



universität
wien

DISSERTATION / DOCTORAL THESIS

Titel der Dissertation / Title of the Doctoral Thesis

„Der Wandel von Essdiskursen
am Beispiel ausgewählter Reiseführer“

verfasst von / submitted by

Mag. phil. Kai U. Dagner

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Doktor der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, 2017 / Vienna 2017

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on the
student record sheet:

A 092 308

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt /
field of study as it appears on the student record
sheet:

Volkskunde

Betreut von / Supervisor:

em. o. Univ.-Prof. Dr. Konrad Köstlin

Meinen Eltern gewidmet

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	8
1. Einleitende Betrachtungen	9
1.1 Veränderte Ausdrücklichkeiten rund ums Essen	9
1.2 Forschungsleitende Fragen	31
1.3 Untersuchungsgegenstände	35
1.4 Methodische Herangehensweise	37
1.5 Zum weiteren Verlauf der Arbeit – eine kurze Kapitelübersicht	45
2. Reisen als Grundlage von Essdiskursen in Reiseführern	46
2.1 Historische Vorläufer des modernen Reisens und ihre Sehnsuchtsorte	47
2.1.1 Die Grand Tour – die Bildungsreise junger Adliger.....	48
2.1.2 Die Badereise	55
2.1.3 Reisen zur Zeit der Romantik	60
2.1.3.1 <i>Die italienische Campagna</i>	61
2.1.3.2 <i>Die Faszination der Rheinreise</i>	65
2.1.3.3 <i>Der Alpentourismus</i>	72
2.1.4 Die Popularisierung des organisierten Reisens	75
2.2 Die Ausformung des modernen Massentourismus	78
2.3 Einige Besonderheiten des gegenwärtigen Reisediskurses	85
3. Das Wechselverhältnis zwischen Reisen, touristischem Blick und dem Essen als Symbolträger	87
3.1 Vom Site zum Sight	88
3.2 Authentizität und Symbolkonsum als touristische Werte	95
3.3 Speisen und Geschmack als Symbolträger	105
4. Neue Essdiskurse: Von der Informalisierung zum Lifestyle	116
4.1 Die beginnende Informalisierung unseres Essens.....	118
4.2 Essen als Inventar des Lebensstils.....	125

5. Zur Konstituierung des Genres "Reiseführer"	139
5.1 Vorab ein kurzer historischer Abriss	139
5.2 Besonderheiten heutiger Reiseführer	144
5.3 Kategorien zur Analyse von Essdiskursen in Reiseführern	154
5.3.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer	155
5.3.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils	155
5.3.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer	157
5.3.4 Essensdarstellung im sozio-historischen Kontext	158
6. Der empirische Vergleich von Speisen in Reiseführern	159
6.1 Essensdarstellungen am Beispiel von Toskana-Guides des MM-Verlags	163
6.1.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer	163
6.1.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils	171
6.1.2.1 <i>Strukturaufbau</i>	171
6.1.2.2 <i>Verbale und visuelle Textgestaltung</i>	174
6.1.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer	202
6.1.4 Essensdarstellungen im sozio-historischen Kontext	209
6.2 Essensdarstellungen am Beispiel der „Balkan“-Guides von Polyglott	215
6.2.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer	215
6.2.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils	225
6.2.2.1 <i>Strukturaufbau</i>	225
6.2.2.2 <i>Verbale und visuelle Textgestaltung</i>	228
6.2.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer	263
6.2.4 Essensdarstellung im sozio-historischen Kontext	270
6.3 Essensdarstellungen am Beispiel der „Franken“-Guides von Baedeker	276
6.3.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer	276
6.3.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils	284
6.3.2.1 <i>Strukturaufbau</i>	284
6.3.2.2 <i>Verbale und visuelle Textgestaltung</i>	288
6.3.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer	327
6.3.4 Essensdarstellung im sozio-historischen Kontext	338
7. Schlussbetrachtung	344

8. Quellenverzeichnis.....	365
8.1 Primär- und Sekundärliteratur.....	365
8.2 Reiseführer	386
8.3 Internetseiten	387
8.4 Marktanalysen & Statistiken.....	392
8.5 Illustrierte	392
 9. Abbildungsverzeichnis	 393
 Zusammenfassung.....	 396
Abstract	397

Vorwort

Ausschlaggebend für die Beschäftigung mit dem vorliegenden Thema war ein von Dr. Reinhard Johler im Sommersemester 1999 veranstaltetes Proseminar zur Geschichte der Volkskunde, ihrer Theorien und Methoden. Darin ging es auch um die Entstehung verschiedener Ästhetisierungskonzepte der „Erlebnisgesellschaft“, die mich dermaßen fesselten, dass ich mich nach zehn Jahren dazu entschloss, einen mit dieser Entwicklung verbundenen Teilaspekt herauszugreifen und zum Mittelpunkt der wissenschaftlichen Auseinandersetzung in dieser Arbeit zu machen: Den Wandel von Essdiskursen in Reiseführern. Damit nehme ich mich einem Thema an, das in der ethnologischen Nahrungsforschung seit Alois Wierlachers Essay "Verfehlte Alterität: Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen"¹ bisweilen nur wenig Beachtung fand.

Allerdings wäre diese Arbeit nicht ohne die tatkräftige Unterstützung zahlreicher Menschen zustande gekommen. Mein Dank gilt insbesondere folgenden Personen: Zunächst meinem Betreuer em. o. Univ.-Prof. Dr. Konrad Köstlin, der mit seinen hilfreichen Tipps wesentlich zum Gelingen der vorliegenden Untersuchung beitrug. Darüber hinaus Hon. Prof. Dr. Hermann Steininger, der – neben dem Betreuer – als Zweitbegutachter dieser Arbeit fungierte und mir ebenfalls mit Rat und Tat zur Seite stand. Weiters Lukas Heymann von der Stiftung Lesen – Institut für Lese- und Medienforschung, Verleger Michael Müller vom gleichnamigen Reisebuchverlag, Gertrud Petrig vom Institut für Demoskopie Allensbach, Albert Pfiffner vom historischen Archiv des Nestlé Konzerns, Teresa Preis vom Hauptverband des Österreichischen Buchhandels, Christine Schön vom Bildarchiv des Kupferstichkabinetts des Kunstmuseums Basel, Dr. Doris Simhofer für die Lektorierung meiner Arbeit sowie – last but not least – meiner Familie, die trotz meiner zahlreichen arbeitsbedingten Abwesenheit immer wieder viel Geduld und Verständnis aufbrachte.

¹ Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 498-509.

1. Einleitende Betrachtungen

1.1 Veränderte Ausdrücklichkeiten rund ums Essen

TV-Köche, die wie Popstars gefeiert werden, Kochbücher, die rekordverdächtige Auflagen erreichen und Einbauküchen, die immer professioneller ausgestattet sind: Der Stellenwert des Essens und der Ort seiner Zubereitung, die Küche, haben sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Nämlich weg von selbstverständlichen und nicht weiter hinterfragten Dingen des Alltages, hin zu Ausdrucksmitteln persönlicher Einstellungen und Bekenntnissen sowie zu Symbolträgern einer zunehmend ästhetisierten Lebenswelt. Letzteres offenbart sich beispielsweise bereits bei der Architektur und Anordnung heutiger Küchen, die zumeist groß und offen in den Wohnraum integriert sind. Da beherrscht dann plötzlich mit dem „Butcher Block“ ein aus der Fleischindustrie kommender professioneller Schneideblock den Mittelpunkt in der Küche; da werden Töpfe und Pfannen aus feinstem Edelstahl offen drapiert und mit Halogenspots derart ins rechte Licht gerückt, dass daraus der Eindruck des Besonderen entsteht. Dazu gesellen sich vielleicht auch noch eine professionelle Espressomaschine, sündteure japanische Schneidemesser und Spezialwerkzeuge wie Langustenschere oder Trüffelhobel, die ebenfalls sichtbar ausgestellt werden und dieses Bild verstärken. Dieses Sichtbarmachen ist aber in den allerwenigsten Fällen Ausdruck des tatsächlichen Kochverhaltens, sondern – und das ist neu – hauptsächlich ein Mittel, um die eigene Küchenkompetenz darstellen zu können. Man will damit zeigen, was getan werden könnte, wenn's darauf ankommt. Denn in den heutigen Küchen, so Konrad Köstlin, geht es primär um die symbolhafte Vermittlung kultureller Kompetenz bzw. des guten Geschmacks ihrer Besitzer.²

Auch das Essen selbst wird heute immer öfter als Symbolträger erkannt und entsprechend genutzt. Hier steht vor allem das Zurschaustellen individueller Einstellungen und Werthaltungen als Ausdruck des persönlichen Lebensstils im Mittelpunkt. Dabei werden Präferenzen und Tabus rund um unsere Speisen immer

² Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Neue Männer an neuen Herden. Zelebration am heiligen Ort. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 101 (2005), S. 96f.

häufiger in moralische Bekenntnisse verpackt und öffentlich gemacht.³ Diese Offenbarung geschieht aber nicht erst im Rahmen ihrer Zubereitung und der anschließenden Verzehrsituation, sondern beginnt bereits beim Einkauf. Dabei entpuppt sich der Griff nach den „richtigen“, das heißt nach den im Einklang mit bestimmten gesellschaftlichen Werthaltungen stehenden Lebensmitteln als zunehmende Schwierigkeit. Denn aufgrund des schwindenden Einflusses von sogenannten moralischen Instanzen, wie z.B. der Kirche, die in früheren Zeiten konkrete Handlungsmuster für jeden Einzelnen festgelegt haben, muss heute jeder aus sich selbst heraus entscheiden, was richtig oder falsch ist. Eine erste Orientierung scheinen in dieser Situation die sogenannten Bio-Produkte zu versprechen, deren Nachfrage in den letzten Jahren stetig gestiegen ist. Dabei handelt es sich um ökologisch angebaute Erzeugnisse, die bestimmten Richtlinien des biologischen Landbaus unterliegen. Zu dessen grundlegenden Prinzipien zählen ganzheitliches Denken, Streben nach weitgehend geschlossenen Stoffkreisläufen, größtmögliche Autarkie des Bauernhofes, sparsamer Einsatz von Betriebsmitteln, nachhaltige Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit sowie Erhalt der Sorten- und Rassenvielfalt.⁴ In der Praxis äußern sich diese Vorgaben beispielsweise durch den Verzicht auf Kunstdünger, Pestizide und synthetische Pflanzenschutzmittel, die Verwendung betriebseigener Futtermittel sowie durch die Einbeziehung flächengebundener Tierhaltung⁵. Die heutige ökologische Landwirtschaft orientiert sich somit an einer Anbauform, wie sie über viele Jahrhunderte unberedet und selbstverständlich von den heimischen Bauern praktiziert wurde. Der große Unterschied zur Bewirtschaftung in früheren Zeiten besteht jedoch darin, dass beim derzeit wahrnehmbaren Bio-Trend vormalige Selbstverständlichkeiten hinterfragt und zu einem Thema gemacht werden. Die im Einklang mit der Natur stehenden Herstellungsweisen und Anbaumethoden werden heute als etwas Besonderes dargestellt und in diesem Sinne neu verkauft. Dafür werden die unter dem Etikett „Bio“ firmierenden Produkte häufig mit Geschichten ausgestattet, in denen beispielsweise von „althergebrachten Anbaumethoden“, „traditionellen Produktions-

³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S.7.

⁴ Vgl. SANDGRUBER, Roman: Die Landwirtschaft in der Wirtschaft. Menschen, Maschinen, Märkte. In: BRUCKMÜLLER, Ernst et al.: Geschichte der österreichischen Land- und Forstwirtschaft im 20. Jahrhundert. Wien 2002, S. 307.

⁵ Vgl. URL: <http://www.biolebensmittel.at/article/articleview/40902/1/12422>; (26. Oktober 2010).

weisen“ oder von einem „naturbelassenen Umgang wie zu Omas Zeiten“ die Rede ist. Diese Narrationen zielen darauf ab, Bioprodukte als „authentische“, „reine“ und „unverfälschte“ und damit als besonders gesunde Lebensmittel darzustellen. Die bewusste Verknüpfung mit „Omas Zeiten“ mag dabei nicht nur zur Aufrechterhaltung des tradierten Bildes von der Vergangenheit als eine bessere Zeit dienen, sondern auch die Übertragung der beim romantischen Bild vom „alten Leben“ mitschwingenden positiven Konnotationen auf die sogenannten grünen Produkte ermöglichen. Dies geschieht vor allem über die Vermittlung bestimmter sprachlicher und visueller Bilder, die – mittels entsprechendem Storytelling – uns das Gefühl des Besonderen, des Schützenswerten geben. So steigt dann beispielsweise der „Mondseer“ auf der Internetseite österreichischer Käsehersteller plötzlich zum wohl „traditionsreichsten“ Rotschmierkäse Österreichs auf, der „heute noch nach einer überlieferten Rezeptur des Klosters Mondsee hergestellt [wird].“⁶ Und weiter heißt es dort: „Nach alter Tradition handgekäst, wird der Mondseer während der 6-wöchigen Reifezeit aufwändig händisch ‚gepflegt‘ (...).“⁷ Dieses Beispiel soll verdeutlichen, wie das oben genannte Storytelling aussehen kann: Der Hinweis auf die „überlieferte Rezeptur“ und die handgemachte Herstellungsweise „nach alter Tradition“ lässt in uns das Bild von der „guten, alten Zeit“ wach werden, in der noch sorgfältiger mit Lebensmitteln umgegangen wäre. Allzugern wird jedoch bei solchen Übertragungen vergessen, dass es sich bei diesen Storys um neue Geschichten handelt, da ihr Kontext ein völlig neuer ist und sie höchstens von den Anmutungen des Alten leben.⁸

Darüber hinaus lässt diese rückwärtsgewandte Darstellung vergessen, dass es in der „guten, alten Zeit“ keineswegs besser und „natürlicher“ zugeht. So hat beispielsweise Stefan Kreutzberger aufgezeigt, dass Lebensmittel bereits in der Antike und im Mittelalter immer wieder mal verfälscht, gestreckt oder gepanscht wurden und schon damals alles andere als durchwegs biologisch waren.⁹

⁶ URL: <http://www.kaesewelten.at/Kaeseangebot/3,Schnittk%C3%A4se+%28SK%29/376,Der+Mondseer/4>; (29. Juli 2011).

⁷ URL: <http://www.kaesewelten.at/Kaeseangebot/3,Schnittk%C3%A4se+%28SK%29/376,Der+Mondseer/4>; (29. Juli 2011).

⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Neue Regionalität: Muster und Diskurse. In: Jahrbuch des österreichischen Volksliedwerkes Band 56 (2007), S. 26.

⁹ Vgl. KREUTZBERGER, Stefan: Die Ökolüge. Wie Sie den grünen Etikettenschwindel durchschauen. Berlin 2009, S. 193f.

Neben der verklärten Darstellung der Vergangenheit als eine Zeit, in der bestimmte Werthaltungen noch hoch gehalten wurden bzw. der Umgang mit der Natur noch ein ehrlicher war, muss schließlich auch der Verweis auf das Gesunde und Natürliche kritisch gesehen werden.

Was gerne übersehen wird, ist, dass auch Bioprodukte sehr oft verschiedene Zusatzstoffe enthalten. Darüber hinaus sind auch sie nicht frei von Skandalen geblieben.¹⁰ Dass sie dennoch nach wie vor als Symbole des „Natürlichen“, „Unverfälschten“ und „Reinen“, sowie als ein Synonym für gesunde Lebensmittel wahrgenommen werden, mag mitunter auch mit einer häufigeren und stärkeren Thematisierung von auftretenden Skandalen im industriellen Nahrungsmittelbereich zusammenhängen. Erinnert sei hier beispielsweise an die Diskussionen rund um BSE-verseuchtes Rindfleisch, dioxinbelastetes Geflügel oder gefährliche Bakterienansammlungen im Quargelkäse. Hinzu kam, dass der gegenwärtige zumeist als Globalisierung bezeichnete Modernisierungsprozess ein subjektives Gefühl von Unsicherheit und Bedrohung bei den Konsumenten schuf. Ehemals vertraute Marktstrukturen begannen sich durch eine immer globaler agierende Wirtschaftsentwicklung aufzulösen oder neu zu formieren. An ihre Stelle trat ein verschärfter Verdrängungswettbewerb, der zu undurchsichtigen Fusionen auch in der Nahrungsmittelwirtschaft führte. Die Konsumenten waren auf einmal mit einer unüberschaubaren Menge an neuen Waren, anonymisierten Produktionsketten, großräumigen Verteilungs- und Transportwegen sowie mit einer starken Diversifikation von Produktion und Handel konfrontiert.¹¹ All diese Entwicklungen führten zu weiteren Brüchigkeiten auf der Vertrauensebene und letztendlich zum Verlust von Identifikationsmöglichkeiten. In dieser Situation wurden Bio-Lebensmittel zunehmend als Konstante für Vertrauen wahrgenommen. Zusätzlich gestärkt wurde dieser Prozess von Seiten der Politik, die mit speziellen Maßnahmen – wie z.B.

¹⁰ Zum Thema Zusatzstoffe in Bio-Produkten vgl. KREUTZBERGER, Stefan: Die Ökolüge. Wie Sie den grünen Etikettenschwindel durchschauen. Berlin 2009, S. 194. In Bezug auf Bio-Skandale sei nur an die Diskussion rund um die im Frühjahr 2011 vor allem im Deutschland auftretende EHEC-Epidemie erinnert. Der Erreger dieser aggressiven und zum Teil tödlich verlaufenen Krankheit wurde zunächst in spanischen Bio-Gurken vermutet, ehe er bei importierten Sprossen nachgewiesen werden konnte [Anm. des Autors].

¹¹ Vgl. WEISS, Walpurga: Regionalität und regionale Lebensmittel. In: BRUNNER, Karl-Michael et al.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Wien, New York 2007, S. 188.

durch die Einführung von Gütesiegeln¹² und eigenen Bio-Aktionstagen – zu einer weiteren Akzeptanz und Legitimierung dieser Produkte beitrug.

Aber nicht nur das Verlangen nach Bio-Produkten ist in den letzten Jahren spürbar gestiegen, sondern auch der Stellenwert von Speisen, die für eine bestimmte Region als typisch angesehen werden. Diese Entwicklung muss ebenfalls im Konnex mit der Globalisierung gesehen werden. Denn erst ihre Dynamik – egal, ob als höhere Mobilität, vereinfachter Warenverkehr, verstärkte Firmenfusionen, häufigere Betriebsabsiedelungen oder uneingeschränktes Agieren auf den Finanzmärkten interpretiert – hat den Blick auf das Regionale geschärft. Dabei darf das Regionale aber nicht als Gegenpol, der sich ausschließlich gegen die Globalisierung stemmt, missverstanden werden. Gewiss schuf die Globalisierung Bedrohungsszenarien, aber die neue Regionalität konnte ihre Popularität erst vor dem Hintergrund der Globalisierung so richtig entfalten, da diese das Schärfen regionaler Konturen als Kontrastbild erst ermöglichte. Dieses stärker konturierte Bild stellt „Region“ als Raum dar, der von Modernisierungstendenzen noch weitgehend verschont geblieben und somit ein Gegenstück zur wachsenden Distanz zwischen Produktion und Konsum sei. Mit dem zusätzlichen Verweis auf ökologisch vorteilhafte Einsparungen an Transportkilometern bzw. ein nachhaltiges Wirtschaften auch im Anbaubereich, scheint „Region“ somit eine geeignete Kompensation für industriegesellschaftliche Entfremdung zu sein und den Menschen gelingende Identität zu bieten.¹³

Auch der oft ins Feld geführte Erklärungsversuch, hier handle es sich um eine Reaktion auf durch die Globalisierung ausgelösten Nivellierungstendenzen, stimmt nur partiell. So setzt beispielsweise gerade McDonald's – für viele Konsumenten Inbegriff kulinarischer Gleichmacherei – seit einigen Jahren auch hierzulande verstärkt auf den Regionalitätsaspekt. Dessen großflächig gestalteten Plakat-

¹² Dabei handelt es sich um Auszeichnungen, die die biologische Herkunft von Nahrungsmitteln bestätigen sollen. Zu den bekanntesten zählt das von Agrarmarkt Austria (AMA) verliehene AMA-Bio-Zeichen, das 1995 in Österreich eingeführt wurde und laut einer IGF-Umfrage im März 2009 auf einen Bekanntheitsgrad von 63% kam. Vgl. URL: http://www.ama-marketing.at/nc/presse/details/browse/3/article/ama-bio-zeichen-seit-15-jahren-garantie-fuer-gentechnikfreiheit/27/?tx_ttnews%5BpS%5D=1274713779; (26. Oktober 2010).

¹³ Vgl. BRUNNER, Karl-Michael: Entbehren, aufholen, bodenständig genießen. Vom Wandel des Essens. In: KÜHSCHELM, Oliver / LANGTHALER, Ernst / EMINGER, Stefan (Hg.): Niederösterreich im 20. Jahrhundert, Band 3: Kultur. Wien, Köln, Weimar 2008, S. 513; MAASE, Kaspar: Nahwelten zwischen „Heimat und „Kulisse“. Anmerkungen zur volkskundlich-kulturwissenschaftlichen Regionalitätsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 94 (1998), S. 57.

kampagnen wie beispielsweise „I’m from Austria – 100% Rindfleisch aus Österreich“ vermitteln dabei nicht nur das Bild, dass McDonald’s mit der Region verbunden, sondern – mehr noch – sogar Teil des als authentisch empfundenen Lokalen sei. Auch wenn dies so natürlich nicht stimmt und die „Green Washing“-Kampagne nicht ganz freiwillig erfolgte, versuchte sie dem Fast Food-Konzern doch gewissermaßen einen „grünen“ Anstrich zu verleihen. Verstärkt wurde dieses Bild zusätzlich durch den vor ein paar Jahren erfolgten Wechsel vom altbekannten roten auf einen neuen grünen Hintergrund im Logo.¹⁴ Für Konrad Köstlin versuchte McDonald’s auf diese Weise den vormals in der Kritik stehenden Burger zu indigenisieren, ihn zu verheimischen und zu etwas Eigenem zu machen.¹⁵ Somit ist davon auszugehen, dass auch multinationale „Global Player“ wesentlich zur Popularisierung des Regionalen in unseren Köpfen beigetragen haben und dies nach wie vor weiter tun. Das Beispiel von McDonald’s zeigt aber auch, dass Globalität und Regionalität in einem Wechselspiel zueinander stehen, das weltweit praktiziert wird. Das eine bedingt das andere: Erst durch das Auftauchen des Globalen, des für den Einzelnen als unkontrollierbar empfundenen großen „Ganzen“, gewinnt das Regionale an Kontur. Erst in dieser Situation konnte sich jenes Bewusstsein ausbreiten, dass die lokalen Erzeugnisse von regionalen Klein-Anbietern als Symbole für Nähe, Vertrauen und Authentizität wahrnahm. Diese Assoziationen besaßen sie aber nicht per se, sondern waren ebenfalls das Ergebnis von Zuschreibungen. Ähnlich wie die Verknüpfung von Bio-Lebensmitteln mit Imaginationen rund um Begriffspaare wie „natürlich“ und „gesund“, erhielten auch regionale Erzeugnisse ganz bestimmte

¹⁴ Der US-amerikanische Fast-Food-Konzern McDonald’s stand wegen seines unternehmerischen Handelns immer wieder in der öffentlichen Kritik. So machte Greenpeace u.a. bereits im Jahr 2000 darauf aufmerksam, dass die Hühner für die „Chicken McNuggets“ mit genmanipuliertem Soja gefüttert worden sein sollen. 2006 zeigte die Umweltschutzorganisation dann öffentlichkeitswirksam auf, dass McDonald’s wesentlich mitverantwortlich für den Rückgang des brasilianischen Regenwaldes sei. Und spätestens seit „Super Size Me“ – ein 2004 erschienener Dokumentarfilm, der den US-amerikanischen Filmemacher Morgan Spurlock bei seinem umstrittenen Selbstversuch, sich 30 Tage lang ausschließlich von diversen Burgern zu ernähren, begleitete – steht McDonald’s auch hinsichtlich gesundheitsgefährdender Auswirkungen auf den Körper verstärkt im Kreuzfeuer öffentlicher Kritik. Der Farbwechsel sei daher – so McDonald’s in einer ersten Stellungnahme – auch als „Bekenntnis zur und Respekt vor der Umwelt“ anzusehen. Nach dem Vorwurf von Greenpeace, dass es sich hierbei lediglich um „green washing“ handle, relativierte der Konzern jedoch wieder dieses Bekenntnis mit der Begründung, dass es sich dabei lediglich um eine falsche mediale Interpretation gehandelt hätte. Vgl. URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/mcdonalds-und-die-oeko-frage-wir-sind-kein-gruenes-unternehmen-1.78245>; (15. Dezember 2014), URL: <http://www.greenpeace.de/presse/presseerklärungen/auch-mcdonalds-verantwortlich-fuer-urwaldzerstoerung>; (15. Dezember 2014) sowie URL: <http://www.nzz.ch/aktuell/startseite/article9qlwg-1.282944>; (15. Dezember 2014).

¹⁵ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Neue Regionalität: Muster und Diskurse. In: Jahrbuch des österreichischen Volksliedwerkes Band 56 (2007), S. 24.

Konnotationen. Durch ihre räumliche Eingrenzung galten Regionen seit jeher als überschau- und kontrollierbar. Die regionalen Besonderheiten werden, so Hans-Werner Prahel und Monika Setzwein, dabei als Reste einer authentischen Lebensweise interpretiert.¹⁶ Diese Vorstellung wurde auch auf ihre Produkte bzw. Speisen projiziert. Dahinter steckt für Konrad Köstlin der Versuch, die verloren geglaubte Identität und Heimat wiederzufinden bzw. die Hoffnung, durch das Einverleiben dieser Kost zu den Wurzeln zurückzufinden.¹⁷ Dabei ist festzuhalten, dass diese heute oftmals euphorisch gefeierte Entdeckung des Regionalen keinesfalls neu ist und auch nicht alle lokalen Speisen umfasst. Bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts wandte sich etwa der deutsche Kunsthistoriker und Schriftsteller Carl Friedrich von Rumohr in seinem gastrosophischen Werk „Geist der Kochkunst von Joseph König“ gegen den zunehmenden Einfluss der französischen Küche in deutschen Kochbüchern und plädierte dafür, zu den eigenen landestypischen Zubereitungsweisen zurückzukehren.¹⁸ Damit wird ersichtlich, dass es die Abgrenzung von fremden Einflüssen mittels Betonung des Eigenen schon viel früher gab. Und wurde diese damalige Auseinandersetzung vor allem an der deutschen Hausmannkost¹⁹ festgemacht, so zeigt sich auch heute, dass sich nicht mit jeder lokalen Speise die Verbundenheit mit der Region ausdrücken lässt. Es kommt auf ihren Symbolgehalt an. Konrad Köstlin hat dazu festgestellt, dass es „symbolisch hoch bewertete Speisen sein müssen, die, mit ‚Heimat‘ verknüpft, den Geschmack der Heimat modellieren.“²⁰ Zusätzlich ist es von Bedeutung, dass diese Kost auch als „typisch“ für eine bestimmte Region vermittelt und erkannt wird – sowohl nach innen als auch nach außen.²¹ Die Globalisierung hilft bei diesem Wissenstransfer.

¹⁶ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / SETZWEIN, Monika: Soziologie der Ernährung. Opladen 1999, S. 249.

¹⁷ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Heimat geht durch den Magen. Oder: Das Maultaschensyndrom – Soul-Food in der Moderne. In: Beiträge zur Volkskunde in Baden-Württemberg 4 (1991), S. 148.

¹⁸ Vgl. RUMOHR, Karl Friedrich von: Geist der Kochkunst von Joseph König. Stuttgart, Tübingen 1822, S. 9 & 14f.

¹⁹ Der Begriff Hausmannskost bürgerte sich bereits gegen Ende des 18. Jahrhunderts im deutschen Sprachraum ein. Er bezeichnet eine aus dem kleinbürgerlich-handwerklichen Haushalt stammende Kost, die in früheren Zeiten teils aus Sparsamkeit, teils aus Mangel an Kochkenntnissen auf feinere Zutaten verzichtete und daher einfache, ähnlich zubereitete Gerichte beinhaltete. Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Heimat geht durch den Magen. Oder: Das Maultaschensyndrom – Soul-Food in der Moderne. In: Beiträge zur Volkskunde in Baden-Württemberg 4 (1991), S. 152; MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 23.

²⁰ KÖSTLIN, Konrad: Heimat geht durch den Magen. Oder: Das Maultaschensyndrom – Soul-Food in der Moderne. In: Beiträge zur Volkskunde in Baden-Württemberg 4 (1991), S. 154.

²¹ Vgl. ebd., S. 154.

Denn erst – wie schon mehrfach erwähnt – vor dem Hintergrund des als bedrohlich empfundenen „großen Ganzen“ erhält das Eigentümliche seine Kontur, lässt sich das Regionale als Besonderheit besser herausstreichen. Bernhard Tschofen nennt diesen Prozess „Labeling“ und meint damit die Ausstattung eines Produktes mit Geschichten, ohne die es am heutigen Erlebnismarkt nicht zu positionieren wäre. Dabei geht es darum, die diversen Angebote mit Storys auszustatten, die sie unverwechselbar sowie authentisch erscheinen lassen und die sie als Wurzeln der Produkte mit ihrer Region und deren Milieu darstellen.²² Neu ist dabei nicht nur die Intensität, mit der dieses „Storytelling“ heute geschieht, sondern auch das Verweben dieser Geschichten mit moralischen Kategorien, die heute allgemein als „Werte“ bezeichnet werden. Warum vor allem die Regionen als Speicher dieser Werte angesehen werden, könnte damit zusammenhängen, dass ihre Produkte eine soziale Nähe zwischen Produktion und Konsum vermitteln. Ihre zumeist auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Produktionsbedingungen samt den daran beteiligten Menschen scheinen den Konsumenten nahe zu sein. In dem Zusammenhang spielt auch der erfundene Ausdruck eines Verantwortungsbewusstseins der Beziehung zwischen Erzeuger und Verbraucher eine wichtige Rolle, der zu einem Merkmal von Regionalprodukten aufstieg.²³

Die Entstehung eines moralischen Bewusstseins und Handelns gegenüber regional eingegrenzten Kulturlandschaften und ihren Erzeugnissen ist eng mit der bereits erwähnten Vorstellung von diesen Räumen als Bewahrer des Authentischen verknüpft. Wie dieser Aneignungsprozess im Detail ausgesehen hat und ob dies allein auf die Globalisierung zurückzuführen ist, versucht die vorliegende Arbeit noch im weiteren Verlauf zu klären. Fest steht jedoch bereits jetzt, dass der heutige Modernisierungsprozess eine neue Qualität in diese Betrachtung gebracht hat. Es geht dabei nicht mehr nur alleine um den Schutz des als authentisch erlebten Eigenen, sondern um einen generellen verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt und den darin lebenden Menschen. Die TV-Bilder von verendenden ölverschmierten Wasservögeln, von großflächigen Rodungen diverser Urwald-

²² Vgl. TSCHOFEN, Bernhard: Herkunft als Ereignis: local food and global knowledge. Notizen zu den Möglichkeiten einer Nahrungsforschung im Zeitalter des Internet. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde 103 (2000), S. 311.

²³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Neue Regionalität: Muster und Diskurse. In: Jahrbuch des österreichischen Volksliedwerkes Band 56 (2007), S. 26f.

landschaften oder von hemmungslosen Fischfängen haben sich in den Köpfen der Konsumenten eingebrannt. Diese Eindrücke – gekoppelt mit einer immer intensiver einsetzenden öffentlichen Umweltdiskussion, die durch eine beharrliche Thematisierung von Seiten verschiedener Non-Government-Organisationen, Medien und Teilen der Politik ausgelöst wurde – führten schließlich bei immer mehr Verbrauchern zu einer verstärkten Sensibilisierung betreffend der ökologischen Zusammenhänge. Aber noch ist nicht allen Konsumenten bewusst, dass ihr Tun immer auch Auswirkungen auf die Umwelt hat. Das aus diesem Bewusstseinsprozess abgeleitete und in der Praxis tatsächlich verwirklichte moralische Handeln bleibt einem kleinen Teil der Gesellschaft vorbehalten: So lässt sich beobachten, dass es hier vor allem Menschen mit höheren Bildungsabschlüssen sind, die vermehrt Bio-Produkte und Lebensmittel aus der Region konsumieren. Für diese Gruppe scheinen Speisen, die vormals als moralisch unbedenklich galten, plötzlich nicht mehr opportun. Der neue öffentliche Diskurs versieht sie auf unserer Werteebene mit einem negativen Beigeschmack, der wiederum auf das Genussempfinden jedes Einzelnen rückzuwirken beginnt. Das zeigt sich besonders dann, wenn wir uns in gemeinsamen Mahlzeitsituationen befinden und unter erhöhter sozialer Beobachtung stehen. Dann ist der Zwang zur Rechtfertigung besonders groß – kommen Speisen auf den Tisch, die von der Tischgemeinschaft als moralisch bedenklich eingestuft werden, muss man sich erklären²⁴. Allein das Bewusstmachen dieses Bildes verhindert das Ausbreiten von Gaumenfreuden und zeigt: Genuss ohne Moral ist heute nicht mehr möglich. Gleiches gilt auch für Produkte aus der sogenannten Dritten Welt, sowie generell für alle Erzeugnisse, deren Herstellungswege und Produktionsbedingungen nach bestimmten vorgegebenen moralischen Kategorien fragwürdig erscheinen oder gar abzulehnen sind. Dies kann beispielsweise auch die Frage nach der Umweltbelastung durch Treibhausgase oder Schwermetalle, nach Kinderarbeit oder – allgemein gesprochen – überhaupt nach den möglichen negativen Folgen des individuellen Handelns gegenüber Mensch und Umwelt betreffen. So ist es auch kein Zufall, dass inzwischen nicht nur Lebensmittel mit Gütesiegeln ausgestattet werden²⁵, sondern

²⁴ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 10.

²⁵ Vgl. Fußnote 12.

diese auch bei Produkten anderer Lebensbereiche, wie z.B. bei Reiseführern, eingeführt wurden.²⁶

Eine weitere Besonderheit, die am Schauplatz Küche zu beobachten ist, betrifft die handelnden Personen. Dabei fällt auf, dass, parallel mit der eingangs beschriebenen Entwicklung der Küche vom reinen Arbeitsplatz zu einem Ort der Selbstdarstellung, in den letzten Jahren immer öfter Männer zum Kochlöffel greifen. Damit sind aber keineswegs jene professionellen (zumeist männlichen) TV-Köche gemeint, die in unzähligen Kochshows das Zubereiten von zumeist anspruchsvollen Gerichten als kinderleichtes Spiel erscheinen lassen, sondern die sogenannten Hobbyköche in den Privathaushalten. Dieses Phänomen betrifft auch nicht alle Männer, sondern hauptsächlich Angehörige von höheren Gesellschaftsschichten, die diese Tätigkeit als neues Distinktionsmittel für sich entdeckt haben. Dies hängt nach Eva Barlösius damit zusammen, dass ehemals klassische Merkmale zur Bestimmung von Schichtzugehörigkeiten – wie z.B. berufliche Stellung, Einkommen und Bildungsgrad – zur sozialen Abgrenzung heute nicht mehr allein ausreichen. Durch Massenkonsum und die Erhöhung des Lebensstandards fand eine Annäherung ehemals unterschiedlicher Einstellungs- und Verhaltensweisen statt, so dass für eine heutige Abgrenzung neben früheren Distinktionsmerkmalen weitere Unterscheidungskriterien des Lebensstils notwendig geworden sind.²⁷ Dabei kristallisiert sich das soziale Prestige von Speisen immer stärker als probates Mittel zur sozialen Unterscheidung heraus, „denn mit der Auswahl der Nahrung lassen sich soziale Zugehörigkeiten und Grenzen markieren.“²⁸ Das betrifft aber nicht nur die Auswahl der Nahrungsmittel, sondern auch die Art und Weise ihrer Zubereitung. Die separierende Wirkung des Kochens wird dabei ebenfalls hauptsächlich von höheren Gesellschaftsschichten genutzt. Zwar konnten Petra Frerichs und Margareta Steinrücke im Rahmen einer empirischen Untersuchung über milieuspezifische

²⁶ So kennzeichnet beispielsweise der Reise-Know-how-Verlag jene Regionen, die sich besonders für einen nachhaltigen Tourismus einsetzen, mit einem grünen Schmetterlingssymbol. Eine eingehende Auseinandersetzung mit dieser Thematik folgt noch zu einem späteren Zeitpunkt in dieser Arbeit.

²⁷ Vgl. BARLÖSIUS, Eva: Eßgeschmack und Lebensstil: Reduktion von Ernährungsrisiken und -unsicherheiten? In: Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (aid) e.V. (Hg.): Ernährungsverhalten heute: Die Verbraucher sind verunsichert. (=Dokumentation zur wissenschaftlichen Tagung der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V. und des Instituts für Ernährungsökonomie und -soziologie der Bundesforschungsanstalt für Ernährung am 01. und 02. November 1996 in Stuttgart-Hohenheim). Bonn 1997, S. 5.

²⁸ PRAHL, Hans Werner / SETZWEIN, Monika: Soziologie der Ernährung. Opladen 1999, S. 70.

Unterschiede geschlechtlicher Arbeitsteilung in der Küche nachweisen, dass das Kochen als Distinktionsmittel auch in weniger privilegierten Milieus verwendet wird. Dort besitzt die Nahrungszubereitung jedoch höchstens eine defensive Distinktionsfunktion, um sich nach unten abzugrenzen und nicht, um damit die Zugehörigkeit zu einer exklusiven Klasse von Kennern und Könnern zu demonstrieren. Diese Funktion hat es nur bei Angehörigen höherer Gesellschaftsschichten²⁹ – und diese wird hier wiederum vor allem von Männern geschickt genutzt. Denn überall dort, wo es um das Sichtbarmachen von Status und Kompetenz geht, beginnt die Dominanz der Männer – und das gilt auch für das Kochen im privaten Bereich.

Diese neue Leidenschaft umfasst aber nicht das unter Alltagszwängen stehende und für die Öffentlichkeit unsichtbare Versorgungskochen für die Familie – das ist nach wie vor fest in weiblicher Hand –, sondern das Kochen nach Lust und Laune. Die von Konrad Köstlin augenzwinkernd als „neue Männer“ bezeichneten Protagonisten sehen diese Tätigkeit vor allem als Hobby an. Und wie bei allen von ihnen ausgeführten Freizeitbeschäftigungen brauchen diese Männer auch dafür die tollste Ausrüstung, sehr viel Platz sowie hinreichend Zeit.³⁰ Und sie benötigen auch die entsprechende Aufmerksamkeit. Denn erst durch die Möglichkeit der Zurschaustellung lässt sich das Kochen als Distinktionsmittel verwenden und letztendlich als Ausweis einer neu gewonnenen Kompetenz sowie als Symbol des Besonderen nach Außen tragen. Der dabei zur Geltung kommende ereignishafte Charakter entsteht aber nicht erst durch die Nichtalltäglichkeit dieser Tätigkeit, sondern bereits dadurch, dass die Mahlzeiten von Männern gekocht werden.³¹ Dann steigen selbst einfache und bisher unberedete Speisen zu kleinen Geschmackserlebnissen auf. Denn die von den Männern zubereiteten Gerichte werden von ihnen zusätzlich mit Geschichten ausgestattet. Der „Chef de Cuisine“ erläutert dann gerne mal in einer überaus bildhaften Sprache die Herkunft des vermeintlich originären Rezepts oder gibt – ganz in Kenner-Manier – bereitwillig Auskunft über die besten Feinschmecker-

²⁹ Vgl. FRERICHS, Petra / STEINRÜCKE, Margareta: Kochen – ein männliches Spiel? Die Küche als geschlechts- und klassenstrukturierter Raum. In: DÖLLING, Irene / KRAIS, Renate (Hg.): Ein alltägliches Spiel. Geschlechterkonstruktionen in der sozialen Praxis. Frankfurt am Main 1997, S. 251.

³⁰ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Neue Männer an neuen Herden. Zelebration am heiligen Ort. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 101 (2005), S. 100.

³¹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 18.

Märkte der Umgebung. Erst diese inkorporierten Storys lassen dann die Speisen aus Männerhand als etwas Besonderes erscheinen. Und auch dieses Phänomen scheint erst vor dem Hintergrund verschiedener gesellschaftlicher Entwicklungen seine besondere Ausdrücklichkeit erhalten zu haben. So dürfte es beispielsweise kein Zufall sein, dass die steigende Beliebtheit des Kochens unter Männern ausgerechnet in eine Zeit fällt, in dem sich auch der Slow-Food-Trend immer größerer Beliebtheit erfreut. Bei Slow Food handelt es sich um eine aus Italien kommende Bewegung, die dem „Fast Life“ unserer Zeit eine Philosophie des Genusses und einen bewussten, langsamen Lebensstil entgegensetzen will.³² Als Auslöser dieses Trends gilt die Eröffnung einer McDonald's-Filiale mitten im historischen Altstadtzentrum Roms im Jahr 1986. Italienische Intellektuelle, vorwiegend Männer, luden daraufhin zu einem kollektiven Spaghetti-Essen an der Spanischen Treppe, um so gegen die ihrer Meinung nach drohende geschmackliche Verflachung durch industrielle Einheitsgerichte zu protestierten.³³ Die männlich dominierte Zurschaustellung des Genusses ist bis heute geblieben, denn Slow Food setzt nach wie vor ein Sich-Zeit-lassen voraus. Schließlich sind die gemeinsame Planung, der gemeinsame Einkauf, das kollektive Zubereiten, sowie der genussvolle Verzehr in geselliger Runde ebenfalls ein wesentlicher Bestandteil dieser Bewegung. Obwohl die dafür erforderliche Zeit in unserer Gegenwart zu einem Luxus geworden ist, wird er von Männern in diesem Kontext eher beansprucht. Schließlich geht es hier um eine neue Möglichkeit der Zurschaustellung von Kompetenzen und Know-how, die der hektische Berufsalltag so nicht mehr offeriert.

Des Weiteren muss in diesem Zusammenhang auch danach gefragt werden, inwieweit das neu entdeckte Kochen unter Männern mit einer etwaigen Änderung bei der Verteilung der Geschlechterrollen zusammenhängt. Fest steht jedenfalls, dass ein möglicherweise hier hereinspielender geschlechterbezogener Wandel in der Küche – genauso wie die anderen zuvor dargestellten Veränderungen – vor dem Hintergrund der Ästhetisierung unseres Alltages stattgefunden hat. Diese Form der Wirklichkeitskonstruktion muss bei einer Analyse der veränderten Ausdrücklichkeiten in der Küche genauso berücksichtigt werden, da sie das Essen ebenfalls mit neuen Bedeutungen versehen hat.

³² Vgl. URL: <http://www.slowfoodaustria.at/>; (11. August 2011).

³³ Vgl. URL: <http://oe1.orf.at/programm/255403>; (11. August 2011).

Mit dem Begriff der Ästhetisierung bezeichnet Gerhard Schulze das Herrichten von Produkten für Erlebnisse.³⁴ Für den deutschen Soziologen stehen dabei nicht mehr die Nützlichkeit und Funktionalität im Vordergrund, sondern Attribute, die sich beispielsweise auf das Design und das Produktimage beziehen. Diese Entwicklung hänge mit der Vermehrung der Wahlmöglichkeiten zusammen – egal, ob z.B. in den Bereichen Essen, Wohnen, Bildung, Transport, Produktion und Berufe. Aufgrund der heute innerhalb dieser Bereiche auffindbaren großen Auswahl an ähnlichen Angeboten eigne sich der primäre Nutzen eines Produktes – beispielsweise das Sattmachen durch den Verzehr einer bestimmten Speise – als Entscheidungskriterium immer weniger bzw. wird bedeutungslos. An seine Stelle treten verschiedene ästhetische Attribute, die die nötige Orientierung bei der Auswahl der Produkte bieten sollen.³⁵

Schulzes Ausführungen erwecken jedoch den Eindruck, dass sich unser Handeln heute ausschließlich an Oberflächlichkeiten orientiert. Sowohl diese Sichtweise als auch Schulzes These vom zunehmenden Verschwinden der Nützlichkeit und Funktionalität als dominierende Produkteigenschaften müssen jedoch kritisch hinterfragt werden – gerade in Bezug auf den vorliegenden Themengegenstand.³⁶ Was den Verdacht der Oberflächlichkeit betrifft, so mag es zwar durchaus stimmen, dass die Ästhetisierung zu einer Sichtweise geführt hat, die auch andere, weniger tiefgründige Kriterien in den Entscheidungsprozess mit einzubeziehen begann. Doch die bisherigen Ausführungen konnten bereits zeigen, dass gerade jene neuen Sinnorientierungen, die sich in den letzten Jahren rund um das Essen breit gemacht haben, weit entfernt von jeglichen Oberflächlichkeiten angesiedelt sind. Ganz im Gegenteil: Eben dass man in der heutigen Küche verstärkt nach moralischen Gesichtspunkten agiert, scheint gerade ein Indiz dafür zu sein, dass die Suche nach tiefer liegenden Sinnorientierungen bei unserem Tun und Handeln auch in der gegenwärtigen ästhetisierten Lebenswelt nach wie vor von Bedeutung ist.

³⁴ Vgl. SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005², S. 428.

³⁵ Vgl. ebd., S. 55.

³⁶ Die folgenden Gedanken basieren auf Gesprächen mit Prof. Dr. Konrad Köstlin, der dazu wichtige Anregungen lieferte [Anm. des Autors].

Daher kann auch keinesfalls von einem Bedeutungsverlust der Attribute „Nützlichkeit“ und „Funktionalität“ gesprochen werden. Denn gerade dann, wenn Lebensmittel bzw. Speisen unter den Aspekten einer neuen Moral gekauft/verzehrt werden, mögen sie auch heute noch für alle Beteiligten nützlich und funktional sein, da die veränderten Orientierungen den Produkten nach wie vor einen, wenn auch neuen, Sinn verleihen. Die beiden von Schulze marginalisierten Entscheidungskriterien blieben demnach sehr wohl weiterhin bestehen – nur mit dem Unterschied einer inhaltlichen Neubefüllung bzw. einer neuen Bedeutungsverleihung.

Und schließlich ist bei der Auseinandersetzung mit Schulzes Konzept der ästhetisierten Lebenswelt auch noch die Vermehrung der Wahlmöglichkeiten kritisch zu betrachten. Schulze spricht zwar richtigerweise davon, dass Menschen in jenen Gesellschaften, in denen sich die Grenzen der Möglichkeiten erweitert haben, auch gezwungen sind, sich intensiver mit sich selbst zu beschäftigen.³⁷ Schulze schenkt diesem Punkt aber zu wenig Aufmerksamkeit; stattdessen betont er zu oft die mit der Ästhetisierung verbundene Wahlfreiheit. Es mag durchaus stimmen, dass Essen, wie Handeln überhaupt, erst dann etwas mit Ästhetik zu tun hat, wenn man objektiv die Wahl hat.³⁸ Doch auch Konrad Köstlin betont, dass dies nur ein Aspekt ist und der zunehmende Entscheidungszwang keinesfalls ausgeblendet werden darf. Da sich ehemals verbindliche Richtlinien aufgelöst haben, ist vieles nicht mehr selbstverständlich, was richtig und falsch ist, sondern nur mehr fragmentiert verbindlich.³⁹ Kurzum: Es steht zwar heute vieles zur Auswahl, aber unsere Entscheidungsfreiheit beim Essen wird durch die neue Moral auf jeden Fall auch eingeschränkt.

Ebenfalls vor dem Hintergrund einer zunehmenden Ästhetisierung kann auch die zunehmende Verknüpfung von Diskursen rund ums Essen mit verschiedenen Gesundheitsaspekten gedeutet werden. Dabei wird der heutige moralische Anspruch des „guten“ Essens häufig auch auf den eigenen Körper bezogen, den es möglichst lange jung und fit zu halten gilt. Sich körperlich „gehen zu lassen“ gilt in diesem

³⁷ Vgl. SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005², S. 51.

³⁸ Vgl. ebd., S. 98f.

³⁹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 19.

Zusammenhang als unmoralisch. Deswegen wollen uns unzählige, zum Teil sich widersprechende Gesundheitsratgeber suggerieren, dass mit dem „richtigen“ Essen unsere Gesundheit, Leistungsfähigkeit, Schönheit und unser jugendliches Aussehen erhalten werden können.⁴⁰ Die Zusammenführung des Essdiskurses mit dem Gesundheitsthema wird dabei in der Fachliteratur häufig als Folge des kontinuierlichen sozialen Wandels und der damit verbundenen geänderten Essgewohnheiten in Westeuropa nach dem Zweiten Weltkrieg interpretiert.⁴¹ Denn der seit 1945 kontinuierlich steigende Wohlstand führte auch bei immer mehr Menschen zu einer Zunahme von diversen Zivilisationskrankheiten, wie z.B. Diabetes oder Übergewicht. Daher scheinen heutige Speisen auch aus einem Gesundheitsaspekt heraus bestimmten Beschränkungen zu unterliegen.

Neue Formen der Sinnstiftung rund ums Essen brachte aber nicht nur der Gesundheitsdiskurs, sondern auch der Diskurs über die Natur. Denn Natur sei – so Klaus Eder – ein charakteristisches Identifikationssymbol des sozialen Konstrukts Umwelt, das seinerseits wiederum einen zentralen Ordnungsmythos der Moderne bilde. Die Entwicklung von „Natur“ zu einem Identitätssymbol der Moderne sowie zum Ausgangspunkt eines spezifischen ökologischen Ordnungsmythos hänge mit dem Umweltdiskurs zusammen, der die Natur- bzw. Umwelterfahrung als „Ökologie“ zu verwissenschaftlichen begann. Für Klaus Eder nahm dieser ökologische Diskurs den Platz der beiden bisherigen dominanten Denktraditionen der Aufklärung und des Marxismus ein, der als neue politische Denktradition ehemals verschüttete Traditionen wiederzubeleben und in den Diskurs einzubauen versuchte – dazu gehören naturwissenschaftliche Richtungen, wie z.B. in der Medizin, Physik und Biologie, genauso wie philosophische Richtungen, wie z.B. die Anthroposophie, romantische Philosophien und auch ostasiatische religiöse Denkmuster. Gegenüber der unmittelbar vorangegangenen Denktradition des Marxismus besaß der ökologische Diskurs aber von Anfang an den Vorteil, dass er auf die Erfahrungen bei der Verwissenschaftlichung des Marxismus zurückgreifen konnte. So konnte der Umweltdiskurs als eine Form der selbstreflexiven Verwissenschaftlichung Fuß

⁴⁰ Vgl. SCHIRMEISTER, Claudia: Bratwurst oder Lachsmousse? Die Symbolik des Essens – Betrachtungen zur Esskultur. Bielefeld 2010, S. 150.

⁴¹ Vgl. SPIECKERMANN, Uwe: Ernährung heute. Was, wie und wo wir essen? In: Dr. Rainer Wild-Stiftung (Hg.): Gesunde Ernährung zwischen Natur- und Kulturwissenschaft. Die Arbeit der Dr. Rainer Wild-Stiftung. Münster 1999, S. 41f.; BARLÖSIUS, Eva: Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung. Weinheim, München 1999, S. 220ff.

fassen und als Diskurs gedeutet werden, der fähig ist, die sozialen Bedingungen seiner Produktion und Reproduktion zu thematisieren. Daraus entstand schließlich eine Form kognitiver Problematisierung des Umweltproblems. Doch erst moralische und affektive Elemente gaben diesem Diskurs letztendlich seine spezifische Dynamik: Die ehemals in der europäischen Industrialisierung zum zentralen Topos der Reproduktion des modernen Naturverhältnisses aufgestiegene Metapher vom „Kampf mit der Natur“ wich im Zuge der zunehmenden Selbstreflexivität des Naturdiskurses der Erkenntnis, dass die damit ausgedrückte Unterwerfung der Natur unweigerlich ihre Zerstörung zur Folge hat. Diese Einsicht führte weg von der alten Kampfmetapher hin zur Vorstellung vom Kampf *um* die Natur mit dem Ziel, die Natur als Umwelt der Gesellschaft zu erhalten. Die Forderung nach einem guten Leben wurde so zu einer normativen Prämisse, die den heutigen Auseinandersetzungen z.B. rund um die Atom-, Chemie- und Lebensmittelindustrie zugrunde liegt.⁴² Denn die seit Beginn der Industrialisierung voranschreitende Modernisierung griff mit ihren technischen Neuerungen immer stärker in die Natur ein, was bei immer mehr Menschen ein Gefühl der Bedrohung entstehen ließ. Und tatsächlich: Staudämme, Atomkraftwerke, Chemiefabriken und Braunkohleabbau begannen riesige Naturflächen zu verwandeln, veränderten die Landschaften und führten immer wieder zu einem hartnäckigem gesellschaftlichen Streit über Gewinne und Verluste in unserer Lebenswelt – der Umgang mit Natur ist uns zum Problem geworden.⁴³

Von diesen Auseinandersetzungen betroffen ist auch der Lebensmittelbereich, wo es ebenso zu einer zunehmenden Industrialisierung und Chemikalisierung kam.⁴⁴ Das Bild von der „Chemie im Essen“⁴⁵ entwickelte sich dabei vor allem ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zum Gegenbild einer gesundheitsbewussten Ernährung

⁴² Vgl. EDER, Klaus: Die Natur: Ein neues Identifikationssymbol der Moderne? Zur Bedeutung kultureller Traditionen für den gesellschaftlichen Umgang mit der Natur. In: GINGRICH, Andre / MADER, Elke (Hg.): Metamorphosen der Natur. Sozialanthropologische Untersuchungen zum Verhältnis von Weltbild und natürlicher Umwelt. Wien, Köln, Weimar 2002, S. 32ff.

⁴³ Vgl. GERNDT, Helge: Kulturwissenschaft im Zeitalter der Globalisierung. Volkskundliche Markierungen (=Münchener Universitätsschriften. Münchener Beiträge zur Volkskunde, Bd. 31). Münster et al. 2002, S. 127.

⁴⁴ Der Beginn dieser Entwicklung wird von Timo Heimerdinger mit der Erfindung von „Liebig's Fleisch-Extract“ zur Mitte des 19. Jahrhunderts angesetzt. Vgl. HEIMERDINGER, Timo: Schmachthafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 101 (2005), S. 214.

⁴⁵ HEIMERDINGER, Timo: Schmachthafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 101 (2005), S. 215.

und erzeugte in weiterer Folge bei immer mehr Menschen das „ungute Gefühl, Ungutes zu essen.“⁴⁶ In dieser Situation schien (und scheint) Natur als Leitidee eines besseren Lebens auch hier geeignete Orientierungs- bzw. Identifikationspunkte zu bieten, um etwaige Sehnsüchte nach einem gesünderen Leben zu kanalisieren. Denn Natur verspricht, wie dies Bernhard Tschofen am Beispiel der „Alpenländischen Küche“ dargestellt hat, Orientierung und Verständigung.⁴⁷ Gewiss mag man an diesem Punkt einwenden, dass doch Naturbilder von Menschen stets neu erschaffen werden – gemäß ihrem jeweiligen sozialen Umfeld und entsprechend den Vorstellungen der jeweiligen Zeit.⁴⁸ Geht es jedoch ums Essen, ist festzustellen, dass bestimmte Bilder von Natur immer wieder in sich ähnelnden Imaginationen münden und unsere Vorstellungen rund um die Nahrungszubereitung bestimmter Speisen bis heute wesentlich mitbestimmen.

Einen wesentlichen Anteil an dieser Konstruktion mag – neben verschiedenen öffentlichen Diskursen, wie z.B. dem Gesundheits- und dem im Tourismus angesiedelten Reisediskurs – auch die Lebensmittelindustrie haben. Denn das gestiegene Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein seit den 70er Jahren haben auch in diesem Wirtschaftsbereich zu einer Umorientierung geführt. So kann seit damals beobachtet werden, dass neue Produkte und ihre Präsentationen immer öfter mit bestimmten Naturbildern aufgeladen sind. Auf den Etiketten tauchen dann häufig Darstellungen aus dem Landleben vergangener Zeiten auf, die mit Bezeichnungen wie „Natur“, „natürlich“, „Bauer“, „Land“ oder „Bio“ verknüpft werden.⁴⁹ Diese Schritte dürften dabei aber weniger aus altruistischen Motiven als vielmehr aus Überlegungen zur Umsatzsteigerung erfolgt sein. Schließlich hat sich der Bio-Markt in den letzten Jahren zu einem lukrativen Massenmarkt entwickelt. So legte der Anteil von Bioprodukten im Frischesegment des Lebensmitteleinzelhandels allein

⁴⁶ Ebd., S. 215.

⁴⁷ Vgl. TSCHOFEN, Bernhard: Vom Kochen in den Bergen. Ansichten eines Kulturwissenschaftlers (=Sonderdruck aus: Anni Scheffer: Vom Kochen in den Bergen. Die österreichische alpenländische Küche). Wien 2003, S. 8.

⁴⁸ Vgl. GERNDT, Helge: Kulturwissenschaft im Zeitalter der Globalisierung. Volkskundliche Markierungen (=Münchener Universitätsschriften. Münchener Beiträge zur Volkskunde, Bd. 31). Münster et al. 2002, S. 125.

⁴⁹ Vgl. KÖNIG, Wolfgang: Geschichte der Konsumgesellschaft (=Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte: Beihefte Nr. 154). Stuttgart 2000, S. 164.

zwischen 2006 und 2010 um mehr als die Hälfte auf 306 Millionen Euro im Jahr zu.⁵⁰ Vor diesem Hintergrund ist daher die Behauptung Gerndts, dass „Natur“ auch für die Nahrungsmittelindustrie ein wirkungsvolles Orientierungs- und Identifikationsmittel sei, jedenfalls kritisch zu hinterfragen.⁵¹ Denn eine solche Sichtweise ließe auch die Interpretation zu, dass „Natur“ für die Lebensmittelindustrie ebenso sinnstiftend wirke wie für Konsumenten. Angesichts der kurzen Darstellung zur zunehmenden Bedeutung des Biomarktes ist jedoch eher davon auszugehen, dass sich die entsprechenden Konzerne einem bereits bestehenden Bio- bzw. Natur-Trend beim Essen angeschlossen haben, um ihn für ihre Interessen zu nutzen – mittels entsprechender Darstellungen von „Natur“ auf ihren Erzeugnissen. Ähnlich sieht das auch Max Matter, der ebenfalls darauf verweist, dass die Rede vom gesünderen, „echteren“ Essen schon längst in die Werbeslogans der Nahrungsmittelindustrie Eingang gefunden hat.⁵²

Kritisch ist auch die hier hereinspielende Überhöhung von „Natur“ zu betrachten, wird doch bei der Verknüpfung von „Omas Küche“ mit Vorstellungen des „Natürlichen“ die damals oftmals allgegenwärtige Einseitigkeit und Unausgewogenheit und der zum Teil verbreitete Mangel in quantitativer wie in qualitativer Hinsicht all zu gern übersehen.⁵³ Warum die Hinwendung zu einer rückwärtsgewandten Küche dennoch so ungebrochen stark ist, begründet Max Matter damit, dass sie

als Ausdruck einer Vorstellung vom natürlicheren, gesünderen Leben in der Vergangenheit, sicher auch als Reaktion auf eine immer stärkere Standardisierung und Industrialisierung von Nahrung, ein immer größeres Angebot von Vorgefertigtem, auf Lebensmittelskandale und im Zusammenhang eines neu erwachten Umwelt- und Gesundheitsbewußtseins gesehen werden [muss].⁵⁴

Diese Argumentation lässt erkennen, dass es auch hier um Moral geht: Waldsterben, Gentechnik und der weltweit zunehmende CO₂-Ausstoß machen uns glauben, dass

⁵⁰ Vgl. URL: <http://derstandard.at/1326503604742/Mogelpackung-Der-grosse-Bioschmaeh>; (3. Jänner 2015).

⁵¹ Vgl. GERNDT, Helge: Kulturwissenschaft im Zeitalter der Globalisierung. Volkskundliche Markierungen (=Münchener Universitätsschriften. Münchener Beiträge zur Volkskunde, Bd. 31). Münster et al. 2002, S. 125.

⁵² Vgl. MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 23.

⁵³ Vgl. ebd., S. 23.

⁵⁴ Ebd., S. 23.

der Nahraum Heimat und seine Natur von einer „Invasion des Angstmachenden“⁵⁵ bedroht sei, weswegen wir hier immer öfter zu einem ökologisch verträglicheren Verhalten aufgefordert sind (wie z.B. zum Verzicht auf Rinder-Steaks, da Kühe durch ihren CO₂-Ausstoß mittlerweile ebenso als Klimakiller gelten).⁵⁶ In dieser Situation versprechen traditionelle Speisen, deren Zutaten oftmals aus heute fast schon in Vergessenheit geratenen Rohprodukten bestehen, näher an der „ursprünglichen“ Natur dran zu sein – ein Versprechen, dass nicht nur das Gewissen beruhigen, sondern gleichzeitig auch unsere Vorstellung vom genussvollen Essen stärken soll. Dabei wird aber auch hier nur all zu gerne übersehen, dass diese Kost inzwischen ebenso längst industriell oder halbindustriell gefertigt wird.⁵⁷

Allen Widersprüchen zum Trotz, zeigt die gegenwärtige Entwicklung: Das Kochen regionaler, „naturnaher“ Kost steht hoch im Kurs. Bemerkenswert dabei ist jedoch, dass dies in den seltensten Fällen im Alltag passiert. Denn moralisches Handeln braucht Zeit und Publikum, um diese Kompetenz gebührend zu zelebrieren. Schließlich geht es – wie auf den ersten Seiten bereits dargestellt – um das Sichtbarmachen von Wissen. Dies betrifft einerseits das Wissen um die Auswirkungen des eigenen Handelns für die Welt sowie andererseits das Zurschaustellen der eigenen Kochkünste. Beides ist wochentags kaum realisierbar, hat Konrad Köstlin doch bereits vor über zehn Jahren festgestellt, dass etwa ein Drittel der Mahlzeiten außer Haus eingenommen wird.⁵⁸ Flexiblere Arbeitszeiten sowie die Zunahme von neuen Lebensformen – Stichwort Single-Haushalte und „Patchwork-Familien“ – mögen diesen Trend bis heute auch noch zusätzlich verstärkt haben. Faktum ist, dass in gegenwärtigen Privathaushalten die chrompolierten Hightech-Küchen ihre Raffinessen kaum ausspielen, denn die gemeinsamen Mahlzeiten sind – wenn überhaupt – zu einer Angelegenheit der Freizeit und des Wochenendes geworden. Nur dort wird die wochentags völlig

⁵⁵ KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 23.

⁵⁶ Vgl. ebd., S. 23.

⁵⁷ Vgl. MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 23.

⁵⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 4.

unterforderte Küchenausstattung dann auch wirklich genutzt⁵⁹. Denn die Freizeit unterliegt heute anderen Interpretationen bzw. Sichtweisen als in früheren Jahrzehnten, wo sie hauptsächlich aus einem Gegensatz zur (Erwerbs-)Arbeit bestimmt wurde.⁶⁰ Zwar mag die Freizeit der Gegenwart ebenfalls durch Arbeitserfahrungen mitbeeinflusst, aber kaum mehr von der Arbeit allein bestimmt werden. Vielmehr haben sich in ihr neue funktionale Qualitäten herauskristallisiert, die über jene der reinen Regeneration und der unmittelbaren Erholung hinausgehen.⁶¹ So wird Freizeit heute immer öfter als Möglichkeit zur Erweiterung bzw. Bereicherung der eigenen Lebenssphäre genutzt, weil sie als einer der letzten verbliebenen Räume zur individuellen Ausgestaltung eigener Lebensentwürfe geeignet erscheint. Hier können die Menschen das umsetzen, was ihnen im Berufsleben immer öfter verwehrt zu bleiben scheint: Die Verwirklichung bestimmter Tätigkeiten nach ihren eigenen Vorstellungen, sowie das Ausleben ihrer Kreativität. Zwar mögen manche Freizeitbeschäftigungen – wie z.B. die *Gartenarbeit* oder das Renovieren des eigenen Hauses – manchmal ebenso als physisch erschöpfend erlebt werden. Der Unterschied zur herkömmlichen Erwerbsarbeit besteht jedoch darin, dass diese Form von Arbeit oftmals als sinnvoller und befriedigender erlebt wird, weil sie eben in einem Freiraum stattfindet, der größtenteils von den Ausführenden selbst bestimmt ist. Freizeit bietet aber nicht nur den entsprechenden Raum zur Selbstverwirklichung, sondern auch die Möglichkeit sich als Experte zu fühlen. Denn durch das Einladen von Familie, Freunden oder der Nachbarschaft kann dort zusätzlich das Gefühl der eigenen Kompetenz sowie die Anerkennung der eigenen Fähigkeiten stärker erlebt und damit etwaige Frustrationen in anderen Lebensbereichen, wie z.B. im Berufsleben, leichter kompensiert werden.⁶²

Für diese veränderte Sichtweise sehen neuere Theorieansätze einen tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandel verantwortlich, in dessen Mittelpunkt die zunehmende Suche nach „Erlebnissen“ (in welcher Form auch immer) stehe. Durch eine immer

⁵⁹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 4.

⁶⁰ Vgl. PRAHL, Hans-Werner: Soziologie der Freizeit. Paderborn et al. 2002, S. 153.

⁶¹ Vgl. LAMPRECHT, Markus / STAMM, Hanspeter: Die soziale Ordnung der Freizeit. Soziale Unterschiede im Freizeitverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung. Zürich 1994 (zugl. Diss. Universität Zürich 1994), S. 229.

⁶² Vgl. BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990, S. 194f.

stärker werdende Favorisierung von „Erlebnissen“ sei nämlich ein neuer zentraler Maßstab für die Bemessung von Lebensqualität entstanden. Dieser interpretiere Erlebnis nicht mehr als das von Medien und Werbung verheißene Glück, welches nahezu alle Lebensbereiche – vom Essen bis zum Reisen – als Erlebnis ansah bzw. ansieht. Vielmehr würden nun subjektive Elemente (z.B. Phantasien, Bedürfnisse etc.) mit Lebensentwürfen (z.B. Vorstellungen von beruflichem Erfolg, Partnerschaften etc.) und objektiven Handlungsbedingungen (z.B. Alter, soziale Milieus, finanzielle Mittel etc.) zu einem neuen Erlebnisbegriff verschmelzen. Dies sei wiederum die Folge von aufbrechenden strukturellen Zwängen (etwa in Form von Klassengrenzen, fehlende Mobilität oder Geld), die die Gesellschaften zu früheren Zeiten bestimmt hätten. Durch den oben genannten Wandel seien diese Begrenzungen jedoch fast gänzlich weggefallen und hätten so die ehemals nur für bestimmte soziale Milieus leistbaren Erlebnisse für immer mehr Menschen zugänglich gemacht. Daraus würden moderne Gesellschaften eine neue, multioptionale Qualität erlangen, die es jenseits der strukturellen Begrenztheiten durch sozialstrukturelle Zugehörigkeiten überhaupt erst ermöglichte, neue Lebensstile und -entwürfe zu entwickeln und heterogene Elemente der Lebensführung gewissermaßen patchworkartig miteinander zu kombinieren und individuell auszuleben.⁶³

Schließlich muss an dieser Stelle auch noch die Bedeutung des mit der gesellschaftlichen Freizeitentwicklung eng verbundenen Tourismus für die Entstehung neuer Essdiskurse hervorgehoben werden. Denn der Tourismus ist mittlerweile nicht nur zu einem fixen Bestandteil unserer Alltagskultur geworden, sondern hat dem Reisen in seiner heutigen Ausprägung als ästhetisiertes Erlebnisprojekt eine neue Dynamik verliehen. Egal, ob einzelne Objekte, bestimmte Regionen, ganze Landschaften oder sogenannte fremde Lebensweisen als Sehenswürdigkeiten betrachtet werden – die heutigen Sightseeing-Spots werden immer ausdrücklicher am Anspruch ihrer Authentizität festgemacht. Dieser Begriff ist zu einem wesentlichen Merkmal des Reisens in der Moderne geworden. Authentizität wird dabei als eine Form des Erfahrens und Erlebens angesehen, dem ein hoher spiritueller Wert zugesprochen wird. Da jedoch Mentales schwer zu fassen

⁶³ Vgl. PRAHL, Hans-Werner: Soziologie der Freizeit. Paderborn et al. 2002, S. 153f.

ist, versuchen wir Authentizität seit jeher in Symbolen zu verdinglichen. In Zeiten, wo authentisches Erleben im religiösen Bereich angesiedelt war, übernahmen Reliquien diese Funktion, die durch die kirchliche Autorität legitimiert wurden.⁶⁴ Auf diese Weise konnten sie den Menschen Halt und Orientierung vermitteln. In der heutigen Moderne, in der der Einfluss der Kirche zusehends schwindet, und zugleich die Gesellschaft als zunehmend unübersichtlich empfunden wird, kommt in Bezug auf Symbolbildung und -vermittlung dem Tourismus eine entscheidende Bedeutung zu. Nach Dean MacCannell bietet dieses gesellschaftliche Feld mit „Sightseeing“ – also dem Betrachten von Sehenswürdigkeiten – ein Instrument, um als Individuum die Unübersichtlichkeit der Moderne bewältigen und die Welt besser einordnen zu können:

Tourism and participation in the other modern alternatives to everyday life makes a place for unattached individuals in modern society. The act of sightseeing is a kind of involvement with social appearances that helps the person to construct totalities from his disparate experiences. Thus, his life and his society can appear to him as an orderly series of formal representations, like snapshots in a family album.⁶⁵

Was MacCannell damit ausdrücken will, ist, dass Sightseeing über den Prozess der symbolischen Aneignung von Objekten eine ordnende Funktion ausübt. Dies betrifft aber zusehends nicht nur Sehenswürdigkeiten im klassischen Sinn, sondern immer öfter auch unsere Nahrung. Hier sind es vor allem die regionalen Speisen, die aufgrund ihrer Struktur, die auf das Bodenständig-Einfache, das Traditionell-Überlieferte, das Gesund-Vitale und das Natürlich-Regionale verweisen, zu Symbolträgern gemacht wurden.⁶⁶ Nach Ansicht von Max Matter hat dazu zweifellos ein zunehmender Tourismus beigetragen, „gehört doch das Essen und Trinken zu den Eindrücken, die man neben Sehenswürdigkeiten, der Landschaft und der Sprache in einer Region in den letzten Jahren vermehrt sucht und deren Erinnerung

⁶⁴ Vgl. BENDIX, Regina: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 59.

⁶⁵ MACCANNELL, Dean: The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. New York 1976, S. 15.

⁶⁶ Vgl. GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 53.

man mit nach Hause nehmen will.“⁶⁷ Köstlin begründet dies damit, dass Touristen eine Gegenwelt zu der suchen, aus der sie kommen. Sie fahren mit der Hoffnung in Urlaubslandschaften, dort eine einfache und ursprünglich gebliebene Welt vorzufinden, in der regional-typische Kost als Bestandteil dieser Welt angesehen wird.⁶⁸ Zuhause wieder angekommen, berichten sie dann von ihren kulinarischen Erlebnissen – von vermeintlich echten Kärntner Kasnudeln oder einem Kaiserschmarren nach Originalrezeptur – und tragen so zu einer Verfestigung bestimmter Speisevorstellungen und damit zur Verbreitung des Symbolhaften auch im kulinarischen Bereich bei.

1.2 Forschungsleitende Fragen

Die im vorigen Teilkapitel dargestellten Veränderungen rund um unsere Nahrungsgewohnheiten haben deutlich gemacht, worum es in der gegenwärtigen Küche geht: Die zunehmende Ausdifferenzierung verschiedener Essdiskurse formt eine Moral, die das Konsumhandeln und die Beziehung zur Heimat und ihrer Kulinarik verändert.⁶⁹ Essen wird dabei vor allem im öffentlichen Diskurs immer öfter als Ausdruck von persönlichen Einstellungen rund um unseren Lebensstil verwendet.⁷⁰ Zusätzlich kann es hier auch als Bekenntnis zu bestimmten Präferenzen und Tabus dienen. Das, was vormals als selbstverständlich galt, wird neu beredet und ausgehandelt. Dabei fällt auf, dass es beim gegenwärtigen Kochen nicht mehr ausschließlich um den Genuss um jeden Preis, sondern um das Ausdrücken gesamtgesellschaftlicher Verantwortung gehen kann. Nur wer weiß, dass sein Tun und Handeln niemanden – auch sich selbst gegenüber nicht – schadet, kann auch wirklich genussvoll essen. Der Genussbegriff scheint somit hierzulande immer öfter die Bedeutung einer neuen moralischen Kategorie

⁶⁷ MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 24.

⁶⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Die Revitalisierung regionaler Kost. In: VALONEN, Niilo (Hg.): Ethnologische Nahrungsforschung. Helsinki 1975, S. 160.

⁶⁹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 23.

