

ERNÄHRUNG

Die Becher des Bösen

Immer mehr, immer süßer, immer fetter – Amerikas Dicke belasten das Gesundheitssystem mit Milliarden Dollar. New Yorks Bürgermeister will deshalb Softdrinks aus XXL-Bechern verbieten. Nun tobt eine Debatte um Freiheit. *Von Ullrich Fichtner*

Lloyd Winnecke, der schlanke Bürgermeister von Evansville, lässt morgens gern die „Today Show“ laufen, Frühstücksfernsehen aus Manhattan, er erinnert sich gut an die Sendung des 1. Juni, als sein Amtskollege Michael Bloomberg im Studio saß wie in einer Falle. New Yorks Bürgermeister hatte am Vortag angekündigt, supergroße Softdrinks zu verbieten, aber den „Nationaltag des Donuts“, den Amerika an diesem 1. Juni beging, hatte er mit Brief und Siegel begrüßt.

Zur Feier des Tages wurden in der Stadt 2,2 Millionen Kalorien in Form von 7500 Donuts verschenkt, und weil das so gar nicht zum Anti-Cola-Erlass passen wollte, stellten die Leute vom Fernsehen Bloomberg als lächerlichen Heuchler hin. In Evansville, zweieinhalb Flugstunden westwärts, schön gelegen an einer bauchigen Schleife des Ohio River, begann Lloyd Winnecke amüsiert und ein wenig schadenfroh seinen Tag, einen neuen im verwirrenden Krieg gegen Amerikas Fettsucht.

Es ist ein gerechter Krieg, ohne Zweifel, der Feind steht tief im Land und wütet furchtbar unter der Zivilbevölkerung. Im Bundesstaat Indiana, in dessen Süden Evansville liegt, sind 65 Prozent aller Erwachsenen übergewichtig oder wirklich fettleibig, lebensgefährlich adipös, 30 Prozent aller Jugendlichen zwischen 10 und 17 Jahren wiegen zu viel oder viel zu viel. Weil sich diese extremen Zahlen mit dem nationalen Durchschnitt der Vereinigten Staaten decken, beschreiben sie eine Staatskrise, die sich noch desaströs ausweiten wird. Im Jahr 2030 werden wahrscheinlich 110 Millionen Amerikaner fettleibig sein, noch einmal 32 Millionen Personen mehr als heute schon, und wer Lust an düsteren Wetten hat, kann demnächst auf den Zusammenbruch des amerikanischen Gesundheitssystems setzen.

In Evansville wissen die Leute, wovon die Rede ist. Eine Gallup-Umfrage machte den Ort im vergangenen Jahr als die „fetteste Stadt Amerikas“ dingfest. Die Befragung ergab, dass 37,8 Prozent der Menschen in Evansville fettsüchtig sind mit einem Body-Mass-Index von größer oder gleich 30. Aber 30, das ist viel: ein

achtjähriger Junge, 1,30 Meter groß, wiegt dann mehr als 50 Kilogramm; ein 40-jähriger Mann, 1,80 Meter groß, muss fast 100 Kilo schwer sein; eine 20-jährige, 1,70 Meter große Frau mit Index 30 bringt 87 Kilo auf die Waage. In Evansville gehen diese statistischen Typen um als Shirley und Steve, Peter und Mary, als schwere Menschen aus Fleisch und Blut und viel zu viel Fett.

Das Thema ist bitterernst, nationale Behörden reden von einer Epidemie, von einem nationalen Notstand, und trotzdem ist auch der Lachreiz ständig da. Wenn etwa Bürgermeister Winnecke in seinem Amtszimmer erzählt, dass sie in seiner Stadt den Weltrekord im kollektiven Liegestütz brechen wollten, aber statt der erforderlichen 251 nur 165 Bürger aufkreuzten, bei einer Bevölkerung von



New Yorker Bürgermeister Bloomberg, übergewichtige US-Bürgerinnen: 28 Unzen Cola zum

120 000. Oder wenn Winneckes Assistentin einen alten Laptop auf den Tisch stellt, um ein Video vorzuführen, das den Bürgermeister, Polizistinnen, Feuerwehrleute und lokale Eishockey-Größen singend beim Workout zeigt.

