



RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM

# Street Food – Essen auf Rädern 4.0 oder neue Form der Selbstständigkeit?

Katharina Mojescik

# FORSCHUNGSFELD STREET FOOD

# Definition Street Food

“Street foods are ready-to-eat foods and beverages prepared and/or sold by vendors or hawkers especially in the streets and other similar places.” (FAO 2017)



Street Food Verkäuferinnen in Bangkok/Thailand



Gourmet Food Truck in Los Angeles/USA seit 2007

# Forschungsstand Street Food

## International



## National



# DISSERTATION STREET FOOD IN DEUTSCHLAND



# Methodisches Vorgehen

Forschungshaltung: Grounded Theory (Strauss/Corbin 1990)

## Forschungsdesign:

- Teilnehmende Beobachtungen auf Street Food Märkten
- Teilnehmende Beobachtungen bei Vernetzungstreffen
- qualitative Interviews mit Marktveranstaltern (>5)
- qualitative Interviews mit Food Truckern und Street Foodlern (Frühjahr/Sommer 2018)

# Befund I: Vielzahl von Akteuren

Food Trucks Deutschland

Street Food Gilde

## Street Food Marktveranstalter



Food Trucker



Street Foodler

# Befund II: Beschreibung des Forschungsfeldes

## Charakteristika

- Mobilität
- Qualität -> höhere Preise
- Authentizität

Abgrenzung sowie Selbst- und  
Fremdzuschreibung als eigene  
Szene  
≠ Imbiss

## Geschäftsbereiche

- Veranstaltungen am Wochenende
- *Tagesgeschäft (nur Food Trucker)*
- Catering



# FORMEN DER SELBSTSTÄNDIGKEIT

Formen der Selbstständigkeit	Solo-Selbstständigkeit als Street Foodler	(Solo)-Selbstständigkeit als Food Trucker	(Klein-)Betrieb als Food Trucker/Street Foodler
Kapitalausstattung Einstieg	Kapital für Grundausrüstung (<5.000-10.000 €)	Kapital für Food Truck (~ 70.000-100.000 €)	Investition in mehrere Fahrzeuge/Pavillions und zunehmend stationäre Restaurants (> 300.000€)
Personal	Personalunion aus Betreiber & Koch	Betreiber mit unterstützenden Familienangehörigen/ 1-2 MA	Betreiber und angestellte Mitarbeiter in Fahrzeugen
Produkt	Produktentwicklung durch Lernprozesse in direkter Kundeninteraktion	Vorläufige Produktentwicklung, Kundenfeedback bedingt umsetzbar	Bestehendes Signature-Produkt ergänzt durch wechselnde Angebote
Geschäftsbereich	Street Food Märkte, <i>Catering</i>	Tagesgeschäft und Street Food Märkte, <i>Catering</i>	Catering, Tagesgeschäft, Street Food Märkte

## Entwicklung der Selbstständigkeit vieler „Pioniere“

	Solo-Selbstständigkeit als Street Foodler	Solo-Selbstständigkeit als Food Trucker	(Klein-)Betrieb als Food Trucker/Street Foodler
Quereinstieg für viele hochqualifizierte Angestellte			
Einstieg parallel zur abhängigen Beschäftigung	Kapital für Grundausstattung (<5.000-10.000 €)	Kapital für Food Truck (~ 70.000-100.000 €)	Investition in mehrere Fahrzeuge/Pavillions
Staatliche Regulation erschwert Neugründungen	Personalunion aus Betreiber & Koch	Betreiber mit unterstützenden Familienangehörigen/ 1-2 MA	Betreiber und angestellte Mitarbeiter in Fahrzeugen
„Die goldenen Zeiten sind vorbei“	Produktentwicklung durch Lernprozesse in direkter Kundeninteraktion	Vorläufige Produktentwicklung, Kundenfeedback bedingt umsetzbar	Bestehendes Signature-Produkt ergänzt durch wechselnde Angebote
	Street Food Märkte, <i>Catering</i>	Tagesgeschäft und Street Food Märkte, <i>Catering</i>	<i>Catering</i> , Tagesgeschäft, Street Food Märkte

## Parallelen zum Lean Startup (Blank 2013)

FAZIT

# FAZIT

**Durch Street Food entwickeln sich neue Formen der Selbstständigkeit in der Gastronomie.  
Parallele Entwicklungen:  
(Prekäre) (Solo-)Selbstständigkeit  
Entwicklung neuer Unternehmen (Analogie zu Lean Startup)**

## **Ausblick auf Forschungslücken:**

- Street Food als Paradebeispiel für Lean Startup-Vorgehen zum Aufbau von Unternehmen?
- Mobilität/Flexibilität als Erfolgsfaktoren für (gastronomische) Solo-Selbstständigkeit?
- Neue Möglichkeit der Selbstständigkeit für Migrant\*innen?
- Spannungsfeld Kooperation & Konkurrenz?

# KONTAKTDATEN

DIPL.-SOZ. WISS. KATHARINA MOJESCIK

INSTITUT FÜR ARBEITSWISSENSCHAFT

Lehrstuhl für Arbeitsorganisation und Arbeitsgestaltung

Gebäude NB 1/57

Fon +49 (0)234 32-26766

[katharina.mojescik@rub.de](mailto:katharina.mojescik@rub.de)

[www.aog.rub.de](http://www.aog.rub.de)

# References and Photo Credits

Caldwell, Alison (2012): Will Tweet for Food: Microblogging Mobile Food Trucks – Online, Offline, and In Line. In: Psyche A. Williams-Forsion (Hg.): Taking food public. Redefining foodways in a changing world. 1. publ. New York NY u.a.: Routledge, S. 306–321.

Dawson, R.; Liamrangi S.; Boccas F. (1996): Bangkok's street food project. Hg. v. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (FNA/ANA, 17/18).

Pill, Alexandra (2014): Changing food landscapes. Understanding the food truck movement in Atlanta, Georgia, USA.

Tinker, Irene (1999): Street foods into the 21st century. In: *Agriculture and Human Values* 16 (3), S. 327–333. DOI: 10.1023/A:1007569728512.