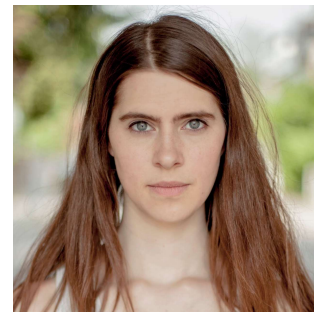


# Jule Marie Schacht – Genderperspektiven in den postkolonialen Narrativen der Schokoladenindustrie



**Jule Marie Schacht**

ist wissenschaftliche Mitarbeiter\*in an der Fakultät für Kulturwissenschaften und arbeitet dort an der KISD als Forschungskordinator\*in MA Integrated Design Research.

## Ausgangslage

Jule Marie Schachts Forschung ist in hohem Maße auf die Untersuchung von Genderaspekten im Essenskontext ausgerichtet. Im Zentrum steht dabei vor allem die Erforschung jener Dynamiken, mittels derer die kulturellen Ursprünge von Nahrung und deren soziale Relevanz Vorstellungen von Geschlechteraspekten und Genderrollen im Essenskontext prägen.

Die daraus resultierenden gesellschaftlichen Narrative und deren mediale Inszenierung in der Darstellung und Vermarktung bestimmter Speisen und Produkte bilden den Forschungsschwerpunkt.

## Erste Ideen zu Forschungsfragen

Bereits im Studium hat Jule Marie Schacht sich im Rahmen eines Lehrforschungsprojekts mit Genderperspektiven in den postkolonialen Narrativen der Schokoladenindustrie befasst.

Diese Vorarbeiten sollen im Rahmen des Fellowships vertieft werden. Zentrale Fragen sind dabei unter anderem, auf welche Weise Vorstellungen von Genderrollen durch den Schokoladenhandel und das entsprechende Marketing gefestigt und welche sexistischen, rassistischen und kolonialen Narrative in der Schokoladenindustrie fortgeschrieben werden, und wie Geschlechteraspekte im Kontext von Schokolade mit konsumgesellschaftlichen Ideen verknüpft werden.

Schokolade dient dabei als exemplarisches Nahrungsmittel, das die Zusammenhänge unserer Nahrung mit der Fortschreibung kolonialer Strukturen und der Vorstellung von Genderrollen bis in die Gegenwart aufzuzeigen vermag.

Ein weiteres Ziel des Fellowships ist es, die Ergebnisse und Zusammenhänge der Forschung für die interessierte Öffentlichkeit erfahrbar und zugänglich zu machen, beispielsweise durch eine Webseite oder angestrebte Kooperationen.

## Literatur

Bechhaus-Gerst, Marianne, und Horstmann, Anne-Kathrin (2013). *Köln und der deutsche Kolonialismus: Eine Spurensuche*. Köln: Böhlau.

Giller, Megan (2017). „How Women Learned To Love Chocolate: The marketing of indulgence.” *The Hairpin*, 11. Mai 2017. <https://thehairpin.eli.pizza/2017/05/how-women-learned-to-love-chocolate/>.

Hackenesch, Silke (2014). „Advertising Chocolate, Consuming Race? On the Peculiar Relationship of Chocolate Advertising, German Colonialism, and Blackness.” *Food & History* Band 12, Nr. 1 (2014), S. 97–112. <https://doi.org/10.1484/J.FOOD.5.105144>.

Robertson, Emma (2020). „Gendered Chocolate Mythologies: From Montezuma to Plain Mr. York.” *ReVista*, 29. August 2020. <https://revista.drclas.harvard.edu/gendered-chocolate-mythologies/>.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

**Technology**  
**Arts Sciences**  
**TH Köln**