„Für den Standort Evansville ist das Thema Fettsucht Gift“, sagt Winnecke, ein guterhaltener Mann von 52 Jahren, ein moderater Republikaner. Er ist seit sechs Monaten im Amt, die Gallup-Umfrage platzte in seinen Wahlkampf ums Rathaus.

Evansville ist tatsächlich ein ansehnlicher Standort, es gibt im Umkreis auffällig viel Industrie, eine Plastikwarenfabrik mit 2200 Arbeitern, Toyota produziert mit 4600 Leuten, im Zentrum steht eine riesige Konzert- und Sporthalle. Es gibt ein Orchester, ein Spielcasino, zwei große Krankenhäuser und an den Stadträndern einen breiten Saum aus Shopping-Malls und allerlei Gewerbe. „Wir haben immer interessierte Firmen, die umziehen oder neu bauen wollen“, sagt Winnecke, „die Scouts sind ständig unterwegs, gute

Standorte zu finden. ‚Fetteste Stadt‘ hilft da nicht gerade.“ Also wird das Image poliert, ohne große Hoffnung, das unterliegende Problem in den Griff zu bekommen. „Ich selbst nehme nie den Aufzug“, sagt Winnecke dreimal im Lauf eines Freitagvormittags Mitte Juli, „ich gehe immer die Treppen hoch.“ Anschließend besucht er demonstrativ den kleinen Wochenmarkt im verödeten Stadtzentrum, wo sich ein Dutzend Stände neben einer Branche verlieren. Vor den Kameras lokaler Fernsehstationen kauft Winnecke frisches Gemüse und Obst, drückt Tomaten und Melonen, lobt den Geruch frischen Basilikums und dankt den Bauern und Händlern, dass sie überhaupt da sind. „Es geht darum, Bewusstsein zu schaffen“, sagt Winnecke, das hört man oft in Amerika: „raising awareness“. Es bedeutet, an die Heilkraft des Tropfens auf dem heißen Stein zu glauben. Es meint, im Angesicht eines unlösbaren Problems so zu tun, als gäbe es keinen Grund zur Verzweiflung.

In Evansville sind jetzt an ein paar Kreuzungen Schilder aufgestellt, die die

Zahl der Schritte nach da und dort anzeigen; es geht nur kaum ein Mensch zu Fuß. Das Fitness-Video, „Go, you chicken fat, go“, gedreht in Bob's Gym und veröffentlicht auf dem YouTube-Kanal des Bürgermeisters, wurde von 3400 Leuten angeklickt, das sind knapp drei Prozent der Stadtbevölkerung. Winnecke sagt, es gebe 65 kleine und große Parks in der Stadt, also „viel Raum für alle möglichen Aktivitäten“, aber wer sich umtut, stößt nirgends auf viel Betrieb, außer abends am Ufer des Ohio, wo sich die Obdachlosen betrinken, und tagsüber am zentralen Busbahnhof, wo sich sehr viele sehr dicke Menschen die Wartezeit mit süßen Getränken vertreiben, die sie aus Trinkbechern so groß wie Blumenvasen saugen.

Shopping-Malls umringen die Stadt wie die Stützpunkte einer belagernden Armee, dort draußen findet alles öffentliche Leben statt, perfekt vernetzt durch vielspurige Autobahnen. In der großen Eastland Mall an der Green River Road, die den Grundriss einer langgestreckten Ka-



Frühstück

OCTAVIAN CANTILLI

thedrale hat, muss das epidemische Übergewicht jedem Betrachter ins Auge stechen. Hier führen bullige Eltern ihre aufgeschwemmten Kinder an der Hand herum, und auf den Bänken der Mall stärken sich Shopper in knapp sitzenden XXL-T-Shirts mit schönen Portionen von frittiertem Huhn, Softeis und/oder Smoothies. Das klingt nach Klischee und einer Karikatur Amerikas. Aber es ist ein Report aus der Wirklichkeit.