⁷⁰ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 14.

einzunehmen und, derart verknüpft, sich zu einem Spezifikum unserer gegenwärtigen Esskultur herausentwickelt zu haben.⁷¹

Verantwortlich für die Ausformung dieses Bildes zeichnen die eingangs dargestellten Veränderungen, die sich ihrerseits bestimmten öffentlich ausgehandelten Diskursen⁷² zuordnen lassen. Dabei sind vor allem die Diskurse rund um „Geschmack“, „Bio“, „Regionalität“, „Genuss“, „Geschlecht“, „Ästhetisierung“, „Gesundheit“, „Umwelt“, „Freizeit“ und „Tourismus/Reisen“ als Ausgangspunkte für den Wandel rund um unser Essen anzusehen. Gewiss mögen auch noch andere Diskurse bzw. Wirklichkeitskonstruktionen⁷³ in diese Entwicklung hineinspielen, doch wie der Überblick über die veränderten Ausdrücklichkeiten bereits erkennen ließ, haben die genannten unsere heutige Alltagskultur maßgeblich mitgeprägt. Auch wenn bei manchen der dargestellten Diskursen und ihren Veränderungen auf den ersten Blick nur wenig oder gar nichts auf einen Zusammenhang mit dem moralischen Handeln in der Küche hingedeutet haben mag, sollte allerdings der Gesamtkonnex deutlich geworden sein: Veränderungen in einem Feld gesellschaftlicher Realität können – wenn auch vielleicht zeitlich versetzt und von unterschiedlichen Diskursebenen⁷⁴ ins Spiel gebracht – auch Auswirkungen auf andere Diskurse haben und sich wechselseitig beeinflussen. Da Diskurse unsere Wahrnehmung von Welt konstituieren, wirken somit auch diskursive Aushandlungsprozesse und etwaige durch sie hervorgebrachte Veränderungen auf uns zurück und beeinflussen so unsere Erfahrungsweise von Wirklichkeit.

⁷¹ Dabei ist anzumerken, dass diese Ausdrücklichkeiten nicht in allen Diskursen zum Tragen kommen, sondern vornehmlich im öffentlichen Diskurs, wo diese Bekenntnisse auch gezeigt werden kann [Anm. des Autors].

⁷² „Diskurs“ ist ein überaus komplexer Begriff, der verschiedenen kultur- und sozialwissenschaftlichen Theorien entspringt und je nach Forschungstradition unterschiedlich interpretiert wird. Um den Rahmen dieses Abschnitts nicht zu sprengen, die Verständlichkeit der folgenden Ausführungen aber trotzdem zu gewährleisten, sollen unter „Diskursen“ vorerst lediglich strukturierte Verknüpfungen von Deuten und Handeln verstanden werden. Über sie konstituieren die sozialen Akteure Wissensobjekte, soziale Rollen sowie Identitäten und interpersonale Beziehungen zwischen den Interagierenden und den unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen. Eine nähere Auseinandersetzung mit dem Diskursbegriff folgt zu einem späteren Zeitpunkt. Vgl. Reiner Kellers Referat zum Workshop „Perspektiven der Diskursanalyse“ vom 11.-12. März 1999 in Augsburg unter URL:

<http://www.erzwiss.uni-hamburg.de/Personal/Lohmann/Lehre/Wint3-4/pe/keller.html> (4. Jänner 2012); WODAK, Ruth et al.: Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität. Frankfurt am Main 1998, S. 43.

⁷³ Der Begriff „Wirklichkeitskonstruktion“ wird in dieser Arbeit synonym für „Diskurs“ verwendet [Anm. des Autors].

⁷⁴ „Diskursebenen“ sind unterschiedliche gesellschaftliche Ebenen, von denen aus Wissen vermittelt wird. Das können beispielsweise die Wissenschaften, die Medien oder auch der Alltag sein. Vgl. JÄGER, Margarete / JÄGER, Siegfried: Deutungskämpfe. Theorie und Praxis Kritischer Diskursanalyse. Wiesbaden 2007, S. 28.

Da jedoch eine wissenschaftlich angemessene Analyse aller in das vorliegende Thema hereinspielenden Diskurse den Rahmen sprengen würde, will sich diese Arbeit auf den Wandel von Essdiskursen im Tourismus- bzw. Reisebereich konzentrieren. Diese Fokussierung geschieht dabei aus mehreren gewichtigen Gründen: So ist es unbestritten, dass unsere Vorstellung von einer vermeintlich guten Küche – nur allzu oft denken wir dabei an mediterrane Zutaten bzw. Gerichte und an die mit ihnen assoziierten romantisch anmutenden Verzehrsituationen – durch unsere Urlaubstage in Italien, Kroatien, Griechenland oder Spanien wesentlich mitgeprägt ist. Man möge sich dazu beispielsweise das Bild einer möglicherweise in einer dieser Ferienzeiten erlebten exklusiven Weinverkostung auf einem einsamen Weingut in den Bergen des Piemonts in Erinnerung rufen, wo auf einem alten Eichentisch zusätzlich handgemachte Agnolotti sowie frischer piemontesischer Käse gereicht wurden. Trotz (oder gerade wegen) ihrer im Rückblick zunehmenden Verklärung wirken solche Urlaubsbilder beständig in unseren Alltag hinein und prägen dadurch unsere Vorstellung von einem vermeintlich besseren Ort, wo es gegenüber den Früchten von „Mutter Natur“ noch „echte“ Wertschätzung gäbe. Dazu passt auch das Bild, dass dann selbst primitivere Lebensformen in diesen Ländern nicht immer als beklagenswerte Armut, sondern oft als Realisierung eines einfachen, aber sinnvolleren Lebens verstanden werden.⁷⁵

Aufgrund dieser Idealisierungen stellt sich aber auch die Vorstellung ein, dass den Einheimischen der bereisten Urlaubsländern etwas gelänge, was einem selbst zu Hause versagt wäre: nämlich ständige Erfüllung und grenzloser Genuss.⁷⁶ Das Reisen in den Süden und damit die Chance am sinnlich-lustvollen Essen und Trinken der dortigen Kulturen teilzunehmen, kann daher auch als (zeitweilige) Realisierung eines Lebens betrachtet werden, das einem zwar vertraut scheint aber zu Hause aufgrund verschütteter Möglichkeiten bisher verwehrt geblieben ist.⁷⁷ Dem Essen kommt somit im Umfeld des Reisens ein überaus bedeutungsvoller sowie

⁷⁵ Vgl. BAUSINGER, Hermann: Das Bild der Fremde in der Alltagskultur. In: Universitas. Zeitschrift für Wissenschaft, Kunst und Literatur 43 (1988), S. 952.

⁷⁶ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Notizen zur Psychoanalyse des Reisens. In: KRAMER, Dieter / LUTZ, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.39), Frankfurt am Main 1992, S. 43.

⁷⁷ Vgl. BAUSINGER, Hermann: Das Bild der Fremde in der Alltagskultur. In: Universitas. Zeitschrift für Wissenschaft, Kunst und Literatur 43 (1988), S. 951f.

vielschichtiger Symbolwert zu, der wirkmächtig in unseren Alltag hineinstrahlt und von dort aus wiederum auf unsere Imaginationen über die „fremde“, „exotische“ Küche zurückwirkt und diese entscheidend mitprägt.

Ausgehend vom Fachverständnis der Europäischen Ethnologie als eine empirische Kulturwissenschaft sowie „eine historisch argumentierende Disziplin, die ihre Gegenstände in der jeweiligen Zeit und im Raum kontextualisiert und unter den Entstehungsbedingungen fasst“⁷⁸, will die vorliegende Arbeit deswegen aufzeigen, welche Bilder von Speisen die moderne Reisekultur transportiert und wie die Methoden ihrer Konstituierung aussehen. Dabei sollen auch etwaige hier hereinspielende soziale Interaktionen offengelegt und der daraus resultierende Zusammenhang zwischen einem veränderten Genussverständnis und der parallelen Hervorbringung von neuen moralischen Maßstäben in der Küche verstehbar gemacht werden. Dafür orientiert sich die Arbeit an folgenden konkreten Forschungsfragen: Wie kam es dazu, dass die Nahrung als Ausdruck neuer Sinnorientierungen dient? Auf welche Art und Weise begünstigte dabei das moderne Reisen die oben dargestellten Veränderungen in der Küche und wie sehen hier ihre Verknüpfungen mit bestimmten Nahrungsbildern aus? Mit welchen Stilmitteln werden die sie umgebenden Texte in der Tourismus- bzw. Reisebranche gebildet und mit einer neuen Moral beim Essen verwoben? Wie wird dabei Moral argumentiert und mit dem Genussbegriff in Verbindung gesetzt? Und schließlich: Welche Rolle kommt dabei möglicherweise auch der zunehmenden Ästhetisierung unserer Lebenswelt zu?

Abschließend sei angemerkt, dass eine zufriedenstellende Beantwortung dieser Fragen nur dann gelingt, wenn trotz der genannten Fokussierung auf den Reise-/Tourismuskurs auch die anderen Diskursstränge immer wieder im Auge behalten werden. Denn es sollte mittlerweile deutlich geworden sein, dass kein Diskurs für sich alleine steht bzw. unser Handeln bestimmt, sondern dieses immer von vielen unterschiedlichen miteinander verwobenen Diskursen geprägt ist. Daher ist es in dieser Arbeit ebenso notwendig, immer wieder auf die anderen diskursiven Fäden zu verweisen und ihr vielschichtiges Ineinandergreifen offenzulegen. Nur so ist es

⁷⁸ URL: <http://euroethnologie.univie.ac.at/studium/was-ist-europaeische-ethnologie/>; (7. Jänner 2012).

möglich, die Bedeutung diskursiver Veränderungen für das vorliegende Thema vollends zu verstehen.

1.3 Untersuchungsgegenstände

Um eine wissenschaftlich fundierte Aussagekraft darüber zu treffen, wie sehr die Reisekultur der Moderne unseren Umgang mit Speisen verändert (hat), scheint es lohnenswert zu sein, hierfür Reiseführer aus unterschiedlichen Publikationsjahren heranzuziehen. Denn diese sind nach Roland Günter „Sozialisationsagenturen“ des Tourismus, deren Wörter und Begriffe „Wahrnehmungsprogramme“ produzieren.⁷⁹ Damit bezieht sich Günter auf Bourdieu, der davon ausging, dass sich die Fähigkeit des Sehens an den Begriffen und Wörtern bemisst, über die man zur Bezeichnung der sichtbaren Dinge verfügt und die auf diese Weise gleichsam „Wahrnehmungsprogramme“ hervorbringen.⁸⁰ Reiseführer nehmen aber seiner Meinung nach dabei eine ambivalente Stellung ein: Denn während jene des 18. Jahrhunderts versucht hätten, volkskundliche Kenntnisse geradezu zu erweitern, ginge es jenen des 19. und 20. Jahrhunderts eher darum, das Reisen bequem zu machen – durch Konzentration auf Gebrauchswerte wie Gliederungen oder Karten bei gleichzeitigem Verzicht auf die volkskundliche Dimension. Aber gerade durch diese Reduktion sieht Günter ihr Datenmaterial in der Luft hängen, da es keine Beziehungen mehr zur historischen und gegenwärtigen Lebenswelt gäbe.⁸¹ Um einerseits diese Sichtweise zu überprüfen und andererseits vor allem etwaige Veränderungen bei der bildlichen und textlichen Darstellungsweise von Essen sichtbar zu machen, werden im Rahmen des empirischen Teils dieser Arbeit die kulinarischen Repräsentationen in verschiedenen Reiseführern untersucht. Ihre Auswahl orientiert sich dabei an den „Top-Drei“-Urlaubsländern der Österreicher, da diese bereits seit über 20 Jahren unangefochten an der Spitze der beliebtesten

⁷⁹ Vgl. GÜNTER, Roland: Reisen ohne anzukommen? Oder Reisen, um zu bleiben? Tourismuskritik und eine Utopie: Kulturanthropologisches Reisen. In: Kultur anthropologisch. Eine Festschrift für Ina-Maria Greverus (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.30), Frankfurt am Main 1989, S. 90.

⁸⁰ Vgl. BOURDIEU, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 2014²⁴, S. 19.

⁸¹ Vgl. GÜNTER, Roland: Reisen ohne anzukommen? Oder Reisen, um zu bleiben? Tourismuskritik und eine Utopie: Kulturanthropologisches Reisen. In: Kultur anthropologisch. Eine Festschrift für Ina-Maria Greverus (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.30), Frankfurt am Main 1989, S. 90.

Auslandsdestinationen heimischer Urlaubsreisender stehen – das waren und sind in dieser Reihenfolge: Italien, Kroatien und Deutschland.⁸² Allerdings kann es hier nicht um eine Analyse der jeweiligen „Nationalküche“ dieser Länder gehen. Zum einen, weil es *die* „Nationalküche“ so nie gab bzw. gibt. Sie ist stets das Produkt von kulinarischen Stereotypisierungen, in die immer nur solche Speisen eingehen, die sich als „Kürzel nationaler Zuordnung“⁸³ eignen – nämlich dahingehend, den Geschmack des „Anderen“ symbolisch auszudrücken. Allerdings wird dabei gerne übersehen, dass diese Zuschreibungen immer auch im Kontext historischer Veränderungen stehen und damit ebenso Wandlungen unterworfen sind.⁸⁴ Besonders in der gegenwärtigen Gesellschaft, in der vormals verbindliche religiöse, ethnisch-nationale und soziale Ordnungen von Essgewohnheiten an Bedeutung verlieren, verwischt sich zusehends die Trennschärfe von als „national“ aufgefassten Esskulturen.⁸⁵ Somit scheint allein schon aus diesem Grund eine Annäherung über Reiseführer, die das jeweilige Land und seine als „national“ konnotierten Speisen in ihrer Gesamtheit betrachten, nicht zielführend zu sein.

Zum anderen aber auch deswegen, weil – wie dies etwa Sandgruber am Beispiel österreichischer Nationalspeisen aufzeigte – viele der als „Nationalgericht“ aufgefassten Speisen ihren Ursprung entweder gar nicht in dem Raum haben, für den sie heute in seiner Gesamtheit stehen.⁸⁶ Oder sie in diesem Raum zunächst nur in einer bestimmten Region bekannt waren und erst durch Diffusionsprozesse zu kulinarischen Nationalsymbolen aufgestiegen sind.⁸⁷

⁸² Vgl. die Tabelle „Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung von 1990 bis 2015“ unter URL: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/reisegewohnheiten/index.html; (12. Oktober 2016).

⁸³ KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 6.

⁸⁴ Vgl. NUSSBECK, Ulrich: Schottenrock und Lederhose. Europäische Nachbarn in Symbolen und Klischees (=Kleine Schriften der Freunde des Museums für Volkskunde. Heft 14). Ausstellungskatalog, Berlin 1994, S. 21.

⁸⁵ Vgl. JAWORSKI, Rudolf: Kulinarik als Indikator von Mischkulturen. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 162.

⁸⁶ Vgl. SANDGRUBER, Roman: Österreichische Nationalspeisen: Mythos und Realität. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 185ff.

⁸⁷ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 23-61; TANNER, Jakob: Italienische ‚Makkaroni-Esser‘ in der Schweiz. Migration von Arbeitskräften und kulinarische Traditionen. In:

Unter diesen Aspekten scheint es daher sinnvoller, sich dem Wandel von Essdiskursen in Reiseführern über jeweils eine ausgewählte Region anzunähern. Dies geschieht nicht zuletzt auch aus dem Grund, weil das Klein-Räumliche – wie die Ausführungen zu den veränderten Ausdrücklichkeiten rund ums Essen bereits zeigten – immer stärker auch zu einem „Austragungsort von Identitäten“⁸⁸ geworden ist. Um welche Regionen es sich konkret handelt und was die Gründe für ihre Auswahl waren, soll jedoch an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt werden, da dies zu Beginn des empirischen Teils näher erläutert wird.

1.4 Methodische Herangehensweise

Sowohl die Vielfalt der zu untersuchenden Medien als auch das zugrunde gelegte Fachverständnis machen es notwendig, die wissenschaftliche Bearbeitung des vorliegenden Themas auf ein fundiertes methodisches Fundament zu stellen. Dabei scheint die Anwendung qualitativer Verfahren am vielversprechendsten zu sein, geht es ihnen doch um das Offenlegen und Verstehbarmachen menschlicher Handlungen⁸⁹ – wie eben in dieser Arbeit auch. Die Stärken qualitativer Verfahren liegen dabei in einer besonderen Nähe zum Forschungsgegenstand und der Ermittlung subjektiver Lebensentwürfe, Deutungs- und Handlungsmuster.⁹⁰ „Ihre Methoden sind Systematisierungen von Alltagstechniken wie zum Beispiel Beobachtung und Gesprächsführung.“⁹¹ Konrad Köstlin nennt hier auch noch die Diskursanalyse, die er gemeinsam mit den anderen beiden Instrumenten zu den zentralen Methoden der Europäischen Ethnologie zählt.⁹²

Dabei plädiert Köstlin in Bezug auf empirisches Arbeiten insgesamt dafür, sich hier nicht an jener eingeschränkten Form zu orientieren, die die wissenschaftliche

TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 473-497.

⁸⁸ KÖSTLIN, Konrad: Neue Regionalität: Muster und Diskurse. In: Jahrbuch des österreichischen Volksliedwerkes Band 56 (2007), S. 22.

⁸⁹ Vgl. GIRTLE, Roland: Methoden der Feldforschung. Wien, Köln, Weimar 2001⁴, S. 35.

⁹⁰ Vgl. SCHMIDT-LAUBER, Brigitta: Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2001, S. 165.

⁹¹ Ebd., S. 165.

⁹² Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Der Tod der Neugier, oder auch: Erbe – Last und Chance. In: Zeitschrift für Volkskunde 91 (1995), S. 62.

Aussagekraft von Ergebnissen ausschließlich von der Größe ihrer Samples oder Interviews abhängig macht. Vielmehr müsse es gerade in einer mit weicheren Methoden arbeitenden Wissenschaft – wie der Europäischen Ethnologie – erlaubt sein, Empirie als jede Art von Erfahrung aufzufassen.⁹³ Andernfalls bestünde die Gefahr, dass durch ein analytisches Zerlegen und Wiederaussetzen gleich das mitproduziert würde, was es zu untersuchen gilt – nämlich eine neue Wirklichkeit samt dazugehöriger Wahrnehmungsanleitung. Denn auch etwa Interviewpartner, die Gewährspersonen für Ethnologen im Feld, würden sich mittlerweile präparieren und wüssten häufig darüber Bescheid, was man von ihnen im Feld erwartet.⁹⁴ Das obsessive Ausfragen von Personen und ein methodisch ausgefeiltes Analysieren sieht Köstlin daher in diesem Fall als wenig zielführend an. Vielmehr müsse der Europäischen Ethnologie als moderne empirische Kulturwissenschaft daran liegen, Veränderungen in der Gesellschaft plausibel darzustellen, sowie Stimmungen verständlich zu machen.⁹⁵ Dies erfordert die Bereitschaft zur Offenheit beziehungsweise, wie es Roland Girtler ausdrückte, die „Demut (...), sich überraschen zu lassen.“⁹⁶ Damit soll aber keiner methodischen Beliebigkeit das Wort geredet werden! Vielmehr ist damit die Einstellung ausgedrückt, dass man als Forscher auf die Gegebenheiten im Forschungsfeld durchaus flexibel reagieren könne, dabei aber trotzdem „so systematisch wie phantasievoll mit Methoden- und Perspektivenwechseln“⁹⁷ zu agieren habe.

Für die vorliegende Untersuchung bedeutet dies, dem Forschungsgegenstand seine Komplexität zu entreißen, die veränderten Sicht- und Handlungsweisen rund ums Essen aufzuzeigen sowie deren vielschichtigen Verschränkungen mit dem Tourismus-/Reisediskurs erklärbar zu machen. Die von Köstlin als ebenso zentrale kulturwissenschaftliche Methode genannte Diskursanalyse scheint dabei für den

⁹³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Der Tod der Neugier, oder auch: Erbe – Last und Chance. In: Zeitschrift für Volkskunde 91 (1995), S. 53.

⁹⁴ Vgl. LINDNER, Rolf: Von der Feldforschung zur Feld-Forschung. In: LÖFFLER, Klara (Hg.): Dazwischen. Zur Spezifik der Empirien in der Volkskunde. Hochschultagung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Wien 1998 (=Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien, Bd. 20). Wien 2001, S. 16.

⁹⁵ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Der Tod der Neugier, oder auch: Erbe – Last und Chance. In: Zeitschrift für Volkskunde 91 (1995), S. 63.

⁹⁶ GIRTLE, Roland: Methoden der Feldforschung. Wien, Köln, Weimar 2001⁴, S. 19.

⁹⁷ LÖFFLER, Klara: Resümee über einen Titel. Nachwort. In: Dies. (Hg.): Dazwischen. Zur Spezifik der Empirien in der Volkskunde. Hochschultagung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Wien 1998 (=Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien, Bd. 20). Wien 2001, S. 143.

gegenständlichen Fall das wohl passendste Instrumentarium zu sein, ist doch Kultur nach Wolfgang Kaschuba als Praxis der Wahrnehmung und Bearbeitung zu einem großen Teil über gesellschaftliche Diskurse organisiert.⁹⁸ Deren Leitbegriffe, so Kaschuba weiter, sind

[...] kodiert in Bildern, Texten und Metaphern, die der gesellschaftlichen Verortung in der Geschichte, der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung und der sozialen Selbstvergewisserung dienen sollen. Das heißt: Es geht dabei vorrangig um strategische Argumentationen, um die Definition von Werten, Symbolen, Bedeutungen, die dann ihrerseits zur Legitimation sozialen und politischen Handelns benutzt werden. Und solche ethischen, ästhetischen wie moralischen Legitimationsmuster sind zu einem offenbar noch größeren Teil wandelbar und gestaltbar, als wir lange Zeit annahmen.⁹⁹

Aus diesem Grundverständnis heraus wird ersichtlich, dass Diskurse nicht nur immanente Bestandteile unserer Kultur sind, sondern diese wesentlich aktiv mitformen bzw. mitbestimmen. Und daran knüpfen Diskursanalysen an: Sie interessieren sich u.a. dafür, wie gesellschaftliche Diskurse entstanden sind, wie sie sich im Laufe der Zeit verändert haben, an wen sie sich richten, welche manifesten und/oder latenten Inhalte (kognitive Wahrnehmungsschemata, moralische und ästhetische Bewertungsschemata) sie transportieren, welche (rhetorischen) Mittel dafür eingesetzt werden, wie die materialen Praktiken aussehen, welches ihre Träger sind, in welchem Verhältnis sie zu anderen gegenwärtigen und historischen Diskursen stehen und wie erfolgreich sie bei der Durchsetzung sind.¹⁰⁰ Oder mit anderen Worten: Diskursanalysen lassen „Wechselbeziehungen und Brüche zwischen Gruppenstilen und individuellem Habitus, zwischen Denk- und Verhaltensweisen, zwischen der Wissensorganisation und der Machtverteilung sichtbar werden.“¹⁰¹

Die im Rahmen des nachfolgenden empirischen Teils zur Anwendung kommende Diskursanalyse soll aber keinesfalls als reines Analyseinstrument missverstanden werden, das bloß der Aufdeckung wechselseitiger Machtstrukturen dient. Diese oft

⁹⁸ Vgl. KASCHUBA, Wolfgang: Kulturalismus: Vom Verschwinden des Sozialen im gesellschaftlichen Diskurs. In: Zeitschrift für Volkskunde 91 (1995), S. 36.

⁹⁹ Ebd., S. 36.

¹⁰⁰ Vgl. KELLER, Reiner: Diskursanalyse. In: HITZLER, Ronald / HONER, Anne (Hg.): Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Eine Einführung. Opladen 1997, S. 318f.

¹⁰¹ HARTMANN, Andreas: Über die Kulturanalyse des Diskurses – eine Erkundung. In: Zeitschrift für Volkskunde 87 (1991), S. 28.

von außen an Diskursanalysen herangetragene Vorstellung mag daran liegen, dass sich eine Vielzahl entsprechender Arbeiten an der Diskurstheorie Michel Foucaults orientieren, die sich zu einer der wirkmächtigsten in den deutschsprachigen Sozial- und Kulturwissenschaften entwickelte. Denn für Foucault stellten Diskurse eine Art „überindividuelle Praxis“ dar, in der Begriffe mit Bedeutungen gefüllt bzw. Objekte bezeichnet und damit erst sozial wahrnehmbar gemacht werden.¹⁰² Mehr noch: In ihr würden sich jene Beziehungen formieren, „um von diesen und jenen Gegenständen reden, sie behandeln, sie benennen, sie analysieren, sie klassifizieren, sie erklären zu können.“¹⁰³ Und dies geschehe über unterschiedliche gesellschaftliche Aushandlungsprozesse, die darüber bestimmen, was in Erscheinung treten, sich neben andere Gegenstände stellen oder sich in Beziehung zu ihnen setzen darf.¹⁰⁴ Diskurse würden somit das beschreiben, was in ihnen als typische Aussage – die wiederum unterschiedliche sprachliche und visuelle Gestalt annehmen und an vielen Orten der diskursiven Praxis auftauchen kann – hervorgebracht wird.¹⁰⁵ Für Foucault sind Diskurse aber auch Produkte, Gegenstände sowie Instrumente öffentlicher Auseinandersetzungen, die sich zu „diskursiven Formationen“ gruppieren können. Darunter verstand er sozio-historisch gewachsene Aussagen gleichen Typs – das heißt Aussagen, in deren Objekten, Begriffen, Äußerungen und thematischen Entscheidungen eine ähnliche regelgeleitete Ordnung zu finden ist.¹⁰⁶ „Diskursive Formationen“ erzeugen jene Gegenstände, die sie behandeln und bestimmen den Gebrauch, sowie das semantische Feld der Begriffe, die zur Beschreibung dieser Gegenstände verwendet werden. Darüber hinaus legen sie die Modalitäten fest, in denen eine Äußerung legitimerweise erfolgen kann und entscheiden über die möglichen Strategien, die die Diskursteilnehmer mit ihrer Rede verfolgen können. Dabei knüpfen sie an bestehende Deutungen von historisch gewachsenen Themenfeldern an, die ihrerseits bereits schon strukturiert sind. Die darin befindlichen sozialen Handlungszusammenhänge werden dann von ihnen entweder

¹⁰² Vgl. DIAZ-BONE, Rainer: Die interpretative Analytik als methodologische Position. In: KERCHNER, Brigitte / SCHNEIDER, Silke (Hg.): Foucault. Diskursanalyse der Politik. Eine Einführung. Wiesbaden 2006, S. 73.

¹⁰³ FOUCAULT, Michel: Archäologie des Wissens. Frankfurt am Main 1973, S. 70.

¹⁰⁴ Vgl. ebd., S. 68.

¹⁰⁵ Vgl. KELLER, Reiner: Michel Foucault (1926-1984). In: KAESLER, Dirk (Hg.): Aktuelle Theorien der Soziologie. Von Shmuel N. Eisenstadt bis zur Postmoderne. München 2005, S. 113.

¹⁰⁶ Vgl. FOUCAULT, Michel: Archäologie des Wissens. Frankfurt am Main 1973, S. 58.

erklärt, gerechtfertigt oder neu interpretiert.¹⁰⁷ Daraus lässt sich bereits erkennen: Foucaults Diskursmodell stellt einen Erklärungsversuch für „die Ordnung der Dinge“ dar, bei dem es weniger um das handelnde Subjekt geht als um „die Frage nach den politischen Regeln und den institutionellen Bühnen, nach denen und auf denen gesellschaftliche Argumentationsweisen vertreten werden können und in die stets Machtverhältnisse einbezogen sind.“¹⁰⁸ Dementsprechend umfassend definiert daher Foucault auch seine Vorstellung von Macht: Diese stehe als Name für

„die Vielfältigkeit von Kräfteverhältnissen, die ein Gebiet bevölkern und organisieren; das Spiel, das in unaufhörlichen Kämpfen und Auseinandersetzungen diese Kräfteverhältnisse verwandelt, verstärkt, verkehrt; die Stützen, die diese Kräfteverhältnisse aneinander finden, indem sie sich zu Systemen verketteten (...) und schließlich die Strategien, in denen sie zur Wirkung gelangen und deren große Linien und institutionelle Kristallisierungen sich in den Staatsapparaten, in der Gesetzgebung und in den gesellschaftlichen Hegemonien verkörpern.“¹⁰⁹

Diskurse würden dieses freie Spiel der Kräfte bündeln, die einzelnen Aussagen strukturieren und eine Ordnung zu den Dingen herstellen. Macht und Wissen – als zentrale Elemente des Foucault’schen Diskursverständnisses – stünden dabei immer in enger Relation zueinander. Sie seien keine fremden Kategorien, sondern würden sich gegenseitig bedingen: So könne nichts als Wissenselement auftreten, wenn es nicht den eines Systems innewohnenden Regeln und Zwängen entspreche – etwa jenen des Systems eines bestimmten wissenschaftlichen Diskurses in einer bestimmten Epoche.¹¹⁰ Umgekehrt könne auch nichts „als Machtmechanismus funktionieren, wenn es sich nicht in Prozeduren und Mittel-Zweck-Beziehungen entfaltet, welche in Wissenssystemen fundiert sind.“¹¹¹

Angesichts dieses wirkmächtigen „Wucherns“ von Diskursen erscheint es Foucault daher notwendig, dass „in jeder Gesellschaft die Produktion des Diskurses zugleich kontrolliert, selektiert, organisiert und kanalisiert wird.“¹¹² Dieser Prozess vollziehe sich aber nicht in einem „luftleeren“ Raum, sondern im Rahmen der Gesamtheit aller

¹⁰⁷ Vgl. BOHNSACK, Ralf / MAROTZKI, Winfried / MEUSER, Michael (Hg.): Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung. Stuttgart 2006², S. 37.

¹⁰⁸ KASCHUBA, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. München 2003², S. 239.

¹⁰⁹ FOUCAULT, Michel: Sexualität und Wahrheit 1. Der Wille zum Wissen. Frankfurt am Main 1977, S. 113f.

¹¹⁰ Vgl. FOUCAULT, Michel: Was ist Kritik? Berlin 1992, S. 33.

¹¹¹ Ebd., S. 33.

¹¹² FOUCAULT, Michel: Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt am Main 1993, S. 10f.

diskursiven Praktiken innerhalb einer Gesellschaft oder ihrer Institutionen und der Beziehungen zwischen ihnen.¹¹³ Die sich daraus ergebenden Interdependenzen würden den Diskurs bei Foucault somit auch immer zu etwas machen, „worum und womit man kämpft; er ist die Macht, deren man sich zu bemächtigen sucht.“¹¹⁴

Aufgrund dieser Betonung von Macht, besteht bei Diskursanalysen im Anschluss an Foucault jedoch auch die latente Gefahr, dass diese ihren Untersuchungsfokus zu sehr auf den Machtaspekt legen – und dabei das handelnde Subjekt, den Akteur, zur Gänze aus den Augen verlieren. Deswegen will sich die in dieser Arbeit zur Anwendung kommende Diskursanalyse mehr an einer Kulturanalyse im Sinne der „Dichten Beschreibung“ nach Clifford Geertz orientieren. Dieser betrachtet Kultur als „selbstgesponnene Bedeutungsgewebe“¹¹⁵, in die der Mensch verstrickt ist. Geertz stellt somit das einzelne Individuum als zentralen Protagonisten des kulturellen und sozialen Wandels in den Mittelpunkt seines Interesses. Dabei geht es ihm einerseits um das Festhalten der Bedeutung, die bestimmte soziale Handlungen für ihre Akteure besitzen, und andererseits um eine eindeutige Aussage darüber, was das so erworbene Wissen über die untersuchte Gesellschaft und über das soziale Leben im Allgemeinen mitteilt.¹¹⁶ Dieses komplexe Aufnehmen und Erfassen bezeichnet Geertz mit einem von dem britischen Philosophen Gilbert Ryle entlehnten Begriff als „Dichte Beschreibung“.¹¹⁷ Ausgehend von der Sichtweise, dass Kultur keine Instanz ist, der gesellschaftliche Ereignisse, Verhaltensweisen oder Prozesse kausal zugeordnet werden können, sondern vielmehr einen Kontext bzw. Rahmen darstellt, fordert die „Dichte Beschreibung“ dazu auf, einzelne Phänomene nicht einfach nur zu beobachten und zu beschreiben, sondern diese in all ihren Dimensionen und wechselseitigen Beeinflussungen sichtbar werden zu lassen.¹¹⁸ Dafür ist die Einsicht notwendig, dass jeder von uns beschriebene Sachverhalt in Wirklichkeit nur unsere Auslegungen davon sind, wie andere Menschen ihr eigenes Handeln und das ihrer

¹¹³ Vgl. KNOBLAUCH, Hubert: Wissenssoziologie. Konstanz 2010², S. 216f.

¹¹⁴ FOUCAULT, Michel: Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt am Main 1993, S. 11.

¹¹⁵ GEERTZ, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main 1987, S. 9.

¹¹⁶ Vgl. ebd., S. 39.

¹¹⁷ Vgl. ebd., S. 10.

¹¹⁸ Vgl. GEERTZ, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main 1987, S. 21f; EGGER, Simone: Kulturanalyse als Dichte Beschreibung. In: BISCHOFF, Christine / OEHME-JÜNGLING, Karoline / LEIMGRUBER, Walter (Hg.): Methoden der Kulturanthropologie. Bern 2014, S. 401.

Mitmenschen sehen. Die Untersuchung von Kultur verfolgt bei Geertz daher den Ansatz, „Vermutungen über Bedeutungen anzustellen, diese Vermutungen zu bewerten und aus den besseren Vermutungen erklärende Schlüsse zu ziehen (...).“¹¹⁹ Ausgangspunkt seiner Überlegungen ist dabei die Annahme, dass beobachtbare Handlungen als „geschichtete Hierarchie bedeutungsvoller Strukturen“¹²⁰ gelesen werden können und daher folgerichtig auch vor dem Hintergrund ihres jeweiligen kulturellen Kontextes zu analysieren sind. Erst wenn eine solche „Dichte Beschreibung“ in die Analyse von Handlungen einfließt und vom Forscher laufend mitreflektiert wird, kann der Sinngehalt kultureller Phänomene entschlüsselt werden und lassen sich die komplexen, oft übereinander gelagerten und ineinander verwobenen Vorstellungsstrukturen offenlegen.¹²¹ Im Mittelpunkt dieser Art von Kulturanalyse stehen somit – wie es Rolf Lindner formuliert hat – „cultural conjunctures“, kulturelle Konstellationen, bei denen „soziale, kulturelle und biographische Komponenten auf eine zeitspezifische Weise zusammen treffen.“¹²² Insofern scheint die von Geertz vertretene kulturelle Sichtweise sich auch für eine Diskursanalyse in der vorliegenden Arbeit zu eignen, geht es ihr doch ebenso um eine auf unsere Lebenswelt¹²³ bezogene Zusammenhangsforschung, die das „Verweisungsganze“ praxisnah zu erfassen sucht, „aus dem das einzelne kulturelle Phänomen seinen Sinn zieht.“¹²⁴

Und schließlich: Um die Bedeutung der in diese Interpretation von Kultur einfließenden komplexen und oft ineinander verwobenen Vorstellungsstrukturen

¹¹⁹ GEERTZ, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main 1987, S. 30.

¹²⁰ Ebd., S. 12.

¹²¹ Vgl. ebd., S. 10ff.

¹²² LINDNER, Rolf: Vom Wesen der Kulturanalyse. In: Zeitschrift für Volkskunde 99 (2003), S. 184.

¹²³ Die Begriffe „Lebenswelt“ und „Wirklichkeit“ werden in dieser Arbeit im Sinne von Alfred Schütz äquivalent verwendet. Schütz beschreibt die für den Menschen selbstverständliche Wirklichkeit als seine alltägliche Lebenswelt. „Sie ist der Wirklichkeitsbereich, an der der Mensch in unausweichlicher, regelmäßiger Wiederkehr teilnimmt.“ SCHÜTZ, Alfred / LUCKMANN, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Bd. 1. Frankfurt am Main 1979, S. 25. Zu unterscheiden ist die Lebenswelt jedoch vom Begriff der Alltagswelt. Während „Lebenswelt“ die Gesamtheit aller bewusst erlebbaren Sinnbereiche umfasst – von Traumwelten über die Welt ästhetischer Erfahrung bis hin zur Welt der Wissenschaft – und somit den Sinnhorizont für verschiedene Wirklichkeiten darstellt, bezeichnet die Alltagswelt lediglich *eine* – wenngleich dominierende – Ordnung der Lebenswelt. Sie ist die intersubjektive Welt, in der die Gesellschaftsmitglieder ihre gesellschaftliche Wirklichkeit miteinander aushandeln, aufbauen und aufrechterhalten – oder durch ihr Handeln verändern können. Vgl. SCHNETTLER, Bernd: Thomas Luckmann (=Klassiker der Wissenssoziologie, Bd. 1). Konstanz 2006, S. 74f.

¹²⁴ BUDE, Heinz: Die Rekonstruktion kultureller Sinnsysteme. In: FLICK, Uwe et al. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. München 1991, S. 107.

hinsichtlich des Bild-Text-Kontextes von Essensdarstellungen offen zu legen, empfiehlt sich als weitere Methode auch noch eine volkscundlich adaptierte Bild-Text-Analyse wie sie von Ulrich Hägele vorgeschlagen wurde. Dieser orientiert sich bei seinem Ansatz zunächst bei der ikonologischen Bildbetrachtung nach Erwin Panofsky¹²⁵. Da dieser aber individuelle Sehgewohnheiten unbeachtet gelassen hätte, ergänzte Hägele sein Analysemodell zusätzlich um Aspekte von Roland Barthes. Dabei kommt dessen bildphänomenologischer Ansatz eine zentrale Rolle zu, da die darin gestellte Sinnfrage nach den Codes in der Fotografie zwischen Nachrichten mit einer „neutralen“ bzw. „objektiven“ Grundbedeutung (denotierte Botschaften) und jenen mit einer „kulturell“ codierten Bedeutung (konnotative Botschaften) unterscheidet.¹²⁶ Diese von Barthes als „fotografisches Paradox“¹²⁷ bezeichnete Koexistenz zweier Botschaften veranlassten Hägele zur Entwicklung seines 3-stufigen Analysemodells: In einer ersten Phase der *Deskription* (=Wahrnehmungskontext) gehe es zunächst darum, die vorliegende Fotografie möglichst exakt zu beschreiben sowie deren formalen Aufbau bzw. ihre Komposition zu bezeichnen. Danach sollten die verschiedenen Möglichkeiten der Konnotation offengelegt werden, „die allerdings je nach Kenntnisstand und Intention des Rezipienten unterschiedlich ausfallen können.“¹²⁸ Benannt werden müssten außerdem ebenso sichtbare Symbole sowie Allegorien (codierte Nachrichten). In der anschließenden Phase der *Analyse* (=visueller Kontext) ist dann der textliche oder graphische Inhalt der zu untersuchenden Publikation mit den darin abgedruckten Fotos in Beziehung zu setzen. Dabei sollte u.a. auch die etwaige Einbindung der Fotografie in den Text sowie die Funktion ihrer Bildunterschrift zur Sprache kommen und der allgemeine wissenschaftstheoretische Diskurs zu identischen oder ähnlichen Fotografien mitberücksichtigt werden. In der dritten und letzten Phase – die der *Konnexion* (=ikonologischer Kontext) – geht es schließlich um die Herausarbeitung des historischen Zusammenhangs der Abbildung. Hierfür eignen sich andere Bildquellen mit ähnlichen Motiven ebenso wie schriftliche Quellen. Erst nach dieser

¹²⁵ Erwin Panofsky gilt als einer der bedeutendsten Kunsthistoriker der 20. Jahrhunderts sowie als „Vater“ der ikonologischen Kunstbetrachtung. Vgl. BÖTTCHER, Dirk et al.: Hannoversches Biographisches Lexikon. Von den Anfängen bis in die Gegenwart. Hannover 2002, S. 279.

¹²⁶ Vgl. BARTHES, Roland: Die Fotografie als Botschaft. In: Ders.: Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III. Frankfurt am Main 1990, S. 15.

¹²⁷ Vgl. ebd., S. 15.

¹²⁸ HÄGELE, Ulrich: Visual Folklore. Zur Rezeption und Methodik der Fotografie in der Volkskunde. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007², S. 333.

stufenweisen Kontextualisierung lässt sich das zu analysierende Bild nachvollziehbar interpretieren und in einen entsprechenden Bild-Text- Zusammenhang stellen.¹²⁹

1.5 Zum weiteren Verlauf der Arbeit – eine kurze Kapitelübersicht

Das folgende **2. Kapitel** widmet sich dem Reisen als Grundlage für die Darstellung von Speisen in Reiseführern. Dabei wird zunächst auf die sozio-historische Entwicklung des vormodernen Reisens eingegangen, ehe danach die Ausformung des Massentourismus zur Sprache kommt. Die anschließende Herausarbeitung einiger Besonderheiten des gegenwärtigen Reisediskurses mit Fokus auf den heutigen Stellenwert von Urlaubsküchen rundet dieses Kapitel ab.

Im **3. Kapitel** wird das Wechselverhältnis zwischen Reisen, touristischem Blick und dem Essen als Symbolträger im gegenwärtigen Tourismusdiskurs analysiert. Ausgehend von der Entstehung des stark durch eine romantische Sichtweise geprägten touristischen Blicks, zeichnet dieses Kapitel die mit dem Aufkommen bildungsbürgerlicher Ideale immer stärker werdende Verknüpfung des Motivs des „Echten“, des „Authentischen“ mit (kulinarischen) Geschmacksvorstellungen nach.

Das **4. Kapitel** beleuchtet die zunehmende Individualisierung unserer modernen Gesellschaft, in der sich vormals unhinterfragte Selbstverständlichkeiten vermehrt aufzulösen begannen und auch vor unserer Speisen nicht Halt machten. Im Mittelpunkt des Interesses steht dabei die Frage, was konkret zum Aufstieg des Essens zu einem hochsymbolischen Bestandteil der eigenen Persönlichkeit und damit zu einem individuellen Lifestyle-Inventar führte.

Beginnend mit einem kurzen entwicklungsgeschichtlichen Überblick über das Genre Reiseführer und seiner vormodernen Frühformen, widmet sich das **5. Kapitel** zunächst den Besonderheiten ihrer Konstituierung in der Moderne. Im Anschluss daran werden die Untersuchungskriterien vorgestellt, nach denen die Analyse der Essensdarstellungen in den ausgewählten Reisebüchern erfolgt.

¹²⁹ Vgl. HÄGELE, Ulrich: Visual Folklore. Zur Rezeption und Methodik der Fotografie in der Volkskunde. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007², S. 331ff.

Das **6. Kapitel** umfasst den empirischen Teil, wo ausgewählte Reiseführer zu den genannten „Top-Drei“-Destinationen und die in ihnen enthaltene Darstellung der Urlaubsküchen unter Bezugnahme auf die zuvor erstellten Kriterien analysiert und miteinander verglichen werden. Dies geschieht stets mit Blick auf die eingangs formulierten Forschungsfragen, deren Beantwortung dann im Rahmen eines abschließenden Resümees im nächsten Kapitel erfolgt.

Das **7. Kapitel** bildet den inhaltlichen Abschluss, wo die dieser Arbeit zugrunde gelegten Forschungsfragen beantwortet werden sollen. Zusätzlich geht es hier aber auch darum, die in den Reiseführern aufgezeigte Darstellungspraxis von Urlaubsküchen und ihren Speisen unter dem Aspekt von wesentlichen, für das vorliegende Thema relevanten kulturwissenschaftlichen Theorien abschließend zu diskutieren und so etwaige Anknüpfungspunkte für weiterführende wissenschaftliche Auseinandersetzungen zum gewandelten Stellenwert unseres Essens zu liefern.

2. Reisen als Grundlage von Essdiskursen in Reiseführern

Um die Entwicklung etwaiger Änderungen in der Darstellung von Essdiskursen bei den hier zu untersuchenden Reiseführern besser zu verstehen, ist es vorab notwendig, einen Blick auf die geschichtliche Entwicklung des Reisens zu werfen. Denn Reiseführer bilden mehr oder weniger entfernte Länder und ihre Regionen nicht nur bloß ab, sondern werden darüber hinaus auch als bedeutender wirtschaftlicher Bestandteil der Tourismusindustrie angesehen.¹³⁰ Wenn somit Reiseführer eng mit dem Tourismus verknüpft sind, so müssten sich daher wesentliche Elemente dieses Genres, sowie sein Umgang mit Essensdarstellungen eben auch auf Grundlage des Reisens und seiner Geschichte erklären lassen.

¹³⁰ STRAUCH, Ann P.: Reiseinformation und Reiseführer. In: BECKER, Christoph / HOPFINGER, Hans / STEINECKE, Albrecht (Hg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München 2007, S. 793.

2.1 Historische Vorläufer des modernen Reisens und ihre Sehnsuchtsorte

Vorab ist zu betonen, dass Menschen immer schon gereist sind – diese Form der Mobilität gehört zu den ältesten und allgemeinsten Figuren menschlichen Lebens.¹³¹ Und doch unterscheidet sich unser heutiges Reisen ganz wesentlich von der historischen Mobilität, die Menschen zumeist aus beruflichen oder lebenserhaltenden Gründen oder aufgrund von Flucht und Vertreibung in ein anderes Land oder eine andere Region ziehen ließen. Gegenwärtiges (touristisches) Reisen geht es vornehmlich um das Reisen als Selbstzweck und ist ein Projekt der Moderne. Diese Form der Mobilität ist stark an die Modernisierung der Gesellschaft geknüpft, in der Freizeit systematisch zu einer neuen und markanten Kategorie aufgestiegen ist.¹³² Daher darf an dieser Stelle auch keine vollständige entwicklungsgeschichtliche Abhandlung erwartet werden, die beispielsweise bei der „mittelalterlichen Fahrt“¹³³ als einen ersten Vorläufer des Reisens ansetzt oder sogar bereits die Handelsreisen der Phönizier als Vorgänger des heutigen Reisens diskutiert.

Vielmehr geht es in diesem Kapitel darum, anhand der Rekonstruktion einiger wesentlicher Entwicklungsstationen frühmoderner Reiseformen die Durchsetzung des Reisens um seiner selbst willen nachzuzeichnen. Denn dieser Schritt war eine wesentliche Grundvoraussetzung, damit sich touristische Sichtweisen überhaupt erst entwickeln konnten. Zusätzlich kann ein Blick zurück auf die historische Entwicklung helfen, heutige touristische Motive und ihre Handlungsweisen besser zu verstehen. Aus diesem Grund soll zunächst bei jener Frühform des Reisens angesetzt werden, die in der Kultur- und Sozialwissenschaft gemeinhin als erster Vorläufer des

¹³¹ Vgl. ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964, S. 185.

¹³² Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. Wie die Menschen modern wurden, das Reisen lernten und dabei die Region entdeckten. In: PÖTTLER, Burkhard (Hg.): Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 14.

¹³³ Karin Hlavin-Schulze sieht die „Fahrt“ als älteste Umschreibung des Reisens, deren Begriffsursprung von ihr im 8. Jahrhundert verortet wird. Vgl. HLAVIN-SCHULZE, Karin: „Man reist ja nicht, um anzukommen“. Reisen als kulturelle Praxis (=Campus Forschung, Bd. 771). Frankfurt am Main / New York 1998, S. 13.

modernen Reisens diskutiert wird¹³⁴: Bei der Bildungsreise von jungen Adligen im 17. und 18. Jahrhundert.

2.1.1 Die Grand Tour – die Bildungsreise junger Adliger

1. Tag: Besichtigung der Residenz, des Domes und Neubaus. (...).
2. Tag: Vormittags Besichtigung von Hellbrunn, am Nachmittag Aufführung im Steintheater (...), Besichtigung des Monatsschlosses und der Gartenanlagen, Musikdarbietung beim Schloß.
3. Tag: Hirschjagd am Untersberg.
4. Tag: Vormittags Besichtigung des Schlosses Mirabell und der neuen Befestigungsanlagen, am Nachmittag Besichtigung der Festung Hohensalzburg.
5. Tag: (...) Am Vormittag Gottesdienst im Dom, nachmittags Besuch im Stift St. Peter und Besichtigung des Hofmarstalles (...).
6. Tag: Militärparade zur Verabschiedung, Abfahrt Richtung Großmainlofer-Innsbruck.¹³⁵

Was sich – vielleicht mit Ausnahme der Hirschjagd und der feierlichen Verabschiedung durch eine Militärparade – wie die Sightseeing-Tour eines Touristen der Gegenwart liest, stellte das Besuchsprogramm des gerade erst 18jährigen Großherzogs Ferdinand II. von Toskana zu Beginn des 17. Jahrhunderts dar.¹³⁶ Der beschriebene Tages- bzw. Wochenablauf war Teil einer neuen Form adliger Horzonterweiterung, die sich ab dem 16. Jahrhundert an europäischen Höfen auszubreiten begann und im 17. und 18. Jahrhundert zu einem unverzichtbaren Bestandteil der höfischen Erziehungs- bzw. Ausbildungskultur aufstieg.¹³⁷ Die Rede ist von der Grand Tour, der Bildungsreise junger Adliger.¹³⁸

¹³⁴ Vgl. beispielsweise BRILLI, Attilio: *Als Reisen eine Kunst war* (2012⁴); KNEBEL, Hans-Joachim: *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus* (1960) oder PRAHL, Hans-Werner: *Soziologie der Freizeit* (2002).

¹³⁵ STADLER, Georg: *Von der Kavalierstour zum Sozialtourismus. Kulturgeschichte des Salzburger Fremdenverkehrs*. Salzburg 1975, S. 68.

¹³⁶ Vgl. ebd., S. 68.

¹³⁷ Vgl. BRILLI, Attilio: *Als Reisen eine Kunst war. Vom Beginn des modernen Tourismus: Die „Grand Tour“*. Berlin 2012⁴, S. 13 & 22.

¹³⁸ In diesem Zusammenhang wird in der kulturwissenschaftlichen und sozio-historischen Literatur gerne auch von der „Kavalierstour“ bzw. „Kavaliersreise“ gesprochen. Dabei fällt auf, dass es unterschiedliche inhaltliche Vorstellungen bzw. Interpretationen rund um „Grand Tour“ und „Kavalierstour“/„Kavaliersreise“ gibt. Während beispielsweise Hlavin-Schulze (1998), Bock (2010) und Lauchterbach (2006) die Begrifflichkeiten synonym verwenden, betonen andere Autoren ihre Unterschiedlichkeit. So weist z.B. Fitzon (2004) darauf hin, dass unter „Grand Tour“ die Tradition der Adelsreise von England über Frankreich nach Italien zum Zwecke der Ausbildung auch des akademischen Nachwuchses zu verstehen sei, während die „Kavalierstour“ als der auf den Adel eingeschränkte Teil der „Grand Tour“ angesehen werden kann (vgl. FITZON, Thorsten: *Reisen in das*

Ihren Ursprung macht Hlavin-Schulze am allmählich einsetzenden Übergang von mittelalterlichen zu neuzeitlichen Vorstellungs-, Denk- und Darstellungsformen seit dem 15. Jahrhundert fest.¹³⁹ In diese trat mehr und mehr der Wunsch nach einem ungebrochenen Blick sowie nach Erkenntnis, Wirklichkeitserfassung und Erweiterung des eigenen Gesichtsfeldes.¹⁴⁰ Dieses Streben nach dem Ideal eines „uomo universale“¹⁴¹ wurde zusätzlich durch die immer stärker werdende humanistische Auffassung gestärkt, wonach sich der Mensch nur allein durch Erziehung und Bildung zu einem wahren Edelmann formen ließe.¹⁴²

Auch der Adel an den deutschen und anderen europäischen Höfen orientierte sich zunehmend an diesem Bildungsideal und begann seine begabtesten Söhne auf ausgewählte Universitäten zu schicken. Dabei folgte man stets einem bestimmten Ritual: Zunächst musste der junge Stammhalter – nach Winfried Siebers reichte das Alter von ungefähr 16 bis 25 Jahre¹⁴³ – einige Semester im eigenen Reich studieren, ehe er die eigentliche Studienreise ins Ausland antreten durfte.¹⁴⁴ Die Söhne der adligen Regenten waren dabei aber nicht so sehr an der Ausweitung ihrer Fachkenntnisse interessiert als – ganz im Sinne des humanistischen Zeitgeistes – an der Möglichkeit zur Erweiterung ihres allgemeinen geistigen Horizonts.¹⁴⁵ Die inhaltliche Ausrichtung dieser frühen Form der Grand Tour änderte sich erst mit der Entstehung und der Herrschaftspraxis des territorialstaatlichen Absolutismus seit dem Ende des 16. Jahrhunderts. Denn durch das absolutistische Verfassungs- und Gesellschaftsgefüge mit dessen zwei zentralen Institutionen, dem Hof und den

befremdliche Pompeji: Antiklassizistische Antikenwahrnehmung Deutscher Italienreisender 1750-1870. Berlin 2004, S. 124). Der Autor der vorliegenden Arbeit bevorzugt die Bezeichnung Grand Tour, da sie das Wesen der adligen Bildungsreise besser zum Ausdruck bringt.

¹³⁹ Vgl. HLAVIN-SCHULZE, Karin: „Man reist ja nicht, um anzukommen“. Reisen als kulturelle Praxis (=Campus Forschung, Bd. 771). Frankfurt am Main / New York 1998, S. 33.

¹⁴⁰ Vgl. ebd., S. 34.

¹⁴¹ Mit „uomo universale“ wurde das Idealbild des Menschen in der Renaissance bezeichnet. Dieses sah vor, stets aufgeschlossen für neue Erkenntnisse sowie allseits und möglichst umfassend gebildet zu sein. Vgl. HLAVIN-SCHULZE (1998), S. 34.

¹⁴² Vgl. DE RIDDER-SYMOENS, Hilde: Die Kavalierstour im 16. Und 17. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J.: Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 198.

¹⁴³ Vgl. SIEBERS, Winfried: Ungleiche Lehrfahrten – Kavalier und Gelehrte. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 49.

¹⁴⁴ Vgl. DE RIDDER-SYMOENS, Hilde: Die Kavalierstour im 16. Und 17. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J.: Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 199.

¹⁴⁵ Vgl. ebd., S. 200.

fürstlichen Verwaltungsbehörden, gewannen höfisch-weltläufige Verhaltensweisen immer mehr an Bedeutung. Das Einüben der richtigen Hofkunst, inklusive des Anbahnens von interessanten politischen Kontakten, wurde fortan zum zentralen Bestandteil der Grand Tour und verschob die vormals im Mittelpunkt stehende Bildungsfunktion in den Hintergrund.¹⁴⁶ Auf seine Reise begab sich der „Grand Tourist“ aber niemals alleine, sondern wurde stets von einer Hof-Entourage – bestehend u.a. aus Reisemarschall, Mentor, Tutor und Domestiken – begleitet, die dafür sorgte, dass der junge Adelsspross nie aus den Stützen und Fesseln seiner sozialen Schicht ausbrechen konnte.¹⁴⁷

Neben dem Erlernen der höfischen Etikette kam auf dieser „Erziehungsreise“ aber auch das Vergnügen nicht zu kurz. Auf dem Programm standen u.a. die Ausbildung in Tanz, Reiten und Fechten, das Erlernen bzw. Ausbauen von Fremdsprachenkenntnissen, der Besuch von Universitätskursen, das Anknüpfen an gesellschaftliche und wirtschaftliche Verbindungen sowie das Sammeln von Erfahrungen im standesgemäßen Auftreten.¹⁴⁸ Als besonders beliebtes Ziel erwies sich dabei Frankreich, dessen damalige Hofkultur vielen anderen europäischen Fürsten- und Königshäusern als Vorbild diente und von der man sich erhoffte, dass sie bei der „Façonierung“ und „ständische[n] Selbstdarstellung“ des eigenen Adelsnachwuchses behilflich sei.¹⁴⁹

Neben Frankreich spielte auf diesen Reisen aber auch schon Italien eine besondere Rolle. Denn während Frankreich als Musterland der galanten Sitten, der modischen Eleganz und des geselligen Umgangs galt, wurde Italien als Inbegriff kultureller Wertideen der Antike wahrgenommen und bewundert.¹⁵⁰ So interpretierte man eine Reise durch die Apenninenhalbinsel denn auch bereits zur Zeit der Grand Tour als einen Blick zurück in eine als niveauvoller bewertete Kultur. Diese Vorstellung

¹⁴⁶ Vgl. SIEBERS, Winfried: Ungleiche Lehrfahrten – Kavaliers und Gelehrte. In: BAUSINGER, Hermann / BEYERER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 47f.

¹⁴⁷ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 13.

¹⁴⁸ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 137.

¹⁴⁹ Vgl. SIEBERS, Winfried: Ungleiche Lehrfahrten – Kavaliers und Gelehrte. In: BAUSINGER, Hermann / BEYERER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 48.

¹⁵⁰ Vgl. ebd., S. 50.

entsprang der damaligen Sichtweise europäischer Adelshäuser im 18. Jahrhundert, die den Mittelmeerraum als Wiege der europäischen Kultur betrachtete.¹⁵¹ Daher wurde hier der Schwerpunkt neben der höfischen Kunst der Oper und der vergleichenden Staatenkunde v.a. auf die baulichen Zeugnisse des Altertums gelegt.¹⁵² Dabei standen zumeist drei große Städte – die Grand Tour war ja in erster Linie „Städtereise“ – im Mittelpunkt: Venedig, Rom und Neapel. Letztgenannte Stadt war deswegen von besonderem Reiz, da sie bis zur zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts der südlichste Punkt der ganzen Reise war – wer sich bis zu ihr und vielleicht noch ein wenig weiter zu den Tempeln von Paestum am Golf von Salerno vorwagte, tat dies im Gefühl unsicheren Boden zu betreten. Denn das feste Wegesystem endete zu dieser Zeit in Kampanien, erst 1770 erschloss sich mit Sizilien ein noch weiter südlicher gelegenes Reiseziel.¹⁵³ Der Besuch von Rom stellte wiederum für den katholischen Adel einen ganz speziellen Reiz dar und wurde v.a. von diesem oftmals als Höhepunkt der Italien-Reise erlebt.¹⁵⁴ Doch egal, wohin die Reise führte und wie viel Wissen man über die jeweilige Region mitbrachte – eine wesentliche Orientierung bot dabei damals auch schon eine Vielzahl an verschiedenen Reisebüchern.¹⁵⁵ Zu diesen Werken gehörte beispielsweise auch der von Thomas Martyn 1787 herausgebrachte „Gentleman’s Guide in his Tour through Italy“. In dieser Reiseanleitung fand sich nicht nur eine Art Gebrauchsanweisung für die Besichtigung von verschiedenen Gemäldegalerien und Palazzi z.B. in Genua, Rom und Venedig, sondern auch kurze Hinweise zu deren Wirtschaftsleben. So schreibt Martyn etwa über Genua wie folgt:

Genoa has the face of business, though their trade is not considerable; for the vicinity of Lombardy brings some merchant ships, and a great quantity of goods is brought here by foreigners. The streets are crowded, the shops are well furnished, and the markets abound in excellent provisions.¹⁵⁶

¹⁵¹ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 139.

¹⁵² Vgl. SIEBERS, Winfried: Ungleiche Lehrfahrten – Kavaliers und Gelehrte. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 50.

¹⁵³ Vgl. RICHTER, Dieter: Der Süden. Geschichte einer Himmelsrichtung. Berlin 2009, S. 145.

¹⁵⁴ Vgl. SIEBERS, Winfried: Ungleiche Lehrfahrten – Kavaliers und Gelehrte. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 50.

¹⁵⁵ Brilli spricht in diesem Zusammenhang gar von einer „wachsenden Flut“ an Reisebüchern, „die seit dem Ende des 17. Jahrhunderts die Büchermärkte halb Europas überschwemmt (...)“. BRILLI, Attilio: Als Reisen eine Kunst war. Vom Beginn des modernen Tourismus: Die „Grand Tour“. Berlin 2012⁴, S. 29.

¹⁵⁶ MARTYN, Thomas: The Gentleman’s Guide in his Tour through Italy. London 1787, S. 64.

Martyn gibt aber nicht nur Einblicke in regional-wirtschaftliche Zusammenhänge, sondern informiert auch über die Nahrungseigenheiten, die ihm in den jeweiligen Regionen auffallen. So bemerkt er beispielsweise zu Genua weiter: „Bread is white and good, but dear: the beef, which they have from Piedmont, is juicy and delicious, but twelve sols, or near sixpence a pound.“¹⁵⁷

An anderer Stelle beschreibt er Rom und hält auch hier seine kulinarischen Eindrücke fest. So führt er etwa aus, dass der in der Stadt am Tiber erhältliche Proviant „plentiful and good“ – also reichlich und gut – sei. Als ebenso gut und exzellent bezeichnete er auch das dort erhältliche „swine’s flesh“ – das Schweinefleisch.¹⁵⁸

Doch auch gegenüber geschmäckerlich abweichenden Speisen nimmt sich Martyn kein Blatt vor den Mund. So meinte der Brite weiters „(...) the worst meat is mutton; they have *cacpretti* or kid, and the venison of wild deer or *capreole*, but very lean.“¹⁵⁹ Und: „They eat all sorts of small birds, birds down to the wren; and several birds which we never touch (...)“.¹⁶⁰ Der dabei mitschwingende distanzierte bis ablehnende Unterton mag dabei aber nicht allein abweichenden nordeuropäischen Geschmacksvorlieben geschuldet sein, sondern kann auch als Zeichen einer nationalistischen Überheblichkeit gelesen werden, die nach Brilli so typisch für die Zeit der Grand Tour war – insbesondere gegenüber Italien, da sich die auf die absolutistische Kultur berufenen Länder selbst oftmals als einzige und wahre Erben der Tugend und Weisheit des antiken Rom betrachteten.¹⁶¹

Insgesamt tat dies der Begeisterung für Italien aber keinen Abbruch – im Gegenteil! Im Bewusstsein der eigenen politischen Stärke, des wirtschaftlichen Erfolges und des technischen Fortschrittes, reisten immer mehr Adlige – v.a. aus England – gen Süden. Waren es beispielsweise 1750 erst 20.000 Menschen, die die Straße von Dover passierten, machten sich 1785 bereits 40.000 „Grand Touristen“ auf die Reise. Angesichts dieser steten Aufwärtsentwicklung mag es auch kein Zufall sein, dass

¹⁵⁷ MARTYN, Thomas: *The Gentleman’s Guide in his Tour through Italy*. London 1787, S. 64.

¹⁵⁸ Vgl. ebd., S. 248.

¹⁵⁹ Ebd., S. 248.

¹⁶⁰ Ebd., S. 248.

¹⁶¹ Vgl. BRILLI, Attilio: *Als Reisen eine Kunst war. Vom Beginn des modernen Tourismus: Die „Grand Tour“*. Berlin 2012⁴, S. 40.

gegen Ende des 18. Jahrhunderts weitere im Stile von Martyn gestaltete Reise- bzw. Stadtführer erschienen sind. Diese enthielten dann bereits sogar schon Auflistungen von Hotels und Gaststätten mit besonders typischen Mahlzeiten.¹⁶² Jedoch dürfen diese Beispiele nicht darüber hinweg täuschen, dass die reiseliterarische Beschäftigung mit fremden Speisen zu dieser Zeit ein – wenn überhaupt – bloßes Randthema war. Zwar nahm gegen Ende des 18. Jahrhunderts die Bedeutung des Vergnügungselements gegenüber dem Bildungselement bei der Grand Tour weiter zu, doch änderte dies vorerst nichts an deren Zielsetzung, sich mit der fremden höfischen Kultur vertraut zu machen und einzelne Kulturelemente in das Heimatland zu übertragen. Im weiteren Verlauf wurde dieses Ziel aber immer weniger eingelöst, stattdessen rückte die Besichtigung beeindruckender architektonischer Bauwerke wie Paläste und Kirchen sowie Besuche von Gemäldegalerien und Bibliotheken in den Mittelpunkt.¹⁶³

Auch bei der Darstellung des Erlebten kam es zu einem Wandel: So genügte es nach der Rückkehr nicht mehr einfach nur von den Erfahrungen des Erlebten zu berichten – dafür hatten schon zu viele Adelssprösslinge eine solche Reise unternommen. Nun musste es immer öfter einen greifbaren Beweis für die Reise geben. So kam es bereits zur Grand Tour in Mode Gemälde, Statuen und Antiquitäten mit nach Hause zu bringen. Ein besonders beliebtes Mitbringsel beispielsweise aus Italien stellten zu jener Zeit vor allem Portraits dar, die den „Grand Tourist“ vor einer lieblichen italienischen Landschaft mit Zypressen oder vor berühmten antiken Monumenten wie dem Kolosseum zeigten.¹⁶⁴

Die Bedeutung der Grand Tour nahm jedoch mit den sich bereits seit Mitte des 18. Jahrhunderts in Europa anbahnenden revolutionären Veränderungen in

¹⁶² Vgl. BRILLI, Attilio: Als Reisen eine Kunst war. Vom Beginn des modernen Tourismus: Die „Grand Tour“. Berlin 2012⁴, S. 206. Dazu ist anzumerken, dass trotz solcher Auflistungen von Gaststätten, die durchaus als Bewunderung der dort gebotenen Küche gelesen werden können, die ambivalente Haltung rund um die Speisen des beschriebenen Reiselandes – besonders bei Italien – bis weit in das 19. Jahrhundert nachhallten. Als beispielgebend sei hier das 1897 erschienene Italienbuch „Kennst du das Land? Wander- und Wundertage in Italien und Sicilien“ genannt, wo bereits im Vorwort von der italienischen Küche als „erstes von sieben Kreuze“ die Rede ist. Zit. n. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 19f.

¹⁶³ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 139f.

¹⁶⁴ Vgl. ebd., S. 140.

Landwirtschaft, Staat und Industrie als exklusive Reiseform für den Adel kontinuierlich ab.¹⁶⁵ Prahl/Steinecke nennen hierfür v.a. die Französische Revolution sowie die Napoleonischen Kriege als Auslöser, die den Adel nunmehr an andere Dinge denken ließen als an das Reisen zur Kulturvierung der Umgangsformen.¹⁶⁶ Die Grand Tour verschwand jedoch nicht völlig, sie verschob sich nur zugunsten einer im Zuge der genannten Veränderungen neu entstandenen Gesellschaftsschicht – des Bildungsbürgertums. Seine Angehörigen avancierten durch gesellschaftliche Umschichtungen schon bald zu wichtigen politischen und wirtschaftlichen „Playern“. Und diese Bedeutung wollte auch entsprechend manifestiert werden. Um einerseits ihre neue Macht zu demonstrieren und andererseits sich nach unten hin abzugrenzen, begannen sie schon bald die Grand Tour der Adligen nachzuahmen – Imitation wird damit fortan zu einem wesentlichen touristischen Grundverhalten.¹⁶⁷

Die sogenannte Petit Grand Tour¹⁶⁸ der Bildungsbürger unterschied sich jedoch von der Grand Tour der Adligen in wesentlichen Punkten: Während die Tour des Adligen zunehmend auch Mußecharakter hatte, unternahmen Bildungsbürger ihre „Petit Tour“ anfänglich sehr stark aus einem aus dem Erwerbsleben entstandenen Informationsbedürfnis heraus – dies war vor allem den beginnenden industriellen Umwälzungen geschuldet, die die Lebenswelt von immer mehr Bürgern nachhaltig zu verändern begann. Die „Petit Grand Tour“ des jungen Mannes aus „gutem Hause“ besaß somit nicht mehr ihren traditionsgeleiteten Sozialcharakter, sondern diente zumeist dem beruflich konkreten Ziel der Information – und führte daher zunächst sehr oft nach England, wo die Wunder der agrarischen und industriellen Revolution studiert werden sollten.¹⁶⁹

Ein weiterer Unterschied der „Petit Grand Tour“ zu ihrem adligen Vorbild bestand darin, dass die aufstrebende Schicht der Bildungsbürger nicht mehr so lang verreiste

¹⁶⁵ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 14.

¹⁶⁶ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 140.

¹⁶⁷ Vgl. ebd., 140f.

¹⁶⁸ Diese Bezeichnung hat der Autor von Benedikt Bock entlehnt. Vgl. BOCK, Benedikt: Baedeker & Cook – Tourismus am Mittelrhein 1756 bis ca. 1914 (=Mainzer Studien zur Neueren Geschichte, Bd. 26). Frankfurt am Main 2010 (zugl. Diss. Universität Mainz 2008), S. 261.

¹⁶⁹ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 14.

wie vormals der Adel. Der kürzere Aufenthalt an den verschiedenen Schauplätzen musste daher intensiver genutzt werden, um alles zu sehen, was gesehen werden musste. Diese veränderten Rahmenbedingungen führten dazu, dass sich das „Abklappern“ einer Sehenswürdigkeit nach der anderen ebenfalls schon damals zu einem weiteren wesentlichen Grundverhaltens touristischen Reisens etablierte – und das schon damals auch Kritik hervorrief: So bemerkte der deutsche Archäologe, Bibliothekar und Kunstschriftsteller Johann Joachim Winckelmann im Jahr 1762: „Die mehresten bemerken nur mit Augen und mit Händen und wenig mit der Vernunft.“¹⁷⁰ Zu einem Gegenentwurf bürgerlichen Selbstverständnisses beim Reisen sollte es erst wieder während der Zeit der Romantik kommen – dazu aber später.

Abschließend sei zur Grand Tour und ihrem bürgerlichen Pendant angemerkt, dass zwar beide Reiseformen explizit zweckgebunden waren und somit nicht als touristische Reise nach heutigem Begriffsverständnis bezeichnet werden können, sie aber nach Benedikt Bock dennoch eine gewichtige Vorreiterrolle für den modernen Tourismus spielten. Denn sie machten Reisen populär, stiegen zu einem Statussymbol gesellschaftlicher Abgrenzung auf und führten zur Entstehung erster Anleitungen und praktischer Hilfsmittel für das Reisen¹⁷¹ – wie z.B. jener von Thomas Martyn, wo sich erstmals auch vereinzelt Hinweise auf die Küche des bereisten Landes finden lassen. Darüber hinaus bildeten sich mit der Grand Tour und der bürgerlichen Bildungsreise auch ein Kanon an Attraktionen und Sehenswürdigkeiten sowie eine erste Infrastruktur heraus, die in ihrem Kern ebenso bereits erste Elemente des modernen Tourismus in sich trugen.¹⁷²

2.1.2 Die Badereise

Während das Bürgertum die Grand Tour in Form der „Petit Grand Tour“ zu imitieren begann, suchte sich der Adel – nicht zuletzt aufgrund zunehmend gewaltsamer

¹⁷⁰ WINCKELMANN, Johann Joachim: Kleine Schriften. Vorreden. Entwürfe. Berlin 1968, S. 195 zit. n. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 141f.

¹⁷¹ Vgl. BOCK, Benedikt: Baedeker & Cook – Tourismus am Mittelrhein 1756 bis ca. 1914 (=Mainzer Studien zur Neueren Geschichte, Bd. 26). Frankfurt am Main 2010 (zugl. Diss. Universität Mainz 2008), S. 261.

¹⁷² Vgl. ebd., S. 261.

Auseinandersetzungen¹⁷³ sowie des verstärkten Eindringens finanzkräftiger Bürger in die ehemaligen Reiseorte des Adels – neue Reisedestinationen: den Kurort und das Seebad.¹⁷⁴

Zwar ist gleich vorweg zu betonen, dass auch diese Form des Reisens nicht neu war – bereits in der Antike wusste man um die heilsame Wirkung von Mineralquellen und fuhr in die entsprechenden Thermen, wie z.B. nach Baden bei Wien, Bad Deutsch-Altenburg oder Bad Gastein.¹⁷⁵ Was allerdings jetzt neu hinzukam war ein stärker dominierendes Vergnügungsmotiv. Zwar mag der Gesundheitsaspekt hier anfänglich durchaus im Vordergrund gestanden haben, doch wandelten sich die Badeanstalten zunehmend zu Örtlichkeiten der Selbstdarstellung in der Tradition der Grand Tour stehend. So waren hier schon bald nicht mehr Brunnenhaus oder Badeanstalt Mittelpunkt des Interesses, sondern die Kurpromenade und das Kurhaus samt Casino, dessen damals übliche Bezeichnung als „Gesellschafts- und Conversationshaus“ seine tatsächliche Funktion durchaus treffend wiedergab. Konzerte, Gesellschaften, Bälle und Empfänge kennzeichneten die schichttypischen Unterhaltungsformen dieser Orte. Darüber hinaus konnte der Adel die drückenden politischen und sozialen Probleme des Landes für eine Zeit lang ausblenden und in einer Art sozialen wie räumlichen Exklave unter seinesgleichen verweilen.¹⁷⁶

Dieses „Austoben“ geschah dabei fern jener sozialen Kontrolle, der man bei der Grand Tour ausgesetzt war. Denn während zur Grand Tour noch ein ganzer Reisestab mitfuhr, ging es zum Kurort meistens ohne elterliche Kontrolle – dem Vergnügen waren somit keine Grenzen mehr gesetzt.¹⁷⁷ So berichtete Karl Baedeker, dass der Adel in Wiesbaden Mitte des 19. Jahrhunderts jährlich 275.000

¹⁷³ Als Beispiel seien hier die Napoleonischen Kriege genannt, die zusätzlich Reisebeschränkungen mit sich brachten [Anm. des Autors].

¹⁷⁴ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 141.

¹⁷⁵ Vgl. URL: <http://www.paracelsus-badhall.at/de/balneologie>; (29. März 2015).

¹⁷⁶ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 147.

¹⁷⁷ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 15.

