammenarbeit, Alisa Otte für ihre Hilfe bei den Recherchen im Vorfeld sowie Hieronymus Thiele und Julia Weisz für die Unterstützung bei der Formatierung der Manuskripte. Der erste Impuls, der über mehrere Treffen schließlich zu diesem Themenschwerpunkt führte, entstand im Wintersemester 2015/16 aus der Ringvorlesung »Konsum und Gender« des Interdisziplinären Zentrums für Geschlechterforschung (IZfG) der Universität Greifswald und so gilt unser Dank *last but not least* auch dessen Kooperationspartner:innen, die durch ihre Unterstützung zum Gelingen des Projektes seither an vielen Stellen beigetragen haben: nämlich dem Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald sowie Birgit Gabler und der Leitstelle für Frauen und Gleichstellung, damals im Ministerium für Soziales, Integration und Gleichstellung Mecklenburg Vorpommern.

Literatur

- ARISTOTELES (2007): *Rhetorik*, übers. und hg. v. Gernot Krapinger, Stuttgart: Reclam.
- BASSLER, Moritz/DRÜGH, Heinz (2021): *Gegenwartsästhetik*, Konstanz: Konstanz University Press.
- BURKE, Edmund (1990): *A Philosophical Enquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful*, hg. v. Adam Phillips, Oxford, New York: Oxford University Press.
- CHU, Andrea Long (2019): *Females*, London: Verso.
- CORONIL, Fernando (1996): »Beyond Occidentalism. Toward Nonimperial Geohistorical Categories«. In: *Cultural Anthropology* 11: 1, 51–87.
- CURRID-HALKETT, Elizabeth (2018): *The Sum of Small Things. A Theory of the Aspirational Class*, Princeton: Princeton University Press.
- DUFOURMANTELLE, Anne (2013): *Puissance de la douceur*, Paris: Payot & Rivages.
- DWB, o.V. (2021 [1942]): »Süsz, adj.«. In: *Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm, digitalisierte Fassung im Wörterbuchnetz des Trier Center for Digital Humanities, Version 01/21*, <http://woerterbuchnetz.de/> (17.01.2022), Band 20, Spalte 132.

- DWDS, o.V. (o.J.): »DWDS-Wortverlaufskurve für ›süß‹, erstellt durch das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache«. In: *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*, <https://www.dwds.de/r/plot/?view=1&corpus=zeitungenxl&norm=date%2Bclass&smooth=spline&genres=0&grand=1&slice=1&prune=0&window=3&wbase=0&logavg=0&logscale=0&xrange=1946%3A2021&q1=s%C3%BC%C3%9F> (20.12.2021).
- HILLEN, Christian (2007): »Süßes verwöhnt, Süßes versöhnt«. Geschlechterrollen in der Schokoladenwerbung der Stollwerck AG in den 1960er Jahren«. In: *Süße Verlockung. Von Zucker, Schokoladen und anderen Genüssen*, hg. v. Hermann Heidrich/Sigune Kussek, Molfsee: Schleswig-Holsteinisches Freilichtmuseum, 71–78.
- KINSELLA, Sharon (1995): »Cuties in Japan«. In: *Women, media, and consumption in Japan*, hg. v. Lise Skov/Brian Moeran, Honolulu: University of Hawaii Press, 220–254.
- KINSELLA, Sharon (2020): »Cuteness, josō, and the need to appeal: otoko no ko in male subculture in 2010s Japan«. In: *Japan Forum* 32: 3, 432–458.
- MCRobbie, Angela (2010): *Top Girls. Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes*, hg. v. Sabine Hark/Paula-Irene Villa, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- MERISH, Lori (1996): »Cuteness and Commodity Aesthetics. Tom Thumb and Shirley Temple«. In: *Freakery. Cultural Spectacles of the Extraordinary Body*, hg. v. Rosemarie Garland Thomson, New York, London: New York University Press, 185–203.
- MINTZ, Sidney W. (2007 [1985]): *Die süße Macht. Kulturgeschichte des Zuckers*, Frankfurt/Main, New York: Campus.
- NGAI, Sianne (2015): *Our Aesthetic Categories. Zany, Cute, Interesting*, Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press.
- OHLY, Friedrich (1989): *Süsse Nägel der Passion. Ein Beitrag zur theologischen Semantik*, Baden-Baden: Koerner.
- ORTIZ, Fernando (1947 [1940]): *Cuban Counterpoint. Tobacco and Sugar*, New York: Alfred E. Knopf.
- PENNY, Laurie (2012): *Fleischmarkt. Weibliche Körper im Kapitalismus*, Hamburg: Nautilus.
- POEHL, Kerstin (2016): »Material und Moral. Das Handels- und Konsumgut Zucker«. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 112: 1, 57–75.
- POWER, Nina (2011): *Die eindimensionale Frau*, Berlin: Merve.
- QUEERTOPIA (2020): *Cuteness, Infantilism, and Failure in Queer Aesthetics. Posting 17.02.2020, Update 05.03.2020*, <https://www.queertopia.community/post/queer-cuteness-and-failure> (20.03.2022).
- RICHARD, Birgit/Gunkel, Katja/Müller, Jana (2020): *#cute. Eine Ästhetik des Niedlichen zwischen Natur und Kunst*, Frankfurt/Main, New York: Campus.
- ROBNIK, Tanja (2021): »Richtig« Essen. Grenzziehungen im Diskurs um gesunde Ernährung, Unveröff. Diss. LMU München.
- SANDGRUBER, Roman (1986): *Bittersüße Genüsse. Kulturgeschichte der Genußmittel*, Wien u.a.: Böhlau.
- TLUSTY, Ann-Kristin (2021): *SÜSS. Eine feministische Kritik*, München: Hanser.
- WILD, Cornelia (2016): »Die Liebe der trobadors«. In: *Handbuch Literatur und Emotionen*, hg. v. Martin von Koppenfels/Cornelia Zumbusch, Berlin: De Gruyter, 261–274.

YANO, Christine R. (2013): *Pink Globalization. Hello Kitty's Trek Across the Pacific*, Durham: Duke University Press.

YOSHIMI, Shunya (2002): »Consuming ›America«. Der kulturelle Konsum von Räumen und Identitäten im heutigen Japan«. In: *Historische Anthropologie* 10: 3, 416–435.

Abbildungen

Abb.1: Zuckerdekoration »Schleifen« der Firma Aneta Dolce, Fotografie Heide Volkening.

Abb. 2: Zuckerdekoration »Baby auf Blatt« der Firma Aneta Dolce, Fotografie Heide Volkening.