In Evansville kann sie sich unwirklich anfühlen, wenn etwa Shirley Smith mit dem Taxi am Wal-Mart-Supercenter an der North Burkhardt Road vorfährt. Sie ist 47, nicht groß, 350 Pounds schwer, 159 Kilogramm. Es dauert, bis sie sich aus dem Auto gequält hat, dann wuchtet sie sich auf Krücken gestützt zu einem elektrischen Rollstuhl, der für Gebrechliche gedacht und für sie viel zu klein ist. Rechts und links des Sitzes hängt ihr weiches Fleisch in Lappen herunter, sie schwitzt, sie leidet, ja, sagt sie, sehr.

Sie erzählt, dass sie zuckerkrank sei, dass sie hohen Blutdruck habe, schlechte Leberwerte, Wasser in den formlos aufgedunsenen Beinen, dass sie schlecht schlafe, Angst um ihren Kreislauf habe und Probleme mit der Verdauung. Die Schneidezähne fehlen ihr auch, weil nicht genug Geld für den Arzt da ist. Aber abgenommen hat sie, 15 Kilogramm binnen eines Jahres, sie isst jetzt viel Gemüse, Obst „und das ganze andere Zeug“, sagt sie. Dann rollt sie im Schrittempo davon wie ein dunkler Geist, in die Regalschluchten des Wal-Mart, wo die Packungsgrößen für Eiscreme und Schinken, Cola und Kartoffelchips, Schmelzkäse und Popcorn jeden Unterschied zwischen Groß- und Einzelhandel einebnen.

„Bewusstsein schaffen“ – hat Bürgermeister Winnecke je daran gedacht, an die Shopping-Malls und Fast-Food-Ketten heranzutreten, um das zu tun? Winnecke zögert ein wenig mit der Antwort, die Frage muss ihm naiv vorkommen. Was hätte er, ein kleiner Bürgermeister aus dem Mittelwesten, gegen die Multis auszurichten? „Mir ist schon klar, dass die ihre Brötchen gar nicht groß genug backen können“, sagt er, „und ich verstehe auch nicht, warum man Limonade aus Eimern trinken muss.“ Aber am Ende müsse doch in Amerika jeder selbst entscheiden, was er essen und trinken wolle oder eben nicht. „Das bleibt schon so“, sagt Winnecke, und es klingt wie: Das muss so bleiben.

Aber genau darüber wird nun in Amerika gestritten, seit Bürgermeister Bloomberg aus New York mit seinem Sprudel-Hammer Schlagzeilen gemacht hat. Die Verfügung, die voraussichtlich im September in Kraft treten wird, ist Teil eines 23-seitigen „Task Force Plan“, der die Epidemie der Fettsucht „umkehren“ will, sie trifft Kinos, Restaurants, Delikatessenläden,



Supermarktkundin Smith, Bürgermeister Winnecke in Evansville: Eine Epidemie, ein nationaler

Imbissbuden, Fast-Food-Ketten jeder Art und Sorte. Bloomberg will ihnen verbieten, Getränke in Bechern größer als 16 Unzen zu verkaufen, das ist knapp ein halber Liter. Was undramatisch und wirkungslos klingt, ist auf den zweiten Blick eine Revolution, eine Abkehr von der uramerikanischen Kultur des „Bigger is better“, und natürlich sehen nicht wenige Menschen die Freiheit insgesamt in Gefahr.

Kann man McDonald's und Burger King verbieten, ihre Limonaden in Mons-

Was wäre die Freiheit wert, wenn sie nicht auch die Freiheit zur Selbsterstörung einschliesse?

terbechern zu verkaufen? Und was ist mit den anderen, weniger bekannten Caterern Amerikas? Die Fast-Food-Kette White Castle findet 21 Unzen oder 0,6 Liter immer noch „small“, steigert sich bei „large“ auf 44 Unzen, das macht 1,25 Liter, und verkauft den Eistee, gern auch gesüßt, in Bechern bis zum Volumen von einer Gallone, das sind 3,8 Liter Flüssigkeit. Bei Kentucky Fried Chicken sind Cola und Co. im „Mega Jug“ zu haben, 65 Unzen groß, 1,85 Liter, so ein Eimer

enthält 210 Gramm Zucker und fast 800 Kalorien.