Gulden in der dortigen Spielbank verlor; in Wiesbaden – dem zu damaliger Zeit meistbesuchten deutschen Kurort – seien es sogar 350.000 Gulden gewesen.¹⁷⁸

Trotz dieser hohen Zahl an Spielschulden blieb der finanzielle Aufwand der Kurort-Reise im Vergleich zur Grand Tour gering.¹⁷⁹ Dies führte dazu, dass auch das gehobene Bürgertum diese Form der Unterhaltung und Ablenkung ebenso für sich zu entdecken begann. So reisten besonders ab dem Ende des 18. Jahrhunderts verstärkt auch wohlhabende Bürger zu den damals angesagten Kurorten – ganz in dem Bestreben, sich im Reiseverhalten der Elite anzugleichen. Damit verlor jedoch die Kurort-Reise für die Aristokratie immer mehr an Bedeutung, wurde sie doch gerade von ihr anfänglich dafür genutzt, um sich gegenüber den großbürgerlichen Schichten abzusetzen.¹⁸⁰

An ihre Stelle traten nun die Seebadeorte, die fortan das Reservat für die aristokratischen Kommunikations- und Unterhaltungsformen bildeten. Dabei zeigte sich, dass sich auch der Adel nach „oben“ orientierte. Als ausschlaggebend für die Hinwendung der dünnen gesellschaftlichen Elite zum Seebad als neues Vergnügungsziel gelten nach Prah/Steinecke der Besuch des kleinen Küstenstädtchens Brighton durch den Prince of Wales im Jahre 1783 sowie eine Tour des englischen Königs Georg III. nach Weymouth 1789, wo dieser auch badete. Beide Reisen hatten weitreichende Folgen für den damaligen touristischen Blick. Denn das Meer wurde nicht mehr länger als wild und unkultiviert empfunden, sondern als großartiges Naturschauspiel betrachtet – ein Erlebnismotiv, das auch heute noch Gültigkeit besitzt.

Zusätzlich kann die aristokratische Badereise im 18. und 19. Jahrhundert auch als Vorläufer jenes innen-geleiteten Sozialcharakters bezeichnet werden, der heute zum zentralen Wesenszug vieler Reisen aufgestiegen ist. Denn die Entstehung dieser

¹⁷⁸ Baedeker zit. n. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 147.

¹⁷⁹ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 15.

¹⁸⁰ Dieser Wunsch nach Abgrenzung ist es auch, der zu einem zyklischen Wandel der Reiseziele und zur fortwährenden Erschließung neuer unberührter Regionen führte. Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 16.

Reiseform fiel in ein Zeitalter, in dem das Individuelle zunehmend Vorrang gegenüber außen-geleiteten tradierten Normen erhielt.¹⁸¹ Dennoch unterschied sich das Reisen dieser Zeit vom späteren Massentourismus grundlegend. So kannte die damalige Gesellschaft zunächst keine scharfe Trennung von Arbeit und Freizeit. Diese Einteilung entstand erst mit der industriellen Produktionsweise, die den Arbeitsplatz vom Wohnraum systematisch loslöste und damit die Arbeitszeit von der Nicht-Arbeitszeit trennte. Daher waren die Aufenthalte in den Badeorten auch nicht durch Urlaubsregelungen begrenzt, sondern richteten sich einzig und allein nach den finanziellen Ressourcen der Badegäste – ein besonders langer Verbleib wurde denn auch als Zeichen wirtschaftlicher Macht interpretiert.¹⁸² In diesem Zusammenhang ist jedoch darauf hinzuweisen, dass auch Reisen zu den Seebadeorten – ähnlich wie zuvor die Grand Tour – nach wie vor nur ein Minderheitenprogramm darstellte.

Erst im Zuge der Industriellen Revolution kam es zu jenen gesellschaftlichen Umbrüchen, die es mehr Menschen wirtschaftlich ermöglichte, zu reisen. Begünstigt wurde diese gesellschaftliche Entwicklung zusätzlich durch die technologischen Umwälzungen dieser Zeit. Zwar stellten die seit Mitte des 18. Jahrhunderts vermehrt eingesetzten Schnellkutschen – 1837 gab es beispielsweise bereits 24 Schnellpostverbindungen in Preußen¹⁸³ – zweifelsohne bereits einen ersten großen Fortschritt beim Ausbau des Verkehrsnetzes, sowie bei der Verkürzung der Wegzeit dar. Doch der eigentliche Durchbruch kam erst mit dem Bau der ersten großen Eisenbahnlinien nach 1830. Denn sie verbanden nicht bloß die großen Städte mit den Badeorten und ließen dadurch das Reisen bequemer werden, sondern machten die Touren auch spürbar günstiger. Das führte dazu, dass fortan immer mehr Angehörige des gehobenen Bürgertums sich das Reisen leisten konnten – und ebenfalls schon bald in die Seebäder strömten.¹⁸⁴

¹⁸¹ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 17.

¹⁸² Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 26.

¹⁸³ Vgl. NORTH, Gottfried: Neue Perspektiven. Eine Revolution im Reiseverkehr – die Schnellpost. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 294.

¹⁸⁴ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 26.

Die Reaktion des Adels auf diese Inbesitznahme „ihrer“ Seebäder ließ nicht lange auf sich warten. So beklagte sich die gesellschaftliche Elite bereits 1806, dass das Seebad Scarborough von Textilhändlern bzw. Tuchhändlern sowie „sonstigen Personen geringer Qualität“ bevölkert werde¹⁸⁵. Wollte man somit schon damals unverwechselbar sein, musste man sich in dieser frühen Anfangszeit des Tourismus ebenso schon symbolisch abgrenzen – durch die, wie Köstlin es treffend formulierte, geschmäcklerische Abneigung gegen das Verhalten von Touristen aus den aufsteigenden Schichten.¹⁸⁶ Doch war es gerade diese Verbürgerlichung des Reisens, die dem einstmaligen Anspruch der adligen Tour – nämlich die berufliche Ausbildung mit der Bildung des Charakters zu verbinden – neue Impulse gab. Denn während die Reisen des Adels nicht selten zu reinen Vergnügungstouren verkommen waren, wollten die bürgerlichen Reisenden wieder am ursprünglichen Motiv der adligen Bildungsreise anknüpfen. Dabei waren sie bestrebt, den Aspekt der privaten mit der gesellschaftlichen Nützlichkeit zu verbinden, da in ihren Augen nur der gesellschaftliche Mehrwert das Reisen jener Tage legitimierte.¹⁸⁷ Diesem Interesse lag das frühaufklärerische Bildungsideal zugrunde, „das auf Basis des polyhistorischen Empirismus darauf abzielte, sich ein möglichst umfassendes Faktenwissen anzueignen, um aus diesen selbständig erworbenen bzw. kritisch überprüften Daten rationale und daher allgemeingültige Urteile abzuleiten.“¹⁸⁸ Das Dilemma einer solchen Urteilsbildung bestand jedoch darin, dass dabei stets ein von zu Hause mitgebrachter als allgemeingültig verstandener Maßstab angenommen wurde, der auf die kulturellen Besonderheiten des bereisten Landes kaum Rücksicht nahm. Vielmehr reiste man mit den Augen eines Bildungsbürgers, der zwar sehr wohl im Stande war, aus der Vielzahl an beobachteten „merkwürdigen“ Dingen (wie z.B. anhand bestimmter Volkssitten oder typischer Exportartikeln einer Stadt) eine „idea generale“, ein beschreibendes Ganzes zu erkennen. Diese „Gesamt-

¹⁸⁵ Vgl. COSGROVE, Isobel / JACKSON, Richard: *The Geography of Recreation and Leisure*. London 1972, S. 35 zit. n. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: *Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit*. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 26.

¹⁸⁶ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: *Reisen, regionale Kultur und die Moderne. Wie die Menschen modern wurden, das Reisen lernten und dabei die Region entdeckten*. In: PÖTTLER, Burkhard (Hg.): *Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg* (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 17.

¹⁸⁷ Vgl. MEIER, Albert: *Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert*. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): *Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur*. Frankfurt am Main 1989, S. 285.

¹⁸⁸ Ebd., S. 286.

vorstellung“ diene jedoch meist nur dazu, die von zu Hause mitgebrachten ethischen, politischen und ästhetischen Werte zu bestätigen.¹⁸⁹

2.1.3 Reisen zur Zeit der Romantik

Ein Wandel dieses kulturellen Blicks vollzog sich erst als die Philosophen des ausklingenden 18. und beginnenden 19. Jahrhunderts begannen, sich dem Schönen und Erhabenen zuzuwenden – zwei Schlüsselbegriffe, die als touristische Imperative einen Wechsel in der Anschauungskategorie einleiteten. Als Basis dienten dabei vor allem die Überlegungen von Edmund Burke und Immanuel Kant. Beide führten neue Sichtweisen in die Beschreibung des „Schönen“ und „Erhabenen“ ein, die gewissermaßen als Wegbereiter der späteren Romantik angesehen werden können. Burke ging hier beispielsweise der Frage nach, was das „Schöne“ und „Erhabene“ generell ausmache. Als Antwort brachte er dabei die Vorstellung vom „Schönen“ ins Spiel, welches sich am ehesten mit Begriffen wie das „Kleine“, „Glatte“, „Zarte“, „Reine“ und „Helle“ beschreiben ließe; während das „Erhabene“ gleichzusetzen sei mit dem „Riesigen“, „Dunklen“, „Schroffen“, „Mächtigen“ und dem „schrecklich Aussehenden“. Dem gegenüber stand Kant, der sich zwar in wesentlichen Punkten auf die Ausführungen Burkes berief, seine Sichtweise aber um die Frage *wie* das „Schöne“ und „Erhabene“ erkannt werden könne ergänzte.¹⁹⁰ So meinte Kant, dass das „Schöne“ alles sei, was ein Wohlgefallen ohne jegliches Interesse auslöse, während die Deutung des Erhabenen in der Fähigkeit des einzelnen Individuums begründet liege, „die Dinge, die uns bedrohen, ohne Furcht zu beurteilen und zu genießen“.¹⁹¹ Kant etablierte damit „eine *Rezeptionsästhetik*, in der es ein Objekt der Anschauung und einen subjektiv fühlenden Betrachter gibt“¹⁹² – eine Sichtweise, die einen einschneidenden Perspektivenwechsel mit sich brachte. Denn dadurch trat das bisher bestimmende Primat des Ethisch-Politischen zugunsten eines neuen

¹⁸⁹ Vgl. MEIER, Albert: Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 289.

¹⁹⁰ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 72f.

¹⁹¹ Kant zit. n. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 74.

¹⁹² MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 73.

Primats des „Ästhetischen“ in den Hintergrund.¹⁹³ Damit einher ging auch eine Zäsur bei der Auffassung von Natur, die nun unter der neuen Sichtweise immer öfter als individuelle Erscheinung wahrgenommen wurde.¹⁹⁴ Der neue Blick richtete sich dabei zusehends auf das Progressive, Im-Werden-Befindliche und auch auf die Suche nach Transzendenz und Unendlichkeit.¹⁹⁵

Das nun maßgebende Sehen von Natur bedingte allerdings zum einen die „richtige“ Landschaft – denn nicht jeder Naturausschnitt war für eine Beschreibung z.B. in einem Reiseführer geeignet – und zum anderen bestimmte ästhetische Konzepte, die bereits vor den Touristen „da“ sein müssen. Schließlich war und ist Landschaft kein Gegenstand der bereits in der Welt liegt, den man vorfindet, sondern entsteht immer aus der Beziehung zwischen dem Wahrnehmenden und dem Wahrgenommenen. Dabei muss festgehalten werden, dass das „richtige“ Sehen von Landschaften nicht allein von einem „richtigen“ Text- und Bildverständnis angeleitet wird, sondern dass Sehkonzepte – wie noch zu zeigen sein wird – auch ihrerseits auf den Landschaftsraum zurückwirken.¹⁹⁶

2.1.3.1 Die italienische Campagna

Einen zentralen Sehnsuchtsort zur Zeit der Romantik stellte dabei einmal mehr Italien dar. Dies lag nicht zuletzt daran, dass die damals als prägende Vermittlungsinstanzen auftretenden zeitgenössischen Dichter, Schriftsteller und bildenden Künstler die „Campagna“ – die italienische Landschaft rund um Rom –

¹⁹³ Vgl. MEIER, Albert: Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 291.

¹⁹⁴ Der Begriff des „Ästhetischen“, der bereits im Einleitungskapitel dieser Arbeit erläutert wurde, bezieht sich in diesem Zusammenhang auf ein zunehmend zweckfreies Erleben von Natur. Was z.B. eine schöne Landschaft ausmachte, war von diesem Zeitpunkt an weniger eine Frage, ob beispielsweise Felder als Ackerland oder Flüsse als Handelswege erkannt wurden. Vielmehr begann der Mensch nun, sich ihr ohne praktischen Zweck – das heißt in „freier“, genießender Anschauung – zuzuwenden, „um als er selbst in der Natur zu sein.“ Vgl. RITTER, Joachim: Landschaft. Zur Funktion des Ästhetischen in der modernen Gesellschaft. In: GRÖNING, Gert / HERLYN, Ulfert (Hg.): Landschaftswahrnehmung und Landschaftserfahrung (=Arbeiten zur sozialwissenschaftlich orientierten Freiraumplanung, Bd. 10) S. 35; MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiens Touristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 46.

¹⁹⁵ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 75.

¹⁹⁶ Vgl. ebd., S. 79f.

zum Mittelpunkt ihrer romantischen Schwärmereien werden ließen.¹⁹⁷ Dabei bezogen sie sich auf das zuvor von Johann Joachim Winckelmann neu entworfene Italienbild, das zur Grundlage des Weimarer Neoklassizismus aufstieg. Darin propagierte der deutsche Archäologe, Archivar und Kunstschriftsteller Winckelmann Italien nicht mehr ausschließlich als Heimat der römischen Zivilisation zu betrachten, sondern vielmehr auch als Stätte, in der die damals so populäre Kultur des antiken Griechenlands weiterleben würde¹⁹⁸. Weiters sprach Winckelmann den Völkern südlicher Breiten – jedoch nur innerhalb des Mittelmeerraumes – das Primat in Fragen der Schönheit, des Geschmacks und der künstlerischen Bildung zu.¹⁹⁹

In der Folge geriet Italien als Abbild der Antike immer mehr zu einer besonders verehrungswürdigen Ikone, da es gegenüber den als unruhig empfundenen Modernisierungstendenzen in der eigenen Gesellschaft als Fluchtpunkt des unberührten Schönen, als zur Vollkommenheit geronnene Zeit gesehen wurde. Zusätzlichen Auftrieb erhielt dieses Bild durch die verschwindenden Hoffnungen auf die Verheißungen der Französischen Revolution – der bürgerliche Traum von Freiheit und Gleichheit schien nun endgültig verkommen zu sein. Aus dieser Stimmungslage heraus entwickelte sich bei immer mehr Angehörigen der bildungsbürgerlichen Schichten ein Zeitgefühl, das die Beschränktheit der Verhältnisse überaus sensibel wahrnahm und aus ihnen zunehmend Fluchträume hervorzubringen suchte. Die italienische Landschaft galt dabei verstärkt als zentrales Motiv ihrer Sehnsüchte, weil es mit seinen antiken Fragmenten gerade in dieser Zeit des gesellschaftlichen Umbruchs das Bleibende ausdrucksstark symbolisierte. Und diesem galt nun die Sehnsucht, die in einer ästhetischen Zuwendung zu den Zeugnissen der Vergangenheit gestillt werden sollte.²⁰⁰ So schrieb etwa Johann Wolfgang Goethe voller Überwältigung in sein Tagebuch:

¹⁹⁷ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 85ff.

¹⁹⁸ Vgl. MEIER, Albert: Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 291f.

¹⁹⁹ Vgl. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 132.

²⁰⁰ Vgl. BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990, S. 204f.

Wie man geht und steht zeigt sich ein landschaftliches Bild aller Art und Weise, Paläste und Ruinen, Gärten und Wildniß, Fernen und Engen, Häuschen, Ställe, Triumphbögen und Säulen, oft alles zusammen so nahe, daß es auf ein Blatt gebracht werden könnte. Man müßte mit tausend Griffeln schreiben; was soll hier eine Feder! Und dann ist man Abends müde und erschöpft vom Schauen und Staunen.²⁰¹

Trotz dieser Euphorie war jedoch ein Bereich von dieser überschwänglichen Sehnsucht ausgenommen bzw. wurde stets ambivalent bewertet: die italienische Küche und ihre Speisen. Zwar wurde zu jener Zeit neben Landschaft und Klima auch immer wieder die dort auffindbare Fülle an Obst und Gemüse als bewundernswert beschrieben.²⁰² Doch wer in den vergangenen Jahrhunderten nach Italien reiste, fand die mediterrane Küche zumeist „degoutant“, ja verabscheute sie geradezu.²⁰³ Dies mag damit zusammenhängen, dass es trotz der damaligen Italien-Euphorie auch bereits eine nicht unbeträchtliche Anzahl an negativ konnotierten Zuschreibungen durch reisende Bildungsbürger gab, die bestimmte Stereotype nicht nur bloß bedienten, sondern sie in ihren zum Teil populären schriftlichen Erzählungen auch weiter verstärkten. So lässt sich bereits in Goethes Reisebeschreibung „Italienische Reise“ nicht nur ein positives Bild von Italien nachzeichnen, wo überall eine „ausgezeichnete Fröhlichkeit“ vorherrschte, sondern auch eines, das anti-italienischen Klischees anhing: „Dieses Italien, von Natur höchlich begünstigt, blieb in allem Mechanischen und Technischen, worauf doch eine bequemere und frischere Lebensweise gegründet ist, gegen alle Länder unendlich zurück.“²⁰⁴ Und für den deutschen Schriftsteller und Komponist Gustav Nicolai gestaltete sich das Leben im Süden überhaupt fast ausschließlich last- statt lustvoll. So beschrieb er Italien nach seiner Reise als ein „erbärmliches Land“, in

²⁰¹ GOETHE, Johann Wolfgang: Italiänische Reise. Hrsg. v. Gustav Wendt / Ernst Hermann. In: Goethe's Meisterwerke, Bd. 19. Berlin 1870, S. 126.

²⁰² Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 25.

²⁰³ Vgl. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 19.

²⁰⁴ GOETHE, Johann Wolfgang: Italiänische Reise. Hrsg. v. Gustav Wendt / Ernst Hermann. In: Goethe's Meisterwerke, Bd. 19. Berlin 1870, S. 114.

dem einem die Reisefreude durch die „Wiederkehr zudringlicher Bettler“, „Schmutz und Unrath“ sowie durch „elende Speisen“ schnell verdorben werden könne.²⁰⁵

Nicolai ist aber nicht der Einzige, der sich abfällig über die mediterranen Speisen äußert. Negative Bilder finden sich auch in einer Vielzahl von anderen Reiseberichten.²⁰⁶ In ihnen wurde besonders häufig vor schlechter oder keiner Butter sowie dem Überangebot an Knoblauch und Olivenöl gewarnt. Vor allem das Olivenöl galt dem mitteleuropäischen Bildungsreisenden, der überwiegend mit Schmalz und Butter aufgewachsen war, als besonders „übelriechend“, „elend“ oder gar „gesundheitsschädlich“. Letztere Sichtweise wurde dabei durch Erzählungen über das angebliche Kursieren einer „Ölkrankheit“, die Durchfall verursache, maßgeblich mitverstärkt.²⁰⁷

Auch wenn all diese (Reise-)Berichte nach Ulrike Thoms keine wirklichkeitsgetreuen Beschreibungen, sondern v.a. Matrizen der Wahrnehmung lieferten, „die sich als indirekte Auseinandersetzung mit der eigenen Identität lesen lassen“²⁰⁸, hatten sie doch einen entscheidenden Anteil daran, dass die mediterranen Speisen damals nur einen untergeordneten Stellenwert in der ästhetischen Auseinandersetzung mit den Schönheiten Italiens einnahmen. Es galt das Motto: „Nicht wegen, sondern trotz der italienischen Küche in den Süden zu reisen (...)“²⁰⁹ – die Hochkultur wurde damals

²⁰⁵ Vgl. NICOLAI, Gustav: Italien wie es wirklich ist. Bericht über eine merkwürdige Reise in den hesperischen Gefilden, als Warnungsstimme für Alle, welche sich dahin sehnen. Zweiter Theil. Leipzig 1834, S. 2 & 43.

²⁰⁶ Hier sei beispielsweise auf das 1878 veröffentlichte Reisebuch „Italien und Sicilien“ von Paul Hertz sowie auf die 1897 herausgebrachte Reisebeschreibung „Kennst du das Land? Wander- und Wundertage in Italien und Sicilien“ von Peter Sirius verwiesen. Vgl. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 19ff.

²⁰⁷ Vgl. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 20f.

²⁰⁸ THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 25.

²⁰⁹ RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 20.

fast ausschließlich in jenen Sehenswürdigkeiten und Landschaften gesucht, die dem Kanon jener Zeit entsprachen.²¹⁰

Doch nicht allein die antiken Fragmente im entfernten Süden stiegen zu einem Symbol jener alten Welt auf, die als besser angesehen wurde – auch das Nahe erschien auf einmal begehrenswert.²¹¹ Unter dem Einfluss des neuen Naturgefühls wandten sich mehr und mehr Dichter, bildende Künstler und Philosophen auch der unberührten Natur der heimatlichen Umgebung zu. Dabei standen zwei Regionen besonders im Mittelpunkt ihres Interesses: der Rhein und die Alpen.

2.1.3.2 Die Faszination der Rheinreise

Frühe literarische Zeugnisse, in denen eine erste deutsche Rheinromantisierung durchschimmert, finden sich bereits in manchen Gedichten Goethes sowie vereinzelt auch in Briefen und Tagebüchern Wilhelm Heinses.²¹² So tauchen etwa in dem 1774 entstandenen Goethe-Werk „Geistes-Gruß“ jene zwei zentralen Grundlinien auf, die später prägend für die romantische Landschaftswahrnehmung in Deutschland sein sollten: eine emotionale, kontemplative Naturbetrachtung und der idealisierte Rückgriff auf das deutsche Mittelalter.²¹³

Doch die Ursprünge für die Rheinbegeisterung liegen nicht – wie man vielleicht vermuten könnte – in Deutschland, sondern vielmehr in England. Unter dem Eindruck von Jacques Rousseaus Aufforderung, das individuelle Fühlen und Empfinden stärker mit Natur zu verbinden, kam es im 18. Jahrhundert bei den Bildungsbürgern des britischen Empires zu einem zunehmenden Einstellungswandel.²¹⁴ Nicht mehr die bis dahin dominierenden geometrischen

²¹⁰ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 26.

²¹¹ Vgl. BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990, S. 205.

²¹² Vgl. BOCK, Benedikt: Baedeker & Cook – Tourismus am Mittelrhein 1756 bis ca. 1914 (=Mainzer Studien zur Neuen Geschichte, Bd. 26). Frankfurt am Main 2010 (zugl. Diss. Universität Mainz 2008), S. 83.

²¹³ Vgl. URL: <http://www.erlebnis-rheinland.de/Themen/Rheinromantik/Rheinromantik.html>; (7. August 2015).

²¹⁴ Vgl. TÜMMERS, Horst Johannes: Der Rhein. Ein europäischer Fluß und seine Geschichte. München 1999², S. 198.

Gartenanlagen als Symbol von Macht und Wohlstand standen im Mittelpunkt des Interesses, sondern die naturbelassenen englischen Landschaften²¹⁵ – verbildlicht durch die schottischen Highlands und den Lake District.²¹⁶ Beide symbolisierten das Raue, Wilde, das nun immer öfter auch bei Reisen außerhalb Englands gesucht und beschrieben wurde. So waren in dem 1768 erschienen Reiseroman „A sentimental Journey through France and Italy“ von Laurence Sterne „(...) Ruinen, Friedhöfe, alte Burgen, Schloßtürme für melancholische Empfindungen die bevorzugte Staffage.“²¹⁷ Diese und alle anderen pittoresken Elemente entdeckten Reisende aus England zunehmend auch am Rhein. „Hier fanden sie die gotischen Kirchen und Burgen, Ruinen über schroffen Felsen, stürzende Wasserfälle, die Sagen und Legenden des Mittelalters.“²¹⁸ So richtig an Popularität gewann dieses Bild aber erst durch Lord George Byron, dessen Strophen über den Rhein in seinem poetischem Tagebuch „Childe Harold's Pilgrimage“ eine wahre Pilgerschaft seiner Landsleute an den deutschen Fluss auslöste. Denn wie die Hauptfigur in Byrons Werk, suchten nun immer mehr Scharen von englischen Reisenden den Zauber des (naturbehafteten) Abenteuers in der Ferne – und glaubten es vor allem im Rheinland zu finden.²¹⁹ So wie der Maler Joseph Mallord William Turner, der das Rheinland zwischen 1817 und 1844 insgesamt elf Mal bereist hatte und allein von seiner ersten Rheintour ein Skizzenbuch und 51 Aquarelle mitbrachte.²²⁰ Ähnlich wie Byron verklärte auch er die Rheinlandschaft, indem er „mit zarter Malerei, wechselndem Licht und tiefen Schatten“ diese Flusslandschaft in ein atmosphärisches Licht tauchte – und somit einen völlig anderen Blickwinkel als die älteren Veduten einnahm.²²¹

In Deutschland hingegen wunderte man sich noch über die britische Begeisterung für Ruinen und pittoreske Landschaften. Dies änderte sich erst mit Friedrich Schlegel,

²¹⁵ Vgl. BOCK, Benedikt: Baedeker & Cook – Tourismus am Mittelrhein 1756 bis ca. 1914 (=Mainzer Studien zur Neueren Geschichte, Bd. 26). Frankfurt am Main 2010 (zugl. Diss. Universität Mainz 2008), S. 84.

²¹⁶ Vgl. ebd., S. 82 & 84.

²¹⁷ TÜMMERS, Horst Johannes: Der Rhein. Ein europäischer Fluß und seine Geschichte. München 1999², S. 198.

²¹⁸ Ebd., S. 198f.

²¹⁹ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 82.

²²⁰ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 83; TÜMMERS, Horst Johannes: Der Rhein. Ein europäischer Fluß und seine Geschichte. München 1999², S. 199.

²²¹ Vgl. TÜMMERS, Horst Johannes: Der Rhein. Ein europäischer Fluß und seine Geschichte. München 1999², S. 199.

der 1802 auf seiner Fahrt nach Paris die Rheingegend durchquerte und ihre unberührte Schönheit literarisch festhielt.²²² Dabei lässt sich auch bei ihm jene Bewunderung wiederfinden, die zuvor schon für die englischen Reisenden ein Hauptmotiv für ihre Rheinreise darstellte:

Für mich sind nur die Gegenden schön, welche man gewöhnlich rau und wild nennt; denn nur diese sind erhaben, nur erhabene Gegenden können schön sein, nur diese erregen den Gedanken der Natur. [...] Nichts aber vermag den Eindruck so zu verschönern und zu verstärken als die Spuren menschlicher Kühnheit an den Ruinen der Natur, kühne Burgen auf wilden Felsen – Denkmale der menschlichen Heldenzeit, sich anschließend an jene höheren aus den Heldenzeiten der Natur.²²³

Damit gilt Schlegel gemeinhin als Begründer der deutschen Rheinromantik. Zu ihrer Popularisierung trugen neben ihm aber auch Achim von Arnim und Clemens Brentano bei, die ebenso wie Schlegel 1802 die Flusslandschaft durchwanderten und ihre Eindrücke schriftlich festhielten.²²⁴ Im Zuge dieser ersten deutschen Schwärmerei für den Rhein, die auch in der Bevölkerung nicht ohne Widerhall blieb, geriet seine Gegend immer mehr zu einem symbolischen Ort für die Schönheit der Natur. In ihm schien die elementare, von der modernen Zivilisation noch unberührte Natur mit ihren Burgen und Schlössern als Relikte historischer Glanzzeiten noch eine glückhafte Synthese einzugehen. Dabei unterstützten Legenden, Märchen und Sagen den bürgerlichen Versuch, in der glorifizierten Historie gefühlsmäßig einzutauchen.²²⁵ Dies alles zusammen ermöglichte es, dass auch am Rhein eine vergangene Welt zu leben begann, die – wenn schon nicht dauerhaft als Gegenwelt zur Industrialisierung geeignet – zumindest für einen kurzen Moment das Leiden an der Modernisierung zu kompensieren schien.²²⁶ So lud das Rheinland, das zuvor aus reiner Notwendigkeit durchreist wurde, nun plötzlich auch zum Verweilen ein.²²⁷ Als besonders „chic“ galt die Landschaft dabei zunächst beim britischen Adel, der – dank

²²² Vgl. URL: <http://www.regionalgeschichte.net/fileadmin/Supportal/Bibliothek/Autoren/Aversano-Schreiber/Rheinreise-Victor-Hugos.pdf>; (11. April 2015).

²²³ Schlegel zit. n. BEHLER, Ernst: Friedrich Schlegel in Selbstzeugnissen und Bilddokumenten. Reinbek bei Hamburg 1988², S. 100f.

²²⁴ Vgl. KROCKOW, Christian Graf von: Die Rheinreise. Landschaften und Geschichte zwischen Basel und Rotterdam. München 2000, S. 52f.

²²⁵ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 157.

²²⁶ Vgl. BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990, S. 205.

²²⁷ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 82.

der Aufhebung der napoleonischen Kontinentalsperre 1815 und der technischen Erfindung des Dampfschiffes – nun in immer größeren Scharen an den Rhein pilgerte.²²⁸ Dabei wurde es für die englischen Besucher, die auch mit ihren Familien anreisten, nicht nur zunehmend zur Mode an den Rhein zu fahren, sondern auch zu einer Frage des Prestiges²²⁹ – mit anderen Worten: Der Rhein wurde für ein kleines gehobenes Klientel immer schicker.

Bei dieser Exklusivität sollte es jedoch nicht lange bleiben: Bereits in den 30er Jahren des 19. Jahrhunderts nahmen die Reisen an den Rhein fast erste massentouristische Züge an. Denn mit dem weiteren Ausbau des Eisenbahnnetzes sowie Dampfschiffverkehrs verbilligten sich nun auch die Transportkosten. Aus dem ehemaligen Privileg reicher Aristokraten und Kaufleute wurde so, zumindest was die Rheinreise mit dem Dampfschiff betraf, eine Art leistbare Touristenattraktion. Immer mehr Menschen fuhren nun den deutschen Strom aufwärts – dies aber nicht mehr nur auf der Durchreise nach Italien, sondern immer öfter um dieses Vergnügens willen.²³⁰ Die ehemalige „Transitstrecke“ der Grand Tour wandelte sich somit schon damals immer mehr zu einer bedeutenden europäischen Tourismusregion.²³¹ Diese Entwicklung lässt sich auch anhand folgender Zahlen gut nachvollziehen: Während es 1827 mit der „Rheinischen (Kölnischen) Dampfschiffahrtsgesellschaft“ nur ein Wassertransportunternehmen gab, das im ersten Jahr 18.000 Passagiere beförderte, wurde 1838 ein weiteres Unternehmen gegründet. Beide Gesellschaften transportierten 1840 bereits über 636.000 Passagiere – bis zum Jahr 1849 stieg diese Zahl sogar auf über eine Million.²³²

Als Verstärker dieses beginnenden Massenverkehrs dienten zusätzlich die erste kommerzielle Vermarktung von Reisezielen – so führte der britische Tourismus-Pionier Thomas Cook seit Mitte des 19. Jahrhunderts organisierte Reisen durch,

²²⁸ Vgl. URL: <http://www.regionalgeschichte.net/fileadmin/Superportal/Bibliothek/Autoren/Aversano-Schreiber/Rheinreise-Victor-Hugos.pdf>; (11. April 2015).

²²⁹ Vgl. LÖSCHENBURG, Winfried: Von Reiselust und Reiseleid. Eine Kulturgeschichte. Frankfurt am Main 1983², S. 121.

²³⁰ Vgl. ebd., S. 121.

²³¹ Vgl. BOCK, Benedikt: Baedekers Rheinreiseführer. Tourismus am Mittelrhein im 19. Jahrhundert. In: Landesbibliothekszenrums Rheinland-Pfalz (Hg.): Zum 150. Todestag von Karl Baedeker (=Schriften des Landesbibliothekszenrums Rheinland-Pfalz, Bd. 7). Koblenz 2010, S. 106.

²³² Vgl. BAEDEKER, Karl: Rheinreise von Basel bis Düsseldorf. Koblenz 1849, Nachdruck Dortmund 1978, S. II/III zit. n. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 157.

wobei er den Rhein als eines der ersten Reiseziele auf dem europäischen Kontinent 1855 in seinem Angebot aufnahm – sowie die zunehmende Etablierung touristischer Grundstrukturen.²³³ Ein weiterer wichtiger Impuls zur Popularisierung des Reisens ging von den zu dieser Zeit ebenso entstehenden ersten modernen Reiseführern aus. Sie stellten eine regelrechte Zäsur bei der Zusammenstellung von Informationen dar: Denn die bisherigen Reiseberichte²³⁴ – Enzensberger führt hier als Beispiel den zu jener Zeit weit verbreiteten „Guide des Voyageurs“ von Heinrich August Ottokar Reichard an – wiesen weder auf Naturschönheiten noch auf Sehenswürdigkeiten hin, sondern gaben lediglich Auskunft über die kürzesten Routen sowie behördliche Vorschriften und informierten über Postverhältnisse, Preise und geeignete Unterkunftsmöglichkeiten. Kurzum: das Reisen wurde in den früheren Reiseberichten noch als notwendiges Übel betrachtet.²³⁵

Dies änderte sich als der Engländer John Murray 1836 den ersten Reiseführer herausbrachte, der aufgrund seines roten Einbandes schon bald als „Red Book“ bekannt wurde. Murray reiste quer durch Europa und sammelte Informationen über die Sehenswürdigkeiten in Holland, Belgien und im Rheinland. Dabei beschrieb er erstmalig für ihn pittoresk bzw. romantisch anmutende Routen und bewertete die Bedeutung einzelner Objekte mit Hilfe eines Sternsystems, das den Zielen, die es zu besichtigen galt, gleichsam – wie es Enzensberger ausdrückte – ihr „Preisschild“

²³³ Vgl. BOCK, Benedikt: Baedekers Rheinreiseführer. Tourismus am Mittelrhein im 19. Jahrhundert. In: Landesbibliothekszentrums Rheinland-Pfalz (Hg.): Zum 150. Todestag von Karl Baedeker (=Schriften des Landesbibliothekszentrums Rheinland-Pfalz, Bd. 7). Koblenz 2010, S. 106.

²³⁴ An dieser Stelle sei angemerkt, dass das schriftliche Festhalten von Reiseerfahrungen keineswegs erst eine Erfindung des 19. Jahrhunderts darstellte, sondern in der Tradition der mittelalterlichen Itinarien, Pilgerführer und Apodemiken steht. Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 500; GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 44ff; PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 216; WANG, Zhiqiang: Reiseführer und Reiseführerforschung. In WIERLACHER, Alois / BOGNER, Andrea: Handbuch interkulturelle Germanistik. Stuttgart / Weimar 2003, S. 581-587, hier: S. 583f. Näheres zur Historie der Reiseführer in Kapitel 5.1.

²³⁵ Vgl. ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964, S. 188.

aufsteckte. Drei Jahre später machte es ihm Karl Baedeker in Deutschland gleich.²³⁶ Und auch Baedekers erster Reiseführer, der unter dem Titel „Rheinreise von Mainz bis Cöln. Handbuch für Schnellreisende“ erschien, setzte sich ausführlich mit den Besonderheiten dieses deutschen Flusses und seiner Landschaft auseinander.²³⁷ 1842 folgten dann die „Baedeker“ für Deutschland und Österreich, 1844 für die Schweiz und 1855 für „Paris und Umgebungen“. Später kamen weitere Ausgaben für entferntere Regionen wie z.B. Italien, Russland, Palästina und Nordamerika hinzu, die auch ins Englische und Französische übersetzt wurden. Die Handbücher enthielten Routen sowie allgemeine Hinweise zur Reisezeit, zu Kleidung und Ausrüstung, Reisekosten und Währungsvergleiche, Pass und Zoll sowie zu den damals gängigen Reiseverkehrsmitteln wie Schiffe und Lohnkutschen. Ebenfalls enthalten waren auch Beschreibungen zu Hotels, Pensionen und Restaurants sowie detaillierte Warnungen vor betrügerischen Wirten oder „Lohndieben“. Dabei konnten die Leser größtenteils auf Informationen aus erster Hand zurückgreifen, da Baedeker die von ihm beschriebenen Länder stets selbst bereiste und ihre Regionen ständig neu erwanderte. Seine Reiseführer errangen so eine Genauigkeit und Aktualität, wie sie bei Büchern dieser Art bisher unbekannt waren.²³⁸

Doch innerhalb der neuen Gattung waren von Anfang an durchaus auch Unterschiede auszumachen: Blättert man beispielsweise den „Baedeker“ für Süd-Deutschland und Österreich durch und vergleicht ihn mit jenem für die Region Ober-Italien so fällt auf, dass in ersterem weit weniger auf die Landesküche bzw. auf die regionalen kulinarischen Spezialitäten Bezug genommen wird als dies bei den „Baedeker“-Führern für andere europäische Regionen, insbesondere für Italien, der Fall ist. Zwar listet auch der mit reichlich Kartenmaterial hinterlegte Führer für Süd-Deutschland und Österreich empfehlenswerte Restaurants auf und nennt die besten Kaffee- und Bierhäuser. Und im Falle Wiens informiert er sogar recht ausführlich über die gastronomischen Besonderheiten der Donaumetropole, nennt einige für die

²³⁶ Vgl. ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964, S. 188; LÖSCHENBURG, Winfried: Von Reiselust und Reiseleid. Eine Kulturgeschichte. Frankfurt am Main 1983², S. 125.

²³⁷ Der genannte Rhein-Baedeker wurde zwar erstmalig bereits 1828 durch den Verlag von Friedrich Röhling – dessen Betrieb Baedeker wenig später erwarb – publiziert, doch ist erst Baedekers Neuauflage von 1839 jene Charakteristik eigen, für die die Reiseführer des gebürtigen Esseners auch heute noch bekannt sind. Vgl. URL: <http://www.baedeker.com/verlag-und-redaktion>; (16. Juli 2015).

²³⁸ Vgl. LÖSCHENBURG, Winfried: Von Reiselust und Reiseleid. Eine Kulturgeschichte. Frankfurt am Main 1983², S. 125.

Region als typisch angesehenen Spezialitäten²³⁹ und empfiehlt den Besuch von ausgewählten Obst- und Gemüsemärkten.²⁴⁰ Dennoch fehlt hier jene eingehendere Beschäftigung mit regionstypischen Speisen wie sie schon im „Baedeker“ für Ober-Italien immer wieder zu finden ist. Dort wird bereits in der Einleitung ausführlich auf die Eigenheiten der italienischen Esskultur und ihre Gastronomie eingegangen. Etwa wenn man liest, dass es ratsam sei, sich an die landesüblichen Gerichte zu halten, „wie sie auf dem Speisezettel verzeichnet sind: [denn] aussergewöhnliche Gerichte kosten auch aussergewöhnliches Geld.“²⁴¹ Weiters könne man mit einem „non seccarmi!“ allzu aufdringliches Fragen des Kellners geschickt abwehren. Zusätzlich beinhaltete der Reiseführer für Ober-Italien auch schon eine Auflistung wichtiger italienischer Vokabeln für Nahrungsmittel und Speisen, wie z.B. „Pisi con riso – Erbsensuppe mit Reis“, „Costoletta alla minuta – Kalbscotelett mit Kalbsohren und Trüffeln“ oder „Crostata di pasta sfoglia – Butterteigtorte“. Abgerundet wird der einleitende Beitrag zu den italienischen Speisen durch eine Aufzählung „eigenthümlicher“ Gerichte, wie „Busecca di Milano“, „Zampetto di Modena“ oder Mortadella di Bologna.²⁴² In den danach folgenden Kapiteln zu den verschiedenen italienischen Städten finden sich dann ebenso Hinweise auf empfehlenswerte Restaurants und mitunter auch auf besondere regionale Spezialitäten, wie z.B. bei der einleitenden Beschreibung von Turin: „(...) *Sardoni* und *Branzin* gute Seefische, Triester Schinken berühmt.“²⁴³ Diese Unterschiede bei der Darstellung von Landes- bzw. Regionalspeisen in den verschiedenen „Baedeker“-Führern mag daher rühren, dass zur Zeit der Romantik – wie weiter oben bereits ausgeführt – nicht nur die Natur und Vegetation Italiens als etwas Besonderes wahrgenommen wurde, sondern ebenso die darin vorhandene Fülle an Obst und Gemüse als etwas Beeindruckendes galt. Demgegenüber konzentrierte sich die Betrachtung des Rheins in jener Epoche eher auf dessen Zeichenhaftigkeit als ein mit alten Sagen und Legenden verwobener Ort, der die Gefühlswelt des Mittelalters mit seinen Burgen und Schlössern nachvollziehbar mache.

²³⁹ Dazu zählte auch schon damals das „Schnitzel“, welches Baedeker mit „gebratene Kalbfleischschnitten“ übersetzte. Vgl. BAEDEKER, Karl: Süd-Deutschland und Österreich. Handbuch für Reisende. Coblenz & Leipzig 1873, S. 252.

²⁴⁰ Vgl. BAEDEKER, Karl: Süd-Deutschland und Österreich. Handbuch für Reisende. Coblenz & Leipzig 1873, S. 252 & 256.

²⁴¹ BAEDEKER, Karl: Ober-Italien bis Nizza, Genua, Bologna, nebst den Eisenbahn- und Haupt-Post-Straßen aus Deutschland nach Italien. Handbuch für Reisende. Coblenz 1863², S. XV.

²⁴² Vgl. ebd., S. XVI.

²⁴³ Vgl. ebd., S. 216f.

Dennoch ist festzuhalten, dass diese frühen Reiseberichte die fremde Küche und ihre Speisen zumeist nur als einen Nebenschauplatz von geringerer Bedeutung betrachteten. Selbst dort, wo es primär um die Beschreibung von Volkskultur ging, wurde dem fremden Essen wenig Bedeutung zugemessen.²⁴⁴ Im Vordergrund stand stets die sogenannte Hochkultur, die man in bestimmten Landschaftsteilen und architektonischen Bauwerken wie z.B. Kirchen, Burgen oder Schlössern verkörpert sah. Dabei ist festzuhalten, dass erst ihre Erwähnung bzw. Beschreibung sie von der „Sehens-Würdigkeit“ zu einer „Sehens-Notwendigkeit“ aufstiegen ließen, deren Besichtigung so zu einem Pflichtprogramm wurde. Damit strukturierten bereits die damaligen Reiseführer die in ihnen beschriebenen Touren nicht nur bloß organisatorisch vor, sondern trugen durch ihre „Sightseeing“-Tipps ebenso schon wesentlich dazu bei, Reiseziele mit Prestige auszustatten – egal, ob in die italienische Campagna oder an den Rhein. So musste etwa der Reisende, der am Rhein war und die Loreley nicht gesehen hatte, mit Statusverlust rechnen.²⁴⁵

2.1.3.3 *Der Alpentourismus*

Die im Zuge der Romanik entstandene Naturbewunderung bezog sich aber nicht allein auf Landschaften in Italien und am Rhein, sondern auch auf die Bergwelt. Als Grundlage dafür diente ein von Jean-Jacques Rousseau entworfenes neues Naturverständnis, das auch die Sichtweise auf die bis dahin als bedrohlich empfundenen Berge nachhaltig veränderte. So plädierte Rousseau dafür, die Natur – und damit auch ihre Bergwelt – als Repräsentation des Urzustandes menschlicher Umgebung zu betrachten, an der die Kritik an der Zivilisation festgemacht werden konnte. Dies führte nicht nur zu ihrer Entmythologisierung, sondern trug auch dazu bei, den Traum vom einfachen Leben und die Vorstellung von der besseren

²⁴⁴ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 26.

²⁴⁵ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 158; THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 26.

Vergangenheit weiter zu verfestigen und diese Sehnsucht als fixe Bestandteile touristischen Selbstverständnisses mitzutransportieren.²⁴⁶

Auch die Alpen wurden unter diesem Blickwinkel nicht länger als Bedrohung bzw. furchterregendes und unüberwindbares Hindernis erlebt, sondern für ihre Natürlichkeit und Erhabenheit bewundert.²⁴⁷ Dieses Bild wurde zusätzlich durch Albrecht von Haller verstärkt, dessen Gedicht „Die Alpen“ nicht nur für einen Popularitätsschub der Berge sorgte, sondern diese – wie Prahl/Steinecke es formulieren – ebenso „zum Projektionsraum für die frühbürgerlichen Träume vom einfachen und besseren Leben in der Natur“²⁴⁸ machte.

Unterstützung fand diese Sichtweise auch in gelehrten Kreisen bzw. bei Naturforschern, die die Bergwelt schon seit längerem aus einem aufklärerisch-naturwissenschaftlichen Interesse heraus ergründeten.²⁴⁹ Unter ihnen befand sich auch der Schweizer Naturforscher Horace Bénédict de Saussure, der mit der Bezwingung des Mont Blanc im Jahre 1787 eine Art Zäsur einläutete. Denn fortan geriet die wissenschaftliche Erforschung der Bergwelt auch zu einem Sinnbild für Mut, Entschlossenheit und abenteuerliche Entdeckerfreude. Das vormals als Ohnmacht empfundene Gefühl wandelte sich so in eines von Ehrfurcht und Bewunderung. Für immer mehr Fachgelehrte und Forscher wurde die Beschäftigung mit den Alpen zu einem „Kampf“ mit dem Berg. Im Vordergrund dieser Entwicklung stand dabei zunächst das Streben nach Gipfelsiegen bzw. das Bezwingen jener von Natur fast verschlossenen Welt, in die sich bisher kaum ein Mensch hinein gewagt hatte.²⁵⁰ Dieser Wandel führte dazu, dass die zunächst unberührten Gipfelregionen der Alpen schon bald zum Tummelplatz des alpinen Ehrgeizes wurden.²⁵¹ Als

²⁴⁶ Vgl. PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 142.

²⁴⁷ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 20f.

²⁴⁸ PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 46.

²⁴⁹ So durchzog beispielsweise schon 1664 der englische Botaniker John Ray die Bündener Berge zu wissenschaftlichen Zwecken. Und 1741 entdeckten seine Landsleute Pococke und Windham von Chamonix aus, dass der Mont Blanc Europas höchster Berg ist. Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 20.

²⁵⁰ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 21.

²⁵¹ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 49.

Vorreiter fungierten dabei einmal mehr die Engländer. Denn es war der britische Adel, der – begünstigt durch eine jahrhundertealte britische Sporttradition²⁵² – im sportlich-exklusiven Bereich seine individuelle Selbstbestätigung suchte, die ihm seine gesellschaftliche Position durch den einsetzenden wirtschaftlichen Abstieg im aufstrebenden Kapitalismus immer weniger geben konnte.²⁵³ Mit dem zunehmenden Erobern von immer mehr bisher unerschlossenen Naturwelten und Gipfeln konnte er so wenigstens noch sein Standesbewusstsein demonstrieren.²⁵⁴ Dieses von Knebel auch als „Gentleman-Ideal“ bezeichnete Verhalten galt dabei vor allem der Schweiz, die von den Engländern als „Playground of Europe“ angesehen wurde. Bereits in den 1820er Jahren entstanden dort große und luxuriös ausgestattete Hotels, die bald den einfachen Gasthöfen und Privatunterkünften die zahlungskräftigen Touristen entzogen. Für Knebel stellte diese Entwicklung die Geburtsstunde des Amateur-alpinismus dar.²⁵⁵

Ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts beanspruchte auch das aufstrebende Bürgertum immer öfter die Berge für sich. Begünstigt durch die romantische Bewegung sahen sie nämlich in ihnen die Möglichkeit, den bürgerlichen Traum allgemeiner Freiheit und Gleichheit, der auf Kosten des entstehenden Proletariats längst aufgegeben war, fern von jeglicher Zivilisation weiter zu träumen. Als Wegbereiter für die Realisierung dieses Traumes dienten dabei die Alpenvereine. Der erste „Alpine Club“ entstand 1857 in London. In den Jahren darauf folgten der „Österreichische Alpenverein“ und der „Schweizer Alpenclub“ (beide wurden 1863 gegründet) sowie der „Deutsche Alpenverein“ (1869). Im Jahr 1873 schlossen sich dann der Österreichische und Deutsche Alpenverein zum „Deutschen und Österreichischen Alpenverein“ (DuÖAV) zusammen, deren Mitgliederzahl in den Folgejahren rasant stieg: Zählte der DuÖAV beispielsweise im Jahre 1882 noch 10.000 Mitglieder, waren es 1930 bereits 200.000. Daran zeigt sich, dass sich der

²⁵² Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 21.

²⁵³ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 49.

²⁵⁴ Allein in den Jahren 1856-1863 bezwangen englische Bergsteiger nicht weniger als 55 Gipfel in den Schweizer Alpen und in Savoyen. Vgl. LÖSCHENBURG, Winfried: Von Reiselust und Reiseleid. Eine Kulturgeschichte. Frankfurt am Main 1983², S. 168.

²⁵⁵ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 21.

Alpinismus zu einer schnell wachsenden Massenbewegung weiterentwickelte.²⁵⁶ Zusätzliche Unterstützung erfuhr diese Dynamik durch großzügige Fahrpreisermäßigungen in Österreich sowie günstige Rundreisebillets bei den deutschen Bahnen.²⁵⁷

Doch ohne entsprechende Infrastruktur wäre eine solch schnelle Eroberung der Bergwelt nicht möglich gewesen. Deswegen setzte der DuÖAV alles daran, den Ausbau des Wegenetzes und den Bau von Übernachtungs- und Schutzhütten systematisch zu forcieren. So gab es in den Ostalpen im Jahr 1894 bereits 134 eingerichtete Hütten, deren Zahl bis 1909 sogar auf 242 anstieg.²⁵⁸

2.1.4 Die Popularisierung des organisierten Reisens

Ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts begannen immer mehr Menschen vom Ausbau des Binnentourismus zu profitieren. Ein wesentlicher Impuls ging dabei von dem englischen Geschäftsmann Thomas Cook aus, der – wie schon kurz erwähnt – als einer der ersten gemeinschaftliche Reisen organisierte und damit zu den frühen Tourismus-Pionieren gezählt werden kann. Bereits 1841 veranstaltete er die erste Gesellschaftsreise von Leicester nach Loughborough, an der 570 Personen teilnahmen. Cooks Angebot orientierte sich dabei von Anfang an den Bedürfnissen des Kleinbürgertums, das seit der Industrialisierung stetig gewachsen und zu einigem Wohlstand gekommen war. Mit den Gesellschaftsreisen drückten sie ihre neu erworbene Unabhängigkeit aus – im Gegensatz zu den Bauern und der Arbeiterschaft, die weiterhin darauf verzichten mussten.²⁵⁹

Eine ähnliche Entwicklung lässt sich auch für die deutschsprachigen Länder beobachten. Hier waren es die Gebrüder Carl und Louis Stangen, die – inspiriert von der zunehmenden Popularität des Cook'schen Reisesystems – 1863 zunächst in

²⁵⁶ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 49f & 53.

²⁵⁷ Vgl. STADLER, Georg: Von der Kavaliertour zum Sozialtourismus. Kulturgeschichte des Salzburger Fremdenverkehrs. Salzburg 1975, S. 203.

²⁵⁸ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 53.

²⁵⁹ Vgl. OPASCHOWSKI, Horst W.: Tourismusforschung (=Freizeit- und Tourismusstudien, Bd. 3). Opladen 1989, S. 72.

Breslau und später in Berlin ein Reisebüro eröffneten, das ebenfalls Pauschalreisen anbot. Ähnlich wie Cook beinhalteten auch ihre Reisen feststehende und im voraus zu zahlende Beträge, die die Anreise per Schiff, Eisenbahn oder Postkutsche sowie die Übernachtungskosten beinhalteten.²⁶⁰ Zwar waren diese Pauschaltarife keineswegs „Schnäppchen“, doch erlaubte die Buchung größerer Platzkontingente nun erstmals eine preiswertere Kalkulation und Mengenrabatte, die zumindest teilweise an die Kunden weitergegeben werden konnten.²⁶¹ Reisen wurden damit immer öfter als Produkte hergestellt und angeboten. So führten die beiden Brüder eigene Sonderzüge ein, die beispielsweise von Berlin aus in die Sächsische Schweiz, an die Nord- und Ostsee, nach Süddeutschland, Österreich und in die Schweiz fuhren. Auch Fernreisen wie z.B. nach Palästina und Ägypten gehörten zum Programm der Stangens. Und: 1878 führte das Brüderpaar sogar die erste Weltreise durch.²⁶²

Trotz der durch diese Organisationsform erstmals entstandenen Vergünstigungen beim Reisen, konnte sich dieses Vergnügen nur eine gut situierte Minderheit leisten. Der weitaus größere Teil des aufstrebenden Bürgertums wandte sich daher einer Urlaubsart zu, die sich zu jener Zeit ebenso immer größerer Beliebtheit erfreute: der „Sommerfrische“. Sie war zwar ebenso geprägt durch die Liebe zur Natur, Kritik an der Stadt und die Begeisterung für das einfache (ländliche) Leben. Doch entsprechend der meist knappen Budgets stieg man hier nicht in feinen Hotels ab, sondern wohnte in kleinen Unterkünften mit so heimelig klingenden Namen wie „Haus Heckenrose“, „Pension Immergrün“ oder „Villa Herta“. Ähnlich kleinbürgerlich-bescheiden gestaltete sich auch das Vergnügungsprogramm: dieses reichte von Kinderfesten über Kegelbahn-Abenden bis hin zu gemeinsamen Wanderungen. Trotz dieser Einfachheit war die „Sommerfrische“ beliebt, wurde sie doch auch hier als Gegenpol zur Industrialisierung wahrgenommen. Denn diese führte aufgrund der radikalen Umgestaltung des städtischen Raumes, des Wohnumfeldes und veränderter Situationen am Arbeitsplatz immer öfter zu einer Verunsicherung unter den sozialen Aufsteigern der neuen Mittelschicht. Die „Sommerfrische“ wurde daher

²⁶⁰ Vgl. ebd., S. 23.

²⁶¹ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 156.

²⁶² Vgl. OPASCHOWSKI, Horst W.: Tourismusforschung (=Freizeit- und Tourismusstudien, Bd. 3). Opladen 1989, S. 73; KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 23.

besonders von dieser Gruppe auch als Sinnbild einer ländlich-heilen Welt angesehen, die einen positiven Kontrast zur Industrialisierung bot.²⁶³

Auch wenn der Demokratisierungsprozess des Reisens unaufhörlich voranschritt, gab es weiterhin eine Gruppe, die lange Zeit davon ausgeschlossen blieb: die Arbeiterschaft. Erst mit der Gründung der ersten Arbeiterparteien und Arbeiterorganisationen, die auf politischer Ebene für eine Verbesserung der Lebensqualität der Industriearbeiter kämpften, gab es auch für das Proletariat Hoffnung, dem tristen Alltag mittels Kurzausflügen in die Natur zu entfliehen. Denn Ende des 19. Jahrhunderts entstanden erstmals auch Naturvereine, die sich speziell an die Arbeiterschaft wandten. Einer der ersten war dabei der 1895 in Österreich gegründete Touristenverein „Die Naturfreunde“. Ziel dieser Organisation war es, „den Arbeiter aus der Verfallenheit an den Alkohol herauszuholen, ihm ‚wissenschaftliche Erkenntnisse‘ zu vermitteln, ihn durch Wissen an die Macht zu bringen.“²⁶⁴ Und der Zulauf war beachtlich: Bereits 1905 zählten die Naturfreunde in Österreich 8.647 Mitglieder, die auf 39 Ortsgruppen aufgeteilt waren. Schon bald folgten als 40. und 41. Ortgruppe Zürich und München. Dabei setzte man von Anfang an auf ein eigenes Klassenbewusstsein und errichtete – nach dem Vorbild bürgerlicher Alpenvereine – eigene Naturfreunde-Häuser, die sich von den Alpen übers Mittelgebirge bis ans Meer erstreckten. 1930 gab es bereits rund 300 solcher Häuser.²⁶⁵

Ihren Höhepunkt erlebten die „Naturfreunde“ in den 1920er-Jahren, wo allein in Deutschland 116.000 Mitglieder gezählt wurden. In diese Zeit fiel auch die systematische Durchsetzung des Tarifvertragsgesetzes von 1918, demzufolge allen unter einen Tarifvertrag fallenden Arbeitern ebenso Urlaub gewährt werden müsse. Verdeutlicht wird die Bedeutung dieser gesetzlichen Bestimmung anhand einer Zeitreihe, wonach 1920 85%, 1924 93,5% und 1929 bereits 97,8% aller tarifvertraglich arbeitenden Menschen in Deutschland unter diese Regelung fielen. Diese Entwicklung eröffnete neue Möglichkeiten: Reisebüros für Arbeiter wurden gegründet, Sonderzüge zusammengestellt und eigene Einkaufs- und

²⁶³ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 159.

²⁶⁴ KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 32.

²⁶⁵ Vgl. ebd., S. 33.

Verkaufsgenossenschaften für Sportgeräte und Sportartikel eröffnet. 1928 machten sich bereits 5000 deutsche Werktätige auf den Weg in die Schweiz. Und nur drei Jahre später fuhren 36 Sonderzüge des Reisebüros der deutschen „Naturfreunde“ zur II. Arbeiterolympiade nach Wien.²⁶⁶

Neben ersten Reisebüros und Sektionen des bürgerlichen Alpenvereins sowie wachsenden Ortsgruppen der Naturfreunde, entstanden zu Beginn des 20. Jahrhunderts aber noch eine Reihe weiterer institutioneller Reiseanbieter. Dazu zählten beispielsweise gewerkschaftliche Reisebüros wie z.B. das „Volksreisebüro Bremen“, konfessionelle Reisebüros sowie die Jugendbewegung des Wandervogels.²⁶⁷ Zusätzlich wurde das touristische Reisen auch in anderen Ländern immer beliebter, wo ebenso institutionelle Veranstalter entstanden, um den Tourismus populär zu machen. So wurde in Frankreich etwa der „Touring Club“ gegründet, dessen Besonderheit nach Marie-Françoise Lanfant darin bestand als einer der ersten „das Vergnügen am Auto mit dem an der Küche zu verbinden.“²⁶⁸ Unter diesem Aspekt verwundert es daher auch nicht, dass zu jener Zeit in Frankreich mit dem „Guide Michelin“ ebenso ein eigener Hotel- und Reiseführer entstand, der das Reisen erstmals mit der Entdeckung von regionalen Küchen verknüpfte.²⁶⁹ Doch auch wenn – wie Lanfant weiter ausführt – das Problem nicht mehr darin bestand, beim Reisen einen für den persönlichen Geschmack geeigneten Gasthof zu finden, sondern alle im „Guide Michelin“ empfohlenen Restaurants kennen zu lernen, blieb das Reisen als Selbstzweck auch zu diesem Zeitpunkt weiterhin nur das Vergnügen einer Minderheit. Zum massentouristischen Phänomen sollte es erst nach 1945 aufsteigen.

2.2 Die Ausformung des modernen Massentourismus

Zwar ging es in den ersten Nachkriegsjahren angesichts großflächiger Zerstörungen und des damit verbundenen Mangels an Nahrung, Energie und Devisen für die

²⁶⁶ Vgl. ebd., S. 33 & 37.

²⁶⁷ Vgl. KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. 40ff & 57.

²⁶⁸ LANFANT, Marie-Françoise: Die Gastronomie, das Kulturerbe und der Welttourismus. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 39.

²⁶⁹ Vgl. ebd., S. 39.

meisten Menschen zunächst ausschließlich ums sprichwörtliche „nackte Überleben“. Dennoch kam das Reisen auch in diesen Jahren nicht völlig zum Erliegen. So buchten beispielsweise bereits in der ersten Reisesaison nach der deutschen Währungsreform 1948 bereits rund 40.000 BRD-Bürger wieder eine Bahnreise in die Alpen.²⁷⁰ Und auch viele Seebäder an der Nord- und Ostsee wiesen damals schon wieder einen beachtlichen Zustrom von Feriengästen auf.²⁷¹

Mit dem einsetzenden Wirtschaftsaufschwung ab den 1950er-Jahren begann dann eine immer stärker werdende Verlagerung von inländischen hin zu benachbarten ausländischen Reisezielen.²⁷² Kos macht für diese Verschiebung u.a. die zunehmende Motorisierung der Gesellschaft, eine stärkere Rationalisierung der Reiseabwicklung, die Erhöhung von Lebensstandard und Realeinkommen sowie die gesetzliche Verankerung des Mindesturlaubs als maßgebliche Einflussfaktoren verantwortlich.²⁷³

Eine weitere Zäsur lässt sich dann nochmals mit dem einsetzenden Charterflugtourismus und der beginnenden Etablierung von Pauschalreisen ab den 1960er-Jahren festmachen. So führten beide „Neuerungen“²⁷⁴ nicht nur zu einer immer stärker werdenden touristischen Erschließung auch von entfernteren Zielen, sondern ebenso zu einer Verbilligung in diesem Bereich. Vormalig strapaziöse und

²⁷⁰ Vgl. PRAHL, Hans-Werner: Entwicklungsstadien des deutschen Tourismus seit 1945. In: SPODE, Hasso (Hg.): Zur Sonne, zur Freiheit! Beiträge zur Tourismusgeschichte (=Berichte und Materialien, Nr. 11). Berlin 1991, S. 97. Für Österreich lagen zum Zeitpunkt des Abfassens dieser Arbeit keine Vergleichszahlen vor [Anm. des Autors].

²⁷¹ Vgl. WILDE, Alexander: Zwischen Zusammenbruch und Währungsreform. Fremdenverkehr in den westlichen Besatzungszonen. In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus – FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 91.

²⁷² Vgl. SCHILDT, Axel: „Die kostbarsten Wochen des Jahres“. Urlaubstourismus der Westdeutschen (1945-1970). In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus – FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 79.

²⁷³ Vgl. KOS, Wolfgang: Horizont-Verschiebungen. Zum Stellenwert von Nähe und Entfernung, Enge und Exotik in den fünfziger Jahren. In: JAGSCHITZ, Gerhard / MULLEY, Klaus-Dieter: Die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich. St. Pölten / Wien 1985, S. 182.

²⁷⁴ Zwar war die Pauschalreise – wie weiter oben dargestellt – als Reiseform bereits im 19. Jahrhundert bekannt und damit keine Erfindung des modernen Massentourismus. Was sie jedoch in diesem Zusammenhang sehr wohl als Neuerung bezeichnet lässt, ist die Tatsache, dass ihre Ausbreitung als massenhaftes Phänomen erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts einsetzte. Vgl. PRAHL, Hans-Werner: Entwicklungsstadien des deutschen Tourismus seit 1945. In: SPODE, Hasso (Hg.): Zur Sonne, zur Freiheit! Beiträge zur Tourismusgeschichte (=Berichte und Materialien, Nr. 11). Berlin 1991, S. 100.

teure Reisen wurden durch die Buchung einzelner Reisebestandteile im Paket und den sich daraus ergebenden günstigeren Kalkulationen für immer mehr Menschen zu einer leistbaren Option.²⁷⁵ Das Reisen begann sich damit auch zu einer, wie es Knebel formulierte, „sozialen Norm“²⁷⁶ zu wandeln.

Der solcherart forcierte Massentourismus führte aber auch dazu, dass die Regionen der angesteuerten Reiseziele schon bald das Bild touristischer Monostrukturen aufwiesen und dadurch zunehmend gegeneinander austauschbarer wurden²⁷⁷. Denn durch die fortschreitende – wie Enzensberger es ausdrückte – „Normung, Montage und Serienfertigung“²⁷⁸ touristischer Attraktionen, also der vermehrten Standardisierung von Sehenswürdigkeiten, ihre pilgerhafte Zusammenstellung zu einer Route und anschließende fließbandartige Vermarktung, wurde der Grundstock für jene endlos wiederholbare Urlaubswelt-Produkte geschaffen, die bis heute das Bild massentouristischer Vergnügungsorte prägen. So zeichnen sich diese sehr oft durch westliche Wohnstandards aus, befinden sich meist in unmittelbarer Nähe zu den Hauptattraktionen und bieten Restaurants, die sich am Geschmack der Touristen aus den Hauptherkunftsländern orientieren. Auch die dort auffindbaren Bars, Diskotheken und Einkaufsläden mit ihren standardisierten Souvenirs sind oftmals westlichen Zuschnitts und ähneln einander stark. Dies hat sich bis heute kaum verändert. Auch die „touristischen Massenbiotope“ der Gegenwart zeichnen sich vielfach durch einen vergleichbaren Standardkomfort sowie eine zumeist ähnliche touristische Infrastruktur aus, die unabhängig von den Eigenarten des jeweiligen Gastlandes zu sein scheinen. Obendrein gehorchen sie ihren eigenen Gesetzen – ein Prinzip, das in den Cluburlaubsorten mit ihren Animationsprogrammen seine extremste Ausprägung findet. Dies macht diese Urlaubswelten nur bedingt abhängig von den Sehenswürdigkeiten der bereisten Länder. Und wenn als „Besonderheiten“ klassifizierte Touren angeboten werden, so reduzieren sich diese zumeist auf standardisierte Symbole wie z.B. in Spanien auf den Besuch eines

²⁷⁵ Vgl. PRAHL, Hans-Werner: Entwicklungsstadien des deutschen Tourismus seit 1945. In: SPODE, Hasso (Hg.): Zur Sonne, zur Freiheit! Beiträge zur Tourismusgeschichte (=Berichte und Materialien, Nr. 11). Berlin 1991, S. 100.

²⁷⁶ KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960, S. V.

²⁷⁷ Vgl. ebd., S. 100.

²⁷⁸ ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964, S. 196.

Flamenco-Abends oder in Ägypten auf Kamelausritte.²⁷⁹ Diese Entwicklung ist freilich nicht neu, spätestens seit der Erfindung des modernen Reiseführers und des Sternesystems durch Murray ist die beschriebene Normierung und Serienfertigung ein fester Bestandteil des Reisens. Was jedoch neu ist und das massentouristische Reisen gegenüber seinen Frühformen unterscheidet, ist, dass das für Enzensberger aus den romantischen Freiheits-Projektionen hervorgegangene Motiv der Flucht vor der industriellen Arbeitswelt aufgrund seiner Serienfertigung längst selbst zu einer Industrie herangewachsen bzw. die Reise aus der Warenwelt heute ihrerseits zur Ware geworden ist.²⁸⁰

Zusätzlich förderte der moderne Massentourismus auch die Ausbreitung eines im Verlauf zunehmender Prosperität immer stärker werdenden Prestigedrucks, der nicht mehr bloß einzelne Produkte, sondern mehr und mehr die Freizeit als Ganzes und damit auch das Reisen erfasste. Wesentlich vorangetrieben wurde diese Entwicklung nach Pagenstecher durch eine immer stärker einsetzende omnipräsente Werbung ab den 1950er-Jahren, die den Tourismus als temporäre und regenerative Flucht aus der genormten Arbeitswelt darstellte.²⁸¹ Die derart gestalteten Werbebilder vermittelten aber nicht bloß, wie es Mandel ausdrückte, die „Idee vom Urlaub als Reproduktion von Arbeitskraft“, sondern beförderten damit auch die Vorstellung vom Urlaub als „schönste Zeit des Jahres“ bzw. als freie Zeit, in der Sehnsüchte realisiert werden konnten.²⁸² Selbstverwirklichung und der damit verbundene Konsumgenuss schienen so nur mehr in der Freizeit erreichbar und Arbeit als bloßes Mittel zum Zweck, um Geld für die privaten Interessen zu verdienen. Damit wurde den Freizeitaktivitäten aber zugleich eine immer größer werdende Last des erzwungenen Erfolgs aufgebürdet.²⁸³

²⁷⁹ Vgl. MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italentouristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 26f.

²⁸⁰ Vgl. ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964, S. 195f.

²⁸¹ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 97.

²⁸² Vgl. MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italentouristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 148.

²⁸³ Vgl. BERWING, Margit: Die Reisewelle der fünfziger Jahre: Capri und die Folgen. In: BERWING, Margit / KÖSTLIN, Konrad (Hg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für

Davon betroffen waren auch die in der Freizeit angesiedelten Urlaubsreisen. Die Allgegenwart der mit Urlaub und Auslandsreise – vornehmlich in den Süden – werbenden Bilder der 1950er- und 1960er-Jahre trugen maßgeblich dazu bei, entsprechende Konsumbedürfnisse auch im touristischen Bereich zu wecken.²⁸⁴ Und durch die zunehmende gesellschaftliche Durchdringung dieser Entwicklung bestimmte dieser Bereich auch schon bald persönliche Beziehungen, wodurch sich nach Arne Andersen auch der Druck erhöhte, Reisen ebenso als Ausdruck für Status und Prestige zu nutzen wie beispielsweise den ersten Fernseher oder die neue Sofagarnitur. Denn – wie Andersen überspitzt aber dennoch treffend formulierte – über was hätte man sich in jener Zeit sonst unterhalten können, wenn kein neuer Fernseher im Haus war und wie hätten Urlaubserinnerungen ausgetauscht werden sollen, wenn Familien in ihrem Urlaub, statt zu verreisen, zu Hause geblieben wären?²⁸⁵

Doch wie schon bei den touristischen Frühformen, eignete sich auch in der Zeit des beginnenden Massentourismus nicht jede Reise zur Darstellung von Status und Prestige. So hielten beispielsweise 1955 etwa nur mehr 10% der damaligen BRD-Bürger eine Urlaubsreise im Inland als begehrenswerten Luxus.²⁸⁶ Dies ließ im Gegenzug die Auslandsreise einen immer höheren symbolischen Status gewinnen – wobei sich auch hier nicht jede Region als prestigeträchtiges Gegenstück eignete. Einmal mehr war es der Süden, der hier die Lust am Reisen besonders entfachte. Ähnlich wie schon die Reisenden in den vorangegangenen Epochen, sahen auch die modernen Urlauber des einsetzenden Massentourismus vor allem Italien als Sinnbild des „dolce vita“ an. Das Land im Süden versprach weiterhin jene Lässigkeit und Leichtigkeit, mit denen bereits zu früheren Zeiten ein besseres Leben assoziiert

Volkskunde der Universität Regensburg (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 2). Regensburg 1984, S. 210f.

²⁸⁴ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 97.

²⁸⁵ Vgl. ANDERSEN, Arne: Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute. Frankfurt am Main / New York 1997, S. 210.

²⁸⁶ LENZ, Otto: Die soziale Wirklichkeit. Allensbach 1956, S. 54 zit. n. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 97.

wurde und die nun erst recht als Gegenpol der eigenen, zunehmend als stressig empfundenen Alltagswelt erschienen.²⁸⁷

Diese Vorstellungen und Sehnsüchte wurden aber nicht allein durch den Tourismus und seine Werbebilder vorangetrieben, sondern auch und besonders von den populären Vermittlungsinstanzen jener Zeit – allen voran durch Kino, Hörfunk und Illustrierte.²⁸⁸ Dazu gesellten sich auch noch die damals ebenso populären literarischen Reiseschilderungen und Reiseromane, die ähnlich wie die anderen Medien weniger das tatsächliche Italien als vielmehr die Vorstellung davon beschrieben: Italien als ein für alle Altersgruppen und für alle Schichten interessantes Land, das sowohl für seine Kultur und alte Geschichte als auch für Lebensgenuss und Romantik bekannt sei. Dabei handelte es sich vor allem um subjektive Beschreibungen von Rundreisen entlang der klassischen Route, die mit Hilfe von persönlichen Erlebnissen, kulturhistorischen Bemerkungen sowie ausschweifenden Beschreibungen gezielt Lust auf das „Land der Zitronen und Zypressen“ machen sollten.²⁸⁹ So lässt sich denn auch schon an damals populären Titeln wie z.B. „Italien, Sehnsuchtsland im Süden“ oder „Italien, ein Traumbild“, erahnen, dass es darin vornehmlich um die Präsentation Italiens als paradiesische Wunschvorstellung ging.²⁹⁰

Dieses Zusammenspiel zwischen Medien und Massentourismus trug in der Folge wesentlich zur weiteren Ausformung Italiens als Symbol für Sinnlichkeit und Lebenslust bei und verstärkte so ein auf wenige Attribute reduziertes Bild vom Süden. Gleichzeitig ermöglichte die ebenfalls zunehmende Vermarktung Italiens als „Markenartikel“ aber ebenso, dass das verheißungsvolle Lebensgefühl des Südens immer öfter auch im eigenen Alltag – zumindest ansatzweise – erlebt werden konnte.

²⁸⁷ Vgl. MANDEL, Birgit: „Amore ist heißer als Liebe“. Das Italien-Urlaubsimage der Westdeutschen in den 50er und 60er Jahren. In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 150.

²⁸⁸ Vgl. ebd., S. 151.

²⁸⁹ Vgl. MANDEL, Birgit: „Amore ist heißer als Liebe“. Das Italien-Urlaubsimage der Westdeutschen in den 50er und 60er Jahren. In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 155.

²⁹⁰ Vgl. MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiens Touristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 140f.

Nämlich entweder durch mitgebrachte Souvenirs oder auch durch den gemeinsamen Besuch eines der damals immer mehr werdenden italienischen Restaurants in Mitteleuropa.²⁹¹ Wie dabei diese Verknüpfung von Essen mit Lebensstil im Detail aussah, soll jedoch an anderer Stelle aufgezeigt werden.