Wer meint, dass kein Mensch so viel trinken könne, muss nur ein paar mal Rast machen an einer Autobahn in Amerika. Oder ins Kino gehen im AMC Loews Filmpalast an der 42. Straße von New York, wo die kleinsten Becher 32 Unzen groß sind, doppelt so groß wie das von Bloomberg geforderte Maximum. Um sich zu rechtfertigen, zitiert das Rathaus jetzt tausenderlei Studien und rattert furchterregende Zahlen herunter: Die Fettsucht koste Amerika jedes Jahr an die 200 Milliarden Dollar für Krankenhäuser und Arztpraxen. Jedes Jahr sterben 5800 New Yorker an den Folgen der Adipositas, 700 000 seien zuckerkrank – und „zuckerhaltige Getränke“ seien eben die wichtigste Ursache dieser Krise, man wolle die Konsumenten zum Nachdenken über ihre Konsumgewohnheiten zwingen.

Es war nicht Bloombergs erster Coup: Der vielfache Milliardär im New Yorker Rathaus hat seinen 8,2 Millionen Mitbürgern schon früh flächendeckende Rauchverbote aufgezwungen und den Preis pro Schachtel Zigaretten über Steuern auf 13 Dollar hochgetrieben. Er hat 2005 ein Verbot von schädlichen Industriefetten im Essen durchgesetzt, er hat alle Restaurants der Stadt im Jahr 2008 darauf verpflichtet, in ihren Speisekarten die Kalo-



FOTOS: CHRISTOPHER LANE

Notstand

rien der Gerichte auszuweisen. 2010 verfügte Bloomberg, dass Sozialhilfeempfänger ihre Essensgutscheine nicht länger gegen Coke und Pepsi tauschen dürften, aber er scheiterte mit einer Limonadensteuer, die steigende Zwangsabgaben je nach Bechergröße vorsah.

Die U-Bahnen der Stadt sind tapeziert mit Bloomberts Botschaften, mit Warnungen vor Limonade und Aufrufen zum gesünderen Leben. Der Bürgermeister macht in Sachen Gesundheit so viel Wind, dass die Karikaturisten des „New Yorker“ mit dem Zeichnen kaum hinterherkommen. Sie haben Bloomberg als selbstverliebten Geck, der sich im Spiegel anhimelt, auf die Titelseite gehoben, bald werden sie ihn bestimmt als Gesundheits-Stalin karikieren. Aber selbst wenn sein entscheidender Antrieb die Eitelkeit sein sollte: Es gibt doch zugleich weit und breit keinen Politiker, der sich derart frontal gegen die Interessen gleich mehrerer Großindustrien und ihrer Zulieferer stellt. Es ist insofern mutig bis an den Rand der Tollkühnheit, was Bloomberg tut. Aber ist es auch richtig?

Die Bilanzen seines Feldzugs sind gemischt, die zugehörigen Studien völlig unergiebig. Trotz Kalorienangaben auf Speisekarten wird in New York weiter zu viel gegessen und mancherorts sogar mehr als vorher, trotz Rauchverbote-

ter. Das holen die Getränkeindustrie, die Kinos und die Fast-Food-Ketten jetzt nach. Sie wollen nicht weniger, sondern mehr Sprite und Fanta, Coke und Pepsi, Dr Pepper und Mountain Dew verkaufen. In ihren Kreisen geht die Furcht um, Bloomberts neuerlicher Vorstoß könnte Nachahmer im ganzen Land finden, bis hin zu bundesstaatlichen Gesetzen hier und da.

In New York sind die einschlägigen Lobbyisten nach einer kurzen Schockstarre aufgewacht. Über der Amüsierinsel Coney Island im Atlantik vor Manhattan fliegen an Wochenenden jetzt manchmal kleine Propellermaschinen, die Spruchbänder mit der Aufschrift „No Drinks 4 U“ durch den blauen Sommerhimmel ziehen. Eine Initiative „New Yorker für die freie Getränkewahl“ hat sich gegründet, in der „New York Times“ war gleich nach Bloomberts Verkündigung die ganze Seite drei mit einer Schmähanzeige gefüllt, die den Bürgermeister als dicke Gouvernante zeigte und gegen den „Nanny State“ wettete, gegen Bevormundung und Bloomberts dauernde Gängeleien. Draußen im weiten Land kommt der New Yorker Lärm vorerst nur als fernes Geräusch an. In Atlanta, Georgia, dem Stammsitz der Coca-Cola-Company, ist der hauseigene Themenpark belagert wie eh und je. Bauch an Bauch schiebt sich Amerika durch die „World of Coca-Cola“ am Pemberton Place und bewundert die Schönheit einer Weltmarke, einer Flasche, eines Logos, ohne sich groß Gedanken über Kalorien zu machen. Dass die allererste Coca-Cola-Flasche nur 6,5 Unzen fasste, nicht einmal 0,2 Liter, muss einem heute vorkommen wie ein Witz. Es hängen auch alte Werbeplakate im Museum von Atlanta, auf denen die damals neue Halbliterflasche als „perfekt für drei Gäste“ angepriesen wurde. Alles vergessen. Heute sitzen vor Lacy McNear in Evansville, Indiana, Kinder in Schulklassen, die sich im Tagesverlauf mit drei, vier halben Litern Cola rehydrieren und nicht mehr auf die Stühle passen. Lacy McNear ist 28, sehr freundlich, sehr blond, sie ist schlank und engagiert und tingelt als Ernährungslehrerin des St. Mary's Hospital durch die 30 Schulen der Stadt, um „Bewusstsein zu schaffen“. Sie denkt positiv. „Sicherheitsgurte, Recycling, Rauchen, das waren alles schwierige Kampagnen, aber alle waren erfolgreich“, sagt sie, „wenn wir die Kinder erreichen, erreichen wir viel.“

Sie hat Kisten und Rollkoffer in ihrem Büro stehen, gefüllt mit Anschauungsmaterial, das an Scherzartikel erinnert. Es gibt kleine und zu große Spaghettiportionen aus Gummi, Muskelfleisch und Fettbrocken aus Plastik. In weichen Taschen liegen Reagenzgläser, gefüllt mit so viel Streuzucker, wie in einer Cola steckt, in einem Donut, einem Schokoriegel. Lacy

ter. Das holen die Getränkeindustrie, die Kinos und die Fast-Food-Ketten jetzt nach. Sie wollen nicht weniger, sondern mehr Sprite und Fanta, Coke und Pepsi, Dr Pepper und Mountain Dew verkaufen. In ihren Kreisen geht die Furcht um, Bloomberts neuerlicher Vorstoß könnte Nachahmer im ganzen Land finden, bis hin zu bundesstaatlichen Gesetzen hier und da.

In New York sind die einschlägigen Lobbyisten nach einer kurzen Schockstarre aufgewacht. Über der Amüsierinsel Coney Island im Atlantik vor Manhattan fliegen an Wochenenden jetzt manchmal kleine Propellermaschinen, die Spruchbänder mit der Aufschrift „No Drinks 4 U“ durch den blauen Sommerhimmel ziehen. Eine Initiative „New Yorker für die freie Getränkewahl“ hat sich gegründet, in der „New York Times“ war gleich nach Bloomberts Verkündigung die ganze Seite drei mit einer Schmähanzeige gefüllt, die den Bürgermeister als dicke Gouvernante zeigte und gegen den „Nanny State“ wettete, gegen Bevormundung und Bloomberts dauernde Gängeleien.

Draußen im weiten Land kommt der New Yorker Lärm vorerst nur als fernes Geräusch an. In Atlanta, Georgia, dem Stammsitz der Coca-Cola-Company, ist der hauseigene Themenpark belagert wie eh und je. Bauch an Bauch schiebt sich Amerika durch die „World of Coca-Cola“ am Pemberton Place und bewundert die Schönheit einer Weltmarke, einer Flasche, eines Logos, ohne sich groß Gedanken über Kalorien zu machen. Dass die allererste Coca-Cola-Flasche nur 6,5 Unzen fasste, nicht einmal 0,2 Liter, muss einem heute vorkommen wie ein Witz. Es hängen auch alte Werbeplakate im Museum von Atlanta, auf denen die damals neue Halbliterflasche als „perfekt für drei Gäste“ angepriesen wurde. Alles vergessen.