Somit bleibt – gewissermaßen als Resümee – nur noch darauf hinzuweisen, dass die hier angestellten Betrachtungen zur (früh)touristischen Entwicklung des Reisens aufgrund seiner umfangreichen Genese keineswegs den Anspruch auf Vollständigkeit erheben wollen. Diesem Kapitel ging es aber auch nicht um eine, jedes Detail erfassende historische Rekonstruktion vormoderner Reiseformen, sondern um das Herausarbeiten wesentlicher touristischer Strukturverläufe. Ihr Sichtbarmachen soll helfen, die spätere Analyse von Essdiskursen in Reiseführern nicht nur im Lichte gegenwärtiger sozio-kultureller Zusammenhänge zu betrachten, sondern sie auch vor dem Hintergrund historisch verwurzelter Motive richtig einzuordnen.

Was jedenfalls jetzt schon erkennbar wurde – und beim Verstehen heutiger Essdiskurse helfen kann – ist, dass touristisches Handeln als ein wahrnehmbarer, klassifizierbarer und symbolische Zugehörigkeit markierender Stil keineswegs erst ein Phänomen unserer heutigen modernen Reisewelt darstellt.²⁹² Dieses Motiv – darauf haben auch Prah/Steinecke aufmerksam gemacht²⁹³ – lässt sich vielmehr spätestens ab der Zeit der Badereise erkennen. Darüber hinaus ließ sich auch beobachten, dass Urlaubswahrnehmung nicht erst vor Ort entsteht, sondern – ähnlich wie die Imaginationen rund um fremde und eigene Speisen – durch Bilder mit hohem Symbolgehalt vorgeprägt ist. Dennoch hat mit dem Aufkommen des Massentourismus das bildungsbürgerliche Tourismus-Ideal nach Pagenstecher

²⁹¹ Vgl. BERWING, Margit: Die Reisewelle der fünfziger Jahre: Capri und die Folgen. In: BERWING, Margit / KÖSTLIN, Konrad (Hg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 2). Regensburg 1984, S. 214f; MANDEL, Birgit: „Amore ist heißer als Liebe“. Das Italien-Urlaubsimage der Westdeutschen in den 50er und 60er Jahren. In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 155.

²⁹² Vgl. GEORG, Werner: Lebensstile in der Freizeitforschung – ein theoretischer Bezugsrahmen. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster/New York 1995, S. 20.

²⁹³ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt/Neuwied 1979, S. 27.

zunehmend seine kulturelle Hegemonie verloren. Zwar dominierte in der Mentalität anfänglich noch die Rekonstruktion bürgerlicher Leitbilder, doch der fortschreitende Wandel von der Konsum- hin zu einer erlebnisorientierten Gesellschaft führte auch hier zu einer „Enthierarchisierung des Geschmacks“ bei gleichzeitiger Intensivierung des Erlebnis-Marketings mit zunehmenden Gewicht auf ästhetische Fragen.²⁹⁴ Daraus resultiert, dass der heutige Tourismus stärker als visueller Symbolkonsum „und damit gleichermaßen [als] ein kulturelles, von Leitbildern geprägtes wie auch ein ökonomisches, von der Werbung beeinflusstes Phänomen“²⁹⁵ in Erscheinung tritt.

2.3 Einige Besonderheiten des gegenwärtigen Reisediskurses

Verstärkt wird diese Entwicklung durch die omnipräsente Thematisierung des Reisens, wodurch diese Freizeitaktivität zusätzlich an Stellenwert bei der Gestaltung von Lebensentwürfen gewinnt. Blättert man beispielsweise im Internet die virtuellen Bilderalben auf Facebook oder Flickr²⁹⁶ durch, ist ein deutlicher Überhang von Fotos zu erkennen, die von „hippen“ Städte-Trips und aufregenden Reisen in ferne Länder und Regionen erzählen. Aber auch im klassischen Medien- und Buchbereich nimmt das Thema Reisen mittlerweile einen breiten Raum ein: So haben sich etwa in vielen Zeitungen und Magazinen eigene Reise-Ressorts etabliert, die die Leser in regelmäßigen Abständen über die neuesten Urlaubstrends informieren und ihnen vermeintliche Reise-Geheimtipps über (zumeist oberflächliche) Fotoberichte schmackhaft machen wollen. Einen immer größer werdenden Platz bekommt das Thema Reisen aber nicht nur im Zeitungs- und Magazinjournalismus, sondern auch im stationären Buchhandel sowie im Internet. So findet man sowohl in den Regalen der Buchläden als auch „online“ nicht nur immer mehr zum Teil aufwändig gestaltete Bildberichte, Reiseerzählungen und Reiseführer zu den verschiedensten Regionen dieser Welt, sondern auch eine wachsende Anzahl an Reiseliteratur, die sich an

²⁹⁴ Vgl. PAGENSTECHE, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 61 & 67.

²⁹⁵ Ebd., S. 48.

²⁹⁶ Bei „Flickr“ (vom Englischen „to flick through something“, also „etwas durchblättern“) handelt es sich um ein Online-Fotoalbum, das es Internet-Benutzern erlaubt ihre Bilder und Kurzvideos ins „Netz“ zu stellen und mit anderen zu teilen. Andere Online-Fotoportale, die sich gegenwärtig ebenso großer Beliebtheit erfreuen, sind etwa Instagram oder Pinterest [Anm. d. Autors].

spezifische Zielgruppen richten. So gibt es etwa eigene Reiseratgeber für Singles, Backpackers bzw. Individualreisende, Naturliebhaber, Kunstinteressierte, Abenteuersportler oder für erholungssuchende Familien. Dennoch fällt bei all dieser Ausdifferenzierung und den damit einhergehenden unterschiedlichen thematischen Schwerpunktsetzungen auf, dass es in vielen dieser Reiseführer einen Bereich gibt, der stets auf eine ähnliche Weise betrachtet wird: nämlich die Verknüpfung des Reiseerlebnisses auch mit den Küchen der jeweiligen Urlaubsregionen. Dies geht teilweise so weit, dass das Genießen ihrer Speisen mittlerweile als eigener Reiseschwerpunkt in den Kanon klassischer Sightseeing-Touren aufgestiegen ist. So bietet etwa der australische Reisebuch-Verlag „lonely planet“ auf seiner Homepage unter dem Titel „Local Living Italy – Southern Tuscany“ eine eigene Gourmettour in die südliche Toskana an, die neben einem „Eintauchen“ in das toskanische Landleben auch einen „hautnahen“ Umgang mit den dortigen kulinarischen Köstlichkeiten verspricht. Dabei lernen die Teilnehmer dann nicht nur „traditionelle“ Rezepte aus dieser Region kennen, sondern können bei deren Zubereitung – wie es im Einführungstext dazu heißt – auch gleich selbst Hand anlegen:

Learn traditional recipes and eat delicious Tuscan cuisine (...). Experience life the local way and you'll experience a Tuscany that most tourists miss. This trip offers plenty of opportunity to get your hands dirty in the kitchen, as you'll learn to prepare and enjoy this picturesque region's culinary and viticultural delights. Peruse the local markets and delis in search of the finest organic fare, sample wines in the very vineyards that produced them, and work off all that deliciousness with walks through some of the world's most beautiful scenery.²⁹⁷

Diese Verknüpfung des Tourismus mit genussvollem Essen, die sich beispielsweise auch in dem Magazin „Gourmetreise. Das Magazin für Genießer“²⁹⁸ finden lässt, zeigt die heutige Bedeutung des Reisens für ein genussvolles Zelebrieren von Speisen an. Beide Bereiche scheinen aber nicht bloß Ausdruck individueller Lebensstile zu sein, sondern diese durch ihr Zusammenspiel auch wesentlich mitzugestalten. Dabei lässt sich beobachten, dass kulinarisches Reisen bzw. die verstärkte Verknüpfung bestimmter Speisen mit Urlaubserlebnissen immer öfter den

²⁹⁷ URL: <http://www.lonelyplanet.com/italy/tours/small-group-tours/local-living-italy-southern-tuscany> (17. März 2015).

²⁹⁸ Hierzu gibt es unter www.gourmetreise.com auch ein eigenes Online-Portal, auf dem beispielsweise Reisereportagen, Portraits von Starköchen und ihren Rezepten sowie empfohlene Gourmet-Hotels aus Österreich und der Welt zu finden sind [Anm. des Autors].

Platz ehemals hochkultureller Symbole einnehmen. Um daher eine exaktere Aussage darüber machen zu können, wie sehr sie zu einer Neugestaltung des touristischen Kanons geführt haben und ob es umgekehrt nicht auch durch veränderte Reiseformen zu einer Neubewertung von fremden Speisen kam, will das folgende Kapitel versuchen, mögliche dabei hereinspielende Bedeutungszusammenhänge offen zu legen.

3. Das Wechselverhältnis zwischen Reisen, touristischem Blick und dem Essen als Symbolträger

Die bisherigen Ausführungen ließen erkennen, dass vieles von dem was und wie etwas auf Reisen wahrgenommen wird, sowohl früher als auch heute von der Vermittlungsinstanz Reisebeschreibungen wesentlich mitgeprägt war bzw. ist. Dabei zeigt sich, dass bei der Herstellung und Vermittlung von gemeinschaftlichen Wahrnehmungen, emotionalen Dispositionen und Wertungen, die Fähigkeit zur Visualisierung bestimmter Kontexte eine zentrale Rolle spielte. Dies mag im ersten Augenblick nicht verwundern, müssen doch Bildvorstellungen nach Jürgen Hannig „als symbolische Verdichtung eines ganzen Bündels von analytischen Diskursen, Begriffskonstellationen, unbewußten und bewußten emotionalen Haltungen und moralischen Wertungen interpretiert werden (...).“²⁹⁹ Ebenso wenig ist der bei früheren Reiseformen praktizierte und bis heute bestehende Rezeptionsmodus – damit ist das Anleiten des touristischen Blicks durch bildvermittelnde Instanzen, wie z.B. Reiseführer, gemeint – neu gewesen. So betont etwa Susanne Müller, dass Menschen spätestens seit den Pilgerfahrten im Mittelalter an Orte reisten, die sie von Bildern und aus Texten kannten.³⁰⁰ Was sich jedoch sehr wohl mit den ersten Vorformen des Tourismus zu verändern begann, war die Wahrnehmung und Erfahrung von Landschaften. Hier waren es vor allem mit Italien assoziierte Motive, die Bergwelt der Alpen oder liebliche Flusslandschaften, die ab der Romantik eine neue Bewertung erfuhren.

²⁹⁹ HANNIG, Jürgen: Fotografien als historische Quelle. In: TENFELDE, Klaus (Hg.): Bilder von Krupp. Fotografie und Geschichte im Industriezeitalter. München 1994, S. 270.

³⁰⁰ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 85.

3.1 Vom Site zum Sight

Wie bereits oben dargestellt, war das aus der Grand Tour entstandene bürgerliche Reisen bis ins 18. Jahrhundert hinein durch den ethisch-normativen Impetus der Aufklärung geprägt. Im Vordergrund stand dabei der Erwerb eines umfassenden Faktenwissens und dessen kritische Verarbeitung im Sinne einer moralischen Deutung.³⁰¹ Es wurde gesammelt, gesichtet, klassifiziert und entmythologisiert – in diesem Sinne galt Landschaft daher über viele Jahrzehnte hinweg auch nur als ein zu durchmessender Raum.³⁰²

Diese Sichtweise begann sich erst mit der zunehmenden Popularität der Kant'schen und Burke'schen Philosophie des „Schönen“ und „Erhabenen“ gegen Ende des 18. Jahrhunderts zu ändern. Vor dem Hintergrund des Rousseau'schen Naturkonzeptes wurden diese beiden Anschauungskategorien zunehmend als „Naturschönes“ bzw. „Naturerhabenes“ interpretiert und in immer mehr Lebensbereichen in Beziehung zum über sich reflektierenden philosophischen Menschen gesetzt. Daraus resultierte ein tiefgreifender Wandel des Naturgefühls, das auf den Landschaftsblick zurückwirkte.³⁰³ Das Schöne und/oder Erhabene stellte nicht mehr bloß ein einzelner Baum, ein Fels oder ein antiker Turm – alles Darstellungen, die es schon seit der Antike gab – dar, sondern ihre Zusammenfassung zu einem landschaftlichen Ganzen. Damit rückt der ästhetische Blick auf die Natur in den Mittelpunkt, der fortan das quantifizierende Sehen ergänzte. Das genuin Neue daran war, dass man die „freie Natur“ zum exemplarischen Fall des Schönen erhob. Sie wurde nun erstmals nicht mehr bloß als Objekt wissenschaftlicher Betrachtung wahrgenommen, sondern auch als Gegenstand, über den sich eine ästhetische Anschauung ausdrücken lassen konnte. Bei der Vermittlung dieser Empfindung kam vor allem der bildenden Kunst eine zentrale Stellung zu. Denn mit ihrer Fähigkeit Raumstruktur, Atmosphäre und Rhythmus nicht nur bloß in ihren Werken einfließen zu lassen, sondern diese zu einem anschaulichen Ganzen zu formen, trug sie wesentlich dazu bei Landschaft als

³⁰¹ Vgl. MEIER, Albert: Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 289ff.

³⁰² Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 65.

³⁰³ Vgl. ebd., S. 73ff.

Gesamteindruck wahrzunehmen.³⁰⁴ Was dabei als schön wahrgenommen und als abbildungswürdig betrachtet wurde (und bis heute wird), unterlag dabei stets dem Auge des Betrachters. Denn Natur bzw. Landschaft ist nicht von Haus aus schön, sondern wird erst durch uns dazu gemacht. Wilhelm Heinrich Riehl prägte in diesem Zusammenhang den Begriff des „landschaftlichen Auges“. Demnach gerinne Natur – da diese nicht per se schön sei – erst im Auge des Betrachters zur Schönheit. „Sie ist nur insofern ein Kunstwerk, als die Natur den rohen Stoff zu einem solchen gegeben, während jeder einzelne Betrachter denselben erst in dem Spiegel seines Auges kunstmäßig gestaltet und beseelt.“³⁰⁵ In diesem Sinne bildeten auch die Maler der Romantik Landschaften nicht bloß ab, sondern ließen ihre Sichtweise des Schönen darin einfließen. Dabei orientierte sich ihr Blick anfänglich durchaus auch an bereits bestehenden Bildern. Als großes Vorbild diente hier vor allem die Landschaftsmalerei von Claude Lorrain aus dem 17. Jahrhundert, die in den Augen vieler frühromantischer Maler das Idealkonzept der Verbindung von Natur und Kultur verkörperte.³⁰⁶ Als wegweisend können Lorrains Werke aber auch deswegen betrachtet werden, weil er darin mit Hilfe von menschlichen Szenen bereits das herstellte, was sich später für die Maler der Romantik als hilfreich erweisen sollte: eine Brücke für den Betrachter des Bildes, „der gewissermaßen aufgefordert ist, sich in die dargestellten Personen hineinzusetzen und damit in die Illusion, er befände sich selbst in der dargestellten Landschaft, genauer: in einer Umwelt, die als ‚Natur‘, d.h. als ein zur geläufigen Menschenwelt kontrastierendes Stück Welt definiert ist.“³⁰⁷ Zu den wohl populärsten Werken Lorrains gehören dabei sicherlich seine Gemälde von der Stadt Tivoli und ihrer Umgebung, die bereits damals ein beliebtes Touristenziel waren (siehe Abb. 1 auf der folgenden Seite).

³⁰⁴ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 78.

³⁰⁵ RIEHL, Wilhelm Heinrich: Das landschaftliche Auge. In: Ders.: Culturstudien aus drei Jahrhunderten. Stuttgart 1859², S. 67.

³⁰⁶ Vgl. MÄRKER, Peter / WAGNER, Monika: Bildungsreise und Reisebild. Einführende Bemerkungen zum Verhältnis von Reisen und Sehen. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 7.

³⁰⁷ BAHRDT, Hans Paul: „Natur“ und Landschaft als kulturspezifische Deutungsmuster für Teile unserer Außenwelt. In: GRÖNING, Gert / HERLYN, Ulfert (Hg.): Landschaftswahrnehmung und Landschaftserfahrung (=Arbeiten zur sozialwissenschaftlich orientierten Freiraumplanung, Bd. 10). Münster 1996, S. 171.



Abb. 1: Claude Lorrain: „Landschaft mit imaginärer Ansicht von Tivoli“ (Öl auf Kupfer, © Courtauld Gallery, London. Quelle: URL: <http://www.artandarchitecture.org.uk/images/gallery/22750ed2.html>).

Bei den meisten dieser Ansichten muss jedoch davon ausgegangen werden, dass der Künstler die Landschaft nicht so abbildete, wie sie sich ihm wirklich darstellte, sondern wie sie ihm in seiner Vorstellung als Ideallandschaft erschien. Ein möglicher Grund für dieses Verhalten kann darin gesehen werden, dass Lorrain vor Ort oftmals nur Skizzen anfertigte, die ihm lediglich als Inspiration für die in seinem Atelier erfolgte Ausgestaltung seiner Gemälde dienten. Vor diesem Hintergrund ist es daher durchaus berechtigt, die von Lorrain zumeist in einem warmen, diffus-nebligen Licht gemalten Tivoli-Landschaften – die gegenwärtige Kunstwissenschaft geht hier von zumindest 30 Skizzen und Gemälden aus – als idealisierenden Blick auf Natur zu deuten.³⁰⁸

Lorrains Sichtweise erfreute sich jedoch nicht nur bei den bildenden Künstlern, sondern auch bei den Reisenden des 18. Jahrhunderts großer Beliebtheit. Viele von

³⁰⁸ Vgl. URL: http://www.artble.com/artists/claude_lorrain/paintings/view_of_tivoli_at_sunset; (6. November 2015).

ihnen führten sogar sogenannte Claude-Gläser – braun getönte Konvexspiegel – mit, um den Blick des Malers besser nachempfinden zu können. Dabei handelte es sich um speziell geformte Spiegel, mit deren Hilfe die Natur auf bildverwertbare Ausschnitte reduziert werden konnte:

Die Krümmung des Spiegels, die die seitlichen Motive durch optische Verzerrung auf das Zentrum zuneigte, bewirkte damit die Rahmung des Landschaftsausschnitts. Die Färbung verlieh ihm zugleich den geschätzten firnisartigen Galerieton. Aufgabe des so ausgerüsteten Reisenden war also nur noch die Suche nach lohnenden Standorten, die für das ‚Claude-Glas-Bild‘ geeignete Motive wie Ruinen, schroffe Felsen oder Wasserfälle und einen entsprechenden Vordergrund (möglichst Bäume) lieferten.³⁰⁹

Das so gewonnene Bild veränderte die unmittelbare Wahrnehmung vor Ort: Indem es vorgab sich auf das „Wesentliche“ zu konzentrieren und „schöner“ als die Wirklichkeit zu sein, wurde es zugleich ästhetisiert.³¹⁰ Daraus wird ersichtlich, dass Landschaft immer auch ein vermitteltes Konzept bzw. eine Frage des Standpunktes bzw. der Perspektive ist. „Sie wird ‚gemacht‘, jeder Blick auf eine gemalte oder beschriebene Landschaft ist ein Blick *durch* eine Beschreibung oder Abbildung.“³¹¹ Während die frühromantischen Maler dabei aber noch die Motive der Lorrain’schen Ideallandschaft zu kopieren versuchten, nahm im Verlauf des 18. Jahrhunderts das Interesse an der individuellen ästhetischen Ausgestaltung topographischer Gegebenheiten der durchreisten Landschaft zu. Zwar orientierten sich ihre Gemälde ebenso noch an der barocken Ideallandschaft, doch indem sie bildwürdige „Spots“ vom Reiseverlauf festhielten, stellten sie bereits erste Vorformen touristischer Sehweisen dar und prägten diese auch entscheidend mit.³¹² Dabei nahmen die bildenden Künstler aber keineswegs immer originäre Standpunkte ein, sondern

³⁰⁹ MÄRKER, Peter / WAGNER, Monika: Bildungsreise und Reisebild. Einführende Bemerkungen zum Verhältnis von Reisen und Sehen. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 10.

³¹⁰ Vgl. HENNIG, Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main / Leipzig 1997, S. 53.

³¹¹ MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 78.

³¹² Vgl. MÄRKER, Peter / WAGNER, Monika: Bildungsreise und Reisebild. Einführende Bemerkungen zum Verhältnis von Reisen und Sehen. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 7f.

orientierten sich bei ihrer Suche nach dem idealen Blick sehr oft auch an Ansichten, die bei den damals Reisenden bereits sehr gefragt waren (siehe Abb. 2).



Abb. 2: Peter Birmann: „Das Kolosseum in Rom“ (Feder und Aquarell © Kunstmuseum Basel, Kupferstichkabinett. Quelle: Fotografische Reproduktion zur Verfügung gestellt vom Bildarchiv/Studienraum Kupferstichkabinett des Kunstmuseums Basel).

So fußt etwa die in Abb. 2 gezeigte Kolosseums-Darstellung von Peter Birmann auf der bei damaligen Touristen beliebten Sicht des Kolosseums im Grünen vom Palatin aus.³¹³ Der in diesem Bild zum Ausdruck kommende neue touristische Blick äußert sich aber nicht allein im eingenommenen Standpunkt, sondern auch in der Darstellung der menschliche Szenerie. „Die malenden Staffagefiguren im Vordergrund wie die lustwandelnden Menschen auf der Treppe zeigen ihre betrachtend genießende Haltung als Parkbesucher, die die malerische Aussicht aufsuchen.“³¹⁴ Damit wird die bereits zuvor von Lorrain als Brücke zwischen Bildmotiv und Betrachter genutzte Darstellung von Menschen um eine wesentliche Identifikationshilfe erweitert: Im Figurenmotiv der schauenden Menschen soll dem

³¹³ Vgl. HOFFMANN-CURTIUS, Kathrin: „Alle Wege führen nach Rom“. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 23f.

³¹⁴ Ebd., S. 23.

Betrachter des Bildes nun nicht mehr bloß ermöglicht werden, sich selbst in das Bild hineinzuversetzen, sondern auch seinen Blick auf das Bewundern von Landschaft einzuüben.³¹⁵ Eine solche Intention lässt sich auch bei einer Reihe weiterer Bilder von anderen Künstlern jener Zeit erkennen, wie z.B. bei Rudolf Wiegmanns Darstellung des Kolosseums. Auch bei Wiegmann ist eine menschliche Szene in das Bildmotiv von Natur und Kultur eingebettet, wobei er den Blick des Bildbetrachters durch die Armhaltung der rechten Figur zusätzlich auf das Kolosseum und seinen grünen Bewuchs lenken lässt und so möglicherweise das Sehen einer versunkenen Kultur, die in all ihrer Einfachheit im Einklang mit der Natur gelebt zu haben scheint, als Sehnsuchtsmotiv verstärken wollte (siehe Abb. 3).



Abb. 3: Rudolf Wiegmann: „Rom, Kolosseum und das Forum Romanum mit der Kirche St. Francesca Romana und dem Tiberiusbogen“ (Öl auf Leinwand, © unbekannt. Quelle: URL: <http://www.dwc.knaw.nl>).

³¹⁵ Vgl. BAHRDT, Hans Paul: „Natur“ und Landschaft als kulturspezifische Deutungsmuster für Teile unserer Außenwelt. In: GRÖNING, Gert / HERLYN, Ulfert (Hg.): Landschaftswahrnehmung und Landschaftserfahrung (=Arbeiten zur sozialwissenschaftlich orientierten Freiraumplanung, Bd. 10). Münster 1996, S. 171.

Wie sehr die Kolosseums-Darstellungen von Birmann und Wiegmann damalige Realitäten abbildeten, kann an dieser Stelle nicht weiter nachgegangen werden. Zumindest bei Wiegmann ist jedoch davon auszugehen, dass in dessen Kolosseums-Ansicht auch viel von der damals vorherrschenden romantisierenden Phantasie eingegangen ist, da er das Werk 1835 und damit erst nach seinem Italienaufenthalt malte.³¹⁶ Unabhängig davon, können beide Bilder aber jedenfalls beispielhaft für einen neuen Blick gesehen werden, der von immer mehr Malern der Romantik aufgegriffen wurde und so eine neue Sichtweise bei der Betrachtung von Sehenswürdigkeiten etablierte: Bestimmte Orte, Gegenstände oder Landschaften – zur Zeit der Romantik betraf dies neben der italienischen Campagna v.a. die Alpen und den Rhein – stiegen zu touristischen Attraktionen auf, indem sie betrachtet wurden. Sie wandelten sich somit vom „Site“ zum „Sight“. Das heißt, dass man die Natur nicht mehr nach ihrem agrarischen Nutzwert beurteilte, sondern sie nach ästhetischen Kriterien betrachtete und sie damit erst zur „Landschaft“ machte.³¹⁷ Der englische Soziologe John Urry spricht in diesem Zusammenhang von „(...) *visual consumption* through constructing the physical environment as a ‚landscape‘ (or townscape) not primarily for production but embellished for aesthetic appropriation.“³¹⁸

Auch wenn die dabei hereinspielende romantische Interpretation von Landschaft als unberührte Natur von Anfang an einer Selbsttäuschung unterlag, da Natur – wie Hartmann betont³¹⁹ – immer erst in der Kultivierung durch den Menschen zur Landschaft gemacht wird, formte sie die Grundlage für eine Sichtweise, die bis heute die touristische Wahrnehmung wesentlich mitbestimmt. Dieser von John Urry als „romantic gaze“ bezeichnete Blick ist geprägt durch das persönliche Verlangen nach Einsamkeit, Privatsphäre und nach einer persönlichen, semi-spirituellen Beziehung mit dem betrachteten Objekt.³²⁰ Damit wurde zugleich die Basis jenes touristischen

³¹⁶ Vgl. <http://www.deutsche-biographie.de/sfz85414.html#top>; (6. November 2015).

³¹⁷ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 26.

³¹⁸ URRY, John: *Consuming Places*. London / New York 1995, S. 174.

³¹⁹ Vgl. HARTMANN, Klaus D.: *Zur Psychologie des Landschaftserlebens im Tourismus*. Starnberg 1982, S. 7.

³²⁰ Vgl. URRY, John: *Consuming Places*. London / New York 1995, S. 43.

Handelns gelegt, das fortan zum Maßstab bei der Betrachtung von Sehenswürdigkeiten aufsteigen sollte: die Suche nach dem Authentischen.

3.2 Authentizität und Symbolkonsum als touristische Werte

Authentizität im Tourismus meint nach Mandel „das ‚Ursprüngliche‘, noch nicht durch die moderne westliche Welt Überformte, das Alte, Traditionelle sowie das ‚Wirkliche‘, ‚Unvermittelte‘, dem normalen Leben der Einheimischen Entsprechende, gerade nicht für den Tourismus Inszenierte.“³²¹ Das was an einem Objekt oder einer Landschaft als authentisch empfunden wird, liegt nach Lindner dabei stets im Auge des Betrachters. Daher kann es hier nicht um die Frage gehen, *ob* etwas, was dem Schauenden bzw. dem Blickenden als „echt“, als „natürlich“ erscheint, auch wirklich natürlich ist. Vielmehr soll – in Anlehnung an Lindner – hier die Frage im Vordergrund stehen, *warum* dem Betrachter bestimmte Dinge als „echt“, „authentisch“ erscheinen und ihm so etwas bedeuten.³²²

Für eine wissenschaftlich adäquate Beantwortung dieser Frage scheint der Zugang von Bendix einen brauchbaren Ausgangspunkt zu liefern. Wie bereits in den einleitenden Betrachtungen dieser Arbeit kurz erwähnt, sieht sie in der Authentizität eine Art des Erlebens, des Erfahrens oder Seins, dem ein hoher spiritueller Wert zugesprochen wird. Da es uns Menschen jedoch schwer fallen würde, rein Mentales als Wert zu fassen, ginge es uns darum, nach Symbolen und Verdinglichungen für das Authentische zu suchen.³²³ Das bedeutet, dass Authentizität nicht per se vorhanden ist, sondern als solche erst vermittelt werden muss. In Zeiten, wo authentisches Erleben noch am ehesten im religiösen Bereich angesiedelt war, übernahmen Reliquien diese Funktion. Das waren bestimmte, von der kirchlichen Autorität authentifizierte und damit legitimierte materielle Güter von Heiligen, wie z.B.

³²¹ MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiensreisenden der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 36.

³²² Vgl. LINDNER, Rolf: Die Idee des Authentischen. In: kuckuck. Notizen zu Alltagskultur und Volkskunde 1 (1998), S. 60.

³²³ Vgl. BENDIX, Regina: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 59.

Knochen oder Kleider, von denen sich die Gläubigen einen echteren, innigeren spirituellen Zugang zu Gott erhofften.³²⁴

Wie die Ausführungen zur Entwicklung des touristischen Reisens zeigen konnten, lässt sich eine ähnliche Sakralisierung auch im Tourismus erkennen. Schon früh pilgerten die Reisenden auch hier zu bestimmten Orten, die etwas Einmaliges, Unverfälschtes, Außergewöhnliches versprachen – nur mit dem Unterschied, dass es nun die als sehenswert markierten Städte, Landschaften und Regionen sowie bestimmte darin befindliche Gebäude, historische Monumente, Plätze, Straßen, Märkte oder Parkanlagen waren, denen man andächtig gegenübertrat. Ähnlich wie die Reliquien im religiösen Bereich mussten aber auch die Gegenstände des Tourismus zunächst umgewandelt werden, um als verehrungswürdige Objekte erkannt zu werden. Denn, dass beispielsweise ein Stück Gestein tatsächlich vom Vesuv ist, lässt sich vom Gegenstand allein noch nicht ablesen. Bei Objekten, die in Museen ausgestellt sind, geschieht dies deswegen oftmals durch die Art und Weise der Platzierung, wie z.B. durch einen schriftlichen Hinweis, eine besondere Beleuchtung, Erhöhung oder Rahmung. Die derart markierten Gegenstände erscheinen so in einem neuen, künstlich geschaffenen Zusammenhang, der dem Betrachter das Wertvolle im Sinne des Einmaligen, des Einzigartigen vermittelt.³²⁵

Diese zeichenhaft-symbolischen Markierungen finden sich aber nicht bloß in Museen, sondern umfassen sämtliche Sehenswürdigkeiten. Egal, ob dies beispielsweise historisch gewachsene Sehenswürdigkeiten, Kulturdenkmäler und Naturobjekte oder touristische Neuschöpfungen à la Disneyland betrifft – „sie alle stehen in künstlich verstärkten Inszenierungen, teilweise beziehen sie ihre Bedeutung überhaupt nur in künstlichen Funktionszusammenhängen.“³²⁶ McCannell spricht in diesem Zusammenhang von der „staged authenticity“, also von der inszenierten Authentizität. Sie basiert auf der Annahme, dass der moderne Mensch

³²⁴ Vgl. BENDIX, Regina: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 59.

³²⁵ Vgl. GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 44.

³²⁶ Ebd., S. 44.

seine Lebenswelt aufgrund zunehmend komplexer werdender gesellschaftlicher Strukturen immer weniger durchschaut und sich daher über die im Tourismus vermittelten Sehenswürdigkeiten einen Zugang zu eben jener Komplexität der Welt erhofft. Demnach sind Touristen auf ihren Reisen vom Wunsch getrieben, das Leben so zu sehen, wie es wirklich gelebt wird – auch wenn dabei stets die Gefahr droht, dieses Ziel zu verfehlen.³²⁷ Um die Unsicherheit, ob denn die dort gebotene Szenerie – egal, ob es sich dabei beispielsweise um ein bestimmtes historisches Monument oder um das bunte Treiben auf einem Fischmarkt handelt – nun tatsächlich echt sei, zu minimieren, wird ihre Authentizität von der Tourismusindustrie künstlich hervorgehoben. Dann wird, oftmals auch mit Nachdruck, darauf hingewiesen, dass man z.B. einen „originalen“ Basar besuchen, von „echten“ landestypischen Speisen kosten oder „typische“ Einheimische bei ihrer Arbeit beobachten könne. Diese Betonung von „Echtheit“ als besonderes Merkmal wird als „staged authenticity“ bezeichnet.³²⁸ Neben der erwähnten Unsicherheit geschieht dies aber auch aufgrund der Herausforderung, die „Sehenswürdigkeiten und Eindrücke nicht nur schnell wahrzunehmen und zu fixieren, sondern auch zu ordnen, zu klassifizieren, das heisst [sic!] deutend in eigene Wissensbestände, Vorinformationen, Vorstellungen und Bilder zu integrieren.“³²⁹ Schließlich haben touristische Attraktionen stets einen moralischen Anspruch an die Touristen und tendieren nach McCannell zur Universalität, indem sie natürliche, gesellschaftliche, historische und kulturelle Bereiche einschließen und sie in einer Tour zugänglich machen:

When they [die Sehenswürdigkeiten, Anm. d. Autors] appear in itineraries, they have a moral claim on the tourist and, at the same time, they tend toward universality, incorporating natural, social, historical and cultural domains in a single representation made possible by the tour.³³⁰

Die Sehenswürdigkeiten offenbaren sich dem Touristen jedoch keinesfalls als Zusammenstellung zufälliger Materialrepräsentationen, sondern werden einerseits

³²⁷ Vgl. MACCANNELL, Dean: *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. Berkley / Los Angeles / London 1999³, S. 2 & 94.

³²⁸ Vgl. SCHÄFER, Robert: *Tourismus und Authentizität. Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit (=Kulturen der Gesellschaft, Bd. 14)*. Bielefeld 2015 (zugl. Diss. Univ. Bern 2013), S. 26 & 37.

³²⁹ GYR, Ueli: *Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht*. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): *Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze*. Münster et al. 2013, S. 176.

³³⁰ MACCANNELL, Dean: *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. Berkley / Los Angeles / London 1999³, S. 45.

als isolierbare Einzelheiten und, andererseits, als ein übergeordnetes Ganzes im Sinne eines Ordnungssystems erlebt.³³¹ So kann die Tour einer Nordamerika-Reise beispielsweise das Empire State Building, ein historisches Haus im Edward'schen Stil in der Back Bay von Boston, einen königlich-kanadischen berittenen Polizisten, eine Mississippi Flussbrücke, einen indianischen Totempfahl, den Besuch eines Indianerstammes, die Chinatown von San Francisco oder auch den Arlington Nationalfriedhof umfassen.³³² Diese Art von Touren zeichnen sich durch gesellschaftliche Organisation sowie inszenierte „Backstage“-Erlebnisse aus, die den Touristen einen „Blick hinter die Kulissen“ versprechen, den sie sonst als Außenstehende so nicht erhalten würden.³³³ Somit bringt es Robert Schäfer auf den Punkt, wenn er festhält, dass das Streben nach Authentizität wie es McCannell sieht, vom Interesse an diesen Hinterbühnen getrieben ist. Dort werde das echte Leben vermutet, wie es wirklich gelebt wird. Daher sieht er diese „Backstage“-Bereiche mit einer zunehmenden Mystifizierung umgeben, die im Bewusstsein des modernen Menschen die gleiche Stellung einnehme wie das Heilige des „Primitiven“.³³⁴ Trotzdem handelt es sich auch hier nur um eine gespielte Authentizität, da sie eigens für die Touristen arrangiert bzw. künstlich inszeniert wurde – somit umgibt auch diese Form der Besichtigung letztlich eine Aura von Oberflächlichkeit.³³⁵ Dabei scheint es egal zu sein, dass diese Oberflächlichkeit von Touristen sehr wohl auch erkannt werden kann. Getrieben von ihrem Wunsch nach authentischen Erlebnissen, begeben sie sich stets aufs Neue auf die Suche nach den sogenannten „back regions“.³³⁶ Diese sozialen Räume („Settings“) sind dann nach Schäfer entweder Frontstages, „die so hergerichtet werden, als wären sie Backstages oder

³³¹ Vgl. GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 45.

³³² Vgl. MACCANNELL, Dean: The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. Berkley / Los Angeles / London 1999³, S. 46.

³³³ Vgl. ebd., S. 98f.

³³⁴ Vgl. SCHÄFER, Robert: Tourismus und Authentizität. Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit (=Kulturen der Gesellschaft, Bd. 14). Bielefeld 2015 (zugl. Diss. Univ. Bern 2013), S. 27.

³³⁵ Vgl. MACCANNELL, Dean: The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. Berkley / Los Angeles / London 1999³, S. 98f.

³³⁶ Vgl. ebd., S. 100f.

Backstages, die (mehr oder weniger) fürs Publikum geöffnet werden und dadurch Frontstage-Charakter annehmen.“³³⁷

Mit Hilfe solcher Settings soll jedenfalls das Ganze der Gesellschaft anschaulich und als höchster Wert erfahrbar gemacht werden.³³⁸ Der Weg dorthin erfolgt jedoch nicht eigenständig, sondern wird eben „in Form von Sehenswürdigkeiten, Einmaligkeiten und Spezialitäten zur konsumptiven Aneignung vorgegeben“³³⁹ – mittels sogenannter „Marker“, die als vermittelnde Instanz zwischen Touristen und Sehenswürdigkeiten auftreten. Das können beispielsweise Medien [„klassische“ sowie „neue“ wie beispielsweise das Internet, Anm. des Autors], Kataloge, Fotografien, Filme, Ansichtskarten, mündliche Berichte und Reiseführer sein. Sie alle vermitteln ein Gemisch aus Vorwissen, Meinungen, Wertungen, standardisierten Bildern, Zeichenelementen und Symbolen und tragen dazu bei, dass die touristische Wunschlandschaft bereits vorab zu Hause als Bild im Kopf entsteht.³⁴⁰ Vor Ort versuchen dann die mitgebrachten Bilder den Blick zu strukturieren; das heißt, sie wählen aus, was wir sehen.³⁴¹ Dazu ergänzt Gyr, dass die Wahrnehmung und Dekodierung hochkomplexer Symbolgehalte von Sehenswürdigkeiten jedoch nur über einen Reduktionsprozess zustande kommen kann:

Monumente, Schauplätze und einzigartige Museumsschätze werden nicht über ihre geschichtsträchtige Bedeutung, über ihre architektonische Entwicklung oder ihre kunstästhetische Eigenart aufgenommen, Opferzeremonien und Aufführungen von Tempeltänzer(innen) nicht vor dem jeweiligen mythologischen Hintergrund verarbeitet. Das ist angesichts der gewaltigen Informationsüberflutung, der kurzen Besichtigungszeit sowie des

³³⁷ SCHÄFER, Robert: Tourismus und Authentizität. Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit (=Kulturen der Gesellschaft, Bd. 14). Bielefeld 2015 (zugl. Diss. Universität Bern 2013), S. 25.

³³⁸ Vgl. HENNIG, Christoph: Jenseits des Alltags. Theorien des Tourismus. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Warum reisen? Bd. 1), Köln 1997, S. 41.

³³⁹ GYR, Ueli: Kultur für Touristen und Touristenkultur. Plädoyer für qualitative Analysen in der Reiseforschung. In: KRAMER, Dieter / LUTZ, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.39), Frankfurt am Main 1992, S. 25.

³⁴⁰ Vgl. GYR, Ueli: Touristenkultur und Reisealltag. Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 84 (1988), S. 233; NUSSBECK, Ulrich: Schottenrock und Lederhose. Europäische Nachbarn in Symbolen und Klischees (=Kleine Schriften der Freunde des Museums für Volkskunde. Heft 14). Ausstellungskatalog, Berlin 1994, S. 53; RÖMHILD, Regina: Der fremde Alltag als Sehenswürdigkeit. Aspekte des touristischen Kulturkontakts. In: Stadttourismus und Stadttalltag (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 10). Regensburg 1994, S. 16.

³⁴¹ Vgl. ebd., S. 16.

Bildungsgrades durchschnittlicher Massentouristen weder möglich noch erwünscht. Vielmehr zeigt sich, daß die auf der Sightseeing-Tour ausgewählten Sehenswürdigkeiten als Symbole erkannt und als solche global konsumiert werden.³⁴²

So wird beispielsweise ein Markt in Amsterdam, Dakkar oder in Dheli aus touristischer Sicht nicht zwingend unter dem Aspekt von ortstypischen, organisatorischen oder ökonomischen Bedingungen gesehen, sondern als ein mehr oder weniger buntes Tauschgeschäft, welches in ähnlicher Form überall auf der Welt existiert. Der Symbolwert von solchen und anderen als Sehenswürdigkeit eingestuften Szenen, von historischen Monumenten oder als Meisterleistung interpretierten architektonischen Objekten lebt dabei von Reduzierungen, wie z.B. auf die Kategorie „positive Errungenschaften“ oder „Fortschritt“. Schöne Landschaften können beispielsweise mit „Natur“, Tempelbauten und Kirchen mit „Religion“, Bilderschätze mit „hohe Kunst“, Luxusvillen und -jachten mit „Reichtum“ und Regierungsviertel mit „Macht“ assoziiert werden. Demgegenüber evozieren heruntergekommene Viertel gerne negative Kategorien wie beispielsweise „Armut“ oder „Rückständigkeit“.³⁴³ Es zeigt sich also, dass das Klassifikationsschema solcher Deutungen größtenteils über bipolare Elemente funktioniert, „deren Gegensätze rasche Zuordnung ermöglichen: Stadt und Land, Armut und Reichtum, Arbeit und Fest, Schönheit und Häßlichkeit, (...), Geschichte und Gegenwart, Dynamik und Statik sowie vor allem Gut und Böse bestimmen Teile solcher Universalstrukturen.“³⁴⁴ Da sie immer ein verkürztes Verhältnis zu Wirklichkeit anbieten, schaffen sie selten Probleme und ihre Dekodierung kann somit auch ohne große Vorbereitung im touristischen Vollzug angewendet werden. Was man nicht versteht oder sehen will, blendet man einfach aus und globalisiert den Rest, um diesen dem eigenen Wissen zuzuführen. Auf diese Weise lässt sich Fremdes und Neues umleiten und an einem Maßstab messen, der sich sowohl für lokale und regionale Einmaligkeit als auch für Universalität gleichermaßen eignet. Dabei spielt es keine Rolle, ob die jeweilige Touristenattraktion tatsächlich echt ist oder künstlich produziert wurde, denn auch eine „neu“ arrangierte Authentizität wird als solche

³⁴² GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S.

46.

³⁴³ Vgl. ebd., S. 47.

³⁴⁴ Ebd., S. 47.

rezipiert und gültig – wenngleich es hier freilich graduelle Abstufungen gibt: So erleben Touristen beispielsweise den Petersdom auf andere Weise als ein modernes Regierungsgebäude in der Stadt Brasilia. Wesentlich – und zwar da wie dort – ist jedenfalls, dass das Gefühl des Besonderen, des Einmaligen sich oftmals erst in der unmittelbaren Begegnung mit der Sehenswürdigkeit so richtig entfaltet. Der Kontakt mit ihr wird allein schon deshalb als einmalig angesehen, weil man sich als Individuum (wenn auch nur für kurze Zeit) situativ darin eingebettet fühlt.³⁴⁵ Manche Reisenden empfinden dabei eine dermaßen starke Verbundenheit mit der jeweiligen Touristenattraktion, dass sie im Moment des Betrachtens mit ihr alleine sein wollen.³⁴⁶ Wo das nicht möglich ist, versuchen sie zumindest so nahe wie möglich an das Objekt ihrer touristischen Begierde heranzukommen, um es zu berühren, zu ertasten und es auf diese Weise zumindest kurzfristig zu okkupieren oder sich darauf zu verewigen. Dieser sinnliche Direktkontakt zeigt eine Berührungsmagie an, die durch die eigene Präsenz in jedem Fall – wie es Gyr nennt – „authentische Züge“ erhält. Ein solches Erlebnis will freilich auch in Form von Erinnerungsfotos, Filmen und Souvenirs festgehalten werden. Die durch sie gespeicherten Urlaubserfahrungen dienen einerseits der Erinnerung und andererseits dem Beweis, tatsächlich vor Ort gewesen zu sein.³⁴⁷ Vor allem Souvenirs kommt dabei als „Gedächtnisstütze“³⁴⁸ eine besondere Rolle zu. Denn über sie werden ebenfalls symbolische Gehalte rund um Sehenswürdigkeiten und bereiste Länder transportiert. Sie verdinglichen eine Vielzahl von touristischen Erlebnissen, Erfahrungen sowie Botschaften und helfen, die Erinnerungen an eine Zeit, die als identitätsproduktiv erlebt wurde, zu stützen und weiterzuvermitteln.³⁴⁹ Damit tragen sie wesentlich dazu

³⁴⁵ Vgl. GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 47f.

³⁴⁶ Vgl. MACCANNELL, Dean: The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. Berkley / Los Angeles / London 1999³, S. 43.

³⁴⁷ Vgl. GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 48.

³⁴⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Souvenir. Das kleine Geschenk als Gedächtnisstütze. In: ALBER, Wolfgang et al. (Hg.): Übriges. Kopflose Beiträge zu einer volkskundlichen Anatomie. Utz Jeggli zum 22. Juni 1991. Tübingen 1991, S. 131-141.

³⁴⁹ Vgl. GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 50; KÖSTLIN, Konrad: Souvenir. Das kleine Geschenk als Gedächtnisstütze. In: ALBER, Wolfgang et

bei, selbst komplizierteste Fremdelemente und Wertstrukturen schnell und unkompliziert zu verarbeiten und in global-reduktionistische Deutungsmuster überzuführen.³⁵⁰ Souvenirs leisten daher ebenso einen wichtigen Beitrag des individuellen Nachvollzugs und sichern die an ihn gebundenen „authentischen“ Erinnerungsbeweise.³⁵¹

Mit Hilfe der dargestellten touristischen Wahrnehmungs- und Aneignungsmuster, so sollte deutlich geworden sein, wird nach McCannell immer wieder aufs Neue der Versuch unternommen, die im Alltag verloren geglaubte Authentizität zumindest im Urlaub und auf Reisen als Erfahrung nachzuvollziehen.³⁵² Da jedoch aufgrund des Zeitfaktors eine eingehende Beschäftigung mit den besuchten Reiseländern oftmals nicht möglich ist, reduziert sich der Kontakt zumeist auf den Austausch und Konsum von kulturellen Symbolen: Touristische Attraktionen, Sehenswürdigkeiten, Folklore, Konsumartikel, Essgewohnheiten, Souvenirs und Gebrauchsgegenstände erscheinen dabei als identifikative Sinnzeichen und Erlebnisangebote.³⁵³

Die solcherart auf Symbole reduzierte Wahrnehmung des fremden Ortes, die historische, gesellschaftliche, natürliche und ideologische Elemente zusammenfasst, „bietet eine überschaubare Struktur als Gegenwelt zu einer von Informationen, Eindrücken und Erfahrungen überfluteten Alltagswelt.“³⁵⁴ Zusätzlich scheint es, als könne man – wie Köstlin dazu anmerkt – dort auch noch Entdeckungen machen: „Dort können wir, vielleicht nicht gerade wie Columbus, aber doch auf ganz andere

al. (Hg.): Übriges. Kopflose Beiträge zu einer volkskundlichen Anatomie. Utz Jeggle zum 22. Juni 1991. Tübingen 1991, S. 140.

³⁵⁰ Vgl. GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 177.

³⁵¹ Vgl. ebd., S. 183.

³⁵² Vgl. ebd., S. 182.

³⁵³ Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt/Neuwied 1979, S. 241; GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 181.

³⁵⁴ MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiensreisender der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 38.

Weise, Dinge erfahren als im Alltag mit seinen Routinen und Regelmäßigkeiten, bei denen es nichts mehr zu entdecken zu geben scheint.“³⁵⁵

Dieser Befund soll jedoch nicht zu der Annahme verleiten, dass es sich hierbei – wie von Hans Magnus Enzensberger vertreten und von der Tourismusindustrie über viele Jahrzehnte kultiviert – ausschließlich um eine einzige Flucht aus der Alltagswelt handelt.³⁵⁶ Längst hat der Urlaub seine Exklusivität als die eine „andere“ Welt eingebüßt, bewegen wir uns doch ständig in verschiedenen Welten, die mehr oder weniger zu unserem Alltag dazugehören, die uns mehr oder weniger vertraut erscheinen.³⁵⁷ So nimmt beispielsweise die „UCI Kinowelt“ ihre Besucher beliebig oft zu Abenteuern auf der Leinwand mit, die alljährlich im Rahmen der Ferien-Messe Wien stattfindende „Genusswelt“ lädt zum Genießen von heimatlich-regionaler Kost, Bio-Produkten sowie von Spezialitäten aus anderen Ländern ein und in der „Salzburger Sportwelt“ lässt sich laut Homepage „pures Skivergnügen“ erleben.³⁵⁸ Es zeigt sich, dass die vormals möglicherweise als fremd empfundenen Welten mittlerweile feste Bestandteile unseres Alltages sind und sich auch gegenseitig immer mehr durchdringen. Hermann Bausinger spricht in diesem Zusammenhang von „Binnenexotik“ – eine am Pittoresken orientierte Erfahrung, die Weltbegegnung und das Heimatliche gleichsam in sich vereint. „Weil das Exotische nicht mehr jenseits eines festen Horizontes liegt, sondern inmitten der erfahrbaren Welt erlebt wird, und weil umgekehrt das Heimatliche gar nicht mehr auf den eigentlichen Heimatraum beschränkt ist (...).“³⁵⁹ So haben wir längst gelernt, „uns in verschiedenen Welten zu bewegen, in denen jeweils andere Gesetze (der Kleidung,

³⁵⁵ KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 8.

³⁵⁶ Nach Köstlin mag das Interpretament vom Urlaub als Gegenwelt in der Frühzeit des Massentourismus, als solche Gegenwelten zwecks Ablenkung von einer als starr empfundenen Gesellschaftsordnung dienten, durchaus seine Berechtigung gehabt haben. Doch begann dieses Muster mit der zunehmenden Pluralisierung allmählich zu verschwinden. Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 6f.

³⁵⁷ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 7.

³⁵⁸ Vgl. URL: <http://www.salzburgersportwelt.com>; (8. Jänner 2016).

³⁵⁹ BAUSINGER, Hermann: Volkskultur in der technischen Welt. Frankfurt am Main / New York 2005², S. 93.

des Verhaltens etc.) gelten.“³⁶⁰ Das Wechseln von einer Lebensbühne zur anderen geschieht dabei oft nahtlos und ohne die Möglichkeit sich in eine wirklich zu vertiefen. Damit treffen wir allerdings auf das Problem, das Authentische vom Unechten kaum mehr unterscheiden zu können, da nach Köstlin die „Tiefe“ eine notwendige Anforderung für eine solche Differenzierung darstelle.³⁶¹ Oder in anderen Worten: Was als authentisch oder als aufbereitet, inszeniert und gefälscht empfunden wird, lässt sich immer weniger klar bestimmen.³⁶² Hier setzt auch die Kritik an McCannells Authentizitätsthese an. So wird ihm etwa vorgeworfen, dass er die Frontstage-Backstage-Unterscheidung, das heißt die Unterscheidung zwischen echt und unecht bzw. authentisch und inszeniert, bloß von Erving Goffman übernommen hätte, ohne diese selbst zu analysieren: „Dass im Alltag überhaupt so unterschieden wird, ist nicht Gegenstand der Untersuchung. Stattdessen wird die Unterscheidung übernommen und geschaut, wie sie auf verschiedene Dinge angewendet wird.“³⁶³ Doch Authentizität ist stets eine Frage des Blickwinkels, ein Konstrukt bzw. eine Interpretation des Wahrnehmenden. Was von einem als authentisch, als echt erlebt wird, kann von einem anderen möglicherweise als inszeniert, als unecht wahrgenommen werden. Das Authentizitätsempfinden hängt daher auch von den jeweiligen Erwartungen, Ansprüchen und Erfahrungen der einzelnen Touristen ab.³⁶⁴

Abschließend ist, gleichsam als ein weiterer Kritikpunkt an McCannells Sichtweise, zu betonen, dass es im Tourismus niemals ausschließlich nur um die Suche nach Authentizität geht. Sowohl bei den Frühformen des Tourismus (siehe Badereisen) als auch heute, gab bzw. gibt es neben dem auf die Suche nach Echtheit bzw. Unberührtheit fokussierten romantischen Blick auch einen „collective gaze“. Dieser ebenfalls von John Urry entworfene touristische Blick richtet seinen Fokus – im

³⁶⁰ KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 10.

³⁶¹ Vgl. ebd., S. 10.

³⁶² Vgl. MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiens Touristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 38.

³⁶³ SCHÄFER, Robert: Tourismus und Authentizität. Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit (=Kulturen der Gesellschaft, Bd. 14). Bielefeld 2015 (zugl. Diss. Universität Bern 2013), S. 41.

³⁶⁴ Vgl. MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiens Touristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 39.

Gegensatz zum „romantic gaze“ – nicht so sehr auf das Authentische des kulturellen Erbes, sondern sucht nach dem Vergnüglich-Unterhaltsamen. Er findet überall dort Erfüllung, wo sich eine große Anzahl von Menschen aufhält:

It is other people that make such places. (...) Other people give atmosphere or a sense of carnival to a place. (...) It is the presence of other *tourists*, people just like oneself that is actually necessary for the success of such places, which depend upon the collective tourist gaze.³⁶⁵

Egal, welche Form des Reiseurlaubs angestrebt wird und was man dort sucht – ob man den Blick mehr nach dem (vermeintlich) Einmaligen und Einzigartigen von Land und Leuten richtet, ob stärker das Nationale oder das Regionale gesucht wird oder ob man sich eher in „austauschbaren Unterhaltungsspielen und Erlebnisformen einer sich mundialisierenden Touristenkultur“³⁶⁶ verlieren möchte: Ähnlich wie der Alltag kennt jedenfalls auch er „einen spezifischen Vorrat aus Gebrauchswissen, Rezepten und Fertigkeiten mit eigenen Symbolen.“³⁶⁷

3.3 Speisen und Geschmack als Symbolträger

Ein weiteres Feld symbolkonsumptiver Handlungen lässt sich im Bereich von kulinarischen Spezialitäten erkennen. Sie bieten nach Tolksdorf am ehesten Identifikationsmöglichkeiten, da sie leichter als andere kulturelle Merkmale einer Region verfügbar erscheinen.³⁶⁸ Dabei sind es vor allem die als „typisch“ angesehenen Nationalgerichte, Regionalspeisen und Getränke, die sich für die Aneignung des Geschmacks eignen und entsprechende Identifikationsmuster liefern.³⁶⁹ Über sie lassen sich die oben dargestellten touristischen Werte des Echten, Einzigartigen bzw. Authentischen besonders gut transportieren. Vor diesem Hintergrund ist auch die seit einigen Jahren verstärkt zu beobachtende Hinwendung zu regionaler Kost zu diskutieren, „die in Richtung des Bodenständig-Einfachen, des

³⁶⁵ URRY, John: *The Tourist Gaze*. London / Thousand Oaks / New Delhi 2002², S. 43f.

³⁶⁶ GYR, Ueli: Altbewährt und neu vermischt. Symbolproduktion und Erlebniskonsum für Touristen von heute. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): *Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze*. Münster et al. 2013, S. 206.

³⁶⁷ Ebd., S. 206.

³⁶⁸ Vgl. TOLKSDORF, Ulrich: Essen und Trinken in alter und neuer Heimat. In: *Jahrbuch für ostdeutsche Volkskunde* 21 (1978), S. 361.

³⁶⁹ Vgl. GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): *Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze*. Münster et al. 2013, S. 180.

Traditionell-Überlieferten, des Gesund-Vitalen und des Natürlich-Regionalen weisen.“³⁷⁰ Hierfür wurden Speisen aus einer vormals privaten „Endo-Küche“ folkloristisch umgewandelt und zu einer öffentlich-repräsentativen „Exo-Küche“³⁷¹ gemacht – für Gyr ein Prozess, der von den konsumierenden Touristen kaum als solcher wahrnehmbar sei. Diese würden die mit dem Etikett des Typischen versehenen Gerichte vielmehr als symbolische Angebote aufnehmen, um die Region auch auf diese Weise kennenzulernen und sich mit ihr zu identifizieren.³⁷²

Freilich stellt diese Symbolhaftigkeit bei Speisen keine Erfindung des modernen Tourismus dar. Unsere Nahrung war, wie Köstlin feststellt, immer schon mit bestimmten Konnotationen verbunden: „Essen als das einfache, bloße Stillen von Hunger hat es in der Neuzeit nie ausschließlich gegeben. Bestimmte Nahrungsmittel und bestimmte Arten der Zubereitung waren immer hoch angesehen und andere weniger. (...) Nahrungsmittel haben schon immer einen kulturellen Beigeschmack gehabt.“³⁷³ So verweist etwa auch Kleinspehn darauf, dass „Geschmack“ beispielsweise in der Antike zwar zunächst als ein den damaligen Mäßigungsbestrebungen zuwiderlaufendes Moment betrachtet wurde, aber bereits wenige Jahrzehnte später als ein ausdrücklicher Maßstab für das Speisen anerkannt war. Während des 17. und frühen 18. Jahrhunderts traten dann im Bereich des Kochens und Essens erstmals neue Momente auf, die man in dem Maße – zumindest in frühen Schriften zum Kochen – bisher nicht vorfand: Von nun an war es nicht mehr allein von Bedeutung, was, wie und in welchen Mengen man kochte, sondern es gewann vor allem die Zusammenstellung und die Darbietung bei Tisch

³⁷⁰ GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 53.

³⁷¹ Das Theoriekonstrukt der „Endo“- / „Exo“-Küche wurde als Systematisierungsvorschlag erstmals von Claude Lévi-Strauss in die ethnologische Nahrungsforschung eingeführt. Vgl. TOLKSDORF, Ulrich: Strukturalistische Nahrungsforschung. In: *Ethnologia Europaea* 9 (1976), S. 73.

³⁷² Vgl. GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 53f.

³⁷³ KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 18.

an Gewicht.³⁷⁴ Essen und besonders der dabei hereinspielende Geschmack wurden nun verstärkt als etwas „Erhabenes“ bzw. „kulturell Höheres“ gesehen, das durch intellektuelle Leistungen (Verstand) erworben werden könne – „als Abgrenzung zu Tieren, Wilden und Unzivilisierten und als Stärkung des eigenen Ichs.“³⁷⁵ Da diese Vorstellung allerdings in der Tradition eines höfischen Geschmacksbegriffes stand, der seinen Ausgang im absolutistisch regierten Spanien nahm, popularisierte sich dieses Bild vom Geschmack vorerst hauptsächlich bei den europäischen Königshäusern bzw. beim Adel.³⁷⁶

Angespornt von den theoretischen Schriften eines Schlegel, Herder oder Kant formte sich parallel dazu aber auch langsam eine bürgerliche Geschmacksdebatte aus, die sich zunächst jedoch gegen den Luxus und die „Leckerhaftigkeit“ des Adels stemmte und Geschmack als sittlich-moralische Kategorie nach bürgerlichen Maßstäben begriff. Dies geschah anfänglich sehr stark über die besondere Wertschätzung der „natürlichen“ und „einfachen“ bäuerlichen Kost. Erst durch die zunehmende Etablierung des Bürgertums als neue Gesellschaftsschicht im 18. Jahrhundert und den zunehmenden Konkurrenzdruck innerhalb des bürgerlichen Milieus kam es nach Kleinspehn zu einer stärkeren Individualisierung des bürgerlichen Geschmacksbegriffs und damit auch zu einer Abgrenzung gegenüber unteren Schichten. Auf theoretischer Seite vorangetrieben wurde diese Entwicklung – und dies mag im ersten Moment paradox klingen – wesentlich durch die Kant'sche Theorie der subjektiven Allgemeinheit des Geschmacks. Diese postulierte, dass wir zur Unterscheidung ob etwas schön sei oder nicht, unsere Vorstellung „nicht durch den Verstand auf das Objekt zum Erkenntnis, sondern durch die Einbildungskraft (vielleicht mit dem Verstande verbunden) auf das Subjekt und das Gefühl der Lust oder Unlust desselben [beziehen]“.³⁷⁷ Durch diese freie und ohne Erkenntnis geleitete Sichtweise müsse daher davon ausgegangen werden, dass jedermann zu einem ähnlichen Wohlgefallen am Schönen fähig sei. Damit wurde der

³⁷⁴ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 153f.

³⁷⁵ Ebd., S. 161.

³⁷⁶ Vgl. ebd., S. 161.

³⁷⁷ Kant zit. n. EISLER, Rudolf: Kant-Lexikon. Nachschlagewerk zu Kants sämtlichen Schriften, Briefen und handschriftlichem Nachlass. 5. unveränderter Nachdruck der Ausgabe von 1930. Hildesheim 2002, S. 190.

Geschmacksbegriff zu einer abstrakten geistigen Kategorie erhoben, die mit Interesse nichts zu tun hatte. Zugleich kam es aber hier auch zu einer Trennung des ästhetischen Gefühls vom niederen „Begehrungsvermögen“, was dazu führte, dass sich der bürgerlich-philosophische Geschmack, der nun zunehmend erst in der ästhetischen Sublimierung die Höhe der Kunst erblickte, über das Vulgäre der Wunscherfüllung und des Begehrens erhob. Diese Erhöhung fügte sich wiederum in das kulturelle Selbstverständnis des Bürgertums, das u.a. durch Bildungsstreben und die Verachtung aller niederen sinnlich-körperlichen Bedürfnisse gekennzeichnet war. Demnach beanspruchten die Vertreter dieses Milieus den höheren, „feineren“ Geschmack auch ausschließlich für sich selbst, während sie den „vulgär-niederen“ Geschmack beim „Pöbel“ verortet sahen.³⁷⁸

Indem sich das Bürgertum – ähnlich wie der Adel – nun ebenso immer stärker mit „feinen Dingen“ umgab, sei es rund um die Kleidung, in Kunstfragen oder auch was den kulinarischen Geschmack betraf, wollte man auf diese Weise nicht nur die eigene höhere Sensibilität gegenüber Dingen demonstrieren, die der „Ungebildete“ nie zu erkennen, geschweige denn zu schätzen wüsste. Man war auch bestrebt zu beweisen, „daß man den *richtigen Geschmack* hat, daß man mit Niedrigem und Verachtenswertem (dem was „out“ ist) sich nicht abgibt, sich nicht abzugeben braucht.“³⁷⁹ Diese Geschmacksnorm wirkte sich auch auf mögliche lukullische Genussempfindungen aus. Denn da das ostentative Ausdrücken von Lustempfindungen aller Art – darunter auch des Genusses – zu jener Zeit mit niederen Sinnen assoziiert wurde, galt damals auch das lustvoll-sinnliche Genießen bei Tisch als „unanständiges“ Verhalten.³⁸⁰ Das Schmecken von Speisen wurde daher in eine – wie es Rath ausdrückte – „praktische Kennerschaft“ überführt. Dabei ging es nicht, wie Rath weiters betont, „um eine ‚naive‘ Wahrnehmungsmeisterschaft, sondern um das Essen und Schmecken der Speisen einer ganz besonderen Eßkultur (...)“³⁸¹, die von verschiedenen Normen, u.a. rund um den Wohlgeschmack und einer zunehmenden Ästhetik des Essens, bestimmt wurde.³⁸²

³⁷⁸ Vgl. KLEINSPEHN, Thomas: Warum sind wir so unersättlich? Über den Bedeutungswandel des Essens. Frankfurt am Main 1987, S. 168f.

³⁷⁹ RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 85 [Hervorhebung im Original].

³⁸⁰ Vgl. ebd., S. 320.

³⁸¹ Ebd., S. 81.

³⁸² Vgl. ebd., S. 317.

All diese Regularien gaben dem bürgerlichen Esser die notwendige Orientierung, um sich auch beim Essen stets im Rahmen des „guten Geschmacks“ zu bewegen und damit nicht aus dem Rahmen zu fallen.³⁸³

Trotz dieser Normen wurde aber auch schon damals die Frage nach dem besseren Geschmack, durchaus ambivalent diskutiert. Während sich das Bürgertum in Frankreich zu einer sich dort herausentwickelnden „Haute Cuisine“, einer durch Mannigfaltigkeit und verfeinerte Vielfältigkeit gekennzeichneten Küche, hingezogen fühlte, tendierte das deutsche (und wohl auch das österreichische) Bürgertum zu einer aus dem klein-bürgerlich-handwerklichen Haushalt stammenden „Hausmannskost“. Diese Hinwendung zu einer eher bodenständig-traditionellen Küche ist dabei im Zusammenhang mit einem im 19. Jahrhundert aufkommenden Nationalismus zu sehen. Speziell die zunehmenden politischen Rivalitäten zwischen Deutschland und Frankreich führten zu einer zunehmenden Überbetonung des „deutschen Wesens“ auch in der Küche. Wichtige theoretische Grundlagen hierfür lieferte vor allem der deutsche Gastrosoph Carl Friedrich von Rumohr. In seinem Werk „Geist der Kochkunst“ wandte sich Rumohr gegen das Überhandnehmen einer mit der französischen Kochkultur assoziierten „gehaltlosen Leckerei“ in deutschen Kochbüchern bzw. in der Kochkunst allgemein. Für ihn war die bürgerliche Küche Frankreichs zu einem Symbol der Überfeinerung und Übermischung geworden, die dem natürlichen und anmutigen Charakter der deutschen Küche zuwiderlaufen würde.³⁸⁴

Wie ambivalent sich jedoch auch innerhalb des deutschen Bürgertums die Frage nach dem guten Geschmack rund ums Essen gestaltete, zeigen die Ausführungen von Gustav Blumröder. Dieser wandte sich in seinem Werk „Vorlesungen über die Eßkunst“, welches er unter dem Pseudonym Antonius Anthus 1838 verfasste, explizit gegen die ethnozentristische Sichtweise Rumohrs. Zwar spricht sich auch Blumröder

³⁸³ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 320. Zur detaillierteren Auseinandersetzung mit der Disziplinierungsfunktion des Essens siehe auch KÖSTLIN, Konrad: Die gemeinsame Mahlzeit als Ikone familiärer Kommunikation. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 53 (2008), S. 261-276 sowie BLIMLINGER, Eva: Mahlzeit! Tischgebet, Tafelluxus und Big Mac. In: VAVRA, Elisabeth (Hg.): Familie. Ideal und Realität (=Katalog zur niederösterreichischen Landesausstellung 1993). Horn 1993, S. 68-77.

³⁸⁴ Vgl. MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 23f.

für das Einfache, das Ungemischte und Ungekünstelte als höchste Werte der Kochkunst aus, sieht aber Rumohrs Kritik an der französischen Küche als „töricht“ an:

Deutschland aber quengelt und klatscht über die französische Küche, während es gar keinen bestimmt ausgeprägten Stil, keine Nationalspeisen hat (...). Man lese im ‚Geist der Kochkunst‘, was wir der französischen Küche verdanken, und verstumme. Es wäre töricht, gegen das Nachahmen überhaupt zu eifern. Warum sollte man das als gut Erkannte sich nicht aneignen! Aber man tue es mit Bewußtsein und Freiheit!³⁸⁵

Und ein paar Zeilen weiter unten verwies Blumröder gar darauf, dass die französische Küche in ihrer Zusammenstellung dem Einfachen durchaus aufgeschlossen sei:

Übrigens darf nicht übersehen werden, daß die französische Küche in neuerer Zeit in der Komposition gar sehr sich vereinfacht hat. Ich selbst fand in Paris diese Vereinfachung der Komposition sehr geschmackvoll, wobei zugleich die reichste Mannigfaltigkeit und Vielfältigkeit der einzelnen Speisen, von denen man nach Belieben essen konnte, die erfreulichste Auswahl bot.³⁸⁶

Diese ambivalente Haltung rund um die damals vor allem in bürgerlichen Kreisen geführte Geschmacksfrage, spiegelt sich nach Schlegel-Matthies auch im Verhältnis zwischen (öffentlicher) „Exo-Küche“ und (privater) „Endo-Küche“ wider. Hierfür untersuchte Schlegel-Matthies Speisevorschläge in rund 20 Kochbüchern aus der Zeit von 1850 bis 1900.³⁸⁷ Dabei stellte sie fest, dass das nach außen gerichtete Gast- und Festmahl der bürgerlichen „Exo-Küche“ bereits im 19. Jahrhundert neben Anleitungen aus der feineren Küche durchaus auch regionale Spezifika enthielt, während sich am damaligen privaten Mittags- oder Abendtisch – zumindest in den Kochbüchern – weitaus weniger regionale Speisen fanden. Und auch was die Ausdrücklichkeit der regionalen Speisen innerhalb der beiden Küchen anbelangte, verwies Schlegel-Matthies auf bestehende Unterschiede. So seien die regionalen Speisen der damaligen „Exo-Küche“ durchaus auch Spezialitäten gewesen, die sich durch die Möglichkeit des Verfeinerns und Erweiterns auszeichneten – und die sich

³⁸⁵ ANTHUS, Antonius: Vorlesungen über die Eßkunst. Neuausgabe [limitierte und nummerierte Erstausg.], 1. - 7. Tsd. Frankfurt am Main 2006, S. 69.

³⁸⁶ Ebd., S. 70.

³⁸⁷ Vgl. SCHLEGEL-MATTHIES, Kirsten: Regionale Speisen in deutschen Kochbüchern des 19. und 20. Jahrhunderts. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2), Berlin 1997, S. 218, Anm. 37.

damit ebenso als Abzeichen, als Symbol zur Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe oder Sozialschicht geeignet hätten und kommuniziert wurden. Ihnen gegenüber standen die regionalen Speisen der „Endo-Küche“, die durch eine einfache und billige Rezeptur gekennzeichnet waren. Diese seien aber bereits damals nur selten in den Kochbüchern als regionale Besonderheit hervorgehoben worden, da – so Schlegel-Matthies’ Befund – „das Alltägliche nur selten als regionales Spezifikum, als Besonderheit erkannt wird“.³⁸⁸ Ähnlich verhielt es sich im Übrigen auch mit der sogenannten „Armenküche“ der damaligen Arbeiterschaft. Trotz ihrer Einfachheit und Kargheit unterlag auch diese Küche jahreszeitlich bedingten und vom Rhythmus von Festen abhängigen Schwankungen und kannte somit ebenfalls Unterschiede zwischen Alltags- und Festtagskost. Doch in ihren mehrheitlich für den Alltag geschriebenen Kochbüchern fanden sich ebenso kaum besondere Kennzeichnungen regionaler Speisen.³⁸⁹ Eine Ausnahme stellte hier – zumindest dem ersten Anschein nach – das wohl bekannteste Arbeiterkochbuch mit dem wohlklingenden Namen „Das häusliche Glück“ dar, von dem es sehr wohl eine Reihe von Regionalausgaben gab. Doch Schlegel-Matthies wies darauf hin, dass diese regionalen Bearbeitungen zumeist von Industriellen mit Unterstützung von Hausfrauen aus dem Bürgertum vorgenommen wurden und daher für die angesprochene Zielgruppe letzten Endes wohl kaum realistische Möglichkeiten zur Umsetzung bot.³⁹⁰

Ebenso ambivalent gestaltete sich der (bürgerliche) Umgang mit fremden, nicht vertrauten Regionen und ihren Speisen in der Ferne. So wurde zwar beispielsweise der mediterrane Raum – und hier besonders Italien – als Inbegriff eines besseren, weil einfacheren Lebens gedeutet. Und nicht selten erschien der dortige Reichtum an unterschiedlichen Pflanzen, Obst- und Gemüsesorten sowie das milde Klima vielen Reisenden gar als irdisches Paradies, was etwa auch bei Goethes Werk „Italienische Reise“ erkennbar wird, das nach Ansicht von Ulrike Thoms „stilbildende Kraft für eine

³⁸⁸ SCHLEGEL-MATTHIES, Kirsten: Regionale Speisen in deutschen Kochbüchern des 19. und 20. Jahrhunderts. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2), Berlin 1997, S. 219.

³⁸⁹ Vgl. KLEINSPEHN, Thomas: Warum sind wir so unersättlich? Über den Bedeutungswandel des Essens. Frankfurt am Main 1987, S. 202.

³⁹⁰ Vgl. SCHLEGEL-MATTHIES, Kirsten: Regionale Speisen in deutschen Kochbüchern des 19. und 20. Jahrhunderts. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2), Berlin 1997, S. 219f.

Flut weiterer Reiseberichte gehabt hat (...).³⁹¹ Dennoch war von dieser damaligen Sehnsucht nach dem Süden ein Bereich größtenteils ausgenommen: die mediterrane Küche. Während man also vielfach das Klima lobte und sich an den blühenden Landschaften erfreute, schenkte das Bürgertum der italienischen Küche lange Zeit weitaus weniger Aufmerksamkeit als anderen Dingen, ja verachtete sie oftmals geradezu. Dies mag zu einem wesentlichen Teil auch mit dem im 17. Jahrhundert entstandenen Codex der Grand Tour zusammengehangen haben, der „in durchaus enzyklopädischer Breite das Kennenlernen der Altertümer, der Kunstschatze, der Geschichte, der Natur, der Regierungsformen und auch der Sitten und Gewohnheiten des besuchten Landes vor[sah] (...)“³⁹². Die „feinen Unterschiede“ im Sinne eines distinktiven Verhaltens machte das Bürgertum deswegen hauptsächlich an der sogenannten Hochkultur fest – verkörpert in Sehenswürdigkeiten und Landschaften.³⁹³ Dem kulinarischen Geschmack rund ums Essen in der Ferne wurde – sicherlich verstärkt durch diverse Schauergeschichten wie die weiter oben bereits erwähnte Mär von der „Ölkrankheit“ – weitaus weniger Neugier entgegengebracht, ja fand man ihn teilweise geradezu abscheulich und assoziierte ihn sogar eher mit einem niederen Sinn. Daher wurde der Reisende in damaliger Zeit nach Thoms oftmals als Schauender und weniger als Teilnehmer an der italienischen Esskultur figuriert.³⁹⁴

All diese Diskrepanzen können auch als indirekte Auseinandersetzung mit der eigenen Identität gelesen werden. Denn beschrieben wurde in der Ferne vor allem das, was als andersartig, als „exotisch“ empfunden wurde, was dem Schreibenden

³⁹¹ THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 25.

³⁹² RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 19.

³⁹³ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 26.

³⁹⁴ Vgl. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 19; THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 26.

als nicht zu seiner eigenen Lebenswelt, zu seiner Identität zugehörig erschien.³⁹⁵ Dies zeigte sich etwa auch bei dem für den bürgerlichen Geschmacksbegriff des 19. Jahrhunderts maßgeblichen Gastrosophen Blumröder, der in seinen „Vorlesungen über die Eßkunst“ davon schrieb, bei seiner Italienreise „auf die drei bekannten „venetianischen Leiden: schlechtes Brot, schlechten Wein und schlechten Kaffee“³⁹⁶ gefasst gewesen zu sein. Dennoch versuchte Blumröder – anders als beispielsweise Rumohr – sich mit einer gewissen Offenheit bzw. Neugier an die mediterrane Küche zu nähern:

Ich brannte aber vor Verlangen, die italienische Käse- und Knoblauch-kocherei, von der ich schon so viel gehört hatte, persönlich kennenzulernen. Geflissentlich hatte ich mich in einen Gasthof (...) bringen lassen, von dem ich gehört, daß die Nationaleigentümlichkeit der Kochkunst noch mehr in ihrer Reinheit bestehe, während sie in *Regina d'Inghilterra*, *Gran Britannia*, *Gran Parigi* und *Scudo di Francia*, mehr angliert und französiert, ihren spezifischen Charakter größtenteils verloren haben soll.³⁹⁷

Interessant an dieser Passage ist, dass Blumröder darin bereits ein Verschwinden der „echten“, „wahren“ italienischen Küche andeutete.³⁹⁸ Diese Sorge kann dabei als Hinweis darauf gelesen werden, dass seine Beschreibungen weniger einem aggressiv-ethnozentristischen Weltbild entsprang – wie dies beispielsweise bei Rumohr der Fall war – als vielmehr einem tatsächlichen Interesse an authentisch gekochten Speisen.

Doch offenbaren die Aussagen Blumröders auch, dass er bereits mit einer bestimmten Vorstellung von der italienischen Küche unterwegs war, die voll mit stereotypen Bildern war.³⁹⁹ Eine solche für Italienreisende dieser Zeit typische Imagination lässt sich am Beispiel der italienischen „Pasta“ zeigen. Obwohl sie als Kuriosität galt und immer wieder in zahlreichen Bildern auftauchte sowie obendrein aus ähnlichen Zutaten wie die in der süddeutschen Küche existierenden Spätzle,

³⁹⁵ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 25.

³⁹⁶ ANTHUS, Antonius: Vorlesungen über die Eßkunst. Neuausgabe [limitierte und nummerierte Erstausg.], 1. - 7. Tsd. Frankfurt am Main 2006, S. 63.

³⁹⁷ Ebd., S. 63f.

³⁹⁸ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 26.

³⁹⁹ Vgl. ebd., S. 26.

Knöpfe etc. gefertigt wurde, wurde die „Pasta“ in Reiseerzählungen aufgrund ihrer für den damaligen mitteleuropäischen Gaumen noch ungewohnten „al dente“-Zubereitungsweise als „bestialischer Makkaronenfraß“ und „elendes Gewürm“ rundum abgelehnt.⁴⁰⁰

Ähnlich verhielt es sich mit der mediterranen Fischküche – auch sie wurde von den meisten deutschen und österreichischen Italienreisenden des 19. Jahrhunderts eher skeptisch beäugt. Denn Fisch galt zu jener Zeit in Mitteleuropa als Arme-Leute-Essen. Frischer Seefisch sowie diverse Meeresfrüchte waren darüber hinaus wenig bis gänzlich unbekannt. Und auch hier trugen Reiseberichte wesentlich dazu bei, dass sich dieses negative Bild weiter verfestigen konnte. Denn aufgrund oftmals unpassender Übersetzungen wurde hier beispielsweise von „Polypen“, „Seekrebsen“ oder „Meerspinnen“ gesprochen – allesamt keine sehr geschmacksanregenden Begriffe im Verständnis der damaligen Italienreisenden.⁴⁰¹

Angesichts dieser Beispiele verwundert es nicht, dass selbst dort, wo es primär um die Beschreibung von Volkskultur ging, die italienische Küche nur ein Aspekt und obendrein ein weniger wichtiger war.⁴⁰² Man beschrieb sie zwar in all ihrer „Exotik“, vermied aber den tatsächlichen Kontakt mit ihr. Den guten Geschmack suchte man auf kulinarischer Ebene derweil woanders zu zelebrieren – nämlich in den schon damals zahlreich vorhandenen deutschen Gasthöfen, die von emigrierten Landsleuten gegründet wurden. Dabei ist es bemerkenswert, dass das dort einkehrende bürgerliche Publikum größtenteils nicht nach jener Verfeinerung suchte, die zu Hause als Ausdruck des guten Geschmacks galt, sondern sich ganz der heimatlichen Hausmannskost hingab. Als sich etwa August von Goethe, der Sohn von Johann Wolfgang, 1830 für einige Wochen in Neapel aufhielt, kehrte er dort in die damals unter Deutschen sehr beliebten „Trattoria Tedesca“ von Joseph Mohr ein

⁴⁰⁰ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 27; RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 21.

⁴⁰¹ Vgl. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 21.

⁴⁰² Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 26.

und schwärmte dabei wie folgt: „Man kocht hier ganz auf deutsche Weise, und ich ließ mir Bohnen und Bratwurst schmecken.“⁴⁰³

Diese beim Essen in der Ferne hereinspielende Sehnsucht nach „Heimat“ kann als Suche nach der eigenen Identität interpretiert werden. Denn wie Tolksdorf am Beispiel des Essens ehemaliger Heimatvertriebener aus Ostpreußen darstellte, finden sich „Heimat“ bzw. „Sehnsucht nach Heimat“ wie in kaum einem anderen kulturellen System so sehr wie im „System der Küche“, „jeweils gebunden an kulinarische Objektivationen, in denen soziale Akte und eigenkulturelle Deutungsmuster bewahrt sind.“⁴⁰⁴ Dies rührt daher, dass wir uns das heimatliche Kultursystem „Küche“ bereits in frühester Kindheit aneignen bzw. angeeignet bekommen und uns auch während des weiteren Sozialisierungsprozesses an ihm orientieren. Dadurch können Speisen und Getränke mit der Zeit einen beträchtlichen heimatlich-regionalen Symbol- und Kulturwert zugesprochen bekommen.⁴⁰⁵ In der Ferne lässt sich dann ein Geschmacksfaden zur Heimat spinnen, „indem man sich bestimmte Speisen verschafft, sie auf bestimmte Weise würzt und zubereitet, oder indem man regions- oder gesinnungsgebundene Lokale aufsucht, die – mindestens dem Namen nach – das Wiederfinden von Geschmackserlebnissen garantieren“⁴⁰⁶ und dadurch die Erinnerung an vertraute Vorstellungswelten entstehen lassen können. Unsere Speisen haben sich somit schon in früheren Zeiten als mächtiges Zeicheninventar präsentiert, das neben dem lebensnotwendigen Hunger- und Durstgefühl auch unsere Bedürfnisse nach Heimat, nach regionaler und nationaler Identität, nach Milieu- und Sozialstrukturierung, nach touristischer Fremderfahrung und nach Lebensstil zu befriedigen vermochte.⁴⁰⁷ Welche Möglichkeit dabei bevorzugt wurde, hing dabei wesentlich von der jeweiligen individuellen Fähigkeit ab, die vorgefundenen „Möglichkeiten der Ernährung mit Wissens- und Erfahrungsbeständen zu verknüpfen und sie so für die Alltagspraxis verfügbar zu

⁴⁰³ Goethe zit. n. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5), Köln 2002, S. 22.

⁴⁰⁴ TOLKSDORF, Ulrich: Essen und Trinken in alter und neuer Heimat. In: Jahrbuch für ostdeutsche Volkskunde 21 (1978), S. 361.

⁴⁰⁵ Vgl. ebd., S. 343.

⁴⁰⁶ RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 87.

⁴⁰⁷ Vgl. HEIMERDINGER, Timo: Schmackhafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 101 (2005), S. 213.

machen.“⁴⁰⁸ Dies darf jedoch nicht zu der Annahme verleiten, dass die Menschen früherer Epochen über ähnliche Wahlfreiheiten beim Essen verfügten wie wir heute – im Gegenteil: Ihre Küche und Verzehrsituationen waren, wie weiter oben gezeigt werden konnte, von weitaus restriktiveren Normen gekennzeichnet. Die hierbei hereinspielenden Regelmechanismen, also die damals gültigen Normen und Verhaltensmuster, empfangen die Menschen dabei von größtenteils homogenen Gruppen mit einem starken Konventionsdruck. Zusätzlich herrschte zumeist eine Übereinstimmung des im Sozialisationsort der Familie erlernten und eingepassten Verhaltens mit den Erwartungen der sozialen Umwelt, was die Verhaltenssicherheit – trotz aller Einschränkungen für die jeweiligen sozialen Gruppen – zusätzlich stärkte.⁴⁰⁹

4. Neue Essdiskurse: Von der Informalisierung zum Lifestyle

Auch bei heutigen Geschmackserlebnissen lassen sich nach wie vor Verschränkungen zwischen sozio-kulturellen Geschmacks-Codes, Konventionen, individuellen Geschmacksvorlieben sowie der Ausbildung subjektiver Bedeutungen und Sinnesfähigkeiten beobachten.⁴¹⁰ Was sich dabei aber – wie bereits im Einführungskapitel dieser Arbeit dargestellt – gewandelt hat, ist der Umgang mit vormals unhinterfragten Selbstverständlichkeiten. Dieser Wandel betrifft auch den Umgang mit unseren Speisen. Denn anders als beim Essen im bürgerlichen Zeitalter des 19. Jahrhunderts geht es beim gegenwärtigen Schmecken und Geschmack nicht mehr um einen verbindlichen Code, den man anerkennen oder gegen den man verstoßen kann. Wie ein Gericht zu schmecken hat und was als gut gilt, folgt heute nicht mehr allgemein-gültigen Normen und Speisevorschriften wie sie die früheren Gastrosophen zu entwickeln versucht haben. Vielmehr schiebt sich heute ein individuelles Geschmackserlebnis in den Vordergrund. Gefragt ist dabei aber nicht

⁴⁰⁸ HEIMERDINGER, Timo: Schmachthafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 101 (2005), S. 214.

⁴⁰⁹ Vgl. TOLKSDORF, Ulrich: Strukturalistische Nahrungsforschung. In: Ethnologia Europaea 9 (1976), S. 71.

⁴¹⁰ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 88.

eine Auseinandersetzung mit „Feinschmeckerei“ wie sie zur Zeit von Rumohr und Blumröder geführt wurde, sondern der individuelle Gewinn im „starken Geschmack“. Die diesen Geschmack umkreisenden Schlüsselwörter lauten dabei nach Claus-Dieter Rath in erster Linie Erlebnisfähigkeit, Glücksfähigkeit und Genussfähigkeit.⁴¹¹ In Bezug auf die Gegenwart muss Raths Sichtweise heute zusätzlich um den Gesichtspunkt einer neuen Moral ergänzt werden, die beim gegenwärtigen Umgang mit Essen mittlerweile ebenso hineinspielen kann. Denn inzwischen wird uns Essen – auch das wurde bereits ausführlich dargelegt – durch immer neue Informationen über ökologische und ökonomische Zusammenhänge unseres Nahrungsbedarfs als unmittelbarer Kontakt mit unserer Umwelt vorgestellt und uns immer wieder aufs Neue bewusst gemacht. Was und wie wir essen, so hören wir es, hat Auswirkungen auf unsere Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft und Gesundheit. Unser Umgang mit Essen verlangt daher immer öfter eine neue Moral – eine, die sich an den (neuen) Zielen der Umweltfreundlichkeit, Sozialverträglichkeit, Gesundheitsförderlichkeit und der kulturellen Akzeptanz orientiert.⁴¹² Erst so lässt sich genussvoll essen und das Geschmackserlebnis auch wirklich zelebrieren. Solcherart gelagerte Kenntnisse wollen heute jedoch mitgeteilt werden. Denn als eine Art neue Kompetenz werden sie gegenwärtig immer öfter auch zur Stärkung der eigenen Identität genutzt und können – auch darauf wurde bereits mehrmals verwiesen – dem Ausdruck persönlicher Einstellungen des Lebensstils dienen.⁴¹³ Oder um es mit den Worten Raths auszudrücken: „Nicht mehr Stillschweigen oder Teilnahme an einer ‚allgemeinen und unintimen‘ Tischunterhaltung ist gefordert, sondern die Mitteilung des eigenen Erlebens, in dem sich irgendein Begehren deutlich zeigen oder ausdrücken muß.“⁴¹⁴

⁴¹¹ Vgl. RATH, Claus-Dieter: *Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur*. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 321.

⁴¹² Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergemeinschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): *Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag* (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 40.

⁴¹³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: *Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens*, Heft 11 (2003), S.7.

⁴¹⁴ RATH, Claus-Dieter: *Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur*. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 321.

4.1 Die beginnende Informalisierung unseres Essens

Einen wesentlichen Antriebsmotor für dieses Verpacken von Werten und Einstellungen in heutige Essdiskurse sieht Rath – er bezieht sich dabei vor allem auf Cas Wouters' Auseinandersetzung mit Elias' Zivilisationstheorie – in der wachsenden „Informalisierung“ unserer Gesellschaft v.a. nach dem 2. Weltkrieg. Denn durch eine – wie Wouters es nannte – „Periode“ der „Entkolonisierung, Emanzipation und Demokratisierung“ kam es u.a. zu größer werdenden Interdependenzen sowie zu einer zunehmenden wechselseitigen Identifizierung, „in der sich die Ideale von Gleichheit und wechselseitigem Einverständnis verbreiteten und Stärke gewannen.“⁴¹⁵

Damit lassen sich nach Rath besonders zwei Phänomene rund um unser Essen erklären, die sich seit dieser Periode auszuformen begannen: Zum einen die Durchmischung von Standards der Arbeiter- und Mittelklassen in den Industrieländern, die sowohl zu einer „Verbürgerlichung“ proletarischer Esssitten als auch zu einer Durchlässigkeit mittelständischer Anstandsvorstellungen für ehemals proletarische Verhaltensmuster (Trinken aus der Flasche; Essen von einem Teller, der vorher von einem anderen benutzt wurde etc.) führte. Zum anderen der Zerfall von Autoritätssymbolen und eine damit einhergehende gesteigerte Selbstkontrolle der Individuen, die sie nun freier über kulturelle Objektivationen verfügen ließ. Damit meint Rath, dass Gegenstände, Gesten und Handlungen, die in früheren Zeiten einen autoritären, „folgsamkeits- oder bewunderungsheischenden“ Symbolcharakter besaßen, nun immer häufiger beliebig verwendbar und „stillos“ miteinander kombinierbar wurden.⁴¹⁶

In anderen Worten: Waren es noch im 19. Jahrhundert neben der Kirche vor allem die sozialen Schichten, Verwandtschaftsgruppen und lokalen Milieus, die den Menschen als eine Art „Lebensgebäude“ dienten und ihnen Orientierung gaben, wurde ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts das Individuum selbst immer

⁴¹⁵ WOUTERS, Cas: Informalisierung. Norbert Elias' Zivilisationstheorie und Zivilisationsprozesse im 20. Jahrhundert (=Hagener Studententexte zur Soziologie, Bd. 3). Opladen / Wiesbaden 1999, S. 174.

⁴¹⁶ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 228.

stärker zur lebensweltlichen Reproduktionseinheit des Sozialen.⁴¹⁷ Diese Entwicklung darf jedoch nicht verwechselt werden mit jenen Individualisierungsbestrebungen, die sich bereits in früheren Zeiten finden lassen. So zum Beispiel in der höfischen Kultur des Mittelalters, in der innerweltlichen Askese des Protestantismus, in der Befreiung des Bauern aus der ständischen Hörigkeit oder in der Lockerung von generationsübergreifenden Bindungen der Familie zu Beginn dieses Jahrhunderts.⁴¹⁸ In diesem Sinne wäre Individualisierung natürlich nichts Neues. Was sich hier jedoch sehr wohl erst ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu verändern begann, war die zunehmende schichtbezogene Durchlässigkeit von individuellen Lebenslagen. Wesentlicher Antrieb dieses Wandels waren dabei nach Ansicht von Beck vor allem Veränderungen im Produktionsbereich. Beck nennt hier etwa die allgemeine Anhebung des Bildungsniveaus und des Einkommens, die Verrechtlichung von Arbeitsbeziehungen sowie Veränderungen in der sozialen Zusammensetzung als maßgebliche Einflussfaktoren.⁴¹⁹ Sie alle trugen wesentlich dazu bei, dass sich das Individuum aus ehemals verbindlichen sozialen Bindungen emanzipieren konnte.

Die zunehmende Individualisierung bzw. Informalisierung erhielt aber auch dadurch Schwung, weil es im Zuge anhaltender Prosperität für immer weniger Menschen um die Abwehr existenzieller Nöte ging. Stattdessen stieg die Auseinandersetzung mit der Lebensgestaltung jenseits situativ bedingter Probleme.⁴²⁰ Im Vordergrund standen somit nicht mehr so sehr Fragen des Lebensstandards, sondern vielmehr der Lebenskunst und Lebensqualität.⁴²¹ Nun galt es immer öfter mit entscheidungsoffenen, selbst herzustellenden Lebensmöglichkeiten umzugehen – dabei mussten ehemals sozial vorgegebene Biographien nun in selbst hergestellte und herzustellende Lebenswege transformiert werden.⁴²² Diese Entwicklung lässt

⁴¹⁷ Vgl. SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005², S. 76; BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf den Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986, S. 209.

⁴¹⁸ Vgl. BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf den Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986, S. 206.

⁴¹⁹ Vgl. ebd., S. 208.

⁴²⁰ Vgl. SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005², S. 22.

⁴²¹ Vgl. KRIPPENDORF, Jost: Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen. Zürich / Schwäbisch Hall 1984, S. 151.

⁴²² Vgl. BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf den Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986, S. 216.

erkennen, dass es aber auch hier nicht frei von Zwängen zugeht. „Die Entscheidungen über Ausbildung, Beruf, Arbeitsplatz, Wohnort, Ehepartner, Kinderzahl usw. mit all ihren Unterentscheidungen können nicht nur, sondern müssen getroffen werden. Selbst dort, wo die Rede von ‚Entscheidungen‘ ein zu hochtrabendes Wort ist, weil weder Bewußtsein noch Alternativen vorhanden sind, wird der einzelne die Konsequenzen aus seinen nicht getroffenen Entscheidungen ‚ausbaden‘ müssen.“⁴²³

In Bezug auf das Essen bedeutete dies ebenfalls eine Zäsur. Denn auch wenn Nahrungsmittel immer einen kulturellen Beigeschmack hatten, veränderten die zunehmenden Wahlmöglichkeiten den Umgang mit unseren Speisen ebenso deutlich. So galt auch hier, dass sich mit zunehmendem Wohlstand die vormals unhinterfragten Selbstverständlichkeiten vermehrt aufzulösen begannen und Verbindlichkeiten, was richtig oder falsch ist, immer öfter nur noch fragmentiert übrig blieben⁴²⁴ – freilich aber längst noch nicht vor dem Hintergrund jener heutigen Wahlmöglichkeiten, die das Essen zu einem hochsymbolischen Bestandteil der Persönlichkeit und damit auch zu einer Frage der Moral werden lassen können.

Zunächst ging es nach Jahren der kriegsbedingten Entbehrungen einfach darum, den – wenn auch noch sehr bescheidenen – neu erworbenen Wohlstand im Rahmen der eigenen Möglichkeiten auszukosten. Man begann sich mit einer – wie es Berwing formulierte – „gewissen sinnlichen Lust am Neuen zu erfreuen (...)“.⁴²⁵ Dies konnte etwa das Einrichten der eigenen Wohnung, neue Haushaltsgeräte, das erste eigene Motorrad oder gar Auto sowie neue Kleidung betreffen.⁴²⁶ Beim Essen äußerte sich der Wunsch nach dem lang Entbehrten in Form von dem „Besonderen“ bzw. den „Leckereien“. So stieg beispielsweise im Laufe der 1950er Jahre der Konsum von Fleisch, Genussmitteln und frischen Südfrüchten unübersehbar an – bei

⁴²³ BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf den Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986, S. 216f.

⁴²⁴ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 11.

⁴²⁵ BERWING, Margit: Die Reisewelle der fünfziger Jahre: Capri und die Folgen. In: BERWING, Margit / KÖSTLIN, Konrad (Hg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 2). Regensburg 1984, S. 202.

⁴²⁶ Vgl. ebd., S. 203.

letzteren verfünffachte sich sogar der Konsum bis 1963 auf über 5.000g im Monat.⁴²⁷ Diese Entwicklung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es in dieser Phase (noch) nicht um die Verfeinerung des Genusses ging, sondern um den Verzehr möglichst großer Mengen an sättigenden, das hieß mitunter auch fetter Speisen.⁴²⁸ „Viel zu essen galt eben nach Hungerödemen und Krankheiten als gesund, auch wenn die Kost noch so einfach und abwechslungslos war.“⁴²⁹ Oder anders ausgedrückt: Essen geriet (wieder) zum Symbol des Wohlstands. Immer mehr Menschen konnten dank der steigenden Prosperität aus einem immer größer werdenden Warenangebot auswählen. Damit geriet auch das Sattessen zur Normalität – eine wesentliche Voraussetzung, um sich in der Folge auch höherwertigen oder exotischen Nahrungsmitteln zuzuwenden.⁴³⁰ Jene Lebensmittel, die wie Schwarzbrot, Kartoffeln, Fischkonserven und diverse Ersatzstoffe die sogenannten „Hungerjahre“ dominiert hatten, verloren damit zunehmend an Bedeutung. Stattdessen standen nun immer öfter jene Produkte ganz oben am Einkaufszettel, denen eine höhere kulturelle Wertigkeit zugesprochen wurden und dem feiner werdenden Geschmacksideal entsprachen. Dazu gehörten etwa Kokosfett (statt des herkömmlichen heimischen Schweineschmalzes), Schlagobers, Käse, Topfen, Butter, Ketchup, Bohnenkaffee, feinere Wurst- und Fleischwaren, frischer Fisch sowie Schokolade- oder Backwaren wie etwa Dr. Oetkers Tortenguss.⁴³¹ Welche Produkte schließlich gekauft wurden, hing dabei oftmals nur mehr von der Größe des Geldbeutels ab.

⁴²⁷ Vgl. WILDT, Michael: Abschied von der „Freßwelle“ oder: die Pluralisierung des Geschmacks. Essen in der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1). Berlin 1993, S. 216.

⁴²⁸ Vgl. WINKEL, Harald: Vom Gourmand zum Gourmet. In: PROTZNER, Wolfgang (Hg.): Vom Hungerwinter zum kulinarischen Schlaraffenland. Aspekte einer Kulturgeschichte des Essens in der Bundesrepublik Deutschland (=Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Bd. 35). Wiesbaden 1987, S. 34.

⁴²⁹ Ebd., S. 34f.

⁴³⁰ Vgl. ebd., S. 35f.

⁴³¹ Vgl. EDER, Franz X.: Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: BREUSS, Susanne (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S.30; HIRSCHFELDER, Gunther: Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt am Main 2005, S. 241f; WILDT, Michael: Abschied von der „Freßwelle“ oder: die Pluralisierung des Geschmacks. Essen in der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1). Berlin 1993, S. 218.

Doch nicht allein die Zunahme der Wahlmöglichkeiten und Kaufkraft trieben die Individualisierung unseres Essverhaltens voran. Wesentlich beeinflusst wurde diese Entwicklung auch durch einen Wandel bei der „Mahlzeitenordnung“⁴³². Zwar blieben nach Hirschfelder bestimmte alte Kulturmuster und Normen zum Mahlzeitengerüst – besonders was die Festspeisen im ländlichen Bereich betraf – in der beginnenden zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts weiterhin bestehen.⁴³³ Und auch bei den Alltagsspeisen veränderte sich die Art und Weise wie man aß, die Kommunikation bei der Mahlzeit sowie die Tischordnung strukturell zunächst ebenfalls kaum.⁴³⁴ Doch mit der fortschreitenden Ausdifferenzierung unterschiedlicher Arbeits-, Schul- und Freizeiten begann sich sowohl der Mahlzeitenrhythmus als auch die klassische Mahlzeitengemeinschaft der Familie immer stärker aufzulösen. Nicht mehr die Mahlzeiten bestimmten den Arbeitsrhythmus, sondern die Arbeitszeiten wurden zur neuen Maßgabe für die Mahlzeiten. Zusätzlich verloren ehemals feste Regelungen wie beispielsweise freitags Fisch und samstags Eintopf an Bedeutung.⁴³⁵ Vorangetrieben wurde diese Entwicklung auch durch die zunehmende Popularität der Imbisskultur, der schnellen Mahlzeit zwischendurch. Auch wenn sie kein gänzlich neues Phänomen der Nachkriegszeit darstellt – so waren etwa nach Tolksdorf bereits die Fabrikarbeiter zur Zeit der Industrialisierung gezwungen, ihre Mahlzeiten

⁴³² Dieser von Spiekermann entlehnte Begriff meint, dass eine Mahlzeit nicht für sich alleine steht, sondern stets mit einer Vielzahl von zeitlichen und anlassgebundenen Rahmenbedingungen verknüpft ist. Vgl. SPIEKERMANN, Uwe: Deutsche Küche – eine Fiktion. Regionale Verzehrsgewohnheiten im 20. Jahrhundert. In: GEDRICH, Kurt / OLTERS DORF, Ulrich (Hg.): Ernährung und Raum: Regionale und ethnische Ernährungsweisen in Deutschland (=23. Wissenschaftliche Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V. (AGEV) vom 11.-12. Oktober 2001, Freising/Weihenstephan). Karlsruhe 2002, S. 50.

⁴³³ Hirschfelder verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass es beispielsweise bei Hochzeiten im rheinischen Meindorf auch in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts noch üblich war, vor dem Hauptgericht eine Suppe mit „Markbällchen“ zu servieren. Ein Abweichen von dieser Norm wäre sanktioniert worden. Dass ein solches aus früheren Zeiten stammendes Kulturmuster vorerst noch nicht aufgebrochen wurde, sieht er darin begründet, dass – obwohl die Menge an Nahrungsmitteln deutlich gestiegen war – die Vielfalt und Auswahl zunächst noch keine Erweiterung erfahren hatten. Der Stand solcher Feiern und ihrer Rituale wurde darüber hinaus auch durch eine oftmals fehlende Mobilität sowie einen Mangel an attraktiven Alternativen gefestigt. Damit blieb auch die Funktion dieser gemeinsamen Festessen, nämlich die Vermittlung eines Gefühls von Gruppenidentität, weiterhin erhalten. Vgl. HIRSCHFELDER, Gunther: Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt am Main 2005, S. 242ff.

⁴³⁴ Vgl. HIRSCHFELDER, Gunther: Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt am Main 2005, S. 244 & 249.

⁴³⁵ Vgl. BERGHAUS, Margot: Von der Tischgemeinschaft zur Konsumgesellschaft. Gemeinschaftsbildung durch Essen und Wandlungen in der sozialen Bedeutung des Essens. In: Gesellschaft der Freunde der Forschungsgemeinschaft Wilhelminenberg (Hg.): Matreier Gespräche. Otto Koenig 70 Jahre (=Kulturwissenschaftliche Beiträge zur Verhaltensforschung). Wien / Heidelberg 1984, S. 252.

immer öfter als Schnellimbiss im Arbeitsprozess einzubetten⁴³⁶ –, erhält diese Form des Essens mit dem einsetzenden Wirtschaftsaufschwung nach 1945 dennoch eine neue Dynamik. Aufgrund der systematischen Ausdehnung der Freizeit, der mit der Motorisierung verbundenen Mobilität sowie unterschiedlicher Arbeits- und Schulzeiten verbreitete sich der schnelle Snack – damals hauptsächlich noch in Form von Frikadellen, Brat- und Bockwürsten sowie Erbsen- und Kartoffelsuppen – als alternatives Essen immer mehr. Damit durchdrang diese Mahlzeitenform nicht nur allmählich alle soziale Schichten (auch die bürgerlichen), sondern durchbrach immer öfter auch deren gewohnten Mahlzeitenrhythmen und entthronte dabei die Hauptmahlzeit als bedeutungsvollste Mahlzeit. Die Momente des Essens scheinen seither über die Tageszeit hinweg beliebig verschiebbar. Diese Tendenz zum über den ganzen Tag verteilten Essen begünstigte den Schritt hin zum permanenten Imbiss und verstärkte das Auseinanderziehen des „Mahls“ über verschiedene Orte, Zeiten und Situationen des ganzen Tages.⁴³⁷

Mit dem Aufweichen einstmals fester Regeln zum Zeitpunkt und Ort des Essens sowie zur Tischgesellschaft schaffte der informelle Charakter des Schnellimbisses, dass die traditionelle Essgemeinschaft ins Wanken geriet. Man aß plötzlich nicht mehr ständig mit den immer gleichen oder mit den bewusst als Tischpartner ausgesuchten Personen.⁴³⁸ Ebenso mag auch das beim Schnellimbiss gelernte Verhalten, nämlich dass man dort zu keiner Unterhaltung verpflichtet sei, in traditionelle Essgemeinschaften mitübernommen worden sein und die Kommunikation bei Tisch verändert haben. Ganz sicher kam es aber zu einem Wandel bei der Tischunterhaltung durch die Einführung des Fernsehens. Denn mit seiner Verbreitung richteten sich die Blicke nun immer öfter auch auf den (in damaligen Zeiten noch als luxuriös empfundenen) TV-Apparat, der die Gespräche zusehends zu beeinflussen begann und damit auch die Tischordnung maßgeblich

⁴³⁶ Vgl. TOLKSDORF, Ulrich: Nahrung – Not und Überfluss. In: KÖSTLIN, Konrad / BAUSINGER, Hermann (Hg.): Umgang mit Sachen. Zur Kulturgeschichte des Dinggebrauchs. 23. Deutscher Volkskunde-Kongreß in Regensburg vom 6.-11. Oktober 1981 (=Regenburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 1). Regensburg 1983, S. 84.

⁴³⁷ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 211f; TOLKSDORF, Ulrich: Nahrung – Not und Überfluss. In: KÖSTLIN, Konrad / BAUSINGER, Hermann (Hg.): Umgang mit Sachen. Zur Kulturgeschichte des Dinggebrauchs. 23. Deutscher Volkskunde-Kongreß in Regensburg vom 6.-11. Oktober 1981 (=Regenburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 1). Regensburg 1983, S. 85.

⁴³⁸ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 211f.

modifizierte.⁴³⁹ Ähnlich sieht es Rath, der ebenso vom Fernsehen als ein neues tragendes Element der Esssituation spricht. Für ihn schuf das Fernsehen deswegen einen neuen Bezugspunkt für die Gruppe der Essenden, weil man sich durch kommentierende Zwischenbemerkungen, Assoziationen, Meinungsäußerungen und Abschweifungen stets aufs Neue sozialisierte. Darüber hinaus sei es dem Fernsehen bei aller Verschiedenheit der Zeiten und Lebensrhythmen gelungen, einen Moment der Synchronisation, der Gleichzeitigkeit herzustellen.⁴⁴⁰ „Es stabilisiert für eine Zeitlang die essende Kleinfamilie, indem es in spektakulär-ästhetischer Weise eine Gemeinsamkeit herstellt, eine rituelle Tätigkeit, in deren Praxis sich alle verbinden.“⁴⁴¹ Die Bedeutung des gemeinsamen Essens lag hier aber nicht mehr in jener Symbolhaftigkeit, die es als „Ikone familiärer Kommunion“⁴⁴² in früheren Zeiten gewiss gehabt haben mag. Das Gefühl der Gleichheit, das der soziologischen Idee der Mahlzeit zugrunde liegt, begann sich immer weniger rund um das Verzehren einer für die ganze Tischgemeinschaft gleichen Mahlzeit zu bilden. Vielmehr reduzierte sich das Gemeinsame nun auf das regelmäßige und gemeinsame Sitzen bei Tisch – bei gleichzeitiger Abnahme des Konsums des Gleichen, den es immer weniger gab, da sich die Speisepreferenzen immer öfter ausdifferenzierten. Als Beispiel sei hier auf das Frühstück als Vorreiter dieser Entwicklung verwiesen, bei dem sich schon sehr bald Müsli, Flocken, Brot und Aufstriche, Körner, Eier und Schinken zu einer „fröhlichen Chaomahlzeit“ formten.⁴⁴³ Aus dem formal-geselligen Esser des Bürgertums wurde so nach Claus-Dieter Rath ein „Kontaktesser“, der überall seinen Platz fand, „wo seine (verbale oder Körper-) Sprache gesprochen und ‚verstanden‘ wird.“⁴⁴⁴

Die beschriebene Individualisierung, Beck spricht hier auch von der „Herauslösung aus traditionellen Lebenszusammenhängen“⁴⁴⁵, ging zugleich einher mit einer

⁴³⁹ Vgl. HIRSCHFELDER, Gunther: Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt am Main 2005, S. 250.

⁴⁴⁰ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 162.

⁴⁴¹ Ebd., S. 162.

⁴⁴² Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Die gemeinsame Mahlzeit als Ikone familiärer Kommunion. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 53 (2008), S. 261-276.

⁴⁴³ Vgl. ebd., S. 270.

⁴⁴⁴ RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 326.

⁴⁴⁵ BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf den Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986, S. 213.

Ausdifferenzierung von Lebensstilen. Denn durch den mit der Informalisierung verbundenen Bedeutungsverlust ehemals vorgegebener schichtspezifischer Verhaltensregeln, waren die Individuen zunehmend gezwungen, sich selbst in Netze der Regelmäßigkeit und Verortbarkeit einzubinden.⁴⁴⁶ Dieser Zwang zur selbsthergestellten Identität führte – wie Köstlin betont – „zu einer neuen und ausdrücklichen Bedeutung der Sachen, mit denen sich die Menschen ausstatten, vermittels derer sie glauben, sich selbst herstellen und dann herzeigen zu können.“⁴⁴⁷ Das betrifft zunehmend auch unser Essen. Denn als etwas, was uns Identität und Zugehörigkeit verleiht, wurden Ess-Präferenzen ebenso immer öfter als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit gelesen und von den Akteuren bewusst eingesetzt.⁴⁴⁸ Wie es zu diesem Perspektivenwandel kam und welche Speisen sich dabei vorrangig zur Ausgestaltung von Lebensstil-Konzepten eignen, versucht nun das folgende Kapitel zu klären.

4.2 Essen als Inventar des Lebensstils

Eingangs sei erwähnt, dass es in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung bis heute keine einheitliche Charakterisierung von Lebensstil – heute würde man wohl eher von „Lifestyle“ sprechen – gibt.⁴⁴⁹ Diese Tatsache soll jedoch nicht dazu verleiten, an dieser Stelle die verschiedenen Sichtweisen zusammenhanglos widerzugegeben. Für ein besseres Verständnis scheint es vielmehr zielführender zu sein, Lebensstil als kulturelle Sprache zu begreifen, „(...) in der Erfahrungen des

⁴⁴⁶ Vgl. WOUTERS, Cas: Informalisierung. Norbert Elias' Zivilisationstheorie und Zivilisationsprozesse im 20. Jahrhundert (=Hagener Studientexte zur Soziologie, Bd. 3). Opladen / Wiesbaden 1999, S. 61; KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 19.

⁴⁴⁷ KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 16.

⁴⁴⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 10; KLOTTER, Christoph: Die Trägheit der Zeichen – Neue Aspekte einer Semiologie des Essens. In: WILK, Nicole M. (Hg.): Esswelten. Über den Funktionswandel der täglichen Kost (=Welt – Körper – Sprache. Perspektiven kultureller Wahrnehmungs- und Darstellungsformen. Bd. 8). Frankfurt am Main et al. 2010, S. 37.

⁴⁴⁹ Vgl. BARLÖSIUS, Eva: Eßgeschmack und Lebensstil: Reduktion von Ernährungsrisiken und -unsicherheiten? In: Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (aid) e.V. (Hg.): Ernährungsverhalten heute: Die Verbraucher sind verunsichert. (=Dokumentation zur wissenschaftlichen Tagung der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V. und des Instituts für Ernährungsökonomie und -soziologie der Bundesforschungsanstalt für Ernährung am 01. und 02. November 1996 in Stuttgart-Hohenheim). Bonn 1997, S. 5.

menschlichen Lebens eine Deutung finden (...).⁴⁵⁰ Denn daran lässt sich zeigen, dass Lebensstil keineswegs erst – wie oft vermutet – eine Erfindung der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts darstellt. So verweist etwa Max Weber darauf, dass bereits in den vormodernen Ständegesellschaften die „ständische Ehre“ einen bestimmenden Einfluss auf das Leben hatte. Damit war die wahrnehmbare soziale Zugehörigkeit und Wertschätzung von und zu einem bestimmten Stand gemeint.⁴⁵¹ In anderen Worten: Wollte man als Mitglied einer spezifischen Gruppe erkannt und anerkannt werden, musste man schon damals die Lebensführung dieses Kreises internalisieren. Dies bedeutete, dass bestimmte Handlungen erlaubt, andere verpönt waren. Doch nicht allein die Handlungen waren schon damals bestimmten Exklusivitätsregeln unterworfen.⁴⁵² Diese erstreckten sich auch „auf Eß- und Trinkkultur, Geschmacksrichtungen und ästhetische Praxis bis zu Begrüßungsritus und Partnerwahl.“⁴⁵³ Daraus entstand nach Bourdieu ein System verinnerlichter Muster, „die es erlaub[t]en, alle typischen Gedanken, Wahrnehmungen und Handlungen einer Kultur zu erzeugen – und nur diese.“⁴⁵⁴ Die solcherart verinnerlichten Wahrnehmungs- und Handlungsmuster – Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang auch vom „Habitus“⁴⁵⁵ – wurden dabei von kulturellen Symbolen vermittelt, „die eine Matrix von Beziehungen bilden, die gelesen und verstanden wird, wenn die Bedeutungen der Symbole bekannt und verstanden worden sind.“⁴⁵⁶

Was sich dabei im Vergleich mit heutigen Lebensstil-Konzepten verändert hat, sind seine Benennung und ausdrückliche Betonung – beides markiert nach Köstlin das Ende der nicht beredeten Selbstverständlichkeit bisheriger Lebensstile. Dieser Bruch wird für ihn auch dadurch ersichtlich, dass in der gesellschaftlichen Auseinandersetzung zunehmend vom „Lifestyle“ die Rede ist. Und dass, obwohl der „Lifestyle“ an eine zentrale Qualität des „Lebensstils“ anknüpfen will. Denn auch ihm geht es um die Botschaft des Dauerhaften und Charaktervollen. Stil ist nämlich das

⁴⁵⁰ BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990, S. 13.

⁴⁵¹ Vgl. URL: <https://www.uni-muenster.de/FNZ-Online/sozialeOrdnung/staendische/unterpunkte/kriterien.htm#leben>; (2. Juli 2016).

⁴⁵² Vgl. BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990, S. 12 & 21.

⁴⁵³ Ebd., S. 12.

⁴⁵⁴ BOURDIEU, Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main 1994⁵, S. 143.

⁴⁵⁵ Vgl. ebd., S. 143.

⁴⁵⁶ BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990, S. 13.

tief Eingeritzte, nicht mehr Veränderbare. Der modische Begriff des „Lifestyle“ will daher ebenso das Dauerhafte, das Eigene, den Charakter eines Menschen ausdrücken. Doch im Unterschied zu früher wird Lebensstil heute nicht mehr einfach mitgeliefert, sondern muss selbst gesucht und hergestellt werden.⁴⁵⁷ In der Folge führt dieser Zwang zur Identität

zu einer neuen und ausdrücklichen Bedeutung der Sachen, mit denen sich die Menschen ausstatten, mittels derer sie glauben, sich selbst herstellen und dann herzeigen zu können. Und das Etikett des Lifestyles ist vor allem den Sachen ein- und angenäht – den Waren, mit denen sich Menschen als Anhänger von bestimmten, scheinbar autonom gewählten Lebensentwürfen kenntlich machen.⁴⁵⁸

Wenn wir diese Entwicklung im Hinblick auf den vorliegenden Themengegenstand betrachten, so fällt auf, dass eine wesentliche Initialzündung für die verstärkte Nutzung von Essen als Lifestyle-Inventar einmal mehr von der sich immer mehr ausdifferenzierenden Konsumgesellschaft ab den „Wirtschaftswunder“-Jahren ausging. Hier waren es zunächst neue technische Innovationen, die zum Symbol eines neuen Lebensgefühls avancierten. Eine besondere Rolle spielte dabei anfänglich auch die Einführung des Kühlschranks. Denn dieser nahm nach Breuss nicht nur Einfluss auf die Form und Qualität von Lebensmitteln, sondern bewirkte auch „einen nachhaltigen Wandel des Geschmacks, der Essgewohnheiten, der Vorratshaltung, des Umgangs mit Lebensmitteln sowie des Einkaufens.“⁴⁵⁹ Auch wenn er in den 1950er Jahren aufgrund seines hohen Anschaffungspreises noch weit davon entfernt war, Alltagsgegenstand zu sein, begannen die medial vermittelten Bilder von geöffneten, prall mit allerlei Obst und Gemüse, Fleisch, Wurst, Olivengläsern, Getränkeflaschen, fein garnierten Nachspeisen und Kalten Platten gefüllten Kühlschränken die Begehrlichkeiten in der Küche zu verstärken (siehe Abb. 4 auf der folgenden Seite).

⁴⁵⁷ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 16f.

⁴⁵⁸ Ebd., S. 16.

⁴⁵⁹ BREUSS, Susanne: Eiskaltes Schlaraffenland. Kühltechnik, Ernährung und Konsum in der „Wirtschaftswunder“-Zeit. In: Dies. (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 96.



Abb. 4: Werbeplakate für Kühlschränke der Firmen Liebherr und AEG aus den 1950er-Jahren (© Liebherr Hausgeräte Deutschland GmbH. Quelle: <https://www.hdg.de/lemo/bestand/objekt/plakat-liebherr-kuehlschraenke.html>; © AEG. Quelle: URL: <https://www.planet-schule.de/wissenspool/meilensteine-der-naturwissenschaft-und-technik/inhalt/hintergrund/technik/carl-von-linde-und-die-kuehltechnik.html>).

Für Breuss bargen diese Bilder zugleich das Versprechen auf den in greifbare Nähe gerückten Wohlstand für alle sowie auf üppige und raffinierte kulinarische Genüsse.⁴⁶⁰

Durch seine ab den 1960er Jahren dann zunehmend flächendeckende Verwendung, verdrängte der Kühlschrank in weiterer Folge allmählich die mit traditionellen Konservierungsmethoden hergestellten Nahrungsmittel wie geräucherte Würste, Wurstkonserven und Wurstgläser. An ihre Stelle traten immer öfter frisches Fleisch bzw. generell mehr frische Nahrungsmittel. Dieser Trend wurde durch die Einführung von Fertig-Tiefkühlkost weiter beschleunigt, die dann ihrerseits zusätzlich zu neuen Geschmackserlebnissen führte, da in diesen Speisen zunehmend Geschmacksverstärker wie Natriumglutamat enthalten waren.⁴⁶¹

Neben dem Integrieren von Tiefkühlkost bzw. halbvorgefertigten Speisen am Speisezettel sowie dem Erleben neuer Geschmacksempfindungen, brachte der

⁴⁶⁰ Vgl. BREUSS, Susanne: Eiskaltes Schlaraffenland. Kühltechnik, Ernährung und Konsum in der „Wirtschaftswunder“-Zeit. In: Dies. (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 96.

⁴⁶¹ Vgl. HIRSCHFELDER, Gunther: Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt am Main 2005, S. 245.

zunehmende Einsatz von Kühlschränken aber auch neue Speisemoden hervor. Konnten beispielsweise bis dahin kalte oder gekühlte Speisen sowie exotische Mixgetränke aus frischen Früchten nur mit relativ viel Aufwand hergestellt werden, fanden sich mit den neuen Hilfsmitteln nun immer öfter Kaltschalen, Kalte Platten, Eis, Bowlen und modisch-exotische Cocktails am Speisezettel – speziell dann, wenn es um die Bewirtung von Gästen ging. Kaltes wurde dann überschwänglich als etwas besonders Frisches angepriesen und als kleines Kunstwerk präsentiert, das einen höheren, edleren Genuss versprach.⁴⁶² Dabei kamen der Gastgeberin sowohl die in den 1950er und 1960er Jahren boomenden Kochbücher für Kalte Platten, Mixgetränke etc. als auch die damals zu den Kühlschränken mitgelieferten Rezepthefte zugute. Mit ihrer Hilfe konnte sich die „moderne Hausfrau“ inspirieren lassen, „wie Sie von morgens bis abends durch Einbeziehung kalter Speisen und kühler Getränke Ihre Mahlzeiten abwechslungsreicher und vielseitiger gestalten können.“⁴⁶³ Zusätzlich wies die Verwendung von neuen Küchengeräten ihre Benutzerinnen – im überwiegenden Fall handelte es sich um Frauen – als „trendy“ aus. Sie galten als modern bzw. als Person, die mit der Zeit ging.⁴⁶⁴

Doch nicht allein der durch die Einführung moderner Küchenhelfer neu kreierte Gestaltungspielraum trug dazu bei, dass Essen und Trinken – wie es Heimerdinger formulierte – immer stärker als „symbolisch aufgeladene Alltagspraxen“ verstanden wurden.⁴⁶⁵ Eine ebenso bedeutende Rolle bei der zunehmenden Individualisierung und Aufladung von Speisen als „schmackhafte Symbole“⁴⁶⁶ spielte auch das Flair

⁴⁶² Vgl. BREUSS, Susanne: Eiskaltes Schlaraffenland. Kühltechnik, Ernährung und Konsum in der „Wirtschaftswunder“-Zeit. In: Dies. (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 107.

⁴⁶³ Rezeptheft „Kühl und köstlich. 99 Rezepte aus dem SFT-Kühlschrank“ zit. n. BREUSS, Susanne: Eiskaltes Schlaraffenland. Kühltechnik, Ernährung und Konsum in der „Wirtschaftswunder“-Zeit. In: Dies. (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 107.

⁴⁶⁴ Vgl. WILDT, Michael: Abschied von der „Freßwelle“ oder: die Pluralisierung des Geschmacks. Essen in der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1). Berlin 1993, S. 220.

⁴⁶⁵ Vgl. HEIMERDINGER, Timo: Schmackhafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 101 (2005), S. 208.

⁴⁶⁶ Vgl. HEIMERDINGER, Timo: Schmackhafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 101 (2005), S. 205-218.

des Internationalen, das ebenso zu einem Leitmotiv der 1960er-Jahre aufstieg.⁴⁶⁷ Maßgeblichen Anteil an dieser Ausformung hatte dabei auch – neben der verstärkt einsetzenden Arbeitsmigration, in deren Folge „Gastarbeiter“ immer öfter auch ihre Küchentraditionen mit nach Deutschland und Österreich brachten – der zunehmende Tourismus. Hierbei avancierte vor allem Italien und – anders als noch zu Zeiten der klassischen Bildungsreise im 19. Jahrhundert – seine Küche zum Symbol des Genussvollen. Dass dabei Italien schneller als andere Länder diese herausragende Stellung einnehmen konnte, war dabei zu einem Gutteil den damals überaus populären Massenmedien Kino, Hörfunk und den Illustrierten geschuldet. Über sie wurde das Narrativ vom besseren Leben im Süden auf unterschiedlichste Art und Weise kommuniziert. So war das italienische Lebensgefühl nicht nur Thema in unzähligen Filmen, sondern wurde auch in Schlagern besungen und in etlichen Illustrierten in Form von Reisegeschichten oder Werbeinseraten weitergetragen.⁴⁶⁸ Für den letztgenannten Bereich wies etwa Birgit Mandel am Beispiel der vier größten deutschen Illustrierten „Bunte Illustrierte“, „Revue“, „Quick“ und „Stern“ nach, dass die in diesen Medien zwischen 1955 und 1965 erschienenen Produktwerbungen immer wieder mit südlichen Urlaubsbildern verknüpft waren. Dabei machte Mandel auf den Umstand aufmerksam, dass die darin mittransportierte und als Folie stets präsente Sehnsucht nach dem Süden jeweils immer indirekt oder direkt mit Attributen italienischer Landschaft und klassischer italienischer Architektur verbildlicht war⁴⁶⁹ (siehe Abb. 5 auf der folgenden Seite).

⁴⁶⁷ Vgl. KÜHLSCHELM, Oliver: Markenprodukte in der Nachkriegszeit. Wahrzeichen der Konsumkultur am Übergang zur Wohlstandsgesellschaft. In: BREUSS, Susanne (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 70.

⁴⁶⁸ Vgl. MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiens Touristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 139ff.

⁴⁶⁹ Vgl. ebd., S. 145ff.



Abb. 5: „Eier-Ravioli köstlich wie in Italien“: Werbesujets der Firma Maggi für Ravioli aus den Jahren 1959 (links) und 1960 (rechts) (© NESTEC S.A./NESTLE S.A. Quelle: Nestlé Historical Archives, Vevey).

Diese vielfältige Verbreitung von bestimmten Motiven ermöglichte es, dass immer mehr Menschen ihre Vorstellung vom Süden mit Italien verbanden.⁴⁷⁰ In diese Imaginationen gingen aber nicht allein nur Motive des Schönen im Sinne einer schönen und reichhaltigen Geschichte, Kultur oder Landschaft ein, sondern auch im Sinne eines gehobenen Lebensstils. Auch wenn es hierfür sicherlich mehrere Gründe gegeben haben mag, ist für Mandel ein wesentlicher, dass in den Illustrierten der 1950er- und 1960er-Jahre zunehmend auch über die Italien-Urlaube von Prominenten wie beispielsweise von Kaiserin Soraya, Grace Kelly oder Konrad Adenauer berichtet wurde. Die begleitenden Fotos zu diesen Storys zeigten die diversen Promis oftmals entweder freudestrahlend auf ihren Yachten, weintrinkend vor bekannten Sehenswürdigkeiten oder vor anderweitigen romantisch anmutenden landestypischen Kulissen. Damit wurde nicht bloß das Bild von Italien als beliebtes Reiseland weiter popularisiert, sondern auch als Destination mit hohem Prestigewert

⁴⁷⁰ Vgl. MANDEL, Birgit: „Amore ist heißer als Liebe“. Das Italien-Urlaubsimage der Westdeutschen in den 50er und 60er Jahren. In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 155.

gefördert. Nach Italien zu fahren galt in diesem Sinne immer öfter als chic und modern und bedeutete bis in die 1960er Jahre hinein einen hohen Statusgewinn.⁴⁷¹ Doch die Zuhausegebliebenen mussten um diesen Status keinesfalls bangen, da das Zelebrieren von dem was man für ein italienisches Lebensgefühl hielt, auch in der Heimat zunehmend in Mode kam – nämlich entweder in Form von Restaurantbesuchen beim „Lieblingsitaliener“ oder durch private „italienische Hauspartys“. Letztere waren auch ein beliebtes Thema in damaligen Massen-illustrierten wie das Beispiel der „Brigitte“-Story zur „Italienischen Balkonparty“ zeigt (siehe Abb. 6).



Abb. 6: „Italienische Balkonparty“ (© unbekannt. Quelle: Brigitte 16 [1957], S. 66 & 67).

„Aus Venedig, Rom, Neapel und Mailand rutschen die schönsten Postkartengrüße von urlaubenden Freunden in Brigittes Briefkasten. Das können wir hier auch haben (...).“⁴⁷² Bereits diese ersten Zeilen aus der „Brigitte“-Story deuten an, dass man für italienisches Flair nicht extra verreisen müsse. Sogleich verrät die Geschichte worauf es bei der Gestaltung einer mediterranen „Balkonnacht“ zu Hause ankommt und gibt

⁴⁷¹ Vgl. MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italiens Touristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995), S. 138, 151 & 156.

⁴⁷² O.V.: Italienische Balkonparty. In: Brigitte 16 (1957), S. 66.

etwa Tipps zur richtigen Dekoration. Zusätzlich finden sich Rezepte von drei für typisch italienisch gehaltenen Speisen, die in ihrer Anordnung ebenso als dreigängiger Menüvorschlag gelesen werden können: „Florenzer Suppe mit Kalbsfleischklößchen“, „Spaghetti Neapolitana“ und – als süße „Schleckerei“ – „Zabaione“.⁴⁷³ Besonders interessant ist dabei, dass zum Spaghetti-Gericht auch gleich ein bebildeter Leitfaden für dessen korrekte Verzehrweise mitgeliefert wurde. So heißt es da etwa: „Nehmen Sie eine Gabel in die rechte und einen Löffel in die linke Hand. Mit der Gabel pieken Sie ein paar Spaghetti auf und halten die Löffelschale darunter. (...) Am Anfang vorsichtig!“⁴⁷⁴ Dies kann als Indiz dafür gelesen werden, dass einerseits italienische Nudeln damals noch eine Novität darstellten und somit der Umgang mit ihnen längst noch nicht eingeübt war. Und andererseits, dass das richtige Spaghettinessen nach zeitgenössischem Verständnis zum notwendigen Verhaltensrepertoire gehörte, wollte man sowohl in Italien als auch zu Hause beim „Lieblingsitaliener“ nicht „auffallen“.⁴⁷⁵

Die Fokussierung auf einige wenige italienische Speisen als typisch italienische Spezialitäten wurde parallel dazu freilich auch von der sich ausbreitenden italienischen Gastronomie in Deutschland und Österreich vorangetrieben. Denn die Inhaber der neuen Restaurants brachten „ihre“ Gerichte nicht nur bloß mit, sondern verliehen ihnen durch das Weitertragen bestimmter Narrationen in ihren Restaurants zusätzlich auch einen Hauch des Besonderen – allen voran der in Italien ursprünglich nur als Arme-Leute-Essen bekannten Pizza, die wie keine zweite Speise (mit Ausnahme vielleicht der Spaghetti) zu *dem* kulinarischen Symbol Italiens aufsteigen sollte. Ob dabei die mit ihr verbundene und auch heute noch in so manchem Ristorante erzählte Entstehungsgeschichte⁴⁷⁶ stimmt oder nicht: Das

⁴⁷³ Vgl. o.V.: Italienische Balkonparty. In: Brigitte 16 (1957), S. 66.

⁴⁷⁴ Ebd., S. 66.

⁴⁷⁵ Vgl. MÖHRING, Maren: Spaghetti im Film. Medialisierung und Italianisierung des Nahrungskonsums in der Bundesrepublik Deutschland. In: KÜHSCHMELM, Oliver / EDER, Franz X. / SIEGRIST, Hannes (Hg.): Konsum und Nation. Zur Geschichte nationalisierender Inszenierungen in der Produktkommunikation. Bielefeld 2012, S. 265.

⁴⁷⁶ Die Legende rund um die Basispizza „Margherita“ besagt, dass die Gattin des italienischen Königs Umberto II. die feine Kost am Hofe satt gehabt hätte. Sie äußerte den Wunsch einmal die bis dahin nur als Armenspeise gereichten Teigfladen probieren zu wollen, woraufhin der Pizzabäcker Raffael Esposito ihr zu Ehren eine – in den italienischen Nationalfarben gehaltene – verfeinerte Variante mit Tomaten, Mozzarella und Basilikum kreiert und seine Komposition auf den Namen „Margherita“ getauft haben soll. Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 43.

Weitertragen einer inhaltvollen Story verlieh der Pizza jedenfalls einen unverwechselbaren Charakter und mag damit wesentlich zu ihrer Mythologisierung beigetragen haben⁴⁷⁷ – für Ellen Friedl sogar auf beiden Seiten: Denn eben weil Touristen, das heißt Fremde bzw. Außenstehende, die Pizza als „Nationalgericht“ immer öfter im Urlaub und in den italienischen Restaurants zu Hause nachzufragen begannen, konnte sich diese Speise als Ausdruck eines sogenannten italienischen Nationalgefühls überhaupt erst bei den Italienern selbst durchsetzen.⁴⁷⁸ Die Aussage Johannes Feichtingers, wonach Legenden geeignet sind Legitimität zu verleihen, scheint somit durchaus legitim zu sein.⁴⁷⁹

Bemerkenswert ist jedoch, dass die nach Österreich und Deutschland ausgewanderten Pizzabäcker vor allem in der Anfangszeit mangels ausreichend verfügbarem italienischen Mozzarella und Salamino zunächst gezwungen waren, sich mit dem zu arrangieren, was sie vor Ort vorfanden. So verwendeten sie in der Frühphase ihrer Ausbreitung in Mitteleuropa oftmals bekannte Zutaten wie Plockwurst und Goudakäse für ihre Kreationen.⁴⁸⁰ Diese Art der „Verheimischung“ führte in der Folge zu dem Paradoxon, dass ausgerechnet diese nivellierten Versionen immer öfter den Platz des Typischen einnahmen und sowohl zu Hause als auch im Italien-Urlaub dementsprechend nachgefragt wurden. Vom fremden Geschmack blieb dabei vielfach dann nur mehr das übrig, was Claus-Dieter Rath als „Aroma“ bezeichnete.⁴⁸¹

Dennoch stieg die Popularität der italienischen Gastronomie und ihrer Speisen in Deutschland und Österreich unaufhörlich. Möhring macht hierfür auch Künstler, Intellektuelle sowie die Neue Linke wesentlich mitverantwortlich, für die der Besuch

⁴⁷⁷ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 44.

⁴⁷⁸ Vgl. FRIEDL, Ellen: Essen auf Reisen. In: BERWING, Margit / KÖSTLIN, Konrad (Hg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 2). Regensburg 1984, S. 176.

⁴⁷⁹ Vgl. FEICHTINGER, Johannes: Das Wiener Kipferl. Zum Symbolwert eines Gebäcks. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 117.

⁴⁸⁰ Vgl. THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 50.

⁴⁸¹ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 235.

eines italienischen Spezialitätenrestaurants zum Ausweis einer neuen weltoffenen Haltung wurde. Die ausländischen Gaststätten gerieten für sie zu einer Sphäre, „in der nicht nur neue Speisen und Getränke kennengelernt wurden, sondern auch neue Formen der Kommunikation und eine andere Körperlichkeit erprobt werden konnten, unter anderem in Form einer (...) Nachahmung andersartiger Ess-, Kultur- und Körpertechniken.“⁴⁸² Denn neben der wachsenden gastronomischen Monokultur von Pizza und Spaghetti entstand im Zuge der verschiedenen gesellschaftspolitischen Reformbewegungen ab den späten 1960er-Jahren auch eine auf geschmackliche Verfeinerung setzende italienische Gastronomie. Das damit verbundene differenzierte kulinarische Wissen trugen die reformtragenden Schichten im Zuge ihres sozialen Aufstiegs gleichsam mit nach oben und machten es „zu einer Angelegenheit des statusunterscheidenden Konsums, der sich im Absetzen von der Pizzaküche und dem Gegenüber von handgeschöpftem Büffelmozzarella und einfachem Goudakäse auf der Pizza bzw. der Verwendung von frischem Parmesan und Basilikum gegenüber geriebenem Käse und getrockneten Gewürzen niederschlug.“⁴⁸³ Der Besuch beim „Italiener“ sowie das Kochen mediterran-fremder Gerichte in den eigenen vier Wänden geriet so zumindest für oben genannte Gruppen immer öfter zu einem zentralen Medium sozialer Distinktion. Für sie stellt(e) der mit der italienischen Gastronomie verbundene und als mediterran interpretierte Lebensstil eine geeignete Möglichkeit dar, um neue Bedürfnisse, Wertorientierungen und Subjektivitäten öffentlich auszuprobieren und zu demonstrieren.⁴⁸⁴ Dieses Verlangen erhielt nochmals einen zusätzlichen Antrieb als sich eine standardisierte italienische Küche flächendeckend zu etablieren begann. Denn ab diesem Moment wurde es speziell für das links-alternative Milieu, das sich selbst als Vorreiter eines „echten“, „reinen“ Genusses betrachtete, zunehmend wichtiger zwischen einer nivellierten Monoküche und einer als „authentisch“ empfundenen Küche zu unterscheiden und so ihre Überlegenheit bei Dingen des guten Geschmacks auszudrücken. Schließlich reichte der bloße Verzehr italienischer Speisen mit ihrer allgemeinen Verbreitung nicht mehr aus, um kulinarisches Wissen und

⁴⁸² MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 156.

⁴⁸³ THOMS, Ulrike: *Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland*. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): *Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108)*. Münster et al. 2006, S. 54.

⁴⁸⁴ Vgl. MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 148 & 156.

Aufgeschlossenheit zu demonstrieren. Es mussten neue Differenzierungen her, „um den eigenen privilegierten Zugang zum kulinarischen Anderen als etwas Exklusives aufrechterhalten zu können.“⁴⁸⁵ Neben der Suche nach dem „authentischen“ mediterranen Gericht sowie der Fähigkeit, dieses identifizieren zu können, rückte für dieses Klientel somit auch das Wissen um die italienische Küche als höchst differenzierte Kost zunehmend in den Mittelpunkt.⁴⁸⁶

Doch zurück zur Integration der mediterranen Lebensart und ihrer Speisen in individuelle Lifestyle-Konzepte: Die bisherigen Ausführungen sollten verdeutlicht haben, dass die touristischen Imaginationen und Narrationen über den Süden die Popularität der mediterranen Küche nicht nur vorangetrieben haben, sondern sie auch zum Inbegriff eines intensiven Genießens formten.⁴⁸⁷ Dabei zeigt sich aber, dass Lifestyle ohne Anlehnung an kollektive Vorstellungen gar nicht existieren kann, möchte er als „eigen“ verstanden werden.⁴⁸⁸ Denn die im Lebensstil selbst herzustellende Identität „meint eine für sich selbst und andere plausible, in der Performanz erzählbare Geschichte als reproduzierbare Logik der Kontinuität des eigenen Lebens.“⁴⁸⁹ So sehr es also dem Lifestyle um das Erzählen des Eigenen, Dauerhaften und Charaktervollen geht, müssen die Waren, mit denen man sich als Anhänger eines bestimmten, scheinbar autonom gewählten Lebensentwurfs „outet“, auch von anderen Menschen erkannt werden.⁴⁹⁰ Es waren und sind daher in besonderem Maße die kleinen Beobachtungen, auf die es hier ankommt, etwa dass man „seinen“ Italiener mit dem Vornamen ansprechen darf oder von „seinem“ türkischen Gemüsehändler als alter Bekannter begrüßt wird. Diese Storys gehören zu jenen regelhaften Inszenierungen des Alltags, mit und von denen wir heute leben und mit deren Hilfe wir uns stets neu organisieren. Auch wenn dies freilich nicht neu erscheinen mag, hat es das Einbauen von Kontinuitätsgeschichten in den eigenen

⁴⁸⁵ MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 287.

⁴⁸⁶ Vgl. ebd., S. 287; THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): *Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108)*. Münster et al. 2006, S. 53.

⁴⁸⁷ Vgl. MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 283 & 310.

⁴⁸⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: *Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität*. In: *Kieler Blätter* 32 (2000), S. 18.

⁴⁸⁹ Ebd., S. 19.

⁴⁹⁰ Vgl. ebd., S. 16.

Stil so noch nicht gegeben.⁴⁹¹ Dabei oszilliert der Lifestyle heute besonders zwischen den scheinbaren Gegensatzpaaren Innovation und Tradition, wobei die wichtigste Technik des letztgenannten Pols im Bereden und Verschieben seines Kontextes besteht:

[M]an muß sagen und glauben, das Normale sei das Besondere – eben der Lifestyle. Der ‚Diskurs‘, das Bereden des Alltags, macht ihn zu einem neuen Alltag, macht ihn ‚reflexiv‘. Nichts ist demnach mehr so, wie es einmal war. Das Neue, wie alt es auch sein mag, erhält seine Kontur des Neuen durch die Deutung.⁴⁹²

Dies trifft umso stärker zu, je mehr massenhaft produzierte Kulturwaren nebeneinander existieren und allgemein verfügbar werden. Die damit einhergehende Behauptung von der zunehmenden Gleichförmigkeit und Gleichartigkeit verspricht der Lifestyle durch neue und überraschende Kombinationen zu minimieren und damit dem Selbst seine Originalität zurückzugeben.⁴⁹³

In Bezug auf unsere Speisen lässt sich diese originelle Seite aktuell etwa dadurch demonstrieren, dass man zur „One Pot Pasta“ – zur Pasta aus dem Eintopf – einlädt und deren genussreiche Verkostung dann anschließend in diversen Blogs ausführlich kommentiert.⁴⁹⁴ Oder man orientiert sich am Format von – mittlerweile wohl auch schon als „traditionell“ zu nennenden – TV-Kochsendungen á la Jamie Oliver oder Tim Mälzer, bastelt daraus hippe kurze Koch-Clips und stellt diese dann anschließend auf Facebook oder Youtube, wo ein Millionenpublikum etwa „Fisch in Kartoffelchips“ oder „Kuchen in Regenbogenfarben“ nachkochen bzw. -backen kann.⁴⁹⁵ Diese Trends zeigen, dass Traditionen in der Moderne also nicht obsolet geworden sind – sie werden heute nur bewusst installiert und neu beredet bzw. haben eine neue Qualität.⁴⁹⁶ Und genau das unterscheidet den heutigen Lifestyle von früheren Lebensstil-Konzepten.

⁴⁹¹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 18.

⁴⁹² Ebd., S. 18.

⁴⁹³ Vgl. ebd., S. 17.

⁴⁹⁴ Vgl. URL: <http://gudrundsdaykitchen.blogspot.co.at/2016/01/one-pot-pasta-oder-pasta-aus-einem-topf.html#more>; (9. Juli 2016).

⁴⁹⁵ Vgl. URL: <http://derstandard.at/2000037118872/Augenschmaus-Der-Hype-um-Kochvideos-in-Social-Media>; (9. Juli 2016).

⁴⁹⁶ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 18.

Allerdings eignen sich nicht nur Massenmedien, Werbung und veränderte Gastronomieangebote, um Essen mit individuellen Lebensstil-Konzepten zu verknüpfen und als Lifestyle-Baustein zu legitimieren. Auch das weite Feld des Tourismus scheint hierfür prädestiniert zu sein, können doch Essen und Reisen ebenso als Ausdruck eines Lebensstils gelesen werden, „der durch demonstrativen Konsum geformt wird, um sich von anderen Klassen, Schichten und Personengruppen abzuheben.“⁴⁹⁷ Eine weitere Gemeinsamkeit der Phänomene Esskultur und Reisewesen besteht in ihrer geographischen Komponente: beide implizieren als – wie es Grossmann nennt – „interethnische Situation“ notwendigerweise immer auch Kulturkontakt.⁴⁹⁸ Besonders das Essen kann dann in der Ferne dazu dienen, das Fremde, das Andere sinnlich konkret erfahrbar zu machen und so Vertrauen in das Exotische aufzubauen. Gleichzeitig lassen uns Nahrungsethnologie und Pädagogik aber wissen, „daß durch Normenfragen des Essens fundamentale Kontaktschwierigkeiten entstehen und Lernbarrieren aufgebaut werden können.“⁴⁹⁹ Angesichts dieser Dialektik darf es daher kaum überraschen, dass Essen auch in Reiseführern immer wieder thematisiert wurde und nach wie vor wird.⁵⁰⁰ In diesem Zusammenhang scheint es somit spannender – und für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit auch lohnender – der Frage nachzugehen, ob und wie sich in den Reiseführern die Darstellung von Küchen und ihren Speisen vor dem Hintergrund des eingangs dargestellten Diskurswandels sowie der oben beschriebenen Transformation des Lebensstils hin zum „Lifestyle“ verändert hat. Darüber soll der nachfolgende empirische Teil Klarheit bringen.

⁴⁹⁷ GROSSMANN, Lydia: Esskultur in Baedekers [sic!] Reiseführern. Die Wahrnehmung der englischen und spanischen Küche als Spiegel des politisch-sozialen Zeitgeschehens um 1900. In: Landesbibliothekszentrum Rheinland-Pfalz (Hg.): Verleger und Verlagshaus Baedeker in Koblenz. Zum 150. Todestag von Karl Baedeker (=Schriften des Landesbibliothekszentrums Rheinland-Pfalz 7). Koblenz 2010, S. 94.

⁴⁹⁸ Vgl. ebd., S. 95.

⁴⁹⁹ WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 499.

⁵⁰⁰ Vgl. ebd., S. 499.

5. Zur Konstituierung des Genres „Reiseführer“

5.1 Vorab ein kurzer historischer Abriss

Die derzeit ältesten bekannten Dokumente, die zumindest als „weitschichtig verwandt“ mit der Gattung Reiseführer betrachtet werden können, finden sich in der griechischen Antike bei den Peripli und Periegesis. Die Peripli, deren Ursprünge bis ins 6. Jahrhundert vor Christus zurückreichen, waren Kurs- bzw. Lotsenbücher für Seefahrer. Sie enthielten wichtige Angaben zum Umfahren der inneren und äußeren Küstenlinien Griechenlands, Hinweise zur Fahrtdauer und Beschaffenheit von Häfen sowie Angaben zu Wind und Wetter. Darüber hinaus gaben sie auch Einblicke in die Flora und Fauna der befahrenen Gebiete und machten landeskundliche Angaben zu fremden Völkern.⁵⁰¹

Daneben existierte mit den Periegesis eine weitere präfigurierende Textsorte von Reiseführern. Doch im Unterschied zu den Peripli handelte es sich hier mehr um literarische Werke, die in prosaischer Form verschiedene Länder, Städte und Sehenswürdigkeiten beschrieben.⁵⁰² In der heutigen Literatur- und Geschichtswissenschaft sticht dabei vor allem Pausanias' zehnbändige Beschreibung Griechenlands hervor, da er darin nicht nur Wegbeschreibungen aneinanderreichte, sondern auch die an diesen Routen gelegenen Sehenswürdigkeiten samt ihrer Mythologie und Geschichte beschrieb.⁵⁰³ Wang sieht demnach auch in der Textstruktur von Pausanias' Werk erste Parallelen zu modernen Reiseführern: „Pausanias folgt nicht einem Schema älterer Periegeten, oder einer nur theoretisch

⁵⁰¹ Vgl. WANG, Zhiqiang: Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 38.

⁵⁰² Vgl. ebd., S. 38.

⁵⁰³ Vgl. GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 46; WANG, Zhiqiang: Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 38f.

gedachten topographischen Folge, sondern einer Reise, die er selbst unternommen hat.“⁵⁰⁴

Als eine weitere Etappe auf dem Weg zu den uns heute bekannten Reiseführern können die römischen Itinerarien und Pilgerführer angesehen werden. Die ursprünglich lediglich als militärische Marschkarten bzw. Routenbehelfe dienenden Itinerarien fanden im Zuge des Ausbaus römischer Straßennetze zunehmend auch bei Zivilpersonen Verwendung. So wurden sie etwa von fahrenden Händlern oder höheren Beamten benutzt, um sich beispielsweise in Rom besser zurechtzufinden. Dabei waren die Itinerarien unterschiedlich aufgebaut. Manche Routenbehelfe beinhalteten lediglich Straßenverzeichnisse mit dazugehörigen Weginstruktionen. Anderen ging es wiederum um eine möglichst exakte Darstellung von Pilgerfahrten samt dazugehörigen Sehenswürdigkeiten.⁵⁰⁵ Mit dem Vordringen der Seldschuken in das oströmische Reich und der im Zuge des Ersten Kreuzzuges erfolgreichen Rückgewinnung christlicher Pilgerstätten, begannen die Itinerarien einen Bedeutungswandel zu vollziehen.⁵⁰⁶ Denn durch den vermehrt einsetzenden Pilgerstrom v.a. nach Palästina wuchs auch der Bedarf an schriftlichem Material zu den verschiedenen Reiserouten, dem Verhalten im Heiligen Land und vor allem zu den dort zu entrichtenden Ablässen.⁵⁰⁷ Neben Art und Umfang des Sündenerlasses enthielten diese Verzeichnisse in der Regel auch eine kurze Darstellung des jeweiligen Heiligtums, an dem die Gnade erlangt werden konnte. Damit war nach Gorsemann das konventionelle Schema des Pilgerführers entstanden, der dem Pilger zugleich das offizielle kirchliche Bild von Palästina und seinen Heiligtümer vermittelte.⁵⁰⁸

⁵⁰⁴ WANG, Zhiqiang: Fremdeitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 39.

⁵⁰⁵ Vgl. ebd., S. 40.

⁵⁰⁶ Vgl. GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 56.