Heute sitzen vor Lacy McNear in Evansville, Indiana, Kinder in Schulklassen, die sich im Tagesverlauf mit drei, vier halben Litern Cola rehydrieren und nicht mehr auf die Stühle passen. Lacy McNear ist 28, sehr freundlich, sehr blond, sie ist schlank und engagiert und tingelt als Ernährungslehrerin des St. Mary's Hospital durch die 30 Schulen der Stadt, um „Bewusstsein zu schaffen“. Sie denkt positiv. „Sicherheitsgurte, Recycling, Rauchen, das waren alles schwierige Kampagnen, aber alle waren erfolgreich“, sagt sie, „wenn wir die Kinder erreichen, erreichen wir viel.“

Sie hat Kisten und Rollkoffer in ihrem Büro stehen, gefüllt mit Anschauungsmaterial, das an Scherzartikel erinnert. Es gibt kleine und zu große Spaghettiportionen aus Gummi, Muskelfleisch und Fettbrocken aus Plastik. In weichen Taschen liegen Reagenzgläser, gefüllt mit so viel Streuzucker, wie in einer Cola steckt, in einem Donut, einem Schokoriegel. Lacy



Anti-Bloomberg-Protest in New York: Harter Widerstand aus der Unterschicht

McNear kann den Kindern deren Magen zeigen, als Plastikmodell, und wie klein er eigentlich ist. Sie hat 25 Pfund schwere „Fettwesten“, die sich die Schüler überstreifen können, um zu begreifen, wie sich das Leben mit Schmerbauch anfühlt. Am Ende jeder Stunde werden sie aufgefordert, nach Hause zu gehen und ihren Eltern alles zu erzählen. Kommen keine Klagen? „Im Gegenteil“, sagt Lacy McNear. „Mir hat eine Großmutter geschrieben, dass ihr Enkelsohn zum ersten Mal im Leben Salat gegessen habe, dank des Unterrichts.“

Wer Zuversicht schöpft in Lacy McNears kühlem Büro im St. Mary's Hospital, wird beim Mittagessen im Gasthaus „Gerst“ brutal in den Alltag des Mittelwestens zurückgeholt. Hier hängen Hirschgeweihe an den hohen Wänden eines großen ehemaligen Eisenwarenladens, das Bier des Monats ist „Weltenburger Kloster“, und die Vorspeise „sausage sampler“ allein hat geschätzte 1500 Kalorien, davon 900 aus Fett.

Das Publikum ist eine Versammlung lokaler Schwergewichte, denen die große Geschichte deutscher Einwanderung in der Region durchaus noch anzusehen ist. Im Gerst ist praktisch täglich Oktoberfest, und es gibt von allem zu viel für zu wenig Geld: Würste, Schnitzel, Kartoffelsalat, Bier. „Comfort food“ sagen die Amerikaner. Es geht um Essen, das – zu oft gegessen – krank macht. Gibt es, im Krieg dagegen, eine Strategie? Staatliche Koordination? Nationale Krisenpläne? Bürgermeister Winnecke weiß nichts davon. Aber das könne daran liegen, sagt er, dass er erst seit sechs Monaten im Amt sei.

Manchmal kann er morgens, in der „Today Show“ aus Manhattan, die First Lady Michelle Obama sehen, die das bessere, gesündere Leben in Amerika zu ihrem Anliegen gemacht hat, sie springt dafür sogar hin und wieder Seil vor laufender Kamera. Es gibt verschiedene „Task Forces“ im Weißen Haus zum Thema, es gibt Bundesgesetze, die vorschreiben, was in Schulkantinen an Essen auszugeben sei, es gibt „National Soda Summits“, auf denen sich Kommunen über ihre Erfahrungen mit Aktionsprogrammen austauschen. Es wird insgesamt unglaublich viel Papier produziert, an Universitäten,

Eine Großmutter schrieb, dass ihr Enkel zum ersten Mal im Leben Salat gegessen habe.

in Ministerien, Stadt- und Staatsräten, es werden ohne Ende Reden gehalten, und landauf, landab werden millionenfach Kalorien verbrannt bei Sport-Events für die gute, gerechte Sache.