⁵⁰⁷ Vgl. WOLF, Gerhard: Die deutschsprachigen Reiseberichte des Spätmittelalters. In: BRENNER, Peter J.: Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 87.

⁵⁰⁸ Vgl. GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 56.

Eine erste methodisierte Darstellung von Reisen – darüber herrscht in der Reiseliteraturforschung weitgehend Einigkeit⁵⁰⁹ – lässt sich jedoch erst mit dem Wandel der mittelalterlichen Pilgerführer hin zu Apodemiken in der Neuzeit konstatieren.⁵¹⁰ In jener Epoche begann das Denken und Forschen sich aus der kirchlichen Gebundenheit des Mittelalters zu lösen und sich neuen geistigen Grundlagen zuzuwenden.⁵¹¹ Im Mittelpunkt stand dabei der Humanismus, der dem Reisen einen verstärkt bildenden und erkenntnisbringenden Charakter zuwies.⁵¹² In diesem Geltungszusammenhang entstand mit den Apodemiken (vom griech. *apodhmeo*: „auf Reisen sein“⁵¹³) eine neue Literaturgattung, „die das Reisen auf humanistische Erziehung hin steuern, didaktisieren, und den Reisenden dazu verhelfen sollte, gezielt und geplant Kenntnisse über fremde Länder und Menschen zu erwerben.“⁵¹⁴ In diesem Sinne ging es den einleitenden Betrachtungen in apodemischen Werken vielfach zunächst darum, Reisen als Mittel der Vervollkommnung und Bildung darzustellen. Dazu passend enthielten sie oftmals auch moralische und religiöse Ratschläge zur Festigung des Charakters. Doch es gab auch praktische Hinweise, etwa zur passenden Fortbewegungsart (z.B. zu Fuß oder per Kutsche) sowie zu den Themen Hygiene, Medizin und Diätetik. Schließlich enthielten die Apodemiken auch Tipps rund um die erforderlichen Ausrüstungen der Reisenden, wie etwa rund um Kerzen, Kompass oder Bargeld.⁵¹⁵ Mit diesen

⁵⁰⁹ Vgl. LAUTERBACH, Burkhard: *Tourismus. Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft* (=Kulturtransfer. Alltagskulturelle Beiträge, Bd. 3). Würzburg 2006, S. 68; PAGENSTECHER, Cord: *Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990* (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 216ff; STAGL, Justin: *Die Methodisierung des Reisens im 16. Jahrhundert*. In: BRENNER, Peter J.: *Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur*. Frankfurt am Main 1989, S. 140-177, hier S. 151ff; WANG, Zhiqiang: *Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer* (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 42f.

⁵¹⁰ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: *Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990* (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 216.

⁵¹¹ Vgl. URL: <https://homepage.univie.ac.at/ingrid.thurner/marokko/kunstdesreisens.html>; (12. August 2016).

⁵¹² Vgl. WANG, Zhiqiang: *Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer* (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 42.

⁵¹³ Vgl. URL: <https://homepage.univie.ac.at/ingrid.thurner/marokko/kunstdesreisens.html>; (12. August 2016).

⁵¹⁴ WANG, Zhiqiang: *Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer* (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 42.

⁵¹⁵ Vgl. KUTTER, Uli: *Reisen - Reisehandbücher - Wissenschaft. Materialien zur Reisekultur im 18. Jahrhundert* (=Deutsche Hochschuledition, Bd. 54). Neuried 1996 (zugl. Diss. Universität Göttingen 1996), S. 235.

Empfehlungen richtete sich die apodemische Literatur an die zumeist mehrjährige Bildungsreise⁵¹⁶ junger Standesherrn, um ihren Reisen als krönenden Abschluss adliger Erziehung die Legitimation des Nutzvollen – im Gegensatz zum nutzlosen Umhertreiben – zu geben.⁵¹⁷ Diese Intention wurden durch die Apodemiken insofern methodisiert und didaktisiert, als sie Ziel, Ablauf und Programm der zweckgebundenen Grand Tour vorher festlegten und ausarbeiteten.⁵¹⁸ Nach Günter stellen Apodemiken damit den wichtigsten Vorläufer der modernen Reisepädagogik dar.⁵¹⁹

Mit der Verbürgerlichung der Grand Tour im 17. und 18. Jahrhundert wandelten sich auch die Inhalte der bisherigen apodemischen Reisebeschreibungen. Vor dem Hintergrund der aufkommenden Romantik standen beim Reisen nun vor allem die Begegnung des Menschen mit der Natur, Kunst und Geschichte, dem Gefühl oder auch der Empfindsamkeit im Vordergrund – das ehemals zweckgebundene Reisen wandelte sich so immer stärker zum Selbstzweck.⁵²⁰ Hinzu kam, dass sich der Zeitrahmen für Reisen verkürzte. Die (groß)bürgerlichen Reisenden – von einigen wenigen Ausnahmen wie Goethe abgesehen – konnten sich größtenteils kaum so zeitlich ausgedehnte Touren wie die zuvor jungen Adelsprösslinge leisten. Dies machte eine Umorientierung auch bei den Reisebeschreibungen erforderlich. Entsprechend der begrenzten Reisezeit musste nun eine strengere Auswahl dessen getroffen werden, was es zu sehen und zu beschreiben galt. Murrays „Red Books“ sowie die Reiseführer Karl Baedekers setzten dabei mit ihrem Sternen-

⁵¹⁶ Zur Bildungsreise (Grand Tour) siehe das Kapitel 2.1.1.

⁵¹⁷ Vgl. GÜNTER, Wolfgang: Der Nutzen des Reisens. Die frühneuzeitliche Apodemik als Theorie der Erfahrung. In: SPODE, Hasso (Hg.): Zur Sonne, zur Freiheit! Beiträge zur Tourismusgeschichte (=Berichte und Materialien, Nr. 11), Berlin 1991, S. 16; STAGL, Justin: Der wohlunterwiesene Passagier. Reisekunst und Gesellschaftsbeschreibung vom 16. bis zum 18. Jahrhundert. In: KRASNOBAEV, B.I. / ROBEL, Gert / ZEMAN, Herbert: Reisen und Reisebeschreibungen im 18. und 19. Jahrhundert als Quellen der Kulturbeziehungs-forschung (=Studien zur Geschichte der Kulturbeziehungen in Mittel- und Osteuropa, Bd. 6). Essen 1987, S. 368.

⁵¹⁸ Vgl. WANG, Zhiqiang: Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 43.

⁵¹⁹ Vgl. GÜNTER, Wolfgang: Tourismuspädagogik. In: HAHN, Heinz / KAGELMANN, Jürgen H. (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München 1993, S. 60.

⁵²⁰ Vgl. WANG, Zhiqiang: Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 44; GÜNTER, Wolfgang: Tourismuspädagogik. In: HAHN, Heinz / KAGELMANN, Jürgen H. (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München 1993, S. 61.

Bewertungssystem neue Maßstäbe. Für Öhlberger ist „der Baedeker“ gar „ein touristischer Meinungskoloß von ungeahnter Breitenwirkung.“⁵²¹ Denn während Murrays „Handbooks“ qualitativ abnahmen – der englische Verleger konzentrierte sich ab der Mitte des 19. Jahrhunderts auf die Herausgabe von Werken britischer Autoren wie Lord Byron –, verstärkte Baedeker in seinen Reisehandbüchern die Vorselektion von Sehenswürdigkeiten, die er auf diese Weise zur einzig möglichen oder sinnvollen Auswahl von Sehenswerten formte.⁵²² Neben dem Festschreiben einer Dominanz der visuellen Aneignung von Welt, verwandelte damit Baedeker seine subjektive Anschauung zugleich auch in ein für objektiv gehaltenes Werturteil.⁵²³ Unterstützt wurde diese Sichtweise von erklärenden Textpassagen, die mit der Zeit immer kürzer und sachlicher wurden und damit ebenfalls zur weiteren vermeintlichen Objektivierung beitrugen.⁵²⁴ Als Sehenswürdigkeit galt fortan hauptsächlich das, was vom „Baedeker“ und anderen in ähnlichem Stile gehaltenen Reiseführern benannt wurde. Hierfür wurden nach Einführung der Fotografie nicht selten auch gleich Vorschläge mitgeliefert, von welcher Position aus das beste Bild als fotografischer Beweis für die persönliche Anwesenheit gelänge.⁵²⁵ Dies hatte einerseits zur Folge, dass durch die Bereitstellung solcher Sehanleitungen das individuelle und oft zeitraubende Auskundschaften vor Ort wegfiel und damit ein wichtiger Moment zur Verkürzung der Reisedauer geschaffen wurde. Andererseits gestattete der Blick durch den Reiseführer á la Baedeker, sich von den oft für teures Geld geleisteten Fremdenführern zu emanzipieren und so die Individualreise zu

⁵²¹ ÖHLBERGER, Reinhard: Berlin im Spiegel des Baedeker 1842-1940. In: Berliner Festspiele GmbH (Hg.): Die Reise nach Berlin (=Katalog zur Ausstellung im Hamburger Bahnhof vom 1. Mai bis 1. November 1987). Berlin 1987, S. 286.

⁵²² Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 36; PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 217.

⁵²³ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 217; ÖHLBERGER, Reinhard: Berlin im Spiegel des Baedeker 1842-1940. In: Berliner Festspiele GmbH (Hg.): Die Reise nach Berlin (=Katalog zur Ausstellung im Hamburger Bahnhof vom 1. Mai bis 1. November 1987). Berlin 1987, S. 286.

⁵²⁴ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 217.

⁵²⁵ Vgl. JOST, Herbert: Selbst-Verwirklichung und Seelensuche. Zur Bedeutung des Reiseberichts im Zeitalter des Massentourismus. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 503.

fördern.⁵²⁶ Der so etablierte touristische Blick entsprach damit gleichsam jenen Errungenschaften des industriellen Tourismus, die Hans Magnus Enzensberger mit den Schlagworten „Normung“, „Montage“ und „Serienfertigung“ charakterisierte.⁵²⁷ Denn es sind nicht nur die Richtungen der Touristenströme, die seither einer beständigen Normierung ausgesetzt sind. Mit dem durch moderne Reiseführer vermittelten Blick auf das Sehenswerte erfolgte auch ein Wandel hin zu einer, wie es Müller ausdrückte, standardisierten „Seh-Sucht“.⁵²⁸

5.2 Besonderheiten heutiger Reiseführer

„Wissen öffnet Welten“ (Baedeker), „Man sieht nur, was man weiß“ (DuMont), „Die Lust am Reisen“ (Merian) oder „Und die Welt gehört mir“ (Polyglott)⁵²⁹ – die Mottos bzw. Leitsätze heutiger Reisebuchverlage lassen erahnen, worum es in gegenwärtigen Reiseführern geht: Im Unterschied zu ihren vormodernen Vorgängern, wie z.B. Pilgerführer oder Apodemik, die an eng umgrenzte Funktionszusammenhänge gebunden waren, dienen die heutigen „Wegweiser in die Fremde“⁵³⁰ offenen, individuell zugeschnittenen touristischen Zwecken. Ebenso ist auch die Vielfalt ihrer Texte den vormodernen Reiseführern nicht bekannt.⁵³¹ So heißt es etwa auf der Baedeker-Homepage unter dem Link „Der neue Baedeker“:

Die neue Generation der Baedeker-Reiseführer bietet allen, die erlebnishungrig unterwegs sein wollen, eine fulminante Bandbreite an Wissen von der ersten bis zur letzten Seite. (...) Wer in das wirkliche Leben am Urlaubsort eintauchen möchte, bekommt Anregungen in der Rubrik „Willkommen im Alltag“; wer sich den Urlaub individuell zusammenstellen

⁵²⁶ Vgl. MÄRKER, Peter / WAGNER, Monika: Bildungsreise und Reisebild. Einführende Bemerkungen zum Verhältnis von Reisen und Sehen. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 10.

⁵²⁷ Vgl. ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964, S. 196.

⁵²⁸ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 87 & 89.

⁵²⁹ Vgl. URL: <http://www.baedeker.com>, (14. August 2016); <http://www.dumontreise.de/reisefuehrer/index.html>, (14. August 2016); <http://www.merian.de>, (14. August 2016); <https://www.polyglott.de/texte/ueberuns>, (14. August 2016).

⁵³⁰ Vgl. Thomas-Morus-Akademie (Hg.): Wegweiser in die Fremde? Reiseführer, Reiseratgeber, Reisezeitschriften (=Bensberger Protokolle, Bd. 57). Bensberg 1990.

⁵³¹ Vgl. WANG, Zhiqiang: Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 46.

will, findet Ideen auf der Seite „Lust auf...“ und wer auch mal lachen möchte, sollte die Kuriositäten am Ende des Buchs nicht verpassen. (...) Das neue Kapitel „Erleben und Genießen“ wartet mit fundierten Tipps für einen abwechslungsreichen Urlaub auf und sorgt für unbeschwerten Reisespaß.⁵³²

Daraus lässt sich erkennen, dass es beim heutigen Reisen schon längst nicht mehr bloß um die eigene Vervollkommenung durch Bildung in der Tradition des enzyklopädischen, polyhistorischen Bildungsideals der Aufklärung geht.⁵³³ Zwar war auch die bürgerliche Reise früherer Jahrhunderte nicht nur von der Erkenntnis der Fremde nach „goetheanischer Observanz“⁵³⁴ geleitet, sondern durchaus auch von Phantasien, Projektionen und Wünschen sowie von sinnlicher Erfahrung fiktiver Räume.⁵³⁵ Dennoch hat sich hier im Vergleich zu früheren Zeiten Entscheidendes verändert. Über das heutige Reisen wird gesprochen, geschrieben, gelesen – kurz: umfassend kommuniziert. „Dabei hat sich eine Semantik entwickelt, die ein ganzes Arsenal von Interpretationen, Vorstellungen, Wertungen über die Reise zur Verfügung stellt: Urlaub, Freizeit, Erfüllung, Traum, Sonne, Paradies, Meer, Berge, Freiheit, Beweglichkeit, Neues, Abenteuer, Entspannung, Begegnung ...“⁵³⁶ Bausinger spricht im Zusammenhang mit dieser Vielfalt, die für ihn ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal zu früheren Formen des Reisens darstellt, auch von der „Grenzenlosigkeit“ des heutigen Tourismus. Grenzenlos deswegen, weil einerseits keine noch so große räumliche Distanz unüberwindbar scheint und andererseits die früher sehr deutlich gezogenen sozialen Markierungen immer stärker verwischen oder gar übersprungen werden.⁵³⁷ Doch je mehr Menschen unterschiedlicher sozialer Milieus zu verreisen begannen, desto stärker wurde das Reisen zur

⁵³² URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (14. August 2016).

⁵³³ Vgl. LAUTERBACH, Burkhardt: Tourismus. Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft (=Kulturtransfer. Alltagskulturelle Beiträge, Bd. 3). Würzburg 2006, S. 68; Vgl. MEIER, Albert: Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 297.

⁵³⁴ MEIER, Albert: Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 299.

⁵³⁵ Vgl. HENNIG, Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main / Leipzig 1997, S. 55 & 58.

⁵³⁶ DEGGAU, Hans-Georg: Zur Semantik der Reise. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Warum reisen?, Bd. 1). Köln 1997, S. 54.

⁵³⁷ Vgl. BAUSINGER, Hermann: Grenzenlos... Ein Blick auf den modernen Tourismus. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 344f.

Prestigefrage erhoben.⁵³⁸ Auch diese Entwicklung stellt – wie das Kapitel zu den historischen Vorläufern des Reisens in dieser Arbeit zeigte – zwar kein Novum des heutigen Tourismus dar. Dennoch lässt sich auch hier eine neue Qualität beobachten. Denn mit der Pluralisierung der Lebensstile wird es für immer mehr Menschen wichtiger das richtige Reiseziel auszuwählen.⁵³⁹ Reiseführer sind dabei insofern von Bedeutung, da sie nicht nur als objektiv scheinende Sach- und Ratgeberbücher mit mehr oder weniger hohem Gebrauchswert wahrgenommen werden, sondern zugleich immer auch Anhängsel einer Industrie sind, die neben Dienstleistungen unterschiedliche und für jeden Geschmack passende imaginäre oder ideelle Werte verspricht – angefangen von der Freiheit von Zwängen und Langweiligkeiten des Alltags über neue Selbsterfahrungsmöglichkeiten, Erlebnis und Abenteuer bis hin zu Bildung, Erholung und Seelentherapie.⁵⁴⁰ Die Konstruktion des Erfahrungsraums „Urlaub“ passiert dabei neben der tatsächlichen Einwirkung auf die äußere Welt – angefangen bei pseudo-folkloristischen Events bis hin zu durchgeplanten Erlebnisparks à la Disneyworld – besonders auch durch die selektive Wahrnehmung bei den Reisenden selbst.⁵⁴¹ Und hier kam und kommt den Reiseführern eine besondere Rolle zu. Schließlich beinhalten sie nicht nur organisatorische und technische Hinweise für Reise und Unterkunft, sondern strukturieren zugleich auch immer die Reiseerfahrung ihrer Benutzer weitgehend vor.⁵⁴² Und was sie aus einem Gemisch von Vorwissen, Meinungen, Wertungen, standardisierten Bildern, Zeichenelementen und Symbolen vorselektionieren, bestimmt dabei stets immer auch Teile der touristischen Orientierung, z.B. auf der klassischen Sightseeing-Tour.⁵⁴³ Ähnlich wie die Schaffung von künstlichen Urlaubswelten begünstigen sie dabei die Entstehung spezifisch touristischer Erfahrungsräume, die sowohl von der Fremde als auch vom eigenen Alltag scharf

⁵³⁸ Vgl. JOST, Herbert: Selbst-Verwirklichung und Seelensuche. Zur Bedeutung des Reiseberichts im Zeitalter des Massentourismus. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 501.

⁵³⁹ Vgl. ebd., S. 501.

⁵⁴⁰ Vgl. HÄLKER, Maria Anna: Reiseführer im Spannungsfeld von Kulturvermittlung und „Dienstleistung“. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999). Mainz / München 1999, S. 82.

⁵⁴¹ Vgl. HENNIG, Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main / Leipzig 1997, S. 55.

⁵⁴² Vgl. PRAHL Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979, S. 158.

⁵⁴³ Vgl. GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 165.

getrennt sein wollen.⁵⁴⁴ Diese imaginären Räume werden v.a. dadurch erfahrbar gemacht, indem Reiseführer das darin Sehenswerte in einen eigenen künstlich präparierten Ordnungs- und Orientierungszusammenhang stellen, wo sie aufgewertet, stilisiert und häufig sakralisiert werden und dadurch erst ihre besondere Zeichen- bzw. Symbolhaftigkeit erhalten.⁵⁴⁵ Trotz dieser Inszenierung in Reiseführern darf dies nicht dazu verleiten, Touristen pauschal einen Mangel an realistischer Wahrnehmung der Fremde zu unterstellen. Durch die immanente Handlungsabfolge von Wahrnehmung, Orientierung und Aneignung geht die fremde Wirklichkeit in unterschiedlichem Maße immer auch in die individuelle touristische Erfahrung ein.⁵⁴⁶ Und zum Teil wird dieser Versuch einer realistischeren Sichtweise auch von den Reiseführern selbst verstärkt. Hierbei erwiesen sich vor allem die sogenannten alternativen Reiseführer seit den 1970er-Jahren als Vorreiter einer neuen Betrachtungsweise: Im Zuge des kulturellen Wandels nach 1968 begann sich das sogenannte links-alternative Milieu verstärkt auch für die gesellschaftspolitischen Zusammenhänge in den bereisten Urlaubsländer zu interessieren. Im Mittelpunkt stand dabei einmal mehr Italien, das zur Projektionsfläche linker Träume wurde. Mit Bewunderung blickte hier vor allem die in sich zerrissene deutsche Linke auf die italienischen Genossen, die mit ihrer organisatorischen Stärke, ihrer wachsenden Medienpräsenz, ihren einflussreichen Gewerkschaften, ihrer Macht an den Universitäten sowie ihrer stetigen Zunahme vorexerzierte, wie der dritte Weg zwischen kapitalistischer Markt- und kommunistischer Planwirtschaft aussehen könnte. Die Bewunderung für diese Entwicklung entlud sich dabei auch in zahlreichen, zumeist kurzlebigen Werken, die ebenso die dahinterstehende politische, sozialwissenschaftliche und ökonomische Dimension zu beleuchten versuchten.⁵⁴⁷ Davon betroffen war auch die Textsorte Reiseführer, wo sich das linke Unbehagen v.a. an einer rigiden, auf Kunst und Geschichte beschränkten

⁵⁴⁴ Vgl. HENNIG; Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main / Leipzig 1997, S. 55.

⁵⁴⁵ Vgl. GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 174.

⁵⁴⁶ Vgl. HENNIG; Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main / Leipzig 1997, S. 56; GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 177.

⁵⁴⁷ Vgl. PETERSEN, Jens: Das deutschsprachige Italienbild nach 1945. In: Quellen und Forschungen. Aus italienischen Archiven und Bibliotheken 76 (1996), S. 467f.

Blicklenkung entlud.⁵⁴⁸ Tatsächlich orientierten sich deutschsprachige Reiseführer auch nach 1945 lange Zeit an einer als konservativ zu nennenden Reisebuchstruktur Baedeker'scher Prägung, die sich allzu einseitig den Kunstgegenständen und bauhistorischen Sehenswürdigkeiten zuwandte.⁵⁴⁹ So begann etwa das Vorwort zu einem Italien-Reiseführer aus dem Jahre 1958 wie folgt:

Italien besitzt nicht nur die bezauberndsten Landschaften Europas, es verfügt auch – wie kein anderes Land der Welt – auf verhältnismässig [sic!] engem Raum über eine ungeheure Fülle von Kunstdenkmälern. Dies klingt ohne Zweifel übertrieben, aber es ist tatsächlich so: fast in jedem Ort begegnen dem Reisenden noble und schöngeformte Dinge, die ihn über die Jahrhunderte hinweg anrufen, bewegen und entzücken.⁵⁵⁰

Daraus lässt sich nicht nur ein Hang zur Überbetonung von kunstgeschichtlichen Sehenswürdigkeiten erkennen. Deutlich kommt hier auch eine Romantisierung des Schönen, wie sie zur Zeit von Goethes Italienreise vorherrschte, zum Vorschein. Eine solche Darstellungsweise wurde allerdings vom linken Milieu zunehmend abgelehnt, weil – wie Kammerer/Krippendorff in der Vorbemerkung ihres alternativen „Reisebuch Italien“ auch schreiben – der einstige Bildungszusammenhang nicht mehr bestünde und daher die konservativen Reiseführer im Baedeker'schen Stile eigentlich nur mehr „eine große Langeweile“ verbreiten würden:

Zwar absolvieren wir unser Pflichtpensum an zu besichtigenden Sehenswürdigkeiten mit dem jeweiligen Führer in der Hand, finden auch vieles wirklich schön, aber unbefriedigend bleibt's letztlich doch – vor allem für diejenigen, die mehr und anderes wissen und lernen möchten, wenn sie zum Urlaub ins Ausland fahren.⁵⁵¹

Kammerer/Krippendorff waren daher bestrebt, ihre Reiseerfahrungen mit einer neuen „sinnlichen Wahrnehmbarkeit“ – ein Schlüsselbegriff ihres Buches – zu verknüpfen. Damit meinten sie den Versuch, „die Objekte selbst ‚zum Sprechen‘ zu bringen, indem an ihnen auch die geschichtlichen, politischen und ökonomischen

⁵⁴⁸ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 242.

⁵⁴⁹ Vgl. WANG, Zhiqiang: Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 46.

⁵⁵⁰ EDSCHMID, Kasimir: Ewiges Italien. Vorwort zu Nagels Reiseführer Italien. Genf et al. 1958, S. V.

⁵⁵¹ KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten. Berlin 1979, S. 7.

Zusammenhänge „mit leichter Hand“ zu vermitteln wären.⁵⁵² Diese bei der Gestaltung von Reiseführern bis dahin nicht praktizierte Herangehensweise entfaltete nach Jens Petersen gar eine Epoche machende Wirkung. Es folgte eine ganze Serie von „alternativen“ Reiseführern, die den Blick auf politisch-ökonomische Zusammenhänge zu lenken versuchte.⁵⁵³ So riefen diese Reiseführer denn auch bereits in ihren Reihen-Titeln zum „Anders Reisen“ (Rowohlt-Verlag), „Richtig Reisen“ (DuMont) oder „Besser Reisen“ (Merian) auf.⁵⁵⁴ Das „bessere“, „andere“ Reisen zeigte sich beim „Reisebuch Italien“ etwa darin, dass bei den touristischen Streifzügen beispielsweise durch Turin, Venedig, Florenz und Rom sowie deren Umgebungen immer wieder Versuche der Sensibilisierung bei der Bewertung von politischen, ökonomischen und ökologischen Entwicklungen der jeweiligen Regionen unternommen werden. So heißt es etwa in Bezug auf eine als Ausflugsziel gepriesene Flusslandschaft nahe Venedigs: „Der vom Po mitgeführte Schmutz war ein Grund für die späte Erschließung dieser Gegend; andere Gründe waren die ungeheure Armut der Fischer und Bauern und das Fehlen spektakulärer Naturschönheiten und Kunstdenkmäler.“⁵⁵⁵

Daneben wird dem „Reisebuch Italien“ auch dahingehend Vorbildwirkung für nachfolgende ähnliche Reiseführer zugesprochen als es auch die Darstellung der mediterranen Küche – nach Richter ebenso Teil der linkspolitischen Utopie vom besseren Leben im Süden⁵⁵⁶ – in einen neuen Kontext stellte. Ähnlich wie sich die italienische Variante des Marxismus als stets heroisch geführter Klassenkampf des einfachen Arbeiters als roter Faden durch das Buch zieht, stellen Kammerer/ Krippendorff in vergleichbarer Weise auch immer wieder Querverweise zur regionalen italienischen Küche her. So beschreiben sie die toskanische Küche als „in

⁵⁵² Vgl. KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten. Berlin 1979, 7f.

⁵⁵³ Vgl. PETERSEN, Jens: Das deutschsprachige Italienbild nach 1945. In: Quellen und Forschungen. Aus italienischen Archiven und Bibliotheken 76 (1996), S. 470; KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergesellschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 39.

⁵⁵⁴ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der Niedergang des Baedekers. Reiseführer in „Wirtschaftswunder“ und „Erlebnisgesellschaft“. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Tourismusgeschichte(n), Bd. 8). München 2009, S. 114.

⁵⁵⁵ KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten. Berlin 1979, S. 41.

⁵⁵⁶ Vgl. RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 27.

besonderem Maße einfach“, weil deren „Pasta-Gerichte, wenn sie genuin sind, ohne ‚schwere‘ Soßen“ auskämen.⁵⁵⁷

Doch egal, ob traditionelle oder alternative Reiseführer: Allen gemeinsam ist, dass die in ihnen beschriebenen Gegenwelten heute nur mehr bedingt etwas mit fremden, unbekannten Räumen als Gegenentwurf zum eigenen Leben zu tun haben. Denn längst haben wir bereits in unserem Alltag gelernt zwischen verschiedenen – früher vielleicht tatsächlich exotisch anmutenden – Welten zu „switchen“. ⁵⁵⁸ So kann es vorkommen, dass wir in der Früh statt zur Semmel auch mal zum Bio-Müsli aus der Region greifen, um es mit einem Ayran-Joghurt aus dem türkischen Supermarkt zu mischen und mit südamerikanischen Fairtrade-Bananen von Hofer, Lidl oder Penny zu verfeinern. Die Möglichkeit, Nahrungsmittel aus anderen Kulturen zu kombinieren, scheint somit heute im wahrsten Sinn des Wortes – wie Köstlin in Anlehnung an Bausinger konstatiert⁵⁵⁹ – „grenzenlos“ geworden zu sein.⁵⁶⁰ Ehemals als „fremd“ empfundenes Essen gehört längst zu einer neuen modernen Exotik, die allerhöchstens noch mit den Anmutung des Fremden spielt.⁵⁶¹ Im Bereich des Tourismus kommt bei diesem Spiel den Reiseführern eine besondere Bedeutung zu. Denn nach Bazon Brock sind die Objekte unserer Welt nichts aus sich heraus, sondern gewinnen erst durch die Art und Weise wie sie von Menschen gesehen und verwendet werden an Bedeutung.⁵⁶² Reiseführer fungieren in diesem

⁵⁵⁷ Vgl. KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten. Berlin 1979, S. 66.

⁵⁵⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUF, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 9ff.

⁵⁵⁹ Vgl. BAUSINGER, Hermann: Grenzenlos... Ein Blick auf den modernen Tourismus. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 343-353.

⁵⁶⁰ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUF, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 11.

⁵⁶¹ Vgl. GYR, Ueli / UNTERWEGGER, Gisela: Chinesisch Essen. Zwischen urbaner Weltküche und vertrauter Exotik. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 329; KÖSTLIN, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. Anmerkungen zur Rede von der Einverleibung des Fremden. In: MÜLLER, Siegfried / OTTO, Hans-Uwe / OTTO, Ulrich (Hg.): Fremde und Andere in Deutschland. Nachdenken über das Einverleiben, Einebnen, Ausgrenzen. Opladen 1995, S. 221.

⁵⁶² Vgl. BROCK, Bazon: Der Stil der Stillosigkeit – ein zeitgemäßer Manierismus mit kleinem Anlauf zur systematischen Betrachtung. In: BROCK, Bazon / RECK, Hans Ulrich (Hg.): Stilwandel als Kulturtechnik, Kampfprinzip, Lebensform oder Systemstrategie in Werbung, Design, Architektur, Mode. Berlin 1986, S. 56.

Zusammenhang als „Marker“⁵⁶³, die aus der großen Menge an Möglichkeiten Ausschnitte der fremden Wirklichkeit präsentieren.⁵⁶⁴ Ihr verengter touristischer Blick unterliegt dabei einerseits den Gesetzen der Tourismusökonomie, andererseits orientiert er sich aber auch an den etablierten Tourismustraditionen, Sehweisen und Standardvergnügungen.⁵⁶⁵ Das zumeist übliche Repertoire an Sehenswürdigkeiten umfasst hierbei nach Gyr

historische Monumente und Schauplätze, Kunstwerke und Museumsschätze, Naturschauspiele und Landschaftswunder, zoologische und botanische Gärten, Märkte, Park-, Hafen- und Verkehrsanlagen, eindruckliche Verkehrsmittel und Streckenabschnitte, öffentliche Plätze, Brücken und Tunnelbauten, Stadtviertel, Einkaufsstrassen [sic!], Prominentenviertel und Armutsbezirke sowie Menschen und Menschengruppen (...).⁵⁶⁶

In Ergänzung dazu ist freilich auch noch der stark symbolisch aufgeladene Bereich des Essens und Trinkens zu nennen, wo – in Bezug auf Reiseführer – regelmäßig nicht nur auf als „typisch“ erachtete Speisen, sondern ebenso auf eine Vielzahl an Restaurants, „die man besucht haben muss“, verwiesen wird. Indem sowohl der Bereich des Essens als auch das übrige genannte Repertoire zumindest teilweise von Reiseführern zum Thema gemacht und durch die Auswahl, Beschreibung und Anordnung in einen künstlich geschaffenen Ordnungszusammenhang gestellt wird, erhalten die darin präsentierten Sehenswürdigkeiten jene Relevanz, um als Symbol des Typischen erkannt zu werden. Diese spezifische Präsentation ist es, die – zusammen mit bereits vorhandenen Informationen und Bildern – das touristische Erkennen und Nachvollziehen erst ermöglicht.⁵⁶⁷ Die so vorgestellte Fremde wird in den Reiseführern dabei allerdings nicht bloß beschrieben, sondern, wie Hermann Schlösser in seiner Untersuchung von exemplarisch ausgewählten Stadtführern aus

⁵⁶³ Vgl. FUCHS, Anne: Der touristische Blick: Elias Canetti in Marrakesch. Ansätze zu einer Semiotik des Tourismus. In: FUCHS, Anne / HARDEN, Theo: Reisen im Diskurs. Modelle der literarischen Fremderfahrung von den Pilgerberichten bis zur Postmoderne. Tagungsakten des internationalen Symposiums zur Reiseliteratur University College Dublin vom 10.-12. März 1994 (=Neue Bremer Beiträge, Bd. 8), S. 8.

⁵⁶⁴ Vgl. MUNDT, Jörn W.: Einführung in den Tourismus. München / Wien 1998, S. 173f.

⁵⁶⁵ Vgl. GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 175.

⁵⁶⁶ Ebd., S. 175.

⁵⁶⁷ Vgl. ebd., S. 174.

den 1980-Jahren nachwies, „durch ästhetisierende Operationen hochgesteigert.“⁵⁶⁸ Dies würde durch eine Mischung aus inszenierter Atmosphäre und inszenierten Informationen geschehen. „Er [der Reiseführer] versieht die Reisenden mit schönen Bildern und zeigt ihm die Wege, auf denen er diese Bilder ‚live‘ erreicht. Somit markiert der Führer Knotenpunkte im Beziehungsgeflecht bereisbarer Räume (...).“⁵⁶⁹ Trotz dieses vom Standpunkt der Inszenierung für Schlösser gelungenen „Infotainments“, kommt der Autor dennoch zu einem ernüchternden Resümee: „Man kann falsche Sach- und schiefe Werturteile finden, moralische Maximen einklagen, konfuse Mythologisierungen und triviale Verallgemeinerungen feststellen.“⁵⁷⁰

Um auch in dieser Arbeit den Fehler der Verallgemeinerung zu vermeiden, ist Schlössers Befund mit Vorsicht zu genießen, da er – ebenso wie die von ihm untersuchten Reiseführer – lediglich auf einem Ausschnitt beruht. Dennoch lässt sich nicht bestreiten, dass die von ihm analysierten Gestaltungselemente für Reiseführer modernen Typs zumindest teilweise sehr wohl konstituierend sind. Schließlich sind Reiseziele nicht einfach da, sondern müssen aus der Fülle des Vorhandenen erst hergestellt werden. In dieser Situation tragen Reiseführer durch ihre Empfehlungen und Tipps wesentlich dazu bei, die in ihnen angeführten Orte und Landschaften als sehenswert wahrzunehmen.⁵⁷¹ Da Reiseführer allerdings keine Texte unendlichen Inhalts sind, helfen sie sich – neben Sternchen- und anderen Bewertungssystemen – auch mit einem „eher überschaubaren Spektrum an attributiven Adjektiven aus, um unterschiedliche Bewertungen zum Ausdruck bringen zu können.“⁵⁷² So heißt es etwa in einem Dorling-Kindersley-Reiseführer über Griechenland und seine Tavernen, dass das „traditionelle griechische Restaurant (...) einer der schönsten Orte der Welt [ist], um zu essen.“⁵⁷³ Reiseführer vermitteln somit Urteile über erlebte und zu erlebende Umwelt und zeigen auf diese Weise ihren Benutzern Orte an, die

⁵⁶⁸ SCHLÖSSER, Hermann: Bequem sei der Weg und lockend das Ziel. Die Städte in den Reiseführern. In: SCHERPE, Klaus R. (Hg.): Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne. Hamburg 1988, S. 244.

⁵⁶⁹ Ebd., S. 245.

⁵⁷⁰ Ebd., S. 258.

⁵⁷¹ Vgl. ebd., S. 246f.

⁵⁷² LAUTERBACH, Burkhard: Tourismus. Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft (=Kulturtransfer. Alltagskulturelle Beiträge, Bd. 3). Würzburg 2006, S. 76.

⁵⁷³ Dorling Kindersley Club-Reiseführer Griechische Inseln. München 1998, S. 312.

eine Reise wert sind.⁵⁷⁴ Wie stark diese Attribuierung ausgeprägt ist, mag damit zusammenhängen um welche Art von Reiseführer es sich handelt und welches Kulturkonzept dabei einfließt. Wang unterscheidet hier etwa zwischen einem vergangenheitsorientierten und einem gegenwartsbezogenen Kulturkonzept. Während für ihn Reiseführer mit ersterer Ausrichtung – dazu zählt er beispielsweise Baedeker, Polyglott und DuMont – ihren Blick eher auf kulturelle Errungenschaften der Vergangenheit legen, liegt der Fokus bei gegenwartsbezogenen Reiseführern – darunter würden etwa die diversen „anders“- , „richtig“- oder „besser-reisen“-Reihen fallen – mehrheitlich auf gegenwärtigen Alltags- und Kulturdarstellungen.⁵⁷⁵

Eine weitere Differenzierung in der Art und Weise der Kulturvermittlung und ihrer Bewertung hängt nach Wang auch von der epistemischen Haltung der Reisebuchverfasser zum jeweiligen Betrachtungsobjekt ab.⁵⁷⁶ Denn das Fremde ist immer auch das aufgefasste Andere.⁵⁷⁷ Der Prozess des Fremdverstehens kann dabei als Interpretament gedeutet werden, da die eigenkulturellen Kategorien und Werte, Kulturmuster und Kulturnormen sowie Werteskalen im Sinne von kulturellen und sozialen Leitbildern und Wertvorstellungen auch als Parameter und Rahmen des Fremdverstehens stets miteinfließen. Doch auch hier gilt es nochmals zu differenzieren, da neben positionsbeladenen Haltungen zum Fremden und zur Fremdkultur durchaus auch neutralere Standpunkte zum Tragen kommen können – nämlich dann, wenn es gelingt das Eigene auszuschalten, um so die Alterität an sich zu erschließen, also die andere Kultur im Rahmen ihres eigenen Wertesystems zu beurteilen.⁵⁷⁸ Dies erfordere nach Klaus Dieter Wolff jedoch Vertrautheit mit fremden

⁵⁷⁴ Vgl. LAUTERBACH, Burkhardt: *Tourismus. Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft* (=Kulturtransfer. Alltagskulturelle Beiträge, Bd. 3). Würzburg 2006, S. 77; SCHLÖSSER, Hermann: *Bequem sei der Weg und lockend das Ziel. Die Städte in den Reiseführern*. In: SCHERPE, Klaus R. (Hg.): *Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*. Hamburg 1988, S. 247.

⁵⁷⁵ Wang betont in diesem Zusammenhang, dass es sich bei dieser Differenzierung freilich um keine strikte Trennung, sondern vielmehr um eine Unterscheidung nach Gewichtung handelt – das eine Kulturkonzept würde sich demnach in Teilen immer auch im anderen Kulturkonzept wiederfinden. Vgl. WANG, Zhiqiang: *Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer* (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 68.

⁵⁷⁶ Vgl. ebd., S. 69.

⁵⁷⁷ Vgl. WANG, Zhiqiang: *Reiseführer und Reiseführerforschung*. In WIERLACHER, Alois / BOGNER, Andrea: *Handbuch interkulturelle Germanistik*. Stuttgart / Weimar 2003, S. 581-587, hier: S. 584.

⁵⁷⁸ Vgl. WANG, Zhiqiang: *Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer* (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999), S. 71.

Kulturen, Einfühlungsvermögen und Verständnis für andersgeartete Verhaltensweisen und Mentalitäten. Erst diese – wie es Wolff nennt – „Information des Herzens“ bildet eine hinreichende Bedingung, um die eigenen Denk- und Handlungsmuster selbstkritisch zu hinterfragen und so einen unvoreingenommen Vergleich mit fremden Kulturen, Mentalitäten und Verhaltensweisen vornehmen zu können.⁵⁷⁹

Um nun mit Blick auf die hier zugrunde gelegten Forschungsfragen ebenfalls unvoreingenommen analysieren zu können, wie die Kulturvermittlung von Küchen und ihren Speisen in verschiedenen Reiseführern aussieht, ob sie diesbezüglich tatsächlich einen objektiven Wegweiser in die Fremde darstellen oder – wie Wetzel konstatiert – bloß „Vor-Urteile“⁵⁸⁰ produzieren oder fortschreiben, werden im folgenden Kapitel die für die empirische Untersuchung notwendigen Untersuchungskriterien vorgestellt.

5.3 Kategorien zur Analyse von Essdiskursen in Reiseführern

Die bisherigen Ausführungen sollten deutlich gemacht haben, dass Essen zwar schon immer mehr bedeutete als das bloße Stillen von Hunger, aber heute mehr denn je mit der eigenen Lebensführung bzw. dem individuellen „Lifestyle“ verbunden wird⁵⁸¹. Ebenso sollte erkennbar geworden sein, dass das „soziale Totalphänomen“ des Essens nicht nur in der intrakulturellen, sondern auch in der interkulturellen Kommunikation eine besondere Rolle spielt, wo es zu den konstitutiven Faktoren aller Fremderfahrung gehört. Somit darf es auch kaum überraschen, dass diesem

⁵⁷⁹ Vgl. WOLFF, Klaus Dieter: Zur Bedeutung von Kulturwissen. In: WIERLACHER, Alois (Hg.): Kulturthema Fremdheit. Leitbegriffe und Problemfelder kulturwissenschaftlicher Fremdeitsforschung (=Kulturthemen. Beiträge zur Kulturthemenforschung interkultureller Germanistik. Bd 1). München 2001², S. 563f.

⁵⁸⁰ Für Wetzel vermitteln gerade jene Reiseführer, die vorgeben auch in weniger sichtbare Kulturleistungen bzw. historische und soziale Entwicklungen einführen zu wollen, ebenfalls oft nur vorfabrizierte und selektive Bilder des portraitierten Landes. Diese Bilder seien geprägt von „Vor-Urteilen“, da sie nur das als „interessant“ und beachtenswert erscheinen lassen, was sich in das eigene Weltbild eingliedern lässt. Vgl. WETZEL, Hermann H.: Von Riedesel zu DuMont. Das Bild Siziliens in den deutschen Reiseführern. In: POPP, Herbert (Hg.): Das Bild der Mittelmeerländer in der Reiseführer-Literatur. Eine Vortragsreihe im Sommersemester 1993 (=Passauer Mittelmeerstudien, Heft 5). Passau 1994, S. 72.

⁵⁸¹ Vgl. WIERLACHER, Alois: Einleitung: Zur Begründung einer interdisziplinären Kulturwissenschaft des Essens. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1), Berlin 1993, S. 3.

kulturellen Akt ebenso in Reiseführern (mal mehr, mal weniger) Aufmerksamkeit geschenkt wurde und wird.⁵⁸² Reiseführer können aber Wirkungen entfalten, die weit über eine bloße praktische Orientierungsfunktion hinausgehen. So haben sie nach Klaus-Peter Klein auch eine steuernde, erklärende und deutende Beeinflussung auf Reiseerlebnisse und festigen damit zugleich immer auch bestimmte Wirklichkeitsmodelle und Wertvorstellungen.⁵⁸³ In Bezug auf den vorliegenden Themengegenstand ist es somit erforderlich, Kategorien zu finden, mit deren Hilfe diese Komplexität analysiert und unter dem Aspekt der eingangs formulierten Forschungsfragen nachvollziehbar gemacht werden kann. Nach einer ersten kritischen Durchsicht der für die Empirie in Frage kommenden Materialien scheinen dabei folgende Untersuchungskategorien bzw. -kriterien zielführend zu sein:⁵⁸⁴

5.3.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer

Hier geht es zunächst darum zu ermitteln, was die Autoren und Verlage selbst über den Gebrauchszweck ihrer Reiseführer sagen. Eine zentrale Frage lautet dabei, welche Ansprüche die Bücher für Touristen erkennen lassen.⁵⁸⁵ Denn dies kann mitunter hilfreiche Aufschlüsse bei der weiteren Analyse bzw. beim Vergleich von fremden Küchen und ihren Speisen geben.

5.3.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils

Reiseführer können als Anleitung zum Umgang mit Symbolen interpretiert werden.⁵⁸⁶ Ihre Bedeutung als Übersetzungshilfe lässt sich vor allem daran erkennen, dass die in ihnen vermittelten Texte ein Grundwissen über die jeweils andere Kultur vermitteln

⁵⁸² Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 498f.

⁵⁸³ Vgl. KLEIN, Klaus-Peter: Reiseführer. Gebrauchsliteratur für unterwegs und zuhause. In: Der Deutschunterricht 37 (1985), S. 18.

⁵⁸⁴ Die folgende Gliederung orientiert sich an der Kategorisierung nach KLEIN „Reiseführer“ (1985), S. 20ff; GORSEMANN „Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung“ (1995), S. 117ff sowie MUNDT „Einführung in den Tourismus“ (1998), S. 178ff.

⁵⁸⁵ Vgl. GORSEMANN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 118.

⁵⁸⁶ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der Niedergang des Baedekers. Reiseführer in „Wirtschaftswunder“ und „Erlebnisgesellschaft“. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Tourismusgeschichte(n), Bd. 8). München 2009, S. 110.

oder auf der Ebene der Wörtlichkeit des Textes gar konkrete Ausschnitte der fremden Gesamtkultur im Sinne eines soziokulturellen Aufrisses darstellen können.⁵⁸⁷ Für Gyr bleiben die in ihnen präsentierten Symbole jedoch stets künstlich „präparierte Sinnzeichen“, die dem Durchschnittstouristen nur ein einfaches und sehr reduziertes Verhältnis zur natürlichen, historischen, gesellschaftlichen und kulturellen Wirklichkeit vermitteln.⁵⁸⁸ Die Stilmittel und Strategien, mit deren Hilfe diese Wirklichkeitsrepräsentationen in intersubjektiv nachvollziehbare Strukturen überführt werden, können dabei in Reiseführern auf zwei unterschiedlichen Ebenen zum Tragen kommen: Einerseits auf der Makroebene ihres formalen Aufbaus und andererseits auf der Mikroebene der verbalen und visuellen Textgestaltung.

Im Hinblick auf die genannte Makroebene lassen sich möglicherweise bereits hier erste Hinweise darauf finden, was aus der kulturellen Wirklichkeit ausgeblendet, reduziert oder ausgeklammert wurde bzw. noch immer wird. Für die Analyse der Darstellung fremder Küchen bedeutet das konkret aufzuzeigen, wo das jeweilige Kapitel über landesübliche Speisen im Reiseführer verortet ist, wie sein struktureller Aufbau aussieht und wie viel Platz es im Vergleich zu den übrigen Kapiteln einnimmt.

Eine Stufe darunter, auf der Mikroebene der jeweiligen Inhalte, gilt es dann herauszufinden, welche Verbalisierungsmethoden und bildgestalterischen Elemente bei der Präsentation der verschiedenen Landesküchen einfließen und welche Interdependenzen zwischen ihnen bestehen. Dazu werden zunächst die verbal-textlichen Beschreibungen der jeweiligen Urlaubsküche in ihrer Ausdrucksweise analysiert und in Beziehung zu den abgebildeten Speisenfotos gesetzt.⁵⁸⁹ Die anschließende Bildanalyse verfolgt – in Anlehnung an die Modelle von Clifford Geertz und Ulrich Hägele – eine möglichst dichte Beschreibung der in den Reiseführern enthaltenen visuellen Speisendarstellungen sowie eine daran

⁵⁸⁷ Vgl. WANG, Zhiqiang: Reiseführer und Reiseführerforschung. In WIERLACHER, Alois / BOGNER, Andrea: Handbuch interkulturelle Germanistik. Stuttgart / Weimar 2003, S. 584.

⁵⁸⁸ Vgl. GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 179; KLEIN, Klaus-Peter: Reiseführer. Gebrauchsliteratur für unterwegs und zuhause. In: Der Deutschunterricht 37 (1985), S. 21.

⁵⁸⁹ Vgl. HÄGELE, Ulrich: Visual Folklore. Zur Rezeption und Methodik der Fotografie in der Volkskunde. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007², S. 333.

anschließende stufenweise Kontextualisierung.⁵⁹⁰ Dies soll dabei stets unter besonderer Berücksichtigung der von Matter und Gyr geprägten Begriffe „Nahrungsfolklorismus“ bzw. „kulinarischen Folklore“ geschehen, da auch sie immer öfter als Aushängeschild im Tourismus zu finden sind.⁵⁹¹

5.3.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer

Unabhängig davon, ob sich Reiseführer als „Wegweiser“, „Animateur“, „Organisator“ oder „Interpret“⁵⁹² verstehen, tendieren sie – wie schon mehrmals erwähnt – zur Vereinfachung, Reduzierung und Bewertung. Letzteres hat nach Klein aber nicht nur etwas mit dem jeweiligen Selbstverständnis des Reiseführer-Verlags zu tun, sondern auch mit der Vermittlung von Motivation zum und Sinnerfüllung beim Reisen sowie ebenso mit der Etablierung von Wirklichkeitsmodellen bei der Beschreibung z.B. von Menschen und ihren Speisen. Die dabei zugrunde gelegten Kriterien hängen dabei oftmals sowohl von den Erwartungen als auch dem Vorverständnis ab, die der Verfasser eines Reiseführers dem zu bewertenden Gegenstand entgegenbringt.⁵⁹³ So kann etwa Kasimir Edschmids Behauptung im letzten Band seiner 1957 erschienen Reisebuch-Trilogie über Italien, wonach man in Rom „kleine Portionen“

⁵⁹⁰ Vgl. HÄGELE, Ulrich: Visual Folklore. Zur Rezeption und Methodik der Fotografie in der Volkskunde. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007², S. 331ff; HARTINGER, Walter: Volkskundlicher Umgang mit Bildquellen. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007², S. 88.

⁵⁹¹ Während Max Matter vom „Nahrungsfolklorismus“ spricht, bevorzugt Ueli Gyr den Terminus „kulinarische Folklore“. Beide Begriffe meinen jedoch ein und dasselbe, nämlich die Zuschaustellung von Elementen einer tradierten einfachen und traditionellen sowie regionalen Kochkultur, die für die Moderne aufbereitet wurde und neben den bisherigen als Nationalgerichte firmierenden Speisen ebenso immer öfter zum Symbolkonsum im Tourismus gehören. Vgl. MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 24; GYR, Ueli: Währschafte Kost. Zur Kulinarisierung von Schweizer Spezialitäten im Gastrotrend. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 311.

⁵⁹² Vgl. STEINECKE, Albrecht: Der bundesdeutsche Reiseführer-Markt. Ein Überblick unter besonderer Berücksichtigung der Mallorca-Reiseführer. In: POPP, Herbert (Hg.): Das Bild der Mittelmeerländer in der Reiseführer-Literatur. Eine Vortragsreihe im Sommersemester 1993 (=Passauer Mittelmeerstudien, Heft 5). Passau 1994, S. 20f.

⁵⁹³ Vgl. KLEIN, Klaus-Peter: Reiseführer. Gebrauchsliteratur für unterwegs und zuhause. In: Der Deutschunterricht 37 (1985), S. 23f.

und obendrein auch „gar nicht raffiniert“⁵⁹⁴ isst, als Ausdruck eines uns heute als historisch bedingten „Vor-Urteils“ interpretiert werden.⁵⁹⁵

Wie stark auch heute noch in Reiseführern solch vorgefasste Meinungen in Bezug auf fremde Speisen auftreten, wie sie sich manifestieren und ob sie – wie dies etwa Wierlacher für die Darstellung von Speisen in Reiseführern aus den 1980er-Jahren nachgewiesen hat⁵⁹⁶ – nach wie vor einem „transkulturellen Sicherheitsnetz“ entspringen, soll daher unter dieser Kategorie geklärt werden.

5.3.4 Essensdarstellung im sozio-historischen Kontext

Die Art und Weise, wie in Reiseführern über die jeweilige Landesküche gesprochen wird, soll schließlich auch noch vor dem Hintergrund ihres sozio-historischen Kontextes analysiert werden. Denn als „Wegweiser“ in die Fremde ermöglichen Reiseführer ebenso Erkenntnisse über Fremdheitskonzepte ihrer Zeit.⁵⁹⁷ „Infolge ihrer pragmatischen Leserorientierung spiegeln die Texte Verstehensinteressen und Verstehensansprüche der jeweiligen Zeit, sie liefern mit ihren Erläuterungen fremder Länder Durchdrucke unterstellter leserkultureller Vorstellungen, Verstehenspositionen und Referenzrahmen empfohlener Verhaltensmuster in die Fremde.“⁵⁹⁸ Und da Reiseführer eben auf diese Weise auch Konstitutionen von Fremdheitsprofilen und Fremdheitsgraden über die Zeit hinweg erkennen lassen, sollten die in ihnen enthaltenen Essensdarstellungen ebenso Rückschlüsse auf die

⁵⁹⁴ Vgl. EDSCHMID, Kasimir: Italien. Rom und der Süden. Stuttgart 1957, S. 403.

⁵⁹⁵ Vgl. WETZEL, Hermann H.: Von Riedesel zu DuMont. Das Bild Siziliens in den deutschen Reiseführern. In: POPP, Herbert (Hg.): Das Bild der Mittelmeerländer in der Reiseführer-Literatur. Eine Vortragsreihe im Sommersemester 1993 (=Passauer Mittelmeerstudien, Heft 5). Passau 1994, S. 72; KLEIN, Klaus-Peter: Reiseführer. Gebrauchsliteratur für unterwegs und zuhause. In: Der Deutschunterricht 37 (1985), S. 24.

⁵⁹⁶ In seiner Untersuchung von Reiseführern nach 1980 griff Wierlacher „etwa dreißig Texte über europaferne, insbesondere fernöstliche Länder heraus (...)“. Dabei kam er zu dem Schluss, dass die in diesen Reiseführern geschilderten Fremdheitserfahrungen die kulturelle Alterität der Speisen und Essensordnungen jedoch kaum erhellte, sondern lediglich Anknüpfungspunkte an eigenkulturelle Esskonzepte lieferten. Seine Ergebnisse verstand er allerdings bloß „als erste Beobachtungen textübergreifender Tendenzen und Konventionen“ und nicht schon als „differenzierte Erläuterungen (...)“, die erklären oder interpretieren“. Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 500ff.

⁵⁹⁷ Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 501.

⁵⁹⁸ Ebd., S. 501.

Einschätzung der Rolle fremder Speisen im Kulturwandel, also vor dem Hintergrund sozio-historischer Veränderungen, ermöglichen.⁵⁹⁹

Damit sind die für den vorliegenden Forschungsgegenstand wichtigsten Untersuchungskategorien definiert. Ihre Bedeutung sehe ich vor allem darin, dass sie für den nun folgenden Vergleich unterschiedlicher Landesküchen die dafür notwendige empirisch überprüfbare Basis liefern. Weiters sollen mit ihrer Hilfe die hier hereinspielenden Darstellungspraktiken besser nachvollziehbar gemacht und vor dem Hintergrund der eingangs formulierten Forschungsfragen diskursanalytisch interpretiert werden.

6. Der empirische Vergleich von Speisen in Reiseführern

Reiseführer, so stellt es sich zumindest aus den bisherigen theoretischen Überlegungen dar, scheinen überaus lohnend für eine Kulturforschung des Essens zu sein, „die nicht nur die Handlungen des Essens, sondern auch das Reden von ihm als ein Kulturthema untersuchen will.“⁶⁰⁰ Umso mehr erstaunt es, dass es seit Wierlachers Analyse⁶⁰¹ keinerlei weiterführenden volkskundlichen Studien zur Kulturforschung des Essens in Reiseführern gegeben hat.

Mit der nun folgenden empirischen Untersuchung soll daher die Lücke an fehlenden Gegenwartsbefunden geschlossen werden. Dabei ist vorab zu betonen, dass – ähnlich wie bei Wierlacher – auch hier aufgrund der Größe des Samples kein repräsentativer Anspruch erhoben wird. Vielmehr geht es darum, anhand ausgewählter Reiseführer exemplarisch aufzuzeigen wie sich in Folge veränderter Essdiskurse das Bereden von fremden Speisen auch in ihnen gewandelt hat. Die Auswahl der hierfür als Untersuchungsobjekte herangezogenen Reiseführer orientiert sich dabei an den drei beliebtesten Urlaubsdestinationen der Österreicher. Das sind aktuell, wie in Kap. 1.3 bereits kurz erwähnt, in dieser Reihenfolge: Italien,

⁵⁹⁹ Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 501.

⁶⁰⁰ Ebd., S. 501.

⁶⁰¹ Vgl. Fußnote 596.

Kroatien und Deutschland.⁶⁰² Um den Wandel rund um das Bereden des Essens in Reiseführern zu diesen drei Destinationen noch stärker herausarbeiten zu können, werden die kulinarischen Repräsentationen des jeweiligen Landes aus einer aktuellen Reiseführer-Ausgabe mit jenen in einer früheren Ausgabe zu dem demselben Land verglichen. Zusätzlich fokussieren sämtliche für die Untersuchung ausgewählten Reiseführer auf eine bestimmte Region des jeweiligen Urlaubslandes. Dies geschieht aus der Fragestellung heraus, ob der dort auffindbare Regionalitätsaspekt ebenso den Rahmen eines moralisch argumentierten Zusammenhangs von Landschaft und Lebensmittelproduktion abgibt wie dies Köstlin für die heimische Küche konstatiert hat.⁶⁰³

In Bezug auf die Reisedestination *Italien* entschied sich der Autor für die Exemplifizierung anhand der Region Toskana. Diese mittelitalienische Landschaft wurde deswegen ausgewählt, weil sie nach Möhring als Paradebeispiel für die gelungene Schaffung einer regionalen Identität gilt.⁶⁰⁴ Weiters auch, weil sie nicht erst seit heute ein bevorzugtes Zielgebiet touristischer Gourmetreisen ist, sondern schon der „Toskana-Fraktion“ – darunter wurden Künstler und Intellektuelle der Neuen Linken seit den 1960er Jahren subsumiert – als Destination diente, um ihre Konsumpraktiken zu demonstrieren.⁶⁰⁵ Ebenso nahm diese Region in Kammerers/Krippendorffs stilprägendem „Reisebuch Italien“ einen breiten Raum ein, wo sie „als deutlich unterscheidbare Region mit spezifischer ökonomischer und kultureller Identität“ beschrieben wird.⁶⁰⁶ Diese herausragende Stellung sowie die stets wiederkehrende Beschreibung der toskanischen Küche als „in besonderem Maße einfach“⁶⁰⁷ und leicht, macht diese Gegend und ihre Speisen daher für den folgenden empirischen Vergleich besonders interessant. Dabei wird aber nicht auf das „Reisebuch Italien“ zurückgegriffen, da es hiervon keine aktuelle Neuauflage mehr gibt und somit auch keine gegenwartsbezogene Aussage möglich gewesen

⁶⁰² Vgl. „Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung von 1990 bis 2015“ unter URL: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/reisegewohnheiten/index.html; (12. Oktober 2016).

⁶⁰³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: *Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung* 80 (2010), S. 21.

⁶⁰⁴ Vgl. MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 292.

⁶⁰⁵ Vgl. ebd., S. 308.

⁶⁰⁶ Vgl. KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: *Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten*. Berlin 1979, S. 59.

⁶⁰⁷ Ebd., S. 66.

wäre. Stattdessen erfolgt hier ein Vergleich zweier Toskana-Ausgaben aus dem Michael-Müller-Verlag (MM-Verlag). Dieser gilt als einer der Pioniere bei der Etablierung von Individualreiseführern am deutschsprachigen Markt, dessen Engagement nach eigener Aussage auch schon mehrfach ausgezeichnet wurde.⁶⁰⁸ Aus diesen Gründen wird für die folgende empirische Untersuchung der erste Toskana-Guide des MM-Verlags (Erscheinungsjahr 1981) mit einem aus dem selben Hause stammenden Nachfolger aus dem Jahr 2014 verglichen.

Die Analyse der Darstellung von Landschaftsküchen in *Kroatien* soll am Beispiel verschiedener küstennaher Regionen erfolgen, da ihre Speisen bereits zur Zeit des ehemaligen Jugoslawiens einen ähnlichen exotischen Reiz ausübten wie die italienische Küche, aber bei Fragen des feinen Geschmacks im Bourdieu'schen Sinne dennoch zumeist in ihrem Schatten standen. Dies lässt sich als Folge mehrerer Entwicklungen deuten: Während Italien etwa bereits zur Zeit der klassischen Bildungsreise als homogener Kunst- und Kulturraum wahrgenommen wurde, galt nach Möhring der jugoslawische Teil des Balkans lange Zeit als Grenzregion zwischen Europa und dem Orient. Das wirkte sich auch auf die Interpretation ihrer Küche aus. Denn die Bedeutung wie auch die Grenzen dessen, was hierbei als Balkan und Orient figurierte, blieben zumeist im Unklaren. Dementsprechend nahm auch die sogenannte „Balkan-Küche“ eine eher periphere Stellung auf der kulinarischen Landkarte Europas ein.⁶⁰⁹ Obendrein wurde sie im westeuropäischen Diskurs oftmals bloß auf ihre üppigen Fleisch- bzw. Grillgerichte reduziert, was die Etablierung als eine auf „leichte“ Zutaten wie Gemüse beruhende „Feinschmecker-Küche“ zusätzlich erschwerte. Um deswegen die Unterschiede bei den Essensdarstellungen der „Balkan-Küche“ im Wandel der Zeit besser herausarbeiten zu können, soll hier der Polyglott-Reiseführer „Jugoslawien“ (1981/82) mit der neuesten Polyglott-Ausgabe „Kroatien“ aus dem Jahr 2015 verglichen werden. Für diesen Verlag entschied sich der Autor deswegen, weil dessen klassischen Guides den Reiseführermarkt zu Beginn der „Wirtschaftswunder“-Zeit auf gleich mehrfache Weise revolutionierten: Statt auf „beschauliche Kommentare“ und „heitere Winke“ zu setzen, wie dies Pagenstecher

⁶⁰⁸ Vgl. URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/auszeichnungen.html>; (14. Oktober 2016).

⁶⁰⁹ Vgl. MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 327f.

für die bis dahin dominierenden Baedeker konstatierte, fanden sich die im Polyglott präsentierten Informationen in knapper und nüchtern Form dargestellt. Zusätzlich trat der einzelne Autor erstmals völlig hinter der redaktionellen Leitlinie sowie dem Verlagsnamen zurück. Und schließlich waren die Polyglott-Führer zum Zeitpunkt ihres erstmaligen Erscheinens weitaus handlicher und kostengünstiger als die damals noch goldgeprägten Baedeker-Wälzer, was ihre rasche Verbreitung zusätzlich begünstigte. Die Polyglotts trugen damit erheblich zum Wandel von Reiseführern hin zu einer standardisierten Billig-Massenware bei.⁶¹⁰

Bei der Analyse veränderter Essensrepräsentationen im drittbliebtesten Urlaubsland der Österreicher, *Deutschland*, richtet sich der Fokus auf die Region Oberfranken in Bayern. Dies geschieht aus zweierlei Gründen: Einerseits, weil der 2007 gegründete Verein „Genussregion Oberfranken“ das Wissen um „Erzeugung, Herstellung, Rezepturen, Bräuche und Brauchzusammenhänge“ von fränkischen Speisen erstmalig übergreifend dokumentierte und öffentlich zugänglich machte – wofür die Genussregion von der deutschen UNESCO-Kommission ins Register „Guter Praxisbeispiele der Erhaltung immateriellen Kulturerbes in Deutschland“ aufgenommen wurde.⁶¹¹ Und andererseits deswegen, weil die Region auch auf der Verlagshomepage von Michael Müller eine Rolle spielt, wo unter dem Namen „gscheitgut“ ein eigenes „Internetportal für kulinarische Kultur in Franken“ auf „die Besonderheiten der fränkischen Küche besinnen und neben Neukreationen auch längst vergessene Gerichte wieder an den Gaumen der Öffentlichkeit bringen“⁶¹² möchte – die fränkische Küche somit auch im touristischen Kontext von Bedeutung zu sein scheint. Die behaupteten Besonderheiten dieser Küche werden aus organisatorischen Gründen aber nicht an Reiseführern des Michael-Müller-Verlages beleuchtet, sondern anhand von Reisetexten aus dem Hause Baedeker. Da dessen Bedeutungsgehalte für die Entstehung moderner Reiseführer jedoch schon hinlänglich exzerpiert wurden, sollen sie hier an dieser Stelle nicht nochmals erwähnt

⁶¹⁰ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 234ff.

⁶¹¹ Vgl. URL: <http://www.unesco.de/kultur/immaterielles-kulturerbe/bundesweites-verzeichnis/register-guter-praxisbeispiele/bewahrung-und-foerderung-von-kultur-vielfalt-und-qualitaet-regionaler-spezialitaeten-in-oberfranken.html> & <http://www.genussregion.oberfranken.de>; (14. Oktober 2016).

⁶¹² URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/reiseportal/gscheitgut/index.html>; (14. Oktober 2016).

und als Argument für ihre Miteinbeziehung in die empirische Untersuchung angeführt werden. Vielmehr sei abschließend darauf hingewiesen, dass in diesem Zusammenhang „Baedeker’s Nordbayern Ostbayern“ von 1962 mit dem Exemplar „Franken“ aus dem Jahre 2014 verglichen wird.

Abschließend seien hier nochmals die zu vergleichenden Reiseführer im Überblick zusammengefasst:

- Michael-Müller-Verlag: „Toskana“ (1981) – „Toscana“ (2014)
- Polyglott-Verlag: „Jugoslawien“ (1981/1982) – „Kroatien“ (2015)
- Baedeker-Verlag: „Nordbayern Ostbayern“ (1962) – „Franken“ (2014)

6.1 Essensdarstellungen am Beispiel von Toskana-Guides des MM-Verlags

6.1.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer

Der MM-Verlag wurde 1979 von Michael Müller gewissermaßen aus einer „Notlage“ heraus gegründet, da ein damals befreundeter Verleger die Zusage zur Veröffentlichung eines von Müller bereits fertiggestellten Reisemanuskripts in letzter Minute wieder zurücknahm. Müller war es jedoch – wie er in einem Interview mit dem Online-Portal „buchmarkt.de“ erzählte – ein Anliegen den bis dahin mehrheitlich kunsthistorisch orientierten Reiseverlagen, deren Reiseführer obendrein „zum größten Teil am Schreibtisch“ entstanden seien, eine andere Sichtweise gegenüberzustellen. Für ihn, der sich der damaligen Alternativszene und dem in diesem Milieu überaus populären Anspruch des „Über-den-Tellerrand-Blickens“ verbunden fühlte, schien es besonders wichtig, stets persönlich „am Ort des Geschehens“ zu recherchieren und die Dinge so zu beschreiben wie man sie selbst erlebt habe. Zusätzlich ging es Müller – wie er in dem Gespräch weiters betonte – auch darum, praktische Reisetipps zu geben und all die Fragen zu beantworten, die aus seiner Sicht von den damals gängigen Reiseführern nur unzureichend berücksichtigt wurden, wie z.B.: „Wie reise ich an? Wie komme ich vor Ort von A

nach B? Wo kann ich auch mit kleinem Budget gut essen, wo günstig übernachten (...).“⁶¹³

Ein solcher Anspruch lässt sich durchaus schon in seinem ersten Toskana-Reisebuch aus dem Jahr 1981 erkennen, wo es gleich auf Seite 1 heißt, dass es ein „Reisehandbuch für alle, die die Toskana/Umbrien näher kennenlernen wollen“ sein möchte. Konkret verspricht Müller darin „viele praktische und nützliche Tips/Informationen“ zu den Themen „wo schlafen“, „wo essen“, „was anschauen“, „welche Stadt/Gegend anschauen“ und darüber hinaus auch „noch viel Geschichte, Kunst und Kultur in der Toskana (die Medici, Künstler der Renaissance, soziale Hintergründe).....“⁶¹⁴ (siehe Abb. 7).

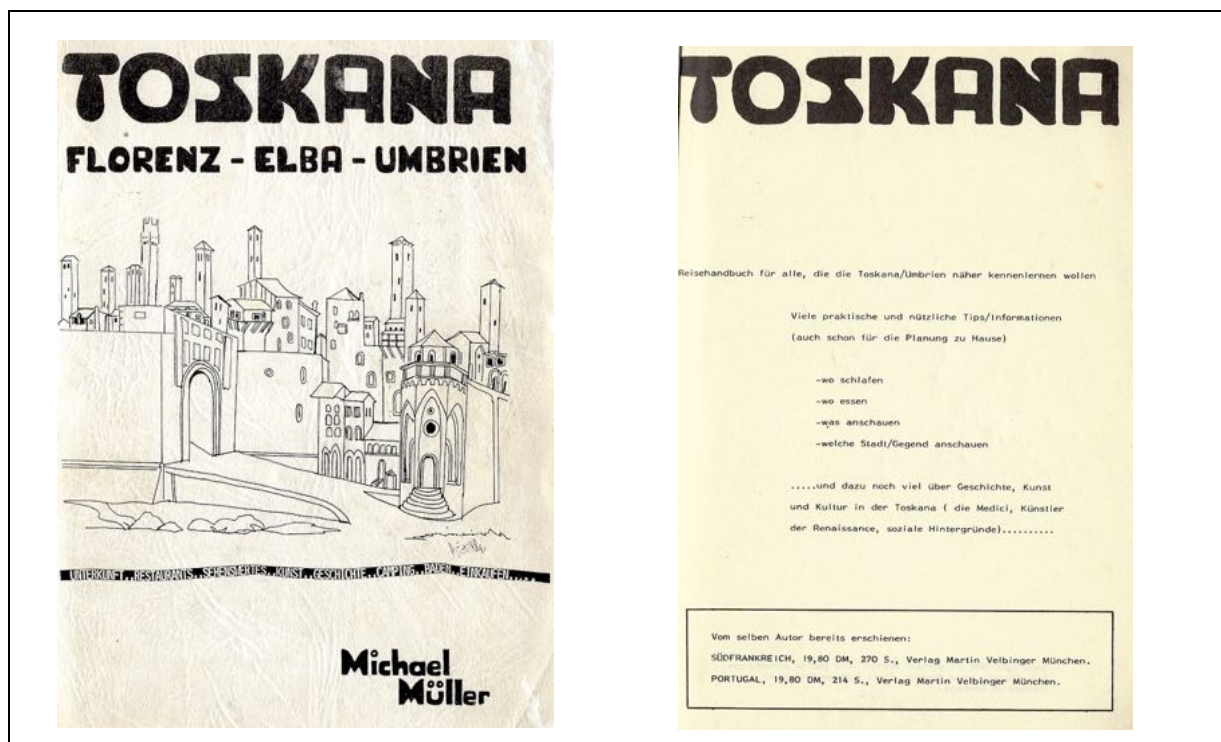


Abb. 7: Cover und Seite 1 von Michael Müllers erstem Toskana-Führer (© Michael Müller. Quelle: MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981).

Die aus heutiger Sicht laienhaft anmutende Gestaltung und Ausdrucksweise lässt sich bei nur oberflächlicher Betrachtungsweise dahingehend interpretieren, dass es sich bei diesem Toskana-Führer überhaupt erst um das zweite Werk des damals in

⁶¹³ Vgl. URL: <http://www.buchmarkt.de/menschen/gespraeche/das-sonntagsgespraech/michael-muller-der-elektronische-reisefuhrer-wird-den-gedruckten-nicht-verdrangen/>; (13. November 2016).

⁶¹⁴ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 1.

Verlagsangelegenheiten noch nicht sattelfesten Autors handelte und daher der Schreibstil seiner Unerfahrenheit geschuldet sei. Betrachtet man das Selbstbild dieser frühen Ausgabe jedoch gemeinsam mit dem Cover sowie den anderen Seiten kann man darin durchaus auch ein bewusstes Spiel mit Symboliken der damaligen Alternativkultur erkennen: Ein Pappcover als Einband, Titel und Kapitelüberschriften in unterschiedlich dicken Lettern, die visuellen Darstellungen in Form von Handstrichzeichnungen sowie die Fließtexte in Schreibmaschinenschrift und oftmals unterschiedlichen Zeilenabständen.⁶¹⁵

Der Anspruch des Anderen, des Alternativen ließe sich aber auch noch woanders finden – nämlich auf der Begriffsebene: Indem Müller von „Reisehandbuch“ spricht, hebt sich hier sein Werk auch sprachlich von den damals gängigen „Reiseführern“ ab, die sich in ihrer Gestaltung und Ausdrucksweise nach wie vor fast ausschließlich an bildungsbürgerlichen Traditionen orientierten. Darauf machten ebenso schon Kammerer/Krippendorff in ihrem „Reisebuch Italien“ aufmerksam. Auch sie betonten, dass die „Crux“ des Reiseführers darin bestünde, „Ansprüche“ zu wecken, die man – wenn es um die Vermittlung eines tiefergehenden Wissens gehe – nicht erfüllen könne und wolle. Schließlich wären die damaligen Reiseführer lediglich Abwandlungen des „Baedeker-Modells“ und seines in ihm vermittelten Bildungskanons.⁶¹⁶

Schließlich fällt beim Müller’schen Selbstbild rund um die Toskana-Ausgabe von 1981 auch noch die dortige Erwähnung des Essensthemas auf. Auch dies kann als Ausdruck der „Andersartigkeit“ von Müllers Buch interpretiert werden, da die meisten konventionellen Reiseführer bis dahin (und auch noch viele Jahre danach) fast ausschließlich auf ihre Bedeutung als Kunst- und Kulturführer verwiesen. Dementsprechend dürftig bzw. nebensächlich gestalteten sich dann in diesen Reiseführern auch die Auseinandersetzungen mit fremden Speisen, die dort oftmals bloß unter der Rubrik „Praktische Informationen/Hinweise“ auf den hinteren Seiten zu finden waren und sich lediglich auf die oberflächliche Beschreibung von als typisch

⁶¹⁵ URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html; (14. November 2016).