Aber es ist möglich, dass alle Bemühungen sinnlos sind angesichts einer Industrie, die keinen guten Willen, aber den klaren Zweck hat, kühl und präzise nach Profiten zu streben. „Oh no!“, sagt die Ernährungslehrerin Lacy McNear, als sie erfährt, was „USA Today“, Amerikas große Tageszeitung, am Morgen auf Seite eins gemeldet hat: dass drei große, landesweit agierende Ketten, Taco Bell,

Steak 'n Shake und Sonic, die süßen Limonaden künftig schon zum Frühstück aggressiver vermarkten wollen. Sie tun es, ganz einfach, weil Limonade profitabler ist als Kaffee, und natürlich, wie ein Taco-Bell-Sprecher sagte, „weil die Kunden es wünschen“.

Aber hat sich wirklich je ein Kunde gewünscht, dass es bei Steak 'n Shake zwischen sechs und elf Uhr morgens 28 Unzen Coca-Cola zum Sonderpreis von 1,79 Dollar zum Frühstück gibt? 0,8 Liter Cola für ein bisschen mehr als einen Euro? Die wahrscheinliche Antwort lautet: ja. Viele Amerikaner trinken zu allen Tageszeiten alles, was in die Becherfächer zwischen Fahrer- und Beifahrersitz passt. „Es kann nicht wahr sein“, sagt Lacy McNear. Und doch ist es so. Cola jetzt zum Frühstück, möglichst viel davon. Die Kette 7-Eleven hat ihren „Double Gulp“, einen gewaltigen Becher, nicht wegen gesundheitspolitischer Mahnungen abgeschafft; es gibt ihn nicht mehr, weil er einfach zu groß war für die Becherhalter in den Autos.

Zur Reaktion gezwungen werden Industrien heutzutage nur, wenn es um Gefahren für das eigene Image geht, um „Reputation Risk“. McDonald's hat seinen Supersize-Becher nach dem giftigen Dokumentarfilm „Super Size Me“ schon vor Jahren aus dem Angebot gestrichen, um sich als Marke mit Gesundheitsbewusstsein präsentieren zu können. Coca-Cola verbreitet immer lauter, dass man „Teil der Lösung“ sein wolle, die Firma bringt mehr Low- und No-Kalorien-Getränke auf den Markt und hat bei den Full-Sugar-Drinks in den vergangenen zehn Jahren schon erhebliche Einbußen hinnehmen müssen. Aber während dies alles geschieht, werden weiter fröhlich Milliarden ausgegeben, um junge Kunden für süße Drinks zu gewinnen, viele Milliarden mehr, als der Staat zur Gesundheitsaufklärung ausgibt.

Lloyd Winnecke aus Evansville war neulich bei seiner ersten Bürgermeisterkonferenz, die Epidemie der Fettsucht spielte dabei keine Rolle. Ein Amtskollege aus Kentucky sprach anerkennend über Winneckes Bemühungen, mehr Bewusstsein zu schaffen und das Thema überhaupt anzugehen; darüber hat er sich gefreut. Er hat es nicht leicht. Das Thema ist heikel, und es bringt keine Wählerstimmen, nicht in Evansville, Indiana.

Die Stadt ist bekannt für Hirn-Sandwiches von der Kuh, für ausgebackene Hühnerteile und ein Straßenfest Anfang Oktober, bei dem sich 125 Fressbuden die Franklin Street entlang aufreihen. Angeblich ist es das zweitgrößte Straßenfest Amerikas nach dem Mardi Gras in New Orleans. Es gibt dann in Evansville Känguru-Sandwiches, Bacon Brownies, Corn Dogs und frittierte Schokoriegel. Als gäbe es, hier in der Mitte Amerikas, kein Morgen mehr. ◆