⁶¹⁶ Vgl. KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten. Berlin 1979, S. 7f.

erachteten Speisen sowie grobe Preisangaben beschränkten.⁶¹⁷ Im Gegensatz dazu benennt Müller das Essensthema nicht nur, sondern verleiht ihm allein schon durch seine prominente Platzierung im Selbstbild – das zugleich als inhaltlicher Leitfaden gelesen werden kann – obendrein den Stellenwert des Bedeutungsvollen.

Trotzdem unterscheidet sich die Eigendarstellung der ersten Toskana-Ausgabe grundlegend von jener in der gegenwärtig aktuellsten Version – was freilich wenig verwundert, handelt es sich hierbei doch um die 16., komplett überarbeitete und aktualisierte Auflage aus dem Jahr 2014. Dabei zeigen sich gleich auf den ersten Blick große gestalterische Veränderungen: Die erste und wohl auffälligste betrifft den Cover, auf dem zwei Farbfotos mit klischeebehafteten Motiven der toskanischen Landschaft zu sehen sind. Unterbrochen werden diese Bilder lediglich von einem breiten dunkelblauen Balken, in dem sich der Titel befindet. Hierbei fällt auf, dass aus der ehemals deutschen Schreibweise „Toskana“ nun die italienische Version „Toscana“ wurde. Des Weiteren finden sich die vormals im „Selbstbild“ integrierten Tipps jetzt in adaptierter Form und gemeinsam mit ergänzenden Schlagwörtern zu den Themen „Natur und Landschaft“, „Kulturelles“ und „Baden“ als Klappentext auf der Buchrückseite. Zusätzlich hat sich die 2014er-Ausgabe mit ihren 780 Seiten (!) im Vergleich zu ihrer ersten Version gleich mehr als vervierfacht. Und schließlich ist auch noch der unmittelbar unter dem Titel stehende Verlagszusatz „Michael Müller Verlag – individuell reisen“ hervorzuheben, gibt er doch einen ersten Hinweis darauf wie er das Reisen interpretiert bzw. welcher Typus von Reisenden angesprochen werden sollen (siehe Abb. 8 auf der folgenden Seite).

⁶¹⁷ Vgl. etwa Nagels Reiseführer Italien. Genf et al. 1973, S. 1136; Baedeker Allianz Reiseführer Toskana. Ostfildern-Kemnat bei Stuttgart 1989, S. 227f.



Abb. 8: Cover und Klappentext der „Toscana“-Ausgabe von 2014 (© Jessmine/fotolia.de & Fritz Rust. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014).

Individuell will sich auch das neue Vorwort geben, das eine persönliche Reise-Anekdote des Autors enthält und in dieser Form auch als dessen Selbstbild über das Reisen gelesen werden kann. Zweck dieses seit 2013 allen Müller-Reiseführern vorangestellte Vorwort ist es – so wird es vom Müller-Verlag zumindest auf dessen Website dargestellt – deutlich zu machen, „weshalb es gerade diese Metropole, dieser Landstrich oder dieser Kontinent sein soll. Sie sprechen von dem, was sie verbindet mit ‚ihren‘ Reisegebieten.“⁶¹⁸ Dabei würde es auch um die „ewige Reise(buch)frage“ gehen, was denn eigentlich so anders an der Fremde sei.⁶¹⁹ In Bezug auf den „Toscana“-Guide versucht Müller hier eine eher unkonventionelle Annäherung, indem er erzählt wie es bei seinem ersten Florenz-Aufenthalt zum Abschleppen seines PKWs kam:

„*Pulizia Strade* – Straßenreinigung, das ist eines der Schlüsselworte, wenn ich an meinen ersten Florenz-Aufenthalt denke. Nach der Ankunft ein billiges Hotel beim Bahnhof gefunden, dann gleich noch einen Laternenparkplatz um zwei Ecken, wieder mal Glück gehabt. Doch am Morgen steht das Auto nicht mehr dort, wo es abends noch stand (...). An der Rezeption werde ich dann als Tollpatsch entlarvt: Einmal die Woche wird die Straße gefegt und dies auf

⁶¹⁸ URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/reisefuehrer/index.html>; (17. November 2016).

⁶¹⁹ Vgl. URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/reisefuehrer/index.html>; (17. November 2016).

einem Schild auch kundgetan. Leute, die das nicht kapieren, dürfen ihr Auto gegen Auslöse vom nächsten Großparkplatz abholen (...).⁶²⁰

Durch diesen für einen Reiseführer eher ungewöhnlichen Einstieg über eine persönlich anmutende Story des Autors versucht der Guide gleich zu Beginn eine emotionale Bindung zum Leser aufzubauen. Denn durch ihre bildhafte Sprache ermöglicht diese Geschichte auf einfache Weise in uns Imaginationen von ähnlich erlebten Urlaubs-Missgeschicken abzurufen. Zugleich steckt darin aber auch die Aussage, dass das Fremde unserer eigenen Alltagswelt gar nicht so unähnlich ist wie oftmals geglaubt – schließlich ist es möglich, dass man Verkehrsschilder auch in der eigenen vertrauten Lebenswelt nicht richtig zu „lesen“ versteht; ein solches Missgeschick somit da wie dort passieren könne. Die mit einer solchen Story möglicherweise verbundenen negativen Assoziationen werden dabei gleichzeitig durch ihre Erzählweise in Form eines kleinen „Abenteuers“ abgeschwächt. Dabei spielt der Autor offenbar auch mit dem aus der Psychologie bekannten Effekt, der eine solche Geschichte und ihre damit konnotierten Vorstellungsbilder – so sehr sie in der momentanen Situation möglicherweise tatsächlich als negativ erlebt wurden – im Nachhinein betrachtet oftmals als „harmlos-witzige“ Story erscheinen lässt. Müller verstärkt hier den „Schmunzel-Effekt“ indem er seiner Geschichte ein sympathisch wirkendes Profilfoto beifügt und damit ihre „Harmlosigkeit“ weiter unterstreicht. Zusätzlich stellt er seine Story in einen Erfahrungskontext, der für das Verfassen eines Buches mit verbürgten „Expertentipps“ und „echten“ Empfehlungen unbedingt dazugehöre:

Heutzutage streife ich fast routiniert durch die Stadt, um Neues zu entdecken und Empfehlungen in unserem Buch zu prüfen – besonders gern tue ich das im Dezember, wenn die Besucherströme abgeebbt und fast nur noch Einheimische in den Gassen unterwegs sind.⁶²¹

Das routinierte Umherstreifen wird dabei nicht nur in den Kontext von Kennerschaft gestellt, sondern erhält – da Müller vorgibt „Neues zu entdecken und Empfehlungen in unserem Buch zu prüfen“ – auch eine Art von Geheimtipp- und Abenteuer-Mentalität. Dieser Topos wird dadurch verstärkt, indem Müller weiters davon erzählt, dass er am liebsten durch den Süden der „Toscana“ reise, „durch weites Land und

⁶²⁰ MÜLLER, Michael: Vorwort „Unterwegs mit Michael Müller“. In: Ders.: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 2.

⁶²¹ Ebd., S. 2.

kleine Dörfer, in denen manchmal sogar noch ein Hahn kräht“ und „wilde Touren um den Monte Amiata“ möglich sind. Dieser Erzählung des Abenteuerlichen und des scheinbar Unberührten findet in dem daneben abgedruckten Foto von einer weit anmutenden toskanischen Landschaft mit sanft geschwungenen Feldern, in denen ein Maler mit seiner Staffelei neben einem alten verrosteten Pflug sitzt, seine bildhafte Ergänzung (siehe Abb. 9).

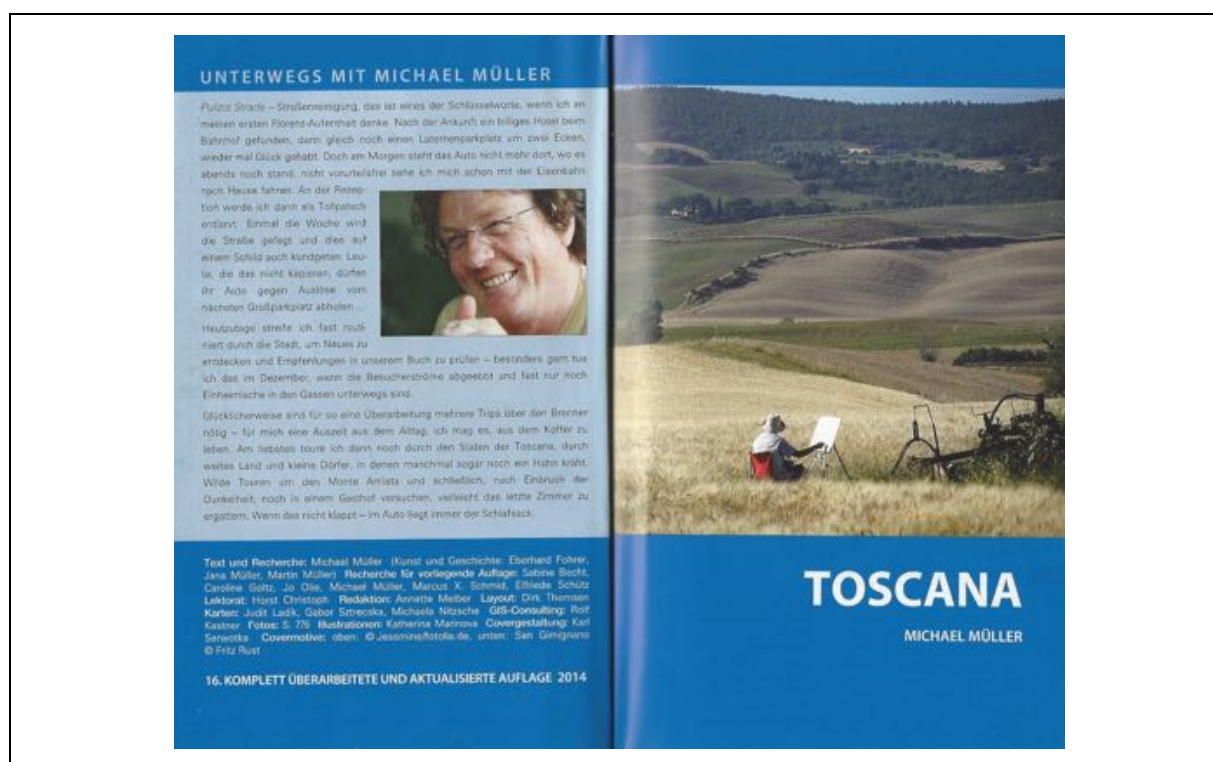


Abb. 9: „Unterwegs mit Michael Müller“: Vorwort des „Toscana“-Führers (© Michael Müller. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 2 & 3).

Bemerkenswert an dieser Story ist vor allem ihr Rückgriff auf Versatzstücke romantischer Motivbildung des 19. Jahrhunderts – und das sowohl im Text als auch im Bild: Müllers Erzählung vom „weiten Land“ und den „kleinen Dörfern“ findet ihren bildhaften Ausdruck etwa in dem Anschein, dass sowohl die beiden im Hintergrund erkennbaren Gutshöfe als auch der im Vordergrund zu sehende Maler von der Weite der abgebildeten toskanischen Landschaft eingeschlossen, ja von ihr fast schon „verschluckt“ werden. Damit weist diese Bilddarstellung klare Parallelen zum romantischen Blick etwa eines Claude Lorrains, Peter Birmanns oder Rudolf Wiegmanns auf (siehe die Abb.1-3 im Kap. 3.1).

Die Darstellung des „einsamen Malers“ will wohl aber auch auf das Selbstbild des Reiseführers als Wegbegleiter für das individuelle Reisen und die damit oftmals verbundene Assoziation des „Entdeckens“ von „Verborgenen“ bzw. „Neuem“ verweisen. Diese „lohnenswerten Ziele abseits der ‚üblichen Sehenswürdigkeiten‘“, die Müller in jungen Jahren auch mit dem Anspruch des „richtigen Reisens“⁶²² verband, sind jedoch schon längst selbst Teil einer touristischen Industrie à la Enzensberger geworden.⁶²³ Das weiß natürlich auch Müller, der diesen Wandel auf seiner Website mit folgendem interessanten Statement beschreibt: „Damals schrieben wir ausschließlich für junge Rucksackreisende – heute für alle, die ihren Hotelpool verlassen und Neues erleben wollen.“⁶²⁴ Bemerkenswert ist dieses Zitat insofern als es anzeigt, dass es heute auch das Hotel und sein umliegendes Areal sein kann, das zum eigentlichen Terrain des Reisens avanciert. Und angesichts der stetig wachsenden Anzahl an unterschiedlichsten Urlaubclubs mit unüberschaubaren Animationsprogrammen mag dies auch kaum überraschen. Gyr spricht in diesem Zusammenhang von einem touristischen „Mikrokosmos“, in dem es dann auch schon mal vorkommen kann, dass die Urlauber dazu animiert werden, „mit Hilfe von Kulissen, Freizeit- und Verkaufsständen“ das Idealbild eines Urlaubsdorfes zu nachzubauen.⁶²⁵ Wer dennoch „raus“ möchte, um „Neues zu erleben“, dem zeige eben Müller, wo es lang ginge. In dieser Ausdrucksform lässt sich darüber hinaus ein weiteres interessantes Detail erkennen. Denn eigentlich müsste ja das „Neue“ – bevor man es „erleben“ kann – zunächst überhaupt erst entdeckt werden. Da aber heute fast jede noch so unwegsam erscheinende Region touristisch erschlossen ist – allein Müller rühmt sich mittlerweile „über 220 City-, Wander-, Regional- und Ländertitel“ in seinem Programm zu führen⁶²⁶ – geht es freilich längst nicht mehr um „Neuentdeckungen“ in dem Sinne, als Erster eine gänzliche unberührte Region zu Gesicht zu bekommen. Das „Neue“ wird daher im heutigen Reisekontext allzu gerne mit einem vagen Erlebnisbegriff verbunden, auf den nicht weiter eingegangen wird.

⁶²² URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html; (17. November 2016).

⁶²³ Wie an anderer Stelle bereits ausgeführt, beschrieb Enzensberger den modernen Massentourismus als ein Gesellschaftsfeld, das durch „Normung“, „Montage“ und „Serienfertigung“ gekennzeichnet sei. Vgl. ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964, S. 196.

⁶²⁴ URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/artikel/marktfuehrer_individuelle_reisefuehrer.html; (17. November 2016).

⁶²⁵ Vgl. GYR, Ueli: Touristenkultur und Reisealltag. Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 164.

⁶²⁶ Vgl. URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/reisefuehrer/index.html>; (17. November 2016).

Auch Müller bleibt an dieser Stelle diffus, spricht er doch lediglich davon, Reiseführer für all jene schreiben zu wollen, „die ihren Hotelpool verlassen und Neues erleben wollen.“⁶²⁷ Worin das erlebnisreiche Moment des von ihm gemeinten „Neuen“ allerdings besteht, wird nicht weiter ausgeführt. Damit erhält diese Verknüpfung den Anstrich einer gewissen Beliebigkeit. Der Wert des „Neuen“ scheint so eher darin zu bestehen, als Zeichen für allerlei Situationen zu fungieren, deren Verarbeitung im subjektiven Kontext singuläre Erlebnisse versprechen.⁶²⁸ Doch nicht nur an dieser (Online-)Stelle wird der aufmerksame Leser im Unklaren gelassen. Wendet man sich etwa wieder der Einführung in der gedruckten Ausgabe von 2014 zu, verwundert es, dass Müller bei seiner erlebnisreichen Schilderung der „wilden“ Touren durch den Süden der „Toscana“ die toskanische Küche mit keinem Wort erwähnt – und das, obwohl er sie nur wenige Seiten später in höchsten Tönen lobt und hier etwa von „Gaumenfreuden“ spricht.⁶²⁹

6.1.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils

6.1.2.1 Strukturaufbau

Blicken wir zunächst auf die Makroebene, also auf den formal-strukturellen Aufbau von Müllers Reiseführern, so fällt auf, dass der jeweilige Hauptabschnitt zur toskanischen Küche in beiden Ausgaben in einem übergeordneten Kapitel integriert ist. Im Reisebuch von 1981 befindet sich der als „Essen & Trinken“ titulierte Hauptteil zur Kulinarik unter der Rubrik „Allgemeines“, die mit ihren Tipps etwa zur Anreise, zu diversen Verkehrsbestimmungen sowie einer Auflistung von verschiedenen „nützlichen Adressen“ eine Art einführende Orientierung bietet und allen anderen Kapiteln vorangestellt ist. Der daran anschließende kulinarische Teil geht zunächst auf unterstellte Besonderheiten der toskanischen Küche ein („gekocht wird mit wenig Fett und viel Gemüse“⁶³⁰), ehe er die Mahlzeitenfolgen streift: „Auch hier in Italien begnügt man sich nicht mit einem Hauptgericht – der Magen wird durch diverse

⁶²⁷ URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/artikel/marktfuehrer_individuelle_reisefuehrer.html; (17. November 2016).

⁶²⁸ Vgl. SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005², S. 45.

⁶²⁹ Vgl. MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 15.

⁶³⁰ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10.

Vorspeisen und am besten noch durch einen Campari als Aperitiv [sic!] auf das Hauptgericht vorbereitet.⁶³¹ Es folgt der Hinweis, dass man in Orten, die „touristisch angehaucht sind“⁶³², zwischen „Festpreismenüs (Menu a prezzo fisso)“ und „à la carte“ wählen könne.⁶³³ Danach wird in knapper Form über verschiedene als „typisch“ für die Region oder zumindest für Italien erachtete Antipasti, Suppen und Hauptspeisen berichtet.⁶³⁴ Dabei ist bemerkenswert, dass Müller zwar bei den Vorspeisen mit der „Mallegato“ und „Biroldo“ zwei „spezielle toskanische Wurstsorten“ nennt und auch bei den Suppen die „Minestrone Lunigianese“ als „typisch für die Toskana“ anführt, jedoch bei den Hauptspeisen in Allgemeinplätzen verharrt: „Ob Fisch oder Fleisch, das muß die individuelle Gaumenlust entscheiden“⁶³⁵ (siehe Abb. 10).

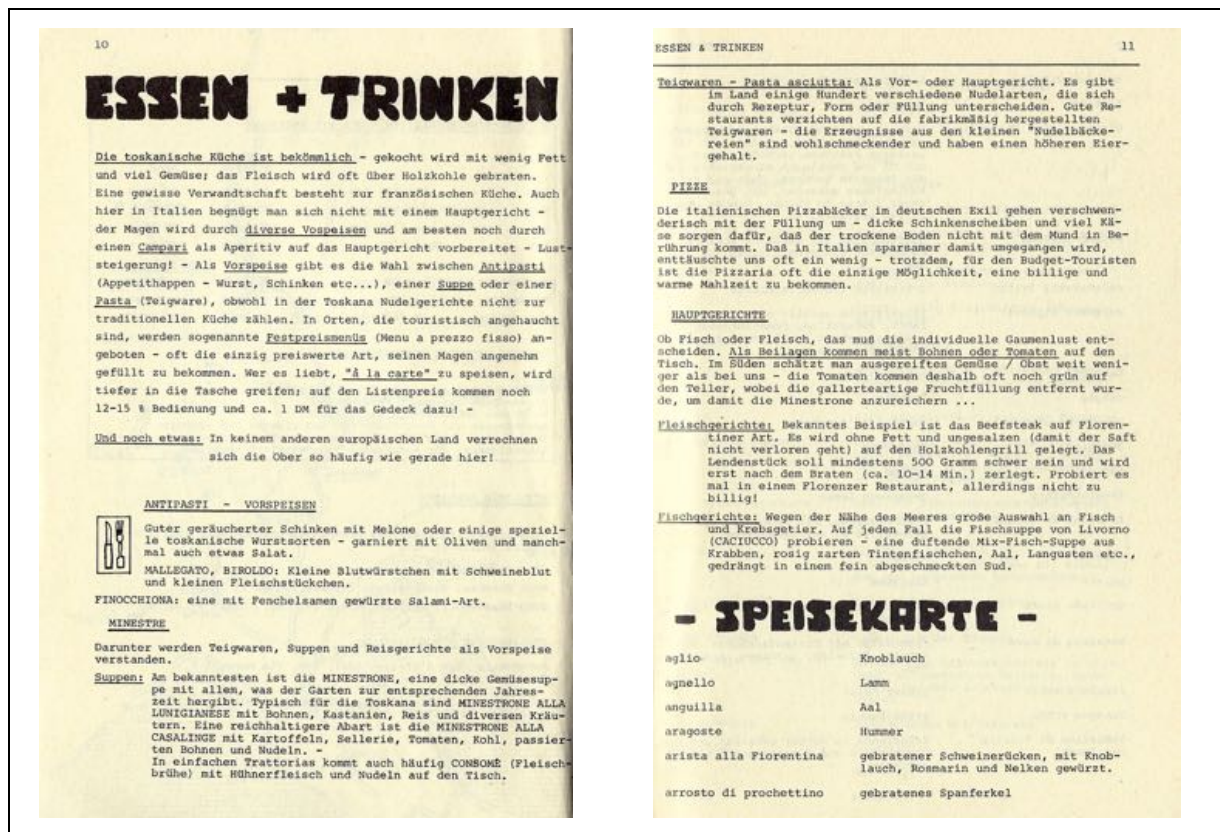


Abb. 10: Auszug aus dem Speisekapitel in Müllers erstem Toskana-Führer (© Michael Müller. Quelle: MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10 & 11).

⁶³¹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10.

⁶³² Ebd., S. 10.

⁶³³ Vgl. ebd., S. 10 [Hervorhebung im Original].

⁶³⁴ Vgl. ebd., S. 10f.

⁶³⁵ Ebd., S. 10.

Hinweise zum Essen finden sich aber nicht nur in diesem Kapitel, welches gemeinsam mit einem als „Speisekarte“ etikettierten deutsch-italienischen Speisewörterbuch insgesamt fünf Seiten ausmacht, sondern auch in anderen Abschnitten des Reisebuchs. Dabei handelt es sich allerdings zumeist um herkömmlich anmutende Restauranttipps mit kulinarischen Allgemeinplätzen im typischen Tourismusjargon: „Restaurant am Hafen mit guten Spezialitäten und gehobenem Preisniveau“⁶³⁶ oder „Sehr große Auswahl an Fisch. Das Restaurant wird von Einheimischen empfohlen.“⁶³⁷ Konkrete Speiseempfehlungen finden sich hier nur vereinzelt und werden oftmals lediglich bei den als „Hot-Spots“ bzw. „Touristenzentren“ geltenden Städten wie beispielsweise bei Florenz, Pisa, Siena und Perugia angeführt.

Was die Einbettung der kulinarischen Ausführungen in die Struktur von Müllers Toskana-Führer von 2014 betrifft, zeigt sich ein differenzierteres Bild. Dies ist freilich kein Wunder, ist doch diese Ausgabe mit ihren 780 Seiten rund viermal so umfangreich als ihre Erstversion. Bereits im vorangestellten Vorschaukapitel („Toscana: Die Vorschau“⁶³⁸) nimmt das Thema Essen einen sichtbaren Platz ein, indem es von Müller gleich nach den Absätzen „Landschaft“ sowie „Kunst und Architektur“ als eigener Abschnitt mit dem Titel „Gaumenfreuden, edle Tropfen“ thematisiert wird.⁶³⁹ Unterschiede zum ersten Toskana-Buch zeigen sich auch bei den ein paar Seiten später zu lesenden Hauptausführungen zur toskanischen Küche unter der Überschrift „Essen & Trinken“. Zwar ist auch dieser Abschnitt nach wie vor Bestandteil eines übergeordneten Kapitels („Toscana – Hintergründe & Infos“), doch sind die thematischen Schwerpunkte aus der Erstausgabe nun zusätzlich um die Darstellung von verschiedenen Lokalgattungen ergänzt. Weiters erhält nun auch der toskanische Wein mehr Aufmerksamkeit: Während er in der Erstausgabe bloß auf einer halben Seite eine kurze Erwähnung findet, wird er im Reisebuch von 2014 nunmehr auf rund drei Seiten dargestellt. Dadurch erhöhte sich die Seitenanzahl des Teilkapitels „Essen & Trinken“ auf nunmehr insgesamt sieben Seiten – und das, obwohl die in der Erstausgabe noch zwei Seiten lange und unter dem Etikett „Speisekarte“ firmierende Speisenaufzählung in der 2014er-Ausgabe nur mehr eine

⁶³⁶ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 136.

⁶³⁷ Ebd., S. 140.

⁶³⁸ Vgl. ebd., S. 14-19.

⁶³⁹ Vgl. MÜLLER, Michael: Toskana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 15.

halbe Seite ausmacht.⁶⁴⁰ Zur quantitativen Ausweitung des Essensthemas kam es aber auch deswegen, weil im Gegensatz zum ersten Toskana-Führer nun auch immer wieder verschiedene mit der toskanischen Kultur assoziierte Bildmotive einfließen, die die textlich-verbalen Ausführungen ergänzen.

Diese Bild-Text-Dualität lässt sich in weiterer Folge auch bei allen anderen Kapiteln in der Toskana-Ausgabe von 2014 beobachten – und das nicht nur jeweils bei der Beschreibung von klassischen Sehenswürdigkeiten, Landschaften oder Routentipps, sondern auch bei der Hervorhebung von öffentlichen Speisemöglichkeiten und diversen anderen kulinarischen Erzählungen. Dabei fällt auf, dass die hierfür verwendeten Bilder in ihrer Mehrheit das beschriebene Sightseeing-Objekt, die vorgestellte Region und/oder ihre Speisen nicht bloß abbilden, sondern aufgrund ihrer verwendeten Motive zusätzlich auch bestimmte Narrative mittransportieren. Hierbei lassen sich im Toskana-Reiseführer von 2014 vor allem Leitmotive des „Kleinen“, „Pittoresken“, „Historischen“, „Handgemachten“ und/oder „Naturbelassenen“ erkennen, die ihrerseits Imaginationen des „Urigen“, „Unverfälschten“, „Authentischen“, „Besonderen“ und/oder des „Schützenswerten“ hervorrufen können und dergestalt auch immer wieder mit dem Essensthema in Beziehung gesetzt werden. Diese Verknüpfung lässt sich bereits im Vorschau-Kapitel erkennen und setzt sich dann in ähnlicher Form weitere 16 Mal durch den ganzen Reiseführer hindurch fort.

6.1.2.2 Verbale und visuelle Textgestaltung

Der letzte Teil der vorhergehenden Analyse ließ eine weitere wichtige Ebene erkennen – die der verbalen und visuellen Inhalte und ihre jeweiligen Interdependenzen, um die es nun hier ausführlicher gehen soll. Wenn wir uns dabei zunächst der 1981er-Ausgabe zuwenden, so fällt im dortigen Kapitel „Essen & Trinken“ gleich dessen erster Satz auf: „Die toskanische Küche ist bekömmlich – gekocht wird mit wenig Fett und viel Gemüse (...)“.⁶⁴¹ Bemerkenswert ist dieser Einstieg deswegen, weil sich daraus gleich zu Beginn zwei verschiedene, aber

⁶⁴⁰ Vgl. MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 11ff; MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 42.

⁶⁴¹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10 [Hervorhebung im Original].

dennoch miteinander verwobene Andeutungen herauslesen lassen: Zunächst jene, die die toskanische Küche als eine gesunde und authentische Küche erkennen lässt („gekocht wird mit wenig Fett und viel Gemüse“). Und dann auch noch die, die mittels Betonung des „bekömmlichen“ Charakters auf eine Küche verweist, vor der man sich nicht zu „fürchten“ brauche – und damit zusätzlich Ansätze eines „selektiven Schutzprinzips“ impliziert. Mit diesem Begriff bezeichnete Wierlacher den Umstand, dass die meisten touristischen Speisendarstellungen „kaum im Sinne kulturkundlich akzentuierter Wertschätzung der Authentizität indigener Küchen“⁶⁴² ausgeführt sind, sondern lediglich dem Vermeiden von etwaigen Unsicherheiten oder gar Ängsten gegenüber fremdkulturellen Speisen dienen.⁶⁴³ Eine solche Intention lässt sich auch bei Müllers Einleitungssatz nicht ganz von der Hand weisen, wenn man bedenkt, dass die ab den 1970er-Jahren aufkommende „Revitalisierung regionaler Kost“⁶⁴⁴ zwar durchaus eine erste Sensibilisierung bei regionalem Essen bewirkte, diese sich aber größtenteils vorerst auf heimatliche Speisen beschränkte und bei der Urlaubsküche im Auslandstourismus vorerst ein Randphänomen blieb. Im Massentourismus jener Zeit stand vielmehr eine standardisierte Touristenküche im Mittelpunkt, die auch vor Italien nicht halt machte. Hier waren es vor allem Pizza & Spaghetti, die als die bekanntesten kulinarischen Symbole die Vorstellung von der italienischen Küche prägten.⁶⁴⁵ Vor diesem Hintergrund kann Müllers Einstiegssatz daher als Versuch interpretiert werden, dem Leser ein differenzierteres Bild der italienischen Küche zu vermitteln und ihn an vermeintlich regionale Besonderheiten heranzuführen. Dennoch bleibt auch Müller hier an der Oberfläche, verliert er doch keinerlei weitere Worte etwa darüber, um welches Gemüse es sich dabei vornehmlich handelt und wie dessen Zubereitungsweisen aussehen. Auch die nachfolgenden, eher zusammenhanglos aneinander gereihten Sätze eignen sich nicht, um die kulturelle

⁶⁴² WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 503.

⁶⁴³ Vgl. ebd., S. 503.

⁶⁴⁴ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Die Revitalisierung regionaler Kost. In: VALONEN, Niilo (Hg.): Ethnologische Nahrungsforschung. Helsinki 1975, S. 159-166.

⁶⁴⁵ Diese Wahrnehmung wurde nach Möhring und Thoms auch von italienischen Gastronomiebetrieben in Deutschland und Österreich wesentlich mitgetragen, die sich dem Geschmack ihrer mitteleuropäischen Gäste anpassten und zunehmend eine „gastronomische Monokultur von Pizza und Spaghetti“ servierten. Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 270ff & 280ff; THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 53.

Alterität der toskanischen Küche zu erhellen: „(...) das Fleisch wird oft über Holzkohle gebraten. Eine gewisse Verwandtschaft besteht zur französischen Küche. Auch hier in Italien begnügt man sich nicht mit einem Hauptgericht – der Magen wird durch diverse Vorspeisen und am besten noch durch einen Campari als Aperitiv [sic!] auf das Hauptgericht vorbereitet.“⁶⁴⁶ Der Hinweis auf die Fleischzubereitung „über Holzkohle“ erweckt den Eindruck, dass diese archaische Zubereitungsweise zumindest in dieser Region noch gepflegt würde und es bei den Fleischspeisen noch „traditionell“ und „authentisch“ zuginge. Mögliche, dabei auftretende Vorstellungsbilder vom Deftigen, vom Schwerverdaulichen kompensiert Müller, indem er sogleich einen Verweis zur „französischen Küche“ herstellt, die seit Mitte des 19. Jahrhunderts – trotz anfänglicher Abwertungsversuche verschiedener Essphilosophen⁶⁴⁷ – als Symbol eines verfeinerten kulinarischen Geschmacks gilt.⁶⁴⁸

Doch fehlt auch hier weitgehend eine detailliertere Auseinandersetzung damit, worin diese Nähe konkret bestünde. Stattdessen leitet Müller sofort auf die Mahlzeitenordnung über und konstatiert in Bezug auf die Vorspeisen, dass es „die Wahl zwischen Antipasti (Appetithappen – Wurst, Schinken etc...), einer Suppe oder einer Pasta (Teigware) [gäbe], obwohl in der Toskana Nudelgerichte nicht zur traditionellen Küche zählen.“⁶⁴⁹ Der dabei hergestellte Verweis auf die Pasta kann dabei durchaus als Hinweis auf differenzierte Essgewohnheiten gelesen werden. Denn nach Möhring bürgerte es sich etwa in Deutschland schon früh ein, dass beim Besuch eines italienischen Restaurants in der Heimat die dort bestellten Spaghetti oftmals nicht als „primo piatto“ eines umfangreicheren Menüs (wie in Italien üblich), sondern als sattmachendes Hauptgericht gegessen wurden.⁶⁵⁰ Doch anstatt mit Hilfe der beigefügten Zusatzinformation zu erklären, warum die nicht originär aus der Toskana stammende Pasta dennoch erwähnenswert erscheint und sie als

⁶⁴⁶ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10 [Hervorhebung im Original].

⁶⁴⁷ Vgl. MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 23.

⁶⁴⁸ Vgl. GORDON, Bertram M.: Essen wie Gott in Frankreich. Kulinarisches Reisen im Spiegel der englischsprachigen Presse vom 18. Jahrhundert bis heute. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 64.

⁶⁴⁹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10 [Hervorhebung im Original].

⁶⁵⁰ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 274.

Anknüpfungspunkt für eine Auseinandersetzung mit soziokulturell bedingten Essensdifferenzen zu nutzen, nimmt Müller gleich im nächsten Satz wieder einen eher herkömmlichen Blickwinkel ein: „In Orten, die touristisch angehaucht sind, werden sogenannte Festpreismenüs (Menu a prezzo fisso) angeboten – oft die einzig preiswerte Art, seinen Magen angenehm gefüllt zu bekommen.“⁶⁵¹

Auch bei der anschließenden näheren Beschreibung der einzelnen Mahlzeitenfolgen und deren als „typisch“ erachteten Speisen folgt die Darstellung zumeist aus einer touristisch etablierten Perspektive, die mehr auf den Geschmack fokussiert und weniger die soziokulturellen Hintergründe der Esskultur beleuchtet. So heißt es etwa in Bezug auf die Vorspeisen:

ANTIPASTI - VORSPEISEN

Guter geräucherter Schinken mit Melone oder einige spezielle toskanische Wurstsorten – garniert mit Oliven und manchmal auch etwas Salat.

MALLEGATO, BIROLDO: Kleine Blutwürstchen mit Schweineblut und kleinen Fleischstücken.

FINOCCHIONA: eine mit Fenchel-Salami gewürzte Salami-Art.⁶⁵²

MINESTRE

Darunter werden Teigwaren, Suppen und Reisgerichte als Vorspeisen verstanden.

Suppen: Am bekanntesten ist die MINESTRONE, eine dicke Gemüsesuppe mit allem, was der Garten zur entsprechenden Jahreszeit hergibt. Typisch für die Toskana sind MINESTRONE ALLA LUNIGIANESE mit Bohnen, Kastanien, Reis und diversen Kräutern. Eine reichhaltigere Abart ist die MINESTRONE ALLA CASALINGE mit Kartoffeln, Sellerie, Tomaten, Kohl, passierten Bohnen und Nudeln.

In einfachen Trattorias kommt auch häufig CONSOMÉ (Fleischbrühe) mit Hühnerfleisch und Nudeln auf den Tisch.⁶⁵³

Interessant an diesem Textauszug ist, dass gleich zu Beginn „die Minestrone“ erwähnt wird, obwohl sich etwa allein auf der Website www.recipes.it Rezepte für

⁶⁵¹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10 [Hervorhebung im Original].

⁶⁵² Ebd., S. 10 [Hervorhebung im Original].

⁶⁵³ Ebd., S. 10 [Hervorhebung im Original].

225 verschiedene italienische Suppen finden lassen.⁶⁵⁴ Damit zeigt sich, dass an dieser Stelle das hervorgehoben wird, was „am bekanntesten“ angesehen wird. Die Minestrone dürfte dabei tatsächlich auch schon damals die wohl prominenteste mediterrane Suppe gewesen sein, setzte sie sich doch nach Möhring bereits Jahre zuvor als *die* italienische Suppe in mitteleuropäischen Mensen und Kantinen durch.⁶⁵⁵ Und der anschließende Verweis auf zwei als „typisch für die Toskana“ benannte Suppen scheint eher einer willkürlichen Auswahl durch den Autor unterlegen zu haben. So sucht man etwa die vom italienischen Tourismusverband auf dessen Website www.italia.at ebenso als „regionale Köstlichkeit“ gelistete toskanische Suppenvariante „Ribollita“ – „eine Suppe aus Bohnen, Gemüse und geröstetem Brot“⁶⁵⁶ – bei Müller vergeblich. Und auch die ebenfalls auf der italienischen Tourismus-Website als „typische Vorspeisen“ angeführten gerösteten Brotschnitten „Crostini“ werden im Toskana-Führer von 1981 nicht erwähnt.

Differenzierter lesen sich da schon die nachfolgenden Bemerkungen zu den „Teigwaren – Pasta asciutta“, wo Müller nicht bloß auf die Vielzahl unterschiedlicher Nudelarten verweist, sondern auch auf deren Unterschiede bei der Qualität aufmerksam macht – und die Gründe hierfür gleich mitliefert:

Es gibt im Land einige Hundert verschiedene Nudelarten, die sich durch Rezeptur, Form oder Füllung unterscheiden. Gute Restaurants verzichten auf die fabrikmäßig hergestellten Teigwaren – die Erzeugnisse aus den kleinen ‚Nudelbäckereien‘ sind wohlschmeckender und haben einen höheren Eiergehalt.⁶⁵⁷

Darin lässt sich der Versuch erkennen, der Qualität von Produkten aus kleineren Betrieben eine höhere Wertigkeit zuzuschreiben. Denn indem Müller nicht nur das Geschmackserlebnis („sind wohlschmeckender“) hervorhebt, sondern dieses auch noch in Relation zur Konsistenz („haben einen höheren Eiergehalt“) setzt und beides mit „den kleinen ‚Nudelbäckereien‘“ in Verbindung bringt, werden Assoziationen von kleinräumlichen Erzeugnissen als die „qualitätsvolleren“, „besseren“, „genuss-

⁶⁵⁴ Vgl. URL: <http://allrecipes.it/ricette/zuppa-ricette.aspx?page=2>; (27. Dezember 2016).

⁶⁵⁵ Vgl. MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 292, Anm. 308.

⁶⁵⁶ URL: <http://www.italia.it/de/italien-entdecken/toskana/siena.html>; (27. Dezember 2016).

⁶⁵⁷ MÜLLER, Michael: *Toskana. Florenz, Elba, Umbrien*. Ebermannstadt 1981, S. 11.

volleren“ und damit „wohlschmeckenderen“ Produkten ermöglicht – und damit auch Bilder von ihren herstellenden Betrieben als Garant dieser Qualitäten geschaffen.

Um eine geschmackliche Frage dreht sich auch der anschließende Absatz zur italienischen Pizza:

Die italienischen Pizzabäcker im deutschen Exil gehen verschwenderisch mit der Füllung um – dicke Schinkenscheiben und viel Käse sorgen dafür, daß der trockene Boden nicht mit dem Mund in Berührung kommt. Daß in Italien sparsamer damit umgegangen wird, enttäuschte uns oft ein wenig – trotzdem, für den Budget-Touristen ist die Pizzeria oft die einzige Möglichkeit, eine billige und warme Mahlzeit zu bekommen.⁶⁵⁸

Dabei fällt auf, dass diese Beschreibung stärker aus einer eigenkulturellen Fremdperspektive heraus erfolgt, deren Ausgangspunkt von Müllers eigenen eingeübten Geschmacksvorlieben bestimmt wird. Über die kulturbedingten Ursachen der hier beschriebenen Differenzen lässt er die Leser jedoch weitgehend im Unklaren.⁶⁵⁹

Ähnlich verfährt Müller im folgenden Abschnitt zu den „typischen“ Hauptgerichten, wo er zunächst mit einem touristischen Allgemeinplatz beginnt, dann allerdings die Tendenz zu einer ethnozentristisch grundierten Verallgemeinerung erkennen lässt:

Ob Fisch oder Fleisch, das muß die individuelle Gaumenlust entscheiden. Als Beilagen kommen meist Bohnen oder Tomaten auf den Tisch. Im Süden schätzt man ausgereiftes Gemüse/Obst weit weniger als bei uns – die Tomaten kommen deshalb oft noch grün auf den Teller (...).⁶⁶⁰

⁶⁵⁸ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 11.

⁶⁵⁹ In diesem Zusammenhang verweisen Möhring und Thoms darauf, dass die ersten italienischen Restaurantbetreiber in der BRD aufgrund des Mangels an italienischem Mozzarella oder Salamino ihre Pizzavarianten mit jenen Produkten belegen mussten, die sie vorfanden – etwa mit Goudakäse, Plockwurst oder Hackfleisch. Der Mangel an „echten“ italienischen Zutaten wurde dabei oftmals mit einem umso üppigeren Belag kompensiert. Und da den Gästen der Vergleich mit dem italienischen Original oftmals fehlte, wurde die neue Zusammensetzung vielfach als „authentisch“ erlebt. Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 271; THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Band 108). Münster et al. 2006, S. 50.

⁶⁶⁰ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 11 [Hervorhebung im Original].

Hinsichtlich der konkreten Nennung von Fleischgerichten hebt Müller „als bekanntes Beispiel“ das „Beefsteak auf Florentiner Art“ hervor, dessen Zubereitung er wie folgt erklärt:

Bekanntes Beispiel ist das Beefsteak auf Florentiner Art. Es wird ohne Fett und ungesalzen (damit der Saft nicht verloren geht) auf den Holzkohlegrill gelegt. Das Lendenstück soll mindestens 500 Gramm schwer sein und wird erst nach dem Braten (ca. 10-14 Min.) zerlegt. Probiert es mal in einem Florentiner Restaurant, allerdings nicht zu billig!⁶⁶¹

Trotz der detailreichen Schilderung, erfährt der Leser allerdings auch hier nichts Genaueres, warum ausgerechnet diese eine Speise als Beispiel für die kulinarische Tradition der Region genannt wird, ob es möglicherweise auch Abweichungen in der Zubereitung gibt und welche anderen Fleischgerichte als „typisch“ für die Toskana gelten. Ähnlich ergeht es dem Leser bei der Darstellung der Fischgerichte, wo Müller zwar die „große Auswahl an Fisch und Krebsgetier“ betont, allerdings einen Satz später nur die „Fischsuppe von Livorno (CACIUCCO)“⁶⁶² als empfehlenswert hervorhebt. Dazu ergänzt Müller, dass es sich hierbei um „eine duftende Mix-Fisch-Suppe aus Krabben, rosig zarten Tintenfischchen, Aal, Langusten etc., gedrängt in einem fein abgeschmeckten Sud“⁶⁶³ handle. Dieser Hinweis würde jedoch – wenn sie der Autor als implizite Erklärung für die besondere Erwähnung dieses Gerichts mitgedacht hätte – zu kurz greifen. Schließlich lassen sich ähnliche Zutaten etwa auch bei der Bouillabaisse, der Fischsuppenvariante in Südfrankreich, ausmachen. Weiters bleibt anzumerken, dass Müller auch an dieser Stelle in keinerlei Weise auf die kulinarische Vielfalt eingeht, die er mit seinem Verweis, dass man sich nämlich in Italien nicht mit einem Hauptgericht begnüge, bereits zuvor angedeutet hatte. Somit sind die Essensdarstellungen in Müllers kulinarischem Hauptteil, dessen Abschluss eine als „Speiselexikon“ etikettierte (und ebenfalls nicht näher erläuterte) Essensauswahl bildet, lediglich als oberflächlicher Versuch einer differenzierten und differenzierenden fremdkulturellen Betrachtungsweise zu werten.

Dieser Befund mag bei der weiteren Analyse von Müllers Toskana-Reiseführer von 1981 im ersten Moment verwundern, da er in seinen Darstellungen anderer Themen

⁶⁶¹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁶⁶² Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁶⁶³ Ebd., S. 11.

durchaus deren sozio-kulturellen Hintergründe ausführt. So zeichnet er in seiner Präsentation von Florenz nicht bloß die Entwicklung des in der toskanischen Hauptstadt zu einem ersten Wohlstand führenden Wollhandels nach, sondern widmet sich auch dessen negativen Folgen, die im Aufstand der Wollweber gipfelten.⁶⁶⁴ Auch die Auseinandersetzung mit der toskanischen Kunstgeschichte geschieht bei Müller nicht im herkömmliche Stile á la Baedeker, sondern – etwa bei der Thematisierung finanzieller Abhängigkeiten auch von großen toskanischen Künstler gegenüber ihren Auftraggebern – aus einem eher kritischen Blickwinkel heraus.⁶⁶⁵ Ähnliches findet sich auch in der Betrachtung von Umbrien, wo Müller betont, dass unter der Bevölkerung der damaligen Gegenwart nach wie vor „ein Unbehagen gegen die weltliche Kirchenpolitik“⁶⁶⁶ feststellbar wäre, welches auf die ehemaligen päpstlichen Eroberungsfeldzüge zurückzuführen sei und das sich bis heute in das kollektive Gedächtnis eingebrannt hätte.⁶⁶⁷

Solche sozialkritischen Töne lassen sich bei den Darstellungen rund ums Essen kaum bzw. nur in Ansätzen finden. Sie schimmern etwa dann durch, wenn die mangelnde Qualität des Essens durchaus richtig auch in Zusammenhang mit dem Massentourismus unserer Zeit in Verbindung gebracht wird:

Die Restaurants im Altstadtkern sind zu 99% auf Touristen eingestellt. Das heißt, der Wirt hat Laufkundschaft und braucht deshalb qualitativ wenig leisten, um sein Lokal voll zu bekommen. Durchaus preisgünstig sind die sogenannten Touristenmenüs (ca. 12-14 DM, z.T. Hauptgericht Spaghetti!!), aber viel Genuß braucht keiner davon erwarten. Meidet die Pizza-Stuben in dieser Gegend! Wer echte, gute italienische Küche kosten will, muß eine Menge Lire hinblättern oder eine längere Sucherei am Altstadtrand in Kauf nehmen!⁶⁶⁸

Diese Art der Darstellung mittels Beurteilung zwischen den Polen „qualitativ schlecht“ – „qualitativ gut“ sowie „billig“ – „teuer“ durchziehen fast sämtliche Restauranttipps in Müllers Toskana-Ausgabe von 1981. Eine nähere Bezugnahme auf die als „regional-typisch“ angesehenen Speisen bleibt dagegen zumeist aus. Ausnahmen bilden hier lediglich jene Produkte oder Gerichte, die in den Augen Müllers für eine gewisse

⁶⁶⁴ Vgl. MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 82f & 88ff.

⁶⁶⁵ Vgl. ebd., S. 39f.

⁶⁶⁶ Ebd., S. 157.

⁶⁶⁷ Vgl. ebd., S. 156f.

⁶⁶⁸ Ebd., S. 61 [Hervorhebung im Original].

Eigenständigkeit der Region stehen, wie z.B. das eingangs bereits erwähnte Florentiner Steak für Florenz, der „panaforte“ – „ein schwerer Kuchen mit Mandeln und kandierten Früchten (...)“⁶⁶⁹ – für Siena, die „Bacetti-Pralinen“ für Perugia oder in Bezug auf Wein der „Chianti“ für das klassische Anbaugebiet zwischen Florenz und Siena. Doch wird ihre jeweilige Besonderheit – mit Ausnahme des Chiantis – nicht vor einem tiefergehenden sozio-kulturellen Hintergrund, z.B. hinsichtlich ihrer kulturellen Verwurzelung mit der jeweiligen Stadt bzw. Region, beleuchtet. Stattdessen hebt Müller bei Speisen, die er ebenso als stellvertretende Zeichen für die eine oder andere von ihm beschriebene toskanische Stadt bzw. Landschaft betrachtet, die Konturen des Besonderen auf andere Weise hervor: Nämlich dahingehend, dass er den bei architektonischen Sehenswürdigkeiten oftmals durchschimmernden touristischen Imperativ des „Gesehen-haben-müssens“ abwandelt und in Form eines „Probiert-haben-müssen“ auch auf die von ihm hervorgehobenen Speisen überträgt. Allerdings fehlt es dabei fast immer an weiterführenden Zusammenhängen, was das Besondere dieser oder jener Speise sei und *warum* man sie probiert haben müsse. So erfährt man hier etwa nichts darüber, ob dies z.B. mit einem über Generationen überlieferten Herstellungsverfahren bzw. einer einzigartigen Zubereitungsmethode zu tun hätte oder man einfach nur aus der Perspektive eines besonderen Geschmackserlebnisses nicht darum umhin kommen dürfe. Das Etikett des „Probieren-müssens“ verkommt somit auch bei Müller zu einem touristischen Allgemeinplatz; zumal es der Autor in diesem Zusammenhang bei einem 1-Zeiler belässt und sogleich mit der Speisenbewertung nach oben genanntem Beurteilungsschema fortfährt. In Bezug auf den „panforte“ in Siena liest sich das dann so:

Gutes Essen in fast allen Restaurants, preislich allerdings wenig erfreulich. Unter ca. 17 DM für das Menü bekommt man selten etwas. Zum Nachtisch den ‚panforte‘ probieren! – ein schwerer Kuchen mit Mandeln und kandierten Früchten (gibt’s auch in vielen Caféhäusern). Als Hauptgericht servieren einige Restaurants ‚bollito di manzo‘, (gekochtes Rindfleisch mit einer grünen Sauce), schmeckt bestimmt jedem, der Fleisch nicht gerne trocken ißt! Wer vor der Kulisse des Campo speisen möchte, dem empfehlen wir das Restaurant IL CAMPO. Aber die schöne Aussicht hat seinen Preis: Hauptgerichte für 8-14 DM. Vorspeisen um die 6 DM. Dienstags geschlossen.⁶⁷⁰

⁶⁶⁹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 148.

⁶⁷⁰ Ebd., S. 148 [Hervorhebung im Original].

Auch in Bezug auf die als Spezialität aus Perugia gepriesenen „Bacetti-Pralinen“ verfährt Müller ähnlich:

SPEZIALITÄT: Perugia ist das Schokoladenzentrum von Italien. Mal die Bacetti-Pralinen probieren (mit Nuß)!!

REST. FALCETTO: Für uns das empfehlenswerteste Mittelklasserestaurant in Perugia, ruhig mal reingehen. In Perugia sind wir des öfteren [sic!] in billig erscheinenden Kneipen beim Bezahlen etwas sauer geworden. Im FALCETTO große Auswahl, auch einige Spezialitäten zur Auswahl: vorzügliche Vorspeise ist der Fischsalat mit kleinen Kraken, Muscheln etc... Das Menü kommt auf ca. 18 DM. (...).

REST. LA BOTTE: Das Restaurant liegt in einem kühlen Kellergewölbe. Es gibt Menüs (...) zu einem Einheitspreis, ca. 6,50 DM. Dabei ißt man lecker, wird satt – und es ist wirklich preiswert!! (...).⁶⁷¹

Müllers Behauptung, dass Perugia „das Schokoladenzentrum von Italien“ sei, kann zwar als erster Hinweis für die Verknüpfung der „Bacetti-Pralinen“ mit dieser Stadt gelesen werden. Doch versäumt es Müller diese Verbindung auch in ihrem kulturhistorischen Kontext näher zu erläutern und so dem Leser ein tiefergehendes Verständnis für den angedeuteten Zusammenhang mitzugeben. Die anschließenden Essensdarstellungen, die sich in dieser Form durch den ganzen Toskana-Führer von 1981 ziehen, zeigen die Art der weiteren Auseinandersetzung mit dem toskanischen Essen – nämlich als bloße Auflistung von Restauranttipps nach touristisch geprägten Bewertungskriterien (siehe oben). Somit muss als abschließendes Resümee festgehalten werden, dass sich die Essensdarstellungen – die im Übrigen allesamt ohne Bilder oder Grafiken auskommen (!) – nicht dazu eignen, ein besseres Verständnis für die fremdkulturellen Eigenheiten auch in kulinarischer Hinsicht zu entwickeln. Stattdessen präsentieren sie sich eher als Abbild jenes Spezialitätenkonsums, der nach Gyr die Touristenströme „an die ‚richtigen‘ Touristenorte, Ereignisse, Sehenswürdigkeiten und Waren heran[lenken]“⁶⁷² soll. Einzig bei den Ausführungen zum Chianti kommt es in Ansätzen zu kritischeren Tönen, etwa wenn Müller bemerkt, dass der Chianti, „der wohl bekannteste italienische Wein aus dem Anbaugebiet Toskana, mehr und mehr in häßliche

⁶⁷¹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 166 [Hervorhebung im Original].

⁶⁷² GYR, Ueli: Altbewährt und neu vermischt. Symbolproduktion und Erlebniskonsum für Touristen von heute. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 199.

plastikbementelte Ballonflaschen abgefüllt [wird].“⁶⁷³ Dieser Kritik an der Ästhetik damaliger Chianti-Gebinde folgen Hinweise zu seinen Bezeichnungsunterschieden und Produktionsbedingungen, deren Thematisierung als ebenso untypisch für damalige Reiseführer gelten kann:

Aus dem klassischen Anbaugebiet zwischen Florenz und Siena kommt der „Chianti Clässico“, die anderen Chianti-Weine tragen andere Beinamen. Bekannte Handelsmarken sind GALLO, PUTTO und LUPA ROMANA. Die Anbaufläche ist über 70.000 Hektar groß, und pro Jahr werden einige Millionen Hektoliter erzeugt. Ein Chianti darf nicht vor dem 1. März nach dem Herstellungsjahr verkauft werden; erst nach drei Jahren bekommt die Flasche das Prädikat „RISERVA“.⁶⁷⁴

Trotz dieser erkennbaren Ansätze eines alternativen Zugangs folgt der Toskana-Führer von 1981 in seinem inhaltlichen Aufbau dennoch einem als herkömmlich zu bezeichnenden Grundmuster, das jeweils immer mit einem kurzen historischen Abriss beginnt und danach persönliche Tipps des Autors zu den Themen „Tourist Info“, „Hotel/Pension“, „Camping“ und eben „Essen“ beinhaltet.⁶⁷⁵

Diese inhaltliche Grundstruktur lässt sich zwar auch noch beim Nachfolger aus dem Jahr 2014 ausmachen, doch fällt bei ihm bereits im Vorschau-Kapitel die stärkere Hinwendung zu gefühlsbetonten Erlebnissen auf. Gemäß Kagelmanns Befund, dass der heutige Tourist ein „multioptionale Urlauber“ sei, der „schließlich immer und überall was erleben [will]“⁶⁷⁶, kommt bereits hier sehr deutlich Müllers Versuch zum Vorschein, allein durchs Lesen prickelnde Erlebnisgefühle erzeugen zu wollen⁶⁷⁷ – und das nicht nur im Hinblick auf Landschaftsdarstellungen, Kunst und Architektur, sondern auch beim Essen wie das folgende Beispiel zeigt:

Die toscanische Küche ist bodenständig und gern kräftig gewürzt. Pasta gibt es in allen Formen, an allen möglichen Saucen. Vor allem in der Gegend um Montepulciano und Chiusi werden ‚Pici‘ angeboten, eine Art kurze, dicke Spaghetti, meist handgemacht. Als Hauptgang steht in der Gegend um

⁶⁷³ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 14.

⁶⁷⁴ Ebd., S. 14 [Hervorhebung im Original].

⁶⁷⁵ Bei größeren Städten folgen darüber hinaus auch noch Angaben zu den Themen „Einkaufen“, „Nachtleben“ und „Sehenswertes“ sowie bei Badeorten Tipps zu diversen Bademöglichkeiten.

⁶⁷⁶ KAGELMANN, Jürgen H.: Die Deutschen auf Reisen. Wohin das Urlaubsverhalten (wahrscheinlich) geht und was das für die Zukunft der Reiseliteratur bedeutet. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999). Mainz / München 1999, S. 37.

⁶⁷⁷ Vgl. ebd., S. 37.

Florenz und im Chianti oft das Florentiner Steak („Bistecca alla Fiorentina“) auf der Karte, dessen Preis pro 100 Gramm angegeben wird. Im Idealfall stammt das mindestens 500 Gramm schwere, rund vier Zentimeter dicke Stück Fleisch vom Chianina-Rind, einer kräftigen Rasse, die im Chianatal grast. Er wird mit Olivenöl eingestrichen, dann ungesalzen ohne Fett auf den Holzkohlegrill gelegt und kommt saftig und zart auf den Teller. Eine billigere Spezialität der Hauptstadt, aber nicht jedermanns Sache, sind die Florentiner Kutteln („Trippa alla Fiorentina“), die mit Zwiebeln, Sellerie, Karotten und Tomaten zubereitet werden. Weiter südlich, in der Maremma, kommt nicht nur zur Jagdzeit das Wildschwein („Cinghiale“) auf den Tisch, und an der Küste lockt der frische Fischfang oder mit Ei, Petersilien, Knoblauch und Semmelbröseln gefüllte Tintenfische („Calamari Ripieni“). Auch wer keine Tiere auf dem Teller sehen will, hat es gut: Die toscanische Küche ist bekannt für raffiniert zubereitetes, frisches Gemüse.⁶⁷⁸

Bereits in dieser ersten Darstellung zur toskanischen Küche finden sich Teile jener neuen Ausdrücklichkeiten wider, von denen zu Beginn dieser Arbeit die Rede war. Die Betonung ihrer Naturverbundenheit rückt die Speisen der Toskana dabei in die Nähe jener neuen Moral, die nach Köstlin unsere Nahrungsaufnahme als unmittelbarsten Kontakt mit der Umwelt bewusst machen will und demnach auch in der Nachhaltigkeit den Schlüssel für das Entdecken eines „echten“ Genusses sieht.⁶⁷⁹ Diese Imagination verstärkt Müller im vorliegenden Beispiel, indem er zusätzlich auch noch Geschichten ihrer regionalen Zubereitung erzählt. Damit wird aber nicht bloß ein naturhafter Zusammenhang zwischen Landschaft und Lebensmittelproduktion hergestellt, der auf diese Weise die Wiederentdeckung einer verloren geglaubten Sinnlichkeit und Geruhsamkeit in einer beschleunigten Welt suggeriert.⁶⁸⁰ Diese Art von Storytelling führt in weiterer Folge dazu, dass das so stilisierte Genusserlebnis auch an einen bestimmten Raum gebunden wird und damit die Bedingung für die Approbation seiner Einzigartigkeit zusätzlich bestimmt wird.⁶⁸¹

Diese „Verräumlichung der Genüsse“⁶⁸² setzt sich auch bei den toskanischen Weinen fort. Dessen Darstellungen fügen sich ebenso in das Bild des neuen „Hineinerzählens“ von Produkten in die Landschaft und verstärken so auf ähnliche

⁶⁷⁸ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 15f.

⁶⁷⁹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergesellschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 40.

⁶⁸⁰ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 21.

⁶⁸¹ Vgl. ebd., S. 22.

⁶⁸² Ebd., S. 22.

Weise das Hochstilisieren des regionalen Genusses zu einem besonderen Erlebnis.⁶⁸³ Dabei lassen sich zusätzlich auch „Verwandlungen des Gewöhnlichen“⁶⁸⁴ beobachten – der im Alltag der Italiener sicher auch als Tischwein genutzte und nicht weiter beredete Chianti wird dann plötzlich als „rubinroter“ „Chianti Classico“ hervorgehoben:

Den passenden Wein zu den kulinarischen Freuden liefert die Toscana gleich mit. Am bekanntesten ist der rubinrote ‚Chianti‘, der sich, sofern innerhalb eines streng begrenzten Gebiets produziert, ‚Chianti Classico‘ nennen darf. Mit ihm konkurriert weiter südlich und ebenfalls aus der Sangiovese-Traube gekeltert der ‚Vino Nobile di Montepulciano‘. Bei Kennern einen noch besseren Ruf genießt der auf einem Sangiovese-Klon basierende ‚Brunello di Montalcino‘. Fisch wird gern von einem Weißen begleitet, z.B. einem ‚Vernaccia di San Gimignano‘. Zur Abrundung eines guten toscanischen Essens passt ein ‚Visanto‘, ein dunkelgelber Dessertwein, in den das bereitgestellte Mandelgebäck (‚Cantucci‘) getunkt wird.⁶⁸⁵

Die angeführten Textpassagen stehen freilich nicht alleine, sondern sind – anders als in der Ursprungsausgabe von 1981 – mit reichlich Bildmaterial versehen. Bei den im Vorschau-Kapitel abgebildeten Fotos handelt es sich um eine am unteren Buchrand platzierte Bilderleiste mit neun aneinander gereihten Aufnahmen unterschiedlicher Motive. Diese lassen sich wiederum einem der folgenden Themenbereiche zuordnen: „Natur und Landschaft“, „Architektur“, „Badeerlebnis“ und „Kulinarik“. Sie bilden quasi den „thematischen Grundstock“⁶⁸⁶, der die gesamte „Toscana“-Ausgabe von 2014 durchzieht, wobei „Natur und Landschaft“ das klar dominierende Thema ist. Dieses drückt sich immer wieder durch klischeebehaftete Bilder etwa von sanft geschwungenen und teilweise im Morgendunst liegenden Hügellandschaften mit saftig-grünen Wiesen und goldglänzenden Äckern sowie in Form der als typisch erachteten Zypressen aus (siehe Abb. 11 auf der folgenden Seite).

⁶⁸³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 22.

⁶⁸⁴ KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 11.

⁶⁸⁵ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S.16.

⁶⁸⁶ HENNIG, Christoph: Die Botschaft der Bilder. Illustrationen in Reiseführern – Eine empirische Untersuchung. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999). Mainz / München 1999, S. 49.



Abb. 11: Beispiele für die Darstellung toscanischer Landschaftsmotive (© Michael Müller & Britta Ullrich. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag, Erlangen 2014, S. 16 & 17).

Bei den Bildern rund ums Kochen lassen sich hier vor allem Verknüpfungen mit Motiven des „Handgemachten“, „Nurreinen“ bzw. „Unverfälschten“ und „Persönlichen“ erkennen wie die nächste Bildleiste zeigt (siehe Abb. 12 auf der folgenden Seite).



Abb. 12: Beispiele für die Bildvermittlung des „Handgemachten“, „Pittoresken“ und „Naturbelassenen“ (© Michael Müller & Sabine Becht. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 18 & 19).

Der Bildausschnitt fokussiert u.a. auf den im Vordergrund stehenden Koch wie er sich gerade über den Herd beugt und Hand bei den Speisen anlegt. „Echte“ Liebhaber der Florentiner Küche mögen in dieser Szene den Florentiner Koch Fabio Picchi erkennen, der in anderen Reisebüchern und Bildbänden gerne mal als „Kochkünstler“ oder gar als „der beste Koch von Florenz“ tituiert wird⁶⁸⁷. Diese Info lässt sich allerdings für Nichtkenner in diesem Moment nur schwer ausmachen, da Müller ähnliche Verweise erst zu einem späteren Zeitpunkt nachreicht. Deswegen scheint es bedeutungsvoller, sich hier auf die Darstellung der oben genannten Motive zu konzentrieren: Deutlich äußert sich das „von-Hand-Gemachte“ in der Handlung des Kochs. Man sieht ihn, wie er gerade dabei ist Fisch zu braten, sowie – angedeutet durch den im Vordergrund zu sehenden Kochtopf samt daneben stehenden Pasta-Teller – Nudeln anzurichten. Das Motiv des „Handgemachten“ wird

⁶⁸⁷ Vgl. KOCH-SCHEINPFLUG, Regine: Toscana. Region für Genießer. Dumont Bildatlas. Ostfildern 2010, S. 28; HENSS, Rita: Toscana. Natur, Kultur und Lebensart. Ostfildern 2011, S. 89.

dabei zusätzlich unterstrichen, indem keine technischen Hilfsmittel wie Mikrowelle oder Gefriertruhe zu erkennen sind. Dies lässt zugleich ebenso Vorstellungen des „Unverfälschten“, „Urigen“ und „Authentischen“ entstehen, die ihrerseits durch angefügte Bilder eines historisch und „pittoresk“ anmutenden Dorfes und eines naturbelassenen Badestrandes verstärkt werden.

Das hieraus sprechende Motiv des „Urig-Bodenständigen“ findet sich in weiterer Folge auch im kulinarischen Hauptkapitel „Essen & Trinken“. Dabei fällt auf, dass – wenn wir uns zunächst auf die Textanalyse konzentrieren – der Anfangsteil fast unverändert von Müllers erstem Toskana-Führer übernommen wurde. Dort beginnt der Einstieg in die toskanische Küche mit dem Hinweis, dass diese bekömmlich sei – „gekocht wird mit wenig Fett und viel Gemüse; das Fleisch wird oft über Holzkohle gebraten.“⁶⁸⁸ In der Ausgabe von 2014 liest sich das kulinarische Intro wie folgt:

Italien ist ein kulinarisches Paradies, da macht auch die toscanische Küche keine Ausnahme, dazu ist sie noch besonders bekömmlich. Gekocht wird nämlich traditionell mit wenig Fett und viel Gemüse. Das Fleisch wird oft über Holzkohle gegrillt.⁶⁸⁹

Dass es sich hierbei auch um eine „entschleunigte“, aber dennoch gesellige Küche handelt, bei der das gemütliche Beisammensitzen ein wesentlicher identitätsstiftender Faktor ist, bildet ein weiteres Vorstellungsbild in Müllers Toskana-Führer von 2014. Es durchzieht Müllers Buch nicht nur auf der verbal-textlichen Ebene, sondern lässt sich immer wieder auch in den visuellen Darstellungen erkennen. Die beiden wohl am stärksten diese Vorstellungswelt hervorrufenden Abbildungen finden sich dabei sowohl bei der erwähnten Kulinarik-Einleitung als auch in der Beschreibung des Pferderennens „Palio“ in Siena. Im letztgenannten Zusammenhang, dem „Palio“, dient die Abbildung „Abendmahl der Honoratioren“ (siehe Abb. 13 auf folgenden Seite) als Bildverstärker für Müllers Erzählung, dass einige Wochen nach dieser traditionellen Veranstaltung „eine noch größere Feier“ stattfände: nämlich „ein abendlicher Festschmaus der Sieger unter freiem Himmel, der bis tief in die Nacht dauert – das glückliche Siegerpferd ist auch mit von der Partie...“⁶⁹⁰

⁶⁸⁸ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10.

⁶⁸⁹ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 39.

⁶⁹⁰ Ebd., S. 450.



Abb. 13: „Abendmahl der Honoratioren“ und „Die Köchin nach getaner Arbeit“: Beispiele für das Zelebrieren italienischer „Tischgesellschaft“. (© Michael Müller & Caroline Goltz. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 453 & 39).

Auch wenn das Siegerpferd im Bildausschnitt „Abendmahl der Honoratioren“ nicht zu sehen ist, lässt sich diese Szene aufgrund längst eingeübter Vorstellungsbilder zur „italianità“ als Ausdruck italienischer Lebensart interpretieren. Es zeigt eine gesellige Tischrunde, die nicht bloß zu essen und zu trinken, sondern – mehr noch – zu philosophieren scheint. Dieser Eindruck entsteht bei der genauen Betrachtung der einzelnen Teilnehmer: Ihre Mimik verrät, dass sie ihren Tischnachbarn aufmerksam zuhören, sich konzentrieren was sie zu sagen haben und vermutlich wohl mehr als bloß „Small Talk“ führen.

Der Moment des „Intellektuellen“ wird dadurch verfestigt, dass ausschließlich Männer zu sehen sind, die von Müller zusätzlich als „Honoratioren“ bezeichnet werden; es sich also hier um angesehene Bürger mit einem hohen sozialen Prestige zu handeln scheint – verstärkt wird dieser Eindruck zusätzlich durch ihre Businesskleidung, die dem Motiv zusätzlich einen Touch von „Upper Class“ verleiht. Damit verbildlicht dieses Motiv gewissermaßen den im ersten Kapitel ausgebreiteten Befund, dass es sich bei der Zurschaustellung des guten Geschmacks im öffentlichen Raum zumeist um eine männliche Elite handelt, die als Expertengemeinschaft auftritt und den kulinarischen Genuss als Hochamt, als etwas Heiliges, zelebriert. Diese Imagination des Religiösen wird hier auch durch die Bildkomposition befördert, die die vor dem

Palazzo Pubblico sitzende Tischrunde in ein mystisches Licht taucht und so auch quasi-religiöse Vorstellungen vom Triumph des Lebens über die dunkle Nacht entstehen lässt. Als Verstärker tritt dabei zusätzlich Müllers Bildtext auf, der die Szenerie als „Abendmahl der Honoratioren“ beschreibt.⁶⁹¹

Auch das zweite in Abb. 13 präsentierte Bildbeispiel – „Die Köchin nach getaner Arbeit“ – bedient sich mehrerer Gestaltungselemente und ermöglicht auf diese Weise ebenso unterschiedliche Imaginationen. Und auch hier mag zunächst das Motiv der „italienischen Tischgesellschaft“ jenes sein, das am auffälligsten hervortritt. Man sieht „die Köchin nach getaner Arbeit“⁶⁹² wie sie an einem Tisch bei Wein und „Pane“, dem italienischen Weißbrot, sitzt. Dabei lässt die Anzahl der im Vordergrund zu sehenden Weinflaschen und Gläser darauf schließen, dass sie nicht alleine ist. Unterstützt wird dieser Eindruck durch ihren zur Seite gedrehten Kopf sowie den lächelnden Blick, die beide andeuten, dass sie wohl entweder einer Interaktion folgt oder gar Teil einer solchen ist.

Als Metapher ließe sich das Bild auch dahingehend interpretieren, dass in Italien (und besonders in der Toskana) stets ohne Stress gekocht würde; dass die Küchenchefin „nach getaner Arbeit“ Zeit fände, um sich auf ein geselliges Gläschen Rotwein zur Tischgesellschaft dazuzusetzen. Darüber hinaus kann das Bild ebenso als Ausdruck jener Aura des „Persönlichen“ interpretiert werden, die ebenso zum Narrativ regionaler Küchen gehört. Diese Assoziationen werden freilich nicht allein durch Reiseführer geformt, sondern entstehen – wie es Gyr nannte – aus einem gemischten „Vorwissen von Bildern, Informationen, Einstellungen, vermittelten Erfahrungen, Vorurteilen und Werten.“⁶⁹³ Allerdings leisten Reiseführer hier einen entscheidenden Beitrag, da sie vorgeben die Mentalität der jeweils beschriebenen Fremde „aus erster Hand“ zu kennen und sie damit so zu beschreiben, wie sie wirklich sei. Verstärkt wird dieser Eindruck durch beigefügte Fotos, da sie als Kommunikate nicht bloß eine Beziehung zwischen Bildproduzent und Rezipienten herstellen, sondern als visuelle Dokumente ebenso eine Realität beschreiben. Diese

⁶⁹¹ Vgl. MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 453.

⁶⁹² Ebd., S. 39.

⁶⁹³ GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 174.

entspricht freilich ebenso wenig der realen Welt, da auch sie nur Ausschnitte sind, die eine Bilderwelt aus selektierten und modifizierten Versatzstücken der Realität konstruieren.⁶⁹⁴

In Bezug auf das Bildsujet „Die Köchin nach getaner Arbeit“ ließe sich außerdem noch ein Verweis auf das Stereotyp der italienischen „Mamma“ erkennen, die besonders auch außerhalb Italiens für eine oftmals als „bodenständig“ etikettierten italienischen Küche sowie für eine besonders familiäre Atmosphäre bzw. Gastfreundschaft steht.⁶⁹⁵ Darüber hinaus vermittelt das Bild von der Köchin mit Haube, dass sie tatsächlich auch in der Küche zu stehen schien, die das dortige Geschehen kontrollierte und/oder gar selbst kochte. Dieses Motiv der italienischen Küchenchefin, die selbst Hand anlegt, findet sich wenig später – dann allerdings mit männlichem Vorzeichen – nochmals bei einer vergrößerten Bilddarstellung der Küchenszene mit Fabio Picchi, die Müller nun mit dem Bildtext „Fabio Picchi in der Küche seines Restaurants Cibréo in Florenz“ versehen hat (siehe Abb. 14).

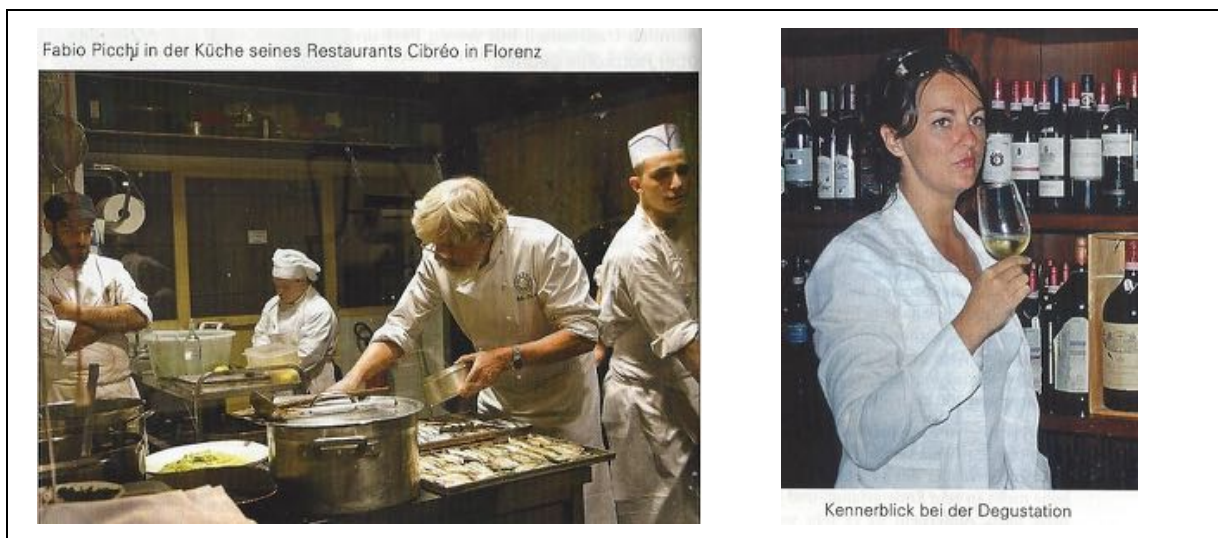


Abb. 14: Beispiele für die Bildvermittlung von „Kennerschaft“ (© Michael Müller & Caroline Goltz. Quelle: MÜLLER, Michael: *Toscana*. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 40 & 43).

Zusammen mit dem Hinweistext ist das Bild geeignet, Sicherheit in die zuvor vielleicht nur schemenhaft vorhandene Imaginationen von der toskanischen Küche

⁶⁹⁴ Vgl. BALLSTAEDT, Steffen-Peter: Wozu dienen Bilder? Zur Funktion der Bebilderung in Reiseführern. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): *Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999)*. Mainz / München 1999, S. 63f.

⁶⁹⁵ Vgl. MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 268.

als eine meisterhafte, vom „Chef“ persönlich kontrollierte Küche zu bringen. Man sieht Picchi wie er hochkonzentriert bei den zubereiteten Fischen steht und möglicherweise letzte Verfeinerungen vornimmt. Das Bild drückt aus, dass er – weil er diese Tätigkeit selbst ausführt – nichts dem Zufall überlassen möchte und damit allein schon das Anrichten von Speisen als wichtiger Teil für das Zelebrieren des Essens erachtet wird. Zu dieser Darstellungsform von „Kennerschaft“ passt auch das wenige Seiten später zur Erzählung des Weins abgedruckte Foto einer Frau, die man beim Degustieren eines Weißweins zeigt und dabei hochkonzentriert erscheint (siehe Abb. 14). Der dazugehörige Bildtext lautet demnach auch „Kennerblick bei der Degustation“. Geschickt wird dabei die Kennerschaft einer Person gleichzeitig auf die Region übertragen, indem im Hintergrund zusätzlich ein Weinregal mit verschiedensten Bouteillen drapiert wurde. Diese Art der Inszenierung appelliert an die Vorstellung, dass sich nicht nur die dort lebenden Menschen mit Wein auskennen, sondern die Toskana als Ganzes als hochprofessionelles Anbaugebiet mit langer Tradition anzusehen sei.

Dies ist allerdings nicht der einzige Unterschied zur Erstausgabe von 1981. Auch hinsichtlich der verbal-textlichen Darstellungen hat sich das Bild verändert – und das sowohl in Bezug auf die Ausführungen zum italienischen/toskanischen Essen als auch zu dessen Wein. Dabei lässt sich, wenn wir zunächst beim Wein bleiben, von Anfang an eine enge Verknüpfung mit der sprachlichen Ebene erkennen. Denn Müller verstärkt die in den angeführten Bildern mitschwingende Vorstellung von der Toskana als Region der „Kenner“, indem er gleich am Beginn an seiner Ausführungen die Vorreiterrolle dieses Gebiets beim angeblichen „italienischen Weinwunder“ in den 1980er-Jahren betont – und mit der Doppelbedeutung es Wortes „fiasco“ einleitet:

Noch bis in die 1970er Jahre hatte das Wort ‚fiasco‘ eine fatale Doppelbedeutung, bezeichnete es doch die typische Korbflasche für den Chianti (...) und zugleich die meist haarsträubende Qualität ihres Inhalts. Damals war der Chianti wie viele italienische Weine zu einem unbekömmlichen Massenprodukt verkommen.⁶⁹⁶

⁶⁹⁶ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 43.

Doch Anfang der 1980er Jahre entwickelte sich etwas, was man ein wenig blumig, aber gar nicht falsch als das ‚italienische Weinwunder‘ bezeichnet hat. Vorreiter dieser önologischen Revolution waren die Produzenten der Toscana.⁶⁹⁷

Kraftvoll, mit hohem Alkohol- und Tanningehalt versehen, körperreich und tief – so präsentiert sich der toscanische Rotwein heute. Das Tannin macht ihn gut lagerfähig, 10 bis 20 Jahre bei Spitzengewächsen; in dieser Zeit entwickelt er eine immer größere Komplexität und Tiefe im Geschmack und Bouquet. Ähnliche Charakteristiken besitzen (...) auch die weißen Sorten.⁶⁹⁸

Diese Art von in Geschichten verpacktem (aber dennoch nur an der Oberfläche kratzendem) Wissen kann dabei nicht nur der Versicherung dienen, dass es sich bei der Toskana tatsächlich um eine traditionsreiche Weinregion von Spitzenqualität handle. Es eignet sich auch, um damit die im Zuge einer zunehmend individualistischeren Ausgestaltung unserer Lebensweise ebenso wichtiger werdenden persönlichen Bekenntnisse auszufüllen. Schließlich gehören Bekenntnis und Lebensstil nicht bloß zusammen, sondern erhalten durch öffentliche Diskurse, die verstärkt auch Fragen zur regionalen Herkunft und Umwelt thematisieren, mehr und mehr an Gewicht – allein Feinspitz zu sein, genügt demnach nicht mehr.⁶⁹⁹

Auch bei den Speisendarstellungen im kulinarischen Hauptteil „Essen & Trinken“ lässt sich ein ähnlicher Wandel beobachten, wenngleich dieser auf den ersten Blick nicht so augenscheinlich ist. Denn hier fällt zunächst auf, dass sich der Toskana-Reiseführer von 2014 bei seinen Essenserzählungen deutlich an der Erstausgabe orientiert und deren kulinarische Passagen teilweise sogar wortgleich (!) übernimmt – etwa beim Hinweis, dass man sich in Italien nicht mit einem Hauptgericht begnüge und man seinen Magen am besten durch einen „Aperitivo“ einstimme. Ähnlichkeiten mit Müllers erstem Toskana-Führer gibt es aber auch in Bezug auf die Abfolge der Darstellungen. So folgen im 2014er-Führer ebenso Informationen zu den Mahlzeitenfolgen – vom „primo piatto (erster Gang)“ über „secondo (Hauptgang)“ bis hin zu den „contori“, den Beilagen.⁷⁰⁰ Weiters schimmert in der Ausgabe von 2014

⁶⁹⁷ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 43.

⁶⁹⁸ Ebd., S. 43.

⁶⁹⁹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergesellschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 42.

⁷⁰⁰ Vgl. MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 39.

nach wie vor eine herkömmliche touristische Orientierungsfunktion durch, die sich in der von der Erstausgabe ebenfalls übernommenen Unterscheidung zwischen Festpreismenüs und Speisen à la carte zu erkennen gibt:

In Touristenorten werden häufig sog. Festpreismenüs (menù a prezzo fisso oder menù turistico) angeboten – oft die einzige preiswerte Art, seinen Magen mehr oder weniger angenehm gefüllt zu bekommen. Wer es liebt, à la carte zu speisen, wird tiefer in die Tasche greifen müssen (...).⁷⁰¹

Die angeführte Textpassage macht darüber hinaus deutlich, dass sich die aktuelle Ausgabe nach wie vor auf das bereits oben erwähnte Bewertungsschema nach den Kriterien „billig“ und „teuer“ stützt. Und schließlich deutet der Hinweis, „seinen Magen mehr oder weniger angenehm gefüllt zu bekommen“ nach wie vor auf eine Bewertung, welche vom Standpunkt der Eigenkultur ausgeht. Dies wird ein weiteres Mal im Absatz zu den Hauptgerichten deutlich, wo in Müllers Erklärungen zu den Beilagen ebenso eine ethnozentristische Sichtweise durchklingt: „Im Süden schätzt man ausgereiftes Gemüse bzw. Obst weit weniger als bei uns. Die Tomaten kommen deshalb oft noch grün auf den Teller (...).“⁷⁰²

Parallel dazu lassen sich jedoch auch Unterschiede zu Müllers erstem Toskana-Führer erkennen. So werden in der Ausgabe von 2014 erwähnenswerte Besonderheiten wie Speisen, diverse Regionalprodukte oder auch traditionelle Feste weitaus öfter bei ihrem italienischen Namen genannt bzw. deren italienische Bezeichnung beigefügt: „Kaum ein Italiener frühstückt kräftig, meist reicht ein *cornetto* (Hörnchen) oder eine *pasta* (Gebäck) in der nächsten Bar (...); man kann sich aber meist einen Toast oder ein belegtes Brötchen (*panino*) bestellen.“⁷⁰³ Diese Art der Markierung kann – analog zu Möhrings Feststellung, dass italienische Namen von Restaurants in Deutschland geeignet seien, generische Orte aufzurufen und auf den „Süden“ zu verweisen⁷⁰⁴ – auch bei Müller als Versuch gewertet werden, den Lesern zumindest einen Hauch von italianità, also von italienischer Identität, zu vermitteln. Die „bistecca alla fiorentina“, das „bekannteste toscanische Gericht“⁷⁰⁵

⁷⁰¹ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014., S. 39.

⁷⁰² Ebd., S. 42.

⁷⁰³ Ebd., S. 41 [Hervorhebungen im Original].

⁷⁰⁴ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 260.

⁷⁰⁵ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 42.

findet sich dabei nicht nur im Kapitel „Essen & Trinken“, wo es bei der Beschreibung den Wortlaut aus dem ersten Toskana-Führer übernimmt, sondern wird dann auch nochmals im Teil über Florenz gesondert hervorgehoben: „Kulinarisches Ereignis: Bistecca alla fiorentina. Ein kräftig gewürztes, gegrilltes Steak, 3-4cm dick, rund 800g schwer und von einer Person allein kaum zu schaffen.“⁷⁰⁶ Diese Erzählung kann beispielhaft für Köstlins Feststellung stehen, wonach Wissen heute nicht mehr einfach nur vermittelt, sondern in Geschichten verpackt wird, „die über Regionen und ihre Produkte erzählen, deren Genuss in der Region dann zu einem Erlebnis stilisiert wird, das mitgegessen wird.“⁷⁰⁷ In diesem Zusammenhang werden dann auch schon mal Produkte, die selbst in italienischen Genussmagazinen weniger als Ausdruck einer bestimmten Region als vielmehr als „Symbol von Einfachheit und Frische“⁷⁰⁸ – wie etwa beim Prosciutto con Melone (Prosciutto mit Melone) – gesehen werden, mit Ingredienzen des Regionalen vermischt:

Typisch sind z.B. *prosciutto con melone* (geräucherter Schinken mit Melone) oder spezielle toscanische Hartwurstsorten, garniert mit Oliven und manchmal auch etwas Salat. Manchmal gibt es auch *frutti di mare*, einen leckeren Meeresfrüchtesalat, *finocchiona*, eine mit Fenchel gewürzte Salami, oder *biroldo*, eine Art Presssack aus Blutwürstchen mit Schweineblut und Fleischstückchen.⁷⁰⁹

Es handelt sich hierbei nicht mehr – wie noch in der Ausgabe von 1981 – um eine bloße Auflistung von Speisen. Die Art ihrer Erzählungen schafft Imaginationen, die die Speisen als Ausdruck eines besonderen Genusses erscheinen lassen. So sind es eben nicht mehr bloß Hartwurstsorten, sondern „spezielle toscanische Hartwurstsorten, garniert mit Oliven und (...) Salat“. Und die Finocchiona, die auch schlicht als „Fenchelsalami“ bezeichnet hätte werden können, wird so zu einer „mit Fenchel gewürzte[n] Salami“ – gleichsam den Duft des besonders „Feinen“ mittransportierend.

⁷⁰⁶ Ebd., S. 118.

⁷⁰⁷ KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 22.

⁷⁰⁸ URL: <http://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primo-piano/prosciutto-e-melone-retaggio-della-cucina-galenica/>; (6. Jänner 2017). Das Genussmagazin „La cucina italiana“, das seit 1929 herausgebracht wird und gegenwärtig in Italien monatlich erscheint, wird vom Verlageigentümer als Ausdruck von Leidenschaft für Qualität und eines Zelebrierens italienischer Speisen und Kultur beschrieben. Vgl. URL: <http://www.condenastinternational.com/country/italy/la-cucina-italiana/>; (6. Jänner 2017).

⁷⁰⁹ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 41.

Das Sinnbild des „Fein-Aromatischen“ erhält dabei zusätzliches Gewicht durch die Verknüpfung von Imaginationen einer „reinen“ und „lieblichen“ Natur, wo man auch heute noch auf das Chianina-Rind trifft, „dessen zartes Fleisch die Basis für die Bistecca fiorentina liefert.“⁷¹⁰ Und wo „die Insektenwelt der Toscana“⁷¹¹ so reich ist, „dass man darüber ein Buch füllen könnte“, wo „sanfte Hügel, wohlgeordnete Zypressenreihen und in der Ferne ein kleiner, silbrig flimmernder Olivenhain (...)“⁷¹² eine „kultivierte Landschaft“⁷¹³ bilden (siehe Abb. 15).

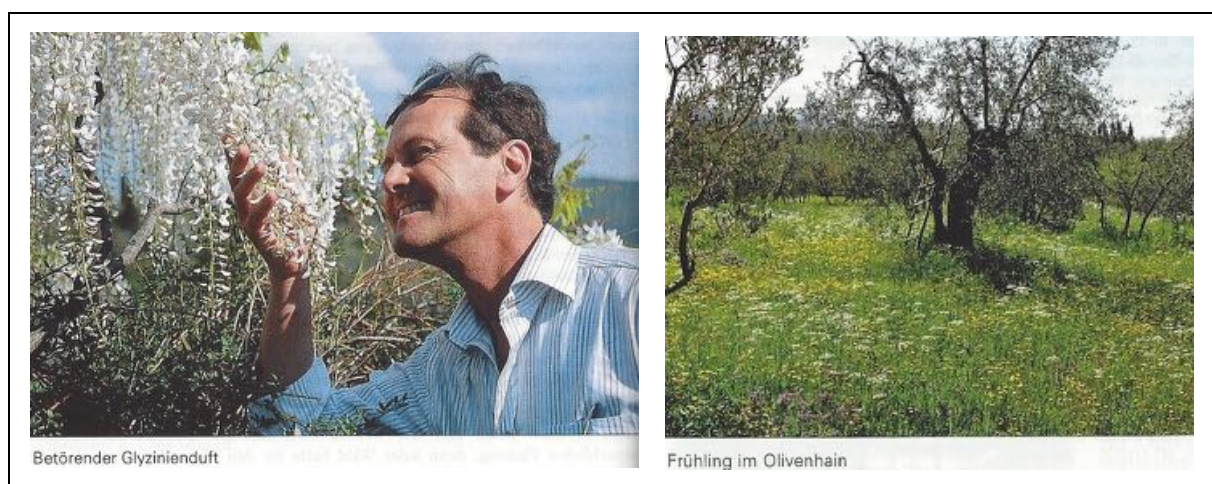


Abb. 15: „Betörender Glyzinienduft“ und „Frühling im Olivenhain“: Beispiele für Sinnbilder des „Fein-Aromatischen“ (© Caroline Goltz & Fritz Rust. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 52 & 376).

Diese verstärkte Hinwendung zum Naturhaften geht über die bereits in früheren Jahrhunderten, etwa zur Zeit von Goethes Italienreise, existierende Bewunderung von Landschaft und Vegetation des mediterranen Raumes weit hinaus. Darauf weist allein schon die Tatsache, dass Müller in seinem Reiseführer von 2014 die Besonderheiten der toskanischen Natur auf rund sechs Seiten ausführt (während ähnliche Darstellungen in der Erstausgabe noch gänzlich fehlten). Es ist aber nicht nur ein Wandel in quantitativer Hinsicht bemerkbar, sondern auch bezüglich der Art und Weise, wie darüber gesprochen wird. Hier lassen sich Einflüsse vor allem einer Frage ausmachen, die das Handeln von Menschen in unserer Gegenwartsgesellschaft immer öfter und auf immer mehr Ebenen – so auch beim Reisen – zu beeinflussen scheint: Die Frage nach dem guten Leben. Sie ist Ausdruck eines ökologischen Diskurses, der Umweltprobleme vor allem im etablierten System der

⁷¹⁰ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 47.

⁷¹¹ Ebd., S. 50.

⁷¹² Ebd., S. 51.

⁷¹³ Ebd., S. 51.

Naturnutzung verursacht sieht.⁷¹⁴ Dementsprechend ruft dieser Diskurs dazu auf, unser Handeln nicht am (rücksichtslosen) Nutzen, sondern am *Grenznutzen*, das heißt an einem stärker im Einklang mit der Natur stehenden Nutzen zu orientieren.⁷¹⁵ Und was dabei im Nahrungsbereich in der Hervorbringung von „Slow Food“⁷¹⁶ und dessen Philosophie eines verantwortungsvollen Genießens mündete, war beim Reisen die Idee vom „sanften Tourismus“. Eine Ausprägung davon ist der sogenannte „Urlaub am Bauernhof“, der nicht nur in Österreich zu einem vermarktungsstarken Label samt eigenem Verband und eigener Website⁷¹⁷ aufgestiegen ist, sondern auch in Italien längst Fuß gefasst hat – als „Agriturismo“.⁷¹⁸ Dies spiegelt sich auch in Müllers Toscana-Führer von 2014 wider. So geht er im Kapitel „Übernachten“ ausführlich und zum Teil auch kritisch auf die italienische Form von „Urlaub am Bauernhof“, dem „Agriturismo“, ein. Dabei lässt Müller wissen, dass die heutige Form kaum noch etwas mit der ursprünglichen Idee, nämlich „dem Gast einen Einblick ins bäuerliche Leben zu verschaffen (...)“⁷¹⁹ zu tun hätte. Zwar würde das Gesetz vorschreiben, dass die Höfe landwirtschaftlich produktiv sein müssen.⁷²⁰ Allerdings: „Meist beschränkt man sich – um dem Gesetz zu genügen – auf etwas Oliven- oder Weinbau (vereinzelt auch noch Viehzucht).“⁷²¹

Ganz im Sinne der von Wierlacher thematisierten Tendenz von Reiseführern, ihre Leser vor Irritationen bewahren zu wollen⁷²², zerstört freilich auch Müller nicht zur Gänze die romantisierende Vorstellung vom Urlaub am Bauernhof. Denn gleich danach betont er, dass es „hier und da noch einen Hof [gäbe], auf dem biologisch-dynamische Landwirtschaft betrieben wird und der Hahn morgens bei der Dämmerung lauthals krähend Bauer und Gäste aus den Federn holt.“⁷²³ Diese Art der Beschreibung ist geeignet, beim Leser Bilder etwa des „Natürlichen“,

⁷¹⁴ Vgl. EDER, Klaus: Die Natur: Ein neues Identifikationssymbol der Moderne? Zur Bedeutung kultureller Traditionen für den gesellschaftlichen Umgang mit der Natur. In: GINGRICH, Andre / MADER, Elke (Hg.): Metamorphosen der Natur. Sozialanthropologische Untersuchungen zum Verhältnis von Weltbild und natürlicher Umwelt. Wien, Köln, Weimar 2002, S. 35.

⁷¹⁵ Vgl. ebd., S. 63.

⁷¹⁶ Siehe dazu die näheren Ausführungen in Kap. 1.1.

⁷¹⁷ Vgl. URL: <http://www.urlaubambauernhof.at>; (6. Jänner 2017).

⁷¹⁸ Vgl. URL: <http://www.agriturismoitalia.gov.it>; (6. Jänner 2017).

⁷¹⁹ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 36.

⁷²⁰ Ebd., S. 36.

⁷²¹ Ebd., S. 36.

⁷²² Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 506.

⁷²³ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 36.

„Handgemachten“, „Echten“ und „Unverfälschten“ weiter bestehen zu lassen. Auch bei den Hinweisen zu den öffentlichen Essensmöglichkeiten und Übernachtungstipps im Buchinneren blitzt diese bildhafte Ausdrucksweise immer wieder hervor. Besonders fällt sie bei jenen Tipps auf, die von Müller mit einem kleinen grünen Blatt-Symbol versehen sind. Damit sind Beschreibungen markiert, die sich für einen „grünen“, will heißen „sanften“, Tourismus eignen. Diese umfassen überwiegend ländliche Bauernhöfe, Weingüter, Biomärkte, familiengeführte Herstellungsbetriebe, regionale Lokale sowie Feinkostläden, die auf „natur-verbundene“ Anbauweisen setzen und deren Produkte daher einen besonderen Genuss versprechen. Dementsprechend oft verweist Müller auf den „Bio“-Begriff oder stattet die Tipps mit Erzählungen aus, die auch im Biodiskurs eine tragende Rolle spielen. Dieses Storytelling nimmt überwiegend Bezug auf die „persönliche Leidenschaft“ bzw. den „liebvollen Umgang“ des Produzenten mit seinen Produkten, den „Regionalitätscharakter“ des Sortiments, die „biologische“ bzw. „ökologische“ Herstellungsweise, das „Unbehandelte“, die „Ursprünglichkeit“ und damit auch auf die „Authentizität“ ihrer Produkte:

Caccia al Piano, der sympathische Olivenbauer Ginacarlo verkauft nicht nur exzellentes Olivenöl, er erzählt auch gern Wissenswertes über die Kunst des Olivenanbaus. Auf seinem gepflegten Anwesen bietet er neuerdings auch Verköstigungen mit lokalen Produkten an.⁷²⁴

La Cerreta, (...) Ein Demeter-Agriturismo wie er im Buche steht: Mit Engagement, Liebe und Sachkenntnis wird hier ökologischer Anbau (Wein, Öl, Obst, Gemüse) und ökologische Tierhaltung (maremmanische Pferde, Cinta-Senese-Schweine, Rinder, Kleinvieh) betrieben. Die weitläufige Anlage ist wunderschön gelegen (...), abends wird mit den Zutaten aus eigener Herstellung für die Gäste gekocht. Marmelade, Honig, Butter, Käse, Fleisch, Brot, Wein – man lebt hier fast autark.⁷²⁵

In der **Käserei Casa Nova** (...) verkauft eine sizilianische Familie Käse (auch vakuumverpackt) ihrer vor der Tür weidenden Schafe. Besonders zu empfehlen ist der drei bis vier Monate gereifte Semistaggionato.⁷²⁶

Weingut La Spinosa, hier betreibt ein ambitioniertes Team seit Jahren erfolgreich biologischen Wein- und Olivenanbau. Die Trauben für die

⁷²⁴ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 365 [Hervorhebung im Original].

⁷²⁵ Ebd., S. 377f [Hervorhebung im Original].

⁷²⁶ Ebd., S. 414 [Hervorhebung im Original].

prämierten Weine reifen auf sandigen Muschelkalkböden, bevor sie in der Cantina verarbeitet werden.⁷²⁷

Agriturismo Renzo Marinai, (...) kleiner Bio-Betrieb für Wein, Oliven und Getreide. Der Weizen wächst auf unbehandelten Böden zwischen Olivenbäumen. Die Stickstoffanreicherung des Bodens durch Aussaat von Lupinen, Senfkraut u.a. Die Nudeln aus Hartweizen schmecken vorzüglich (...).⁷²⁸

Agriturismo Fattoria Poggio Alloro, (...) authentischer Bio-Betrieb auf dem „Lorbeer-Hügel“ mit Chianina-Rindern, Schweinen der Cinta-Senese-Rasse, Wein-, Gemüse- und Getreideanbau. Kleine Safranproduktion. Das Abendessen mit hauseigenen Produkten wird auf der Terrasse serviert (...).⁷²⁹

Diese exemplarischen Textausschnitte verdeutlichen, dass es hier nicht mehr bloß um eine reine Informationsvermittlung geht, sondern um die Darstellung der Toskana als „natürlich gedachter Kulturraum“⁷³⁰, in dem sich oft ersehnte emotionale und ästhetische Werte noch finden ließen und die „Sehnsucht nach dem guten Leben“⁷³¹ erfüllbar sei. Die zunehmende Betonung dieser Sichtweise kann dabei als Folge unterschiedlicher gegenwärtiger Debatten angesehen werden, die unser Handeln immer öfter vor dem Hintergrund ökologischer und ökonomischer Zusammenhänge diskutieren und auch vor dem Essen nicht Halt machen. Es wird erkannt, „dass das Was und das Wie der menschlichen Ernährung Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft und Gesundheit hat.“⁷³² Diese Sichtweise schimmert auch im Toskana-Führer von 2014 immer wieder durch, wo sich die aktuellen gesellschaftlichen Debatten zum Essen mit dem Diskurs über die Bedeutung von Regionalität vermengen und so der Region ein neues „kollektiv erzeugtes Sinngewebe“⁷³³ verleihen. Dergestalt erfährt der Leser etwa bei einem Restaurantbetrieb in Florenz, dass dieser nicht bloß „der Kuttelnspezialist des

⁷²⁷ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 415 [Hervorhebung im Original].

⁷²⁸ Ebd., S. 425 [Hervorhebung im Original].

⁷²⁹ Ebd., S. 488 [Hervorhebung im Original].

⁷³⁰ TSCHOFEN, Bernhard: Vom Kochen in den Bergen. Ansichten eines Kulturwissenschaftlers (=Sonderdruck aus: Anni Scheffer: Vom Kochen in den Bergen. Die österreichische alpenländische Küche). Wien 2003, S. 12.

⁷³¹ THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben (2006).

⁷³² KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergesellschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 40.

⁷³³ KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 23.

Oltrarno“⁷³⁴ sei, sondern auch „*Lampredotto*“⁷³⁵ serviere, „ein Gericht, das man nur in Florenz kennt, ein mit pikanter Sauce servierter Labmagen der Kuh.“⁷³⁶ Und wer dem nichts abgewinnen könne, würde dort auch „ein paar klassische Gerichte der toscanischen Küche“⁷³⁷ auf der Karte finden – selbst für Vegetarier sei etwas dabei.⁷³⁸ Überhaupt liest man bei Müller immer wieder, dass die regionalen Speisen „gut geeignet für Vegetarier“⁷³⁹ seien und „alles bio und sehr lecker“⁷⁴⁰ gekocht würde. Die Region präsentiert sich somit als archaisches Rückzugsgebiet, als Refugium verloren geglaubter Werte wie die des „Authentischen“, „Natürlichen“ und „Bodenständigen“: Wo es „einfach urig und klein“⁷⁴¹ zugehe, wo die Speisekarten „noch täglich neu von Hand geschrieben“⁷⁴² werden und wo „ein wahrer Schatz von alten Kochrezepten: Maronen, Wild, Pilzgerichte“⁷⁴³ nur darauf warten würde, um entdeckt zu werden. Dazu passen die dazugehörigen Bilder, die die Produkte – wenn überhaupt – immer nur in einer ästhetischen Anmutung des „Echten“ und „Handgemachten“ präsentieren. Der zumindest teilweise auch hier hereinspielende industrialisierte Produktionsprozess wird hingegen gänzlich ausgeblendet. So lässt Müller, trotz seines alternativen Anspruchs, die abgebildeten Produkte stets als fertige (handgemachte) Fabrikate erscheinen, die immer schon so in der Region vorhanden gewesen seien und geradezu nur auf ihren genussvollen Verzehr warten würden – ganz gleich, ob dies den Pecorino-Käse aus Pienza oder den Prosciutto in einer Metzgerei in Greve betrifft, wo für Müller der „Himmel voller Schinken hängt“ (siehe Abb. 16 auf der folgenden Seite).

⁷³⁴ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 149.

⁷³⁵ Ebd., S. 149 [Hervorhebung im Original].

⁷³⁶ Ebd., S. 149.

⁷³⁷ Ebd., S. 149.

⁷³⁸ Vgl. ebd., S. 149.

⁷³⁹ Ebd., S. 255.

⁷⁴⁰ Ebd., S. 306.

⁷⁴¹ Ebd., S. 254.

⁷⁴² Ebd., S. 254.

⁷⁴³ Ebd., S. 280.



Abb. 16: „Metzgerei in Greve: Der Himmel hängt voller Schinken...“ und „Pecorino-Käse aus Pienza“: Beispiele für die Bildvermittlung des „Echten“, „Unverfälschten“ und „Handgemachten“ (© Fritz Rust & Caroline Goltz. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 419 & 552).

6.1.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer

Müllers erste Toscana-Ausgabe von 1981 lässt an manchen Stellen durchaus alternative Ansätze erkennen, dem Leser die touristischen Scheuklappen nehmen zu wollen. Etwa wenn sie gleich in der Einleitung zu Florenz betont, dass die Stadt „während der brütend heißen Sommertage“⁷⁴⁴ von „Staub, Krach, Abgase[n] und (...) eine[r] Menge kulturbeflissener Touristen“⁷⁴⁵ geprägt sei. Eine solch differenzierte Sichtweise findet sich in weiterer Folge nicht nur bei der Darstellung der sozio-ökonomischen Entwicklung von Florenz, wo Müller sowohl die Gründe für deren Aufstieg zu einer wohlhabenden Stadt als auch die damit verbundenen Schattenseiten – etwa die Ausbeutung der Arbeiter – benennt, sondern lässt sich auch im Kapitel über Pisa feststellen. Dort verweisen die „unverstellten“ Blicke etwa darauf, dass dieses „Provinzstädtchen“ nicht so „fein herausgeputzt [ist] wie Florenz oder Perugia“ und in der Altstadt die Hausfassaden „bröckeln“, „die seit Generationen nicht mehr verputzt wurden.“⁷⁴⁶ Und zu Piombino hält Müller fest, dass „diese bedeutende Industriestadt mit ihrem riesigen, rostbraunen und qualmenden Stahlwerk am Hafen (...) nichts reizvolles [sic!]“⁷⁴⁷ zu bieten hätte und man höchstens für eine Nacht bleiben solle, „um am anderen Morgen mit der nächsten

⁷⁴⁴ MÜLLER, Michael: Toscana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 55.

⁷⁴⁵ Ebd., S. 55.

⁷⁴⁶ Ebd., S. 105.

⁷⁴⁷ Ebd., S. 121 [Hervorhebung im Original].

Fähre nach Elba zu fahren.“⁷⁴⁸ Diese alternativen Betrachtungsweisen verwässern allerdings wenn es um die Beschreibung des Essens geht. Dann nämlich blitzt auch bei Müllers erstem Toskana-Führer jene touristisch orientierte Bewertung hervor, die eher bei herkömmlichen Reiseführern zu finden sind und sich vor allem über die Preiskategorie, Auswahl bzw. Quantität der Speisen und/oder das Ambiente des Speiselokals definiert:

TRATTORIA SABATINO: Preisgünstiges Restaurant mit mehreren kleinen Essräumen. Die Wände sind hübsch mit einfachen Gemälden und einer Uhr behängt. Guter Service/billig, das Menü für ca. 10 DM.⁷⁴⁹

REST. TAVOLA CALDA: Eine der gemütlichsten und lockersten Tavernen im Ort. Der Speisesaal wirkt wie eine ‚Höhle‘. Die Wände hängen voll mit Bildern, und man sitzt an roh zusammengezimmerten Tischchen. (...) Außer Pizzen gibt es (...) eine gute Auswahl an verschiedenen Fleisch- und Teiggerichten. Niedrigpreise!! Das umfangreiche Menü kommt etwa auf 13 DM.⁷⁵⁰

REST. LA FERRIGNA: (...) Erwähnenswert wegen des preisgünstigen Festpreismenüs für ca. 13 DM (nach Menu Turistico fragen, steht nicht auf der Speisekarte).⁷⁵¹

RISTORANTE BOLOGNA: Speiseraum innen mit Backsteinbögen; auch außen wird unter einem Strohdach gespeist. Sehr große Auswahl an Fisch. Das Restaurant wird von Einheimischen empfohlen (...).⁷⁵²

LA TAVERNA DELL'ARCO DA BINO: Hier gibt es solides, leckeres Essen in der Atmosphäre des 14. Jhd's – Deckengewölbe und Steinwände. Das Menü ist auf einige Spezialitäten begrenzt und kommt auf ca. 22 DM pro Person.⁷⁵³

Die Benennung von konkreten italienischen oder gar regionaltypischen Speisen findet in diesem Zusammenhang größtenteils nur dann statt, wenn sie entweder „am bekanntesten“ erscheinen oder als „beliebt“, „empfehlenswert“ oder als „Spezialität“ gelten – über die Hintergründe dieser Einschätzungen oder auch etwaige kulturhistorische Einbettungen erfährt der Leser jedoch kaum etwas:

Am bekanntesten ist die MINESTRONE, eine dicke Gemüsesuppe mit allem, was der Garten zur entsprechenden Jahreszeit hergibt. Typisch

⁷⁴⁸ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 121.

⁷⁴⁹ Ebd., S. 62.

⁷⁵⁰ Ebd., S. 110.

⁷⁵¹ Ebd., S. 134.

⁷⁵² Ebd., S. 140.

⁷⁵³ Ebd., S. 172.

für die Toskana sind MINESTRONE ALLA LUNIGIANESE mit Bohnen, Kastanien, Reis und diversen Kräutern.⁷⁵⁴

Bekanntes Beispiel ist das Beefsteak auf Florentiner Art. Es wird ohne Fett und ungesalzen (damit der Saft nicht verloren geht) auf den Holzkohlegrill gelegt. Das Lendenstück soll mindestens 500 Gramm schwer sein und wird erst nach dem Braten (ca. 10-14 Min.) zerlegt.⁷⁵⁵

Bekannt ist das Lokal aber wegen seiner Spezialitäten, z.B. Lombatine di vitello con funghi (Kalbslende mit einer leckeren Tomatensauce) für ca. 18 DM.⁷⁵⁶

Im FALCHETTO große Auswahl, auch einige Spezialitäten zur Auswahl: vorzügliche Vorspeise ist der Fischsalat mit kleinen Kraken, Muscheln etc...⁷⁵⁷

Spezialitäten sind ,agnello alla brace, filetto al Rubesco di Torgiano, asce francescano...⁷⁵⁸

Man ißt lecker und kommt auf ca. 14 DM. Spezialitäten: PIZZAILOA – ein Fleischgericht mit einer Tomatensauce und COREGONE – Fisch aus dem See in einer süßlich, würzigen Sauce.⁷⁵⁹

Die angeführten Beispiele lassen erkennen, dass bei diesen Darstellungen fast durchwegs solche Gerichte genannt werden, die sich problemlos mit heimischen Speiseäquivalenten vergleichen lassen und auf diese Weise Anknüpfungspunkte an vertraute Geschmacksvorstellungen bieten. Vor diesem Hintergrund sind auch die bereits erwähnten Ausführungen zu den italienischen Teigwaren und zur Pizza zu sehen. Auch sie eignen sich nicht bloß, um einer „italianità“ teilhaftig zu werden, sondern aufgrund ihrer frühzeitigen Integration in die Speiseangebote italienischer Restaurants in Deutschland und Österreich als etwas Vertrautes erkannt zu werden. Dabei fällt allerdings auf, dass sich die dortigen Beschreibungen an unterschiedlichen Bewertungsmustern orientieren: Während nämlich die Darstellung der Teigwaren bereits eine moralisch grundierte Geschmacksvorstellung erkennen lässt – „gute Restaurants verzichten auf fabrikmäßig hergestellten Teigwaren“⁷⁶⁰ –, folgt Müllers ausgedrückte Enttäuschung über die oftmals dünn belegten

⁷⁵⁴ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10 [Hervorhebung im Original].

⁷⁵⁵ Ebd., S. 11.

⁷⁵⁶ Ebd., S. 62.

⁷⁵⁷ Ebd., S. 166.

⁷⁵⁸ Ebd., S. 171.

⁷⁵⁹ Ebd., S. 178.

⁷⁶⁰ Ebd., S. 11.

Pizzavarianten in Italien eher einer eigenkulturellen Außensicht. Müllers Essensdarstellungen lassen sich daher in seinem ersten Toskana-Führer als Schwanken zwischen einem alternativen Hinführen zu fremdkulturellen Speisekonzepten und der herkömmlichen Beschreibung von Essensordnungen aus einer akzeptanzspezifischen Außensicht auffassen.

In der Ausgabe von 2014 stellt sich das Bild ein wenig differenzierter dar: Zwar lässt sich hier bei manchen Ausführungen – etwa beim Hauptkapitel „Essen & Trinken“ mit seiner Beschreibung der Mahlzeitenfolgen und einer Auflistung von als üblich erachteten Hauptspeisen – sehr wohl noch eine Orientierung am strukturellen Aufbau der Erstausgabe erkennen. Selbst manche Formulierungen wurden, wie schon mehrfach betont, sogar wortgleich übernommen. Dennoch hat sich die in der ersten Ausgabe immer wieder auftauchende links-alternative Betrachtungsweise – „Bis heute ist in der Bevölkerung ein Unbehagen gegen die weltliche Kirchenpolitik lebendig geblieben, (...) etwa die Hälfte der Bevölkerung wählt links“⁷⁶¹ ; „Übrigens veranstaltet die kommunistische Partei auf der Insel Erholungswochenende für Rentner und Kinder...“⁷⁶² ; „Wer während der brütend heißen Sommertage die Stadt besucht, wird den Aufenthalt weniger genießen können - Hitze, Staub, Krach, Abgase und in jedem Winkel eine Menge (...) Touristen“⁷⁶³ – deutlich gewandelt. Im Vordergrund steht nun verstärkt eine Narration, die das Erlebnisreiche der Region betont, die Italien als „kulinarisches Paradies“⁷⁶⁴ hervorhebt und die Produkte in die Landschaft hineinerzählt. Bezeichnend dafür ist etwa eine Passage beim Wein, wo Müller betont, dass „das Potential der Reben, der Böden, des Klimas und der Sonne so groß [sei], dass sanft gesteuerte Weine, die ohne große Kellertricks sich selbst und ihrer Natur überlassen werden, wunderbare Ergebnisse zeitigen.“⁷⁶⁵ Ähnliche Sichtweisen lassen sich über den ganzen Reiseführer verstreut immer wieder finden – besonders aber bei jenen Produkten oder Speisen, die „oft auf der Karte“⁷⁶⁶ stehen, als „kulinarisches Glanzlicht“⁷⁶⁷ gelten oder „zu den bekanntesten“⁷⁶⁸ zählen.

⁷⁶¹ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 157.

⁷⁶² Ebd., S. 161.

⁷⁶³ Ebd., S. 55.

⁷⁶⁴ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 39.

⁷⁶⁵ Ebd., S. 45.

⁷⁶⁶ Ebd., S. 15.

⁷⁶⁷ Ebd., S. 118.

⁷⁶⁸ Ebd., S. 277.

Hier erfolgt die kulinarisch-landschaftliche Verknüpfung dann über eigens aufbereitete Geschichten, die in ihrem Kern stets eine lokale Verlässlichkeit der regionalen Produkte suggerieren wollen – quasi „als Alternative zur Fragwürdigkeit weit weg produzierter Nahrungsmittel.“⁷⁶⁹ So heißt es etwa in Bezug auf das Florentiner Steak, dass dieses „mindestens 500 Gramm schwere, rund vier Zentimeter dicke Stück Fleisch vom Chianina-Rind, einer kräftigen Rasse, die im Chianatal grast“⁷⁷⁰, stammen würde. Im Hauptteil über Florenz – wo übrigens nun nichts mehr von „Hitze, Staub, Krach, Abgase[n]“⁷⁷¹ zu lesen ist – wird zwar das Gewicht des Steaks plötzlich mit *„800g schwer und von einer Person allein kaum zu schaffen“*⁷⁷² angegeben, doch lässt Müller durch die zusätzliche kursive Hervorhebung auch hier keinen Zweifel, dass es sich dabei aus seiner Sicht um ein beachtenswertes „kulinarisches Glanzstück“⁷⁷³ handle. Diese Narrationen von einer mit der Natur im Einklang stehenden Nahrung, die bei Müller einen wesentlichen Impetus für das Etikett des Besonderen, des Beachtenswertes ausmachen, durchziehen weite Teile der 2014er-Ausgabe – sowohl was die Hervorhebung bestimmter Speisen aus der Region als auch deren Weine betrifft. So heißt es etwa in der Beschreibung von Lunigiana wie folgt:

Eine Entdeckung ist auch die gesunde und unverfälschte Küche der Lunigiana, die mit einer Reihe einfacher Spezialitäten überrascht. Zu den bekanntesten zählen *testaroli*, dünne Weizenmehlfladen, serviert mit Pesto, und *panigacci*, in Terrakotta gebackenes Brot, zu dem Schinken oder Käse gereicht wird. Probieren sollte man auch die Wildkräutertorten (*torta alle erbe*) oder das köstliche Kastanienbrot.⁷⁷⁴

Und unter der Überschrift „Brunello – des Weinliebhabers roter Himmel“ erzählt Müller gleich auf einer ganzen Seite, dass der „kräftige Rotwein mit dem weltbekannten Namen und dem vollmundigen Bouquet (...) ausschließlich im Gebiet um Montalcino angebaut [wird] – auf limitierter Anbaufläche. Das hält die hohen Preise des edlen Rebensaftes stabil.“⁷⁷⁵ Liest man die Story zum Brunello weiter, fällt

⁷⁶⁹ KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 24.

⁷⁷⁰ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 15.

⁷⁷¹ MÜLLER, Michael: Toscana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 55.

⁷⁷² MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 118 [Hervorhebung im Original].

⁷⁷³ Ebd., S. 118.

⁷⁷⁴ Ebd., S. 278.

⁷⁷⁵ Ebd., S. 539.

hier zusätzlich auf, dass die Hervorhebung als etwas „Edles“, „Feines“ nicht ausschließlich durch eine kleinregionale Markierung passiert, sondern obendrein auch noch durch die Betonung seiner Entstehungsgeschichte gestärkt wird:

Der Brunello wird aus der Sangiovese-Grosso-Traube gekeltert, die ursprünglich aus der Romagna stammt. Veredelt wurde sie um 1880 vom Montalciner Winzer Ferruccio Biondi-Santi, der resistente Sorten gegen den aus Amerika eingeschleppten MehltauPilz und die Reblaus suchte.⁷⁷⁶

Die in dieser Story gemachte Andeutung auf das Traditionsverhaftete wirkt als zusätzlicher Turbo für die Imagination einer in der Region noch gepflegten natürlicheren, gesünderen, „echteren“ – kurz: authentischeren – Lebensweise im Vergleich zum Leben in urbanen Räumen. Das betrifft freilich nicht nur diverse Weinsorten, sondern viele weitere als regionaltypisch erachtete Erzeugnisse, die sich ebenso für die Darstellung als „Naturprodukte“ eignen und mittels eines folkloristisch angehauchten Storytellings zu etwas Besonderem gemacht werden, wie etwa die Ausführungen zum Cinta-Senese-Schwein und zum Käsefest von Pienza, der „Hauptstadt des Schafskäses“ (siehe Abb. 17).



Alte Rasse – das „Sattelschwein“
in einem Fresko von Ambrogio Lorenzetti (14. Jahrhundert)

Leben in Freiheit – das Cinta-Senese-Schwein
Die uralte toskanische Schweinerasse war lange vom Aussterben bedroht. Erst in den 1980er Jahren begannen traditionelle Betriebe wieder mit der Zucht der Cinta Senese.

Schon das Fresko „Gute Regierung“ von Ambrogio Lorenzetti (14. Jh.), das im Rathaus von Siena zu sehen ist, zeigt das Schwein mit der auffälligen Zeichnung. Das auch als Sattelschwein bekannte Tier hat ein dunkles Fell mit einem markanten weißen Streifen um den vorderen Rumpf. Durch häufige Kreuzungen mit dem Wildschwein veränderte sich im Lauf der Jahrhunderte seine ursprüngliche Erscheinungsform. Der helle, breite Fellgürt (Cinta) charakterisiert die Rasse jedoch bis heute.

Zentrale Voraussetzung für die Zucht der anspruchslosen Tiere ist die Freilandhaltung, bei der sich die Rote vor allem in Eichenwäldern von Eicheln, Beeren, Pilzen und Wurzeln ernährt – in Ställen kann die Rasse nicht gehalten werden. Das Cinta-Senese-Schwein ist wegen seines langsamen Wachstums erst nach 12 Monaten schlachtreif und liefert dann alle Zutaten für die typischen toskanischen Salami-, Speck- und Schinkenspezialitäten. Das Fleisch ist gleichmäßig von Fett durchzogen, schmackhaft aromatisch, sehr gehaltvoll und cholesterinarm. Als Delikatesse gilt z. B. die mit Fenchelsamen gewürzte Finocchiona.

Fiera del Cacio – das Käsefest von Pienza
Seit alters her gilt Pienza als die „Hauptstadt des Schafskäses“. Die aromatischen Gräser der Wiesen in der Umgebung begünstigten eine qualitativ hochwertige Schafszucht. Lange lebten und arbeiteten die Bauernfamilien weitgehend isoliert voneinander, sodass sich mit der Zeit die unterschiedlichsten Käsesorten entwickelten. Jede Familie pflegte aufgrund geschmacklicher Vorlieben ihre eigenen Rezepte. So entstand die riesige Auswahl der typischen pientinischen „Caciotta“, die sich bis heute erhalten hat. Einmal im Jahr trafen sich die Käseerzeuger auf der Herbstmesse in Pienza, wo die Produkte verkauft wurden. Heute findet das traditionelle Fest alljährlich am 1. Sonntag im September statt. Wer zu dieser Zeit in der Gegend ist, sollte sich dieses kulinarische Glanzlicht nicht entgehen lassen.

Liebhaber italienischer Spezialitäten können im Geschäft des *Club delle Fattorie* (gleich links hinter der Porta al Murello) einen Katalog bestellen, der ihnen dann zugeschickt wird.

Altstadtmauer. Kompetente und freundliche Rezeption. DZ mit Frühstück 79–139 €. Via della Madonna 11, ☎ 0578-748501, ☎ 748168, www.hotelcorsignano.it.

*** **Piccolo Hotel La Valle** ☑ Komfortable Zimmer mit Klimaanlage, Kühlschrank und Safe. DZ mit Frühstück 115 €. Via Circonvallazione 7, ☎ 0578-749402, ☎ 749863, www.piccolohotellavalle.it.

** **Rutiliano** ☑ Außerhalb der Altstadt an der Hauptstraße direkt neben dem Wasserturm im Renaissancestil. Neues, modernes Haus mit hellen Zimmern und angenehmer Atmosphäre. DZ 100 € inkl. Pool. Via della Madonna 18, ☎ 0578-749408, ☎ 749409, www.albergonutiliano.it.

Zimmer L'Affittacamere del Corso ☑ Zimmer in einem alten Palazzo, alle mit eigenem Bad, eher klein, dafür mitten im Zentrum. DZ ca. 69–95 €. Corso Rossellino 98, ☎ 0578-748550, ☎ 872619, www.affittacameredelcorso.it.

80 € inkl. Frühstück. Via Circonvallazione 7, ☎/☎ 0578-748377 oder 380-5285394 (mobil), www.camereandrei.it.

Il Giardino Segreto ☑ Mit Garten. Frühstück bereitet man sich auf dem Zimmer selbst zu. DZ 70 €, App. für 2 Pers. 80 €, 4 Pers. 125 €. Via Condotti 13, ☎ 0578-748539.

Le Mure ☑ Korrekt, gepflegt und vor allem preiswert. Signora Raggi vermietet 2 Zimmer mit Dusche/WC für 55 €, 2 App. für 65 €. Via della Buca 27, ☎ 335-8436271 (mobil).

Agriturismo Barbi, Richtung Bagno Vignoni, nach 6 km links ab nach Montichiello, dann nach 3,5 km auf rechter Seite (ausgeschleift). Einsames Landhaus an einer wenig befahrenen Straße, biologischer Anbau. Gepflegtes Appartement mit großer Küche, Bad, Waschmaschine, TV und hübscher Terrasse. App. für 2 Pers. 130 €, 4 Pers. ca. 240 €. Via Podere Montello 26, Montichiello, ☎/☎ 0578-755149, www.agriturismobarbi.it.

Abb. 17: „Leben in Freiheit – das Cinta-Senese-Schwein“ & „Fiera del Cacio – das Käsefest von Pienza“: Darstellungsbeispiele für die Vermittlung eines sozio-historisch angehauchten Nahrungsfolklorismus'. (© Michael Müller. Quelle: MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag, Erlangen 2014, S. 413 & 554).

⁷⁷⁶ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag, Erlangen 2014, S. 539.

Das Aufzeigen als etwas Besonderes erfolgt hier zusätzlich über die Einbettung in sozial- bzw. kulturgeschichtliche Zusammenhänge. So heißt es etwa in der unter der Überschrift „Leben in Freiheit – das Cinta-Senese-Schwein“ stehenden Story, dass es sich hierbei um eine „uralte toskanische Schweinerasse“ handeln würde, die zwischenzeitlich fast vom Aussterben bedroht gewesen sei und erst seit den 1980er-Jahren wieder verstärkt gezüchtet würde:

Die uralte toskanische Schweinerasse war lange vom Aussterben bedroht. Erst in den 1980 Jahren begannen traditionelle Betriebe wieder mit der Zucht der Cinta Senese.

Schon das Fresko ‚Gute Regierung‘ von Ambrogio Lorenzetti (14. Jh.), das im Rathaus von Siena zu sehen ist, zeigt das Schwein mit der auffallenden Zeichnung.⁷⁷⁷

Die Markierung als etwas Besonderes erfolgt hierbei auf zweierlei Weise: Einerseits im Hinblick auf die angeblich seit Jahrhunderten bestehende traditionelle Verwurzelung des Schweines mit der Toskana und andererseits durch die Betonung, dass diese Rasse zwischenzeitlich fast schon ausgestorben wäre. Umrahmt wird diese folkloristisch aufbereitete Nahrungsdarstellung durch das zusätzliche Erwähnen der Zuchtbedingungen, die „alle Zutaten“ für die „typischen toscanischen Salami-, Speck- und Schinkenspezialitäten“ bilden würden:

Zentrale Voraussetzung für die Zucht der anspruchslosen Tiere ist die Freilandhaltung, bei der sich die Rotte vor allem in Eichenwäldern von Eicheln, Beeren, Pilzen und Wurzeln ernährt – in Ställen kann die Rasse nicht gehalten werden. Das Cinta-Senese-Schwein ist wegen seines langsamen Wachstums erst nach 12 Monaten schlachtreif und liefert dann alle Zutaten für die typischen toscanischen Salami-, Speck- und Schinkenspezialitäten. Das Fleisch ist gleichmäßig von Fett durchzogen, schmackhaft aromatisch, sehr gehaltvoll und cholesterinarm. Als Delikatesse gilt z.B. die mit Fenchelsamen gewürzte Finocchiona.⁷⁷⁸

Ähnlich folkloristisch grundiert lesen sich auch Müllers Darstellungen zum „Fiera del Cacio – das Käsefest von Pienza“ (siehe auch Abb. 16). Darin lässt der Autor wissen, dass Pienza seit „alters her“ als „Hauptstadt des Schafskäses“⁷⁷⁹ gilt – und führt gleich danach aus, warum das so ist:

⁷⁷⁷ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 413.

⁷⁷⁸ Ebd., S. 413.

⁷⁷⁹ Ebd., S. 554.

Die aromatischen Gräser der Wiesen in der Umgebung begünstigten eine qualitativ hochwertige Schafzucht. Lange lebten und arbeiteten die Bauernfamilien weitgehend isoliert voneinander, sodass sich mit der Zeit die unterschiedlichsten Käsesorten entwickelten [sic!] jede Familie pflegte aufgrund geschmacklicher Vorlieben ihre eigenen Rezepte. So entstand die riesige Auswahl der typischen pientinischen „Caciotta“, die sich bis heute erhalten hat.⁷⁸⁰

Als Resümee zur Speisenbewertung in beiden Toskana-Führern lässt sich konstatieren, dass das in der Erstausgabe von 1981 noch feststellbare Schwanken zwischen einer links-alternativen Sichtweise und einer an Preis und Menge orientierten herkömmlichen (massen)touristischen Bewertung 30 Jahre später einer neu aufbereiteten touristischen Betrachtungsweise gewichen ist. Im Vordergrund der Ausgabe von 2014 steht nun eine orientierungsgebende Funktion, der es vor allem um eine Hinführung zu Geschmack und Genuss über die Region geht. Dabei zeigt sich, dass die in neuen ästhetisierten Geschichten verpackten Schlagworte wie die des „Natürlichen“, des „Nahrhaften“ oder des „Bodenständigen“ der Region den Schein einer Reliquie verleihen und sie so zum Inbegriff einer neuen Moral rund ums Essen machen.

6.1.4 Essensdarstellungen im sozio-historischen Kontext

Müllers Ausführungen im Toskana-Buch von 1981, nach einem Portugal-Reiseführer erst sein zweiter Guide überhaupt, sind vor dem Hintergrund einer ab den 1970er Jahren im links-alternativen Milieu vermehrt einsetzenden Diskussion über Formen eines „richtigen“ Reisens zu lesen. Darunter wurden vor allem „unverfälschte, bedeutungsvolle Erfahrungen“ verstanden, die sich gegen den Massentourismus als „ignoranten“ Konsum mit Minimal-Kulturkontakt stellten.⁷⁸¹ Italien galt hierfür als ideale Projektionsfläche, da nicht nur das Durchwandern seiner Landschaften in der deutschen Italienperzeption auf eine lange Tradition zurückblickte, sondern auch die wachsende Stärke der dortigen Linksparteien bewundernswerte Anerkennung fand.⁷⁸² Aus dieser Bewunderung heraus entstanden zahlreiche Werke, die sich mit

⁷⁸⁰ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 554.

⁷⁸¹ Vgl. BIERNAT, Ulli: „Ich bin nicht der erste Fremde hier“. Zur deutschsprachigen Reiseliteratur nach 1945. Würzburg 2004 (zugl. Diss. Universität Marburg 2003), S. 104.

⁷⁸² Vgl. PETERSEN, Jens: Das deutschsprachige Italienbild nach 1945. In: Quellen und Forschungen. Aus italienischen Archiven und Bibliotheken 76 (1996), S. 468.

verschiedenen politischen, politologischen oder sozialwissenschaftlichen Fragen beschäftigt.⁷⁸³ Aber auch die Suche nach kulinarischen Alternativen blieb dabei nicht ausgespart, erschien doch die eigene deutsche Küche mit ihren „fetten“, „schweren“ Speisen vielen damaligen Linken „als Teil jenes deutschen Syndroms von Spießbürgerlichkeit, Borniertheit und Kryptofaschismus, das es zu bekämpfen galt.“⁷⁸⁴ Diese Koppelung lässt sich nicht nur in dem bereits erwähnten und als „epochemachend“⁷⁸⁵ geltenden „Reisebuch Italien“ erkennen, sondern auch in anderen alternativen Reiseführern jener Zeit.⁷⁸⁶ Parallel zu der darin oft auftauchenden Glorifizierung der italienischen Form des Marxismus, wird in vielen dieser Reisebücher die italienische Küche – und hier speziell ihre toskanische Variation – als nachahmenswerte Küche angesehen, da sie „in besonderem Maße einfach“⁷⁸⁷ sei und „ohne ‚schwere‘ Soßen“⁷⁸⁸ auskäme. In diese Einschätzung mischten sich zusätzlich Vorstellungen von der „cucina povera“, der sogenannten „Arme-Leute-Küche“, die bei vielen damaligen Linksintellektuellen zum Inbegriff einer reduzierten, mit wenigen Mitteln auskommenden und daher als besonders bodenständig geltenden Küche avancierte.⁷⁸⁹ Daran knüpft auch Müller an, wenn er in seiner Toskana-Ausgabe von 1981 gleich zu Beginn des Kapitels „Essen & Trinken“ betont, dass die toskanische Küche „mit wenig Fett und viel Gemüse“⁷⁹⁰ auskomme und daher „bekömmlich“⁷⁹¹ sei. Ebenfalls unterstreicht Müller die Einfachheit dieser Küche, indem er darauf hinweist, dass etwa das Fleisch „oft über Holzkohle gebraten“⁷⁹² würde, die Minestrone „eine dicke Gemüsesuppe“⁷⁹³ sei „mit allem, was der Garten zur entsprechenden Jahreszeit hergibt“⁷⁹⁴ oder es sich bei den „trippa alla fiorentina“ um „gekochte Kutteln mit Zwiebelscheiben, Tomatenmark,

⁷⁸³ Vgl. PETERSEN, Jens: Das deutschsprachige Italienbild nach 1945. In: Quellen und Forschungen. Aus italienischen Archiven und Bibliotheken 76 (1996), S. 468.

⁷⁸⁴ RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 27.

⁷⁸⁵ PETERSEN, Jens: Das deutschsprachige Italienbild nach 1945. In: Quellen und Forschungen. Aus italienischen Archiven und Bibliotheken 76 (1996), S. 468.

⁷⁸⁶ Vgl. dazu etwa Humburg, Jürgen et al.: Italien. Ein Reisebuch in den Alltag. Reinbeck 1983.

⁷⁸⁷ KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten. Berlin 1979, S. 66.

⁷⁸⁸ Ebd., S. 66.

⁷⁸⁹ Vgl. PETER, Peter: Cucina & Cultura: Kulturgeschichte der italienischen Küche. München 2006, S. 119f.

⁷⁹⁰ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannstadt 1981, S. 10.

⁷⁹¹ Ebd., S. 10.

⁷⁹² Ebd., S. 10.

⁷⁹³ Ebd., S. 10.

⁷⁹⁴ Ebd., S. 10.

Petersilie, Salbei und geriebenem Parmesankäse“⁷⁹⁵ handle. Die hieraus sprechende Narration vom Einfachen und Unverfälschten ließe sich zwar grundsätzlich auch auf die Pizza übertragen, deren Anfänge als einfaches neapolitanisches Hefengebäck ebenfalls einer „cucina povera“ zugerechnet werden kann. Eine darauf aufmerksam machende kulturgeschichtliche Betrachtungsweise bleibt allerdings aus. Ihre Herkunftsgeschichte lässt sich lediglich errahnen als Müller darauf hinweist, dass „für den „Budget-Touristen“ (...) die Pizzeria oft die einzige Möglichkeit [sei], eine billige und warme Mahlzeit zu bekommen.“⁷⁹⁶ Eine ähnliche Skizzierung der Pizza als Touristenspeise lässt sich dann auch nochmals bei der Darstellung von Florenz beobachten, wo Müller darauf aufmerksam macht, dass die Altstadt zu „99% auf Touristen eingestellt“⁷⁹⁷ sei, die Wirte hauptsächlich von „Laufkundschaft“ leben würden und daher oftmals „qualitativ wenig zu leisten“⁷⁹⁸ bräuchten. Gleich anschließend wird die Vorstellung vom (Massen)Tourismus als eine wenig auf Qualität bedachte Reiseform mit folgendem Appell auch auf die Pizza übertragen: „Durchaus preisgünstig sind die sogenannten Touristenmenüs (...), aber viel Genuß braucht keiner davon erwarten. Meidet die Pizza-Stuben in dieser Gegend!“⁷⁹⁹ Diese Darstellung kann auch als Indiz für einen im damaligen linksalternativen Milieu weit verbreiteten kritischen Umgang mit den Folgen des zunehmenden massenhaften Reisens und seinen Auswirkungen auf das Essen gesehen werden. Denn neben der flächendeckenden Etablierung italienischer Restaurants in Deutschland und Österreich trug auch der verstärkt einsetzende Massentourismus nach Italien wesentlich dazu bei, dass vor allem die Pizza zunehmend zum Symbol einer standardisierten Touristenküche aufstieg, deren Zubereitung sich obendrein verstärkt am Geschmack der Deutschen und Österreicher zu orientieren begann.⁸⁰⁰ Ab diesem Moment reichte es für Gruppen mit hohem sozialen Kapital nicht mehr aus, allein über den Verzehr von italienischen Speisen ihr kulinarisches Wissen und Aufgeschlossenheit zu demonstrieren.⁸⁰¹ „Neue Differenzierungen waren vonnöten, um den eigenen privilegierten Zugang

⁷⁹⁵ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 14.

⁷⁹⁶ Ebd., S. 11.

⁷⁹⁷ Ebd., S. 61.

⁷⁹⁸ Ebd., S. 61.

⁷⁹⁹ Ebd., S. 61.

⁸⁰⁰ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 251f & 275f.

⁸⁰¹ Vgl. ebd., S. 287.

zum kulinarischen Anderen als etwas Exklusives aufrechterhalten zu können.⁸⁰² Hierfür scheint es geeignet – wie dies Müller auch auf seiner Website betont – „einen Blick hinter die Fassade zu werfen, „Atmosphärisches einzufangen“⁸⁰³. Dies würde allerdings im kulinarischen Kontext bedeuten, die Suche nach dem „authentischen“ italienischen bzw. toskanischen Gericht in den Mittelpunkt der Speisendarstellungen zu stellen, um so eine neue Form ästhetischer Kennerschaft zu vermitteln.⁸⁰⁴ Zwar gelingt dies Müller in der Ausgabe 1981 ansatzweise, etwa wenn er in der Speisenaufzählung beim „bistecca alla Fiorentina“ betont, dass es sich dabei um eine „Rinderlende“ handle, die „aus dem Chiana-Tal“ stammt, „wo das Vieh mit leckeren Kräutern gefüttert wird“⁸⁰⁵. Dennoch ringen auch in diesem Reisebuch „die originären Wahrnehmungsmöglichkeiten jenseits der gesellschaftlich präformierten Perspektive“⁸⁰⁶ immer wieder mit Bestandteilen einer am Massentourismus angelehnten Darstellung, wie etwa die Orientierung an Preis und Menge bei den Speise-Tipps.

Neben dem „Blick hinter die Fassade“ waren auch Begriffe wie „Sensibilität“ und „persönliche Betroffenheit“ zentral für das Selbstverständnis des linksalternativen Milieus in den 1970er-Jahren. Ihren Konzepten ging es dabei nicht nur um die „Subjektseite der Selbstreflexion“, sondern auch um die „Objektseite“, um die Erfahrung mit ihr.⁸⁰⁷ „Dieses wird zwar hinsichtlich der Bedeutung für das erfahrene Subjekt bewertet, also nicht aus seiner eigenen Logik heraus erklärt oder in seiner Eigenständigkeit belassen. Die Instrumentalisierung geht allerdings nicht soweit, das Andere auszublenden. Dahinter steht die Erkenntnis, daß Ich-Erfahrung ohne Welterfahrung nicht möglich ist.“⁸⁰⁸ Dass diese dialektische Verschränkung von „Identitätskonstitution und Alteritätserlebnis“⁸⁰⁹ allerdings kein leichtes Unterfangen ist, zeigt sich auch bei Müller, wo bei der Darstellung der Pizza betont wird, dass „die italienischen Pizzabäcker im deutschen Exil (...) verschwenderisch mit der Füllung

⁸⁰² MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 287.

⁸⁰³ URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html; (22. Jänner 2017).

⁸⁰⁴ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 287.

⁸⁰⁵ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannstadt 1981, S. 12.

⁸⁰⁶ BIERNAT, Ulli: „Ich bin nicht der erste Fremde hier“. Zur deutschsprachigen Reiseliteratur nach 1945. Würzburg 2004 (zugl. Diss. Universität Marburg 2003), S. 104.

⁸⁰⁷ Vgl. ebd., S. 106.

⁸⁰⁸ Ebd., S. 106f.

⁸⁰⁹ Ebd., S. 107.

um[gehen].⁸¹⁰ Trotz des darin hervorblitzenden konsumkritischen Ansatzes, verabsäumt es Müller dabei die „verschwenderische“ Füllung von deutschen Pizzavarianten in einen kulturspezifischen Zusammenhang zu stellen und als möglichen Ausdruck anderer Geschmacksvorstellungen zu diskutieren. Stattdessen verharrt er weiter in der eigenkulturellen Perspektive, wenn er gleich im nächsten Satz seine Enttäuschung über den Umgang mit dem Belag bei italienischen Pizzaversionen betont: „Daß in Italien sparsamer damit umgegangen wird, enttäuschte uns oft ein wenig (...)“.⁸¹¹

Um die Vermittlung von Alteritätserlebnissen geht es auch in der Toskana-Ausgabe von 2014, wenngleich nun vor dem Hintergrund von weitaus vielfältigeren gesellschaftlichen Diskursen. Nach Köstlin gehört das fremde Essen inzwischen „zu einer höchst modernen und längst angeeigneten Exotik, mit der wir leben und die problemlos goutierbar ist. Das Exotische ist nur noch das für *fremd gehaltene*, das zur Bereicherung der eigenen Geschmackswelt benutzt wird.“⁸¹² Die Vorstellung vom „besseren“ Leben im Süden wird allerdings nun nicht mehr mit jener linkspolitischen Haltung verknüpft, die besonders in den 1970er-Jahren Italien „als Land des gelebten Kommunismus“⁸¹³ verklärte und selbst in Müllers Toskana-Ausgabe von 1981 an manchen Stellen noch durchschien. Der ehemals politisch motivierte Blick hinter die Fassaden ist nun anderen moralisch grundierten Narrationen gewichen. Dabei zeigt sich in Bezug auf die Darstellung der Speisen, dass diese vor allem mit Erzählungen rund um die eingangs erwähnten veränderten Ausdrücklichkeiten zu tun haben. Omnipräsente Debatten in Politik, Kultur oder Wirtschaft weisen uns laufend darauf hin, dass unser Handeln Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft und Gesundheit hat. Das betrifft zunehmend auch unser Essen, das uns durch immer neue Informationen über die ökologischen und ökonomischen Zusammenhänge unserer Nahrung als ebenso unmittelbarer Kontakt mit der Umwelt

⁸¹⁰ MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 11.

⁸¹¹ Ebd., S. 11.

⁸¹² KÖSTLIN, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. Anmerkungen zur Rede von der Einverleibung des Fremden. In: MÜLLER, Siegfried / OTTO, Hans-Uwe / OTTO, Ulrich (Hg.): Fremde und Andere in Deutschland. Nachdenken über das Einverleiben, Einebnen, Ausgrenzen. Opladen 1995, S. 231 [Hervorhebung im Original].

⁸¹³ BIERNAT, Ulli: „Ich bin nicht der erste Fremde hier“. Zur deutschsprachigen Reiseliteratur nach 1945. Würzburg 2004 (zugl. Diss. Universität Marburg 2003), S. 105.

vorgestellt und bewusst gemacht wird.⁸¹⁴ Damit einher ging auch eine zunehmende Betonung des Regionalen, das als Nahraum zum Gegenort einer globalisierten Beliebtheit zu vermarkten begonnen wurde.⁸¹⁵ Die dabei hineinspielende regionaltypische Kost kristallisierte sich dabei als idealer Marker für diese Imagination heraus, da sie die Vorstellung vom natürlicheren gesünderen, „echteren“ Essen wie keine anderen Speisen vermittelt.⁸¹⁶ Zusätzlich geadelt werden die Stichworte Region, Originalität, Natur und Ursprung entweder durch entsprechende Adjektive, die vermuten lassen, dass es sich hier um etwas Besonderes handelt – im Toskana-Führer von 2014 etwa durch die Behauptung, dass die toskanische Küche „bodenständig“ wäre oder „in der Gegend um Montepulciano und Chiusi“ die Spaghetti „meist handgemacht“ seien.⁸¹⁷ Oder durch explizite Tipps rund um vegetarische und vegane Essensmöglichkeiten sowie Hinweise zu Slow-Food- und Agriturismo-Anbietern, wo „alles bio und sehr lecker“⁸¹⁸ ist, „typische ‚Cucina livornese povera‘ und Fleischgerichte (vom Chianina-Rind)“⁸¹⁹ angeboten werden, „exzellentes Olivenöl“⁸²⁰ zu finden ist und man obendrein auch noch „gern Wissenswertes über die Kunst des Olivenanbaus“⁸²¹ vermittelt bekommt. Die Toskana mag hier durchaus eine Sonderstellung einnehmen, da sie nicht zuletzt aufgrund ihrer Geschichte als Sehnsuchtsort vieler Linksintellektueller als Paradebeispiel für die gelungene Schaffung einer regionalen Identität gelten kann.⁸²² Ob dies etwa auch auf Kroatien und seine Küche zutrifft, soll Gegenstand der nun folgenden Analyse sein.

⁸¹⁴ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergesellschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 40.

⁸¹⁵ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 21.

⁸¹⁶ Vgl. MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 23.

⁸¹⁷ Vgl. MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 15.

⁸¹⁸ Ebd., S. 306.

⁸¹⁹ Ebd., S. 350.

⁸²⁰ Ebd., S. 365.

⁸²¹ Ebd., S. 365.

⁸²² Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 292.

6.2 Essensdarstellungen am Beispiel der „Balkan“-Guides von Polyglott

6.2.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer

Im Gegensatz zu den Müller-Guides zählen die Reiseführer aus dem Hause Polyglott zu jenem Typus, der eher an traditionelle, humanistisch geprägte Bildungsideale anknüpft – darauf lässt bereits der aus dem Griechischen entlehnte Reihentitel „Polyglott“, griechisch für „mehrsprachig“, schließen.⁸²³ Gegründet 1902, spezialisierte sich der Verlag zunächst auf die Herausgabe von Sprachführern. Erst 1959 erschienen die ersten Reiseführer zu Destinationen in der Schweiz, Frankreich und Italien.⁸²⁴ Mit der Übernahme durch die Reiseverlagsgruppe „Travel House Media“ werden seit dem Jahr 2011 zusätzlich zum klassischen Polyglott-Reiseführer, der aufgrund seiner kompakten Darstellungsweise sowie einheitlichen Aufmachung den Reiseführermarkt in den 1960er-Jahren maßgeblich revolutionierte, auch die Reihentitel „Polyglott zu Fuß entdecken“ und „Polyglott Apa Guides“ sowie in runderneuerter Form die „Polyglott Sprachführer“ aufgelegt.⁸²⁵ Die Gründe für diese Ausdifferenzierung dürften dabei weniger an dem selbst formulierten Anspruch, „immer einen kompetenten und aktuellen Begleiter für Ihre Urlaubsreise [zu finden]“⁸²⁶ gelegen haben als vielmehr an handfesten wirtschaftlichen Gründen.⁸²⁷ Auch wenn das im nachfolgenden Selbstbild auf der Verlags-Website freilich völlig anders klingt. Dort will man sich als „verlässlicher“ und „routinierter“ Partner geben, der weiß wo es lang geht und daher „die Reisenden an die Hand [nimmt] und (...) sie entspannt die authentischen Seiten der Urlaubsdestination und die schönsten Sehenswürdigkeiten entdecken [lässt].“⁸²⁸ Einen Absatz weiter heißt es gar: „Unser Selbstverständnis ist getrieben von höchsten Ansprüchen an die Qualität, der

⁸²³ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der Niedergang des Baedekers. Reiseführer in „Wirtschaftswunder“ und „Erlebnisgesellschaft“. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Tourismusgeschichte(n), Bd. 8). München 2009, S. 114.

⁸²⁴ Vgl. URL: <https://reisebuch.de/verlage/polyglott.html>; (29. Jänner 2017).

⁸²⁵ Vgl. URL: <http://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (30. Jänner 2017).

⁸²⁶ URL: <https://www.polyglott.de>; (30. Jänner 2017).

⁸²⁷ Zu nennen ist in diesem Zusammenhang vor allem der wachsende Konkurrenzdruck durch kostenlose Travel-Blogs im Internet, Reise-Apps sowie immer spezialisierter werdende Reiseführer von Konkurrenzverlagen [Anm. des Autors].

⁸²⁸ URL: <http://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (30. Jänner 2017).

Begeisterung für das Reisen, dem Verständnis für die Bedürfnisse des Reisenden und der zeitgemäßen Interpretation der hochwertigen Marken, die das Haus führt.“⁸²⁹

Der klassische Polyglott-Kompaktreiseführer mutiert so zum Reiseführer „on tour“, der „mit seinem einzigartigem Tourenkonzept und vielen Detailkarten authentische Entdeckungen“ verspricht, die Reisenden „zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten“ führt und obendrein „überraschende Hintergrundinformation“ bietet.⁸³⁰ Mit der Reihe „POLYGLOTT zu Fuß entdecken“ kann man zusätzlich „die schönsten Metropolen mittendrin und in allen Facetten“ erleben.⁸³¹ Die „POLYGLOTT Apa Guides“ lässt die angehenden Globetrotter „bereits zu Hause auf die (Traum-) Reise gehen“, und mit den „POLYGLOTT Sprachführern“ gibt es „auch vor Ort immer einen Dolmetscher“ zur Seite.⁸³²

Diese Selbstdarstellung bedient sich freilich der Rhetorik der heutigen Moderne, die das Erleben des eigenen Lebens zum „kategorischen Imperativ unserer Zeit“⁸³³ erhoben hat und demnach auch im Reisen ein „individuelles ästhetisches Projekt“ sieht.⁸³⁴ Beim Polyglott-Guide „Kroatien“ von 2015 lässt sich dieser Erlebnis- bzw. Ästhetisierungsanspruch bereits anhand der Gestaltung des Bucheinbandes erahnen: Am Cover ist eine als „naturbelassen“ bzw. „urwüchsig“ interpretierbare Meeresbucht mit zwei Segelyachten im türkisfarbenen Wasser und ohne Menschen zu sehen (siehe Abb. 18 auf der folgenden Seite).

⁸²⁹ URL: <http://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (30. Jänner 2017).

⁸³⁰ Vgl. URL: <http://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (30. Jänner 2017).

⁸³¹ Vgl. URL: <http://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (30. Jänner 2017).

⁸³² Vgl. URL: <http://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (30. Jänner 2017).

⁸³³ SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005², S. 59.

⁸³⁴ Vgl. GÜNTHER, Armin: Reisen als ästhetisches Projekt. Über den Formenwandel touristischen Erlebens. In: HARTMANN, Hans A. / HAUBL, Rolf (Hg). Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. Opladen 1996, S. 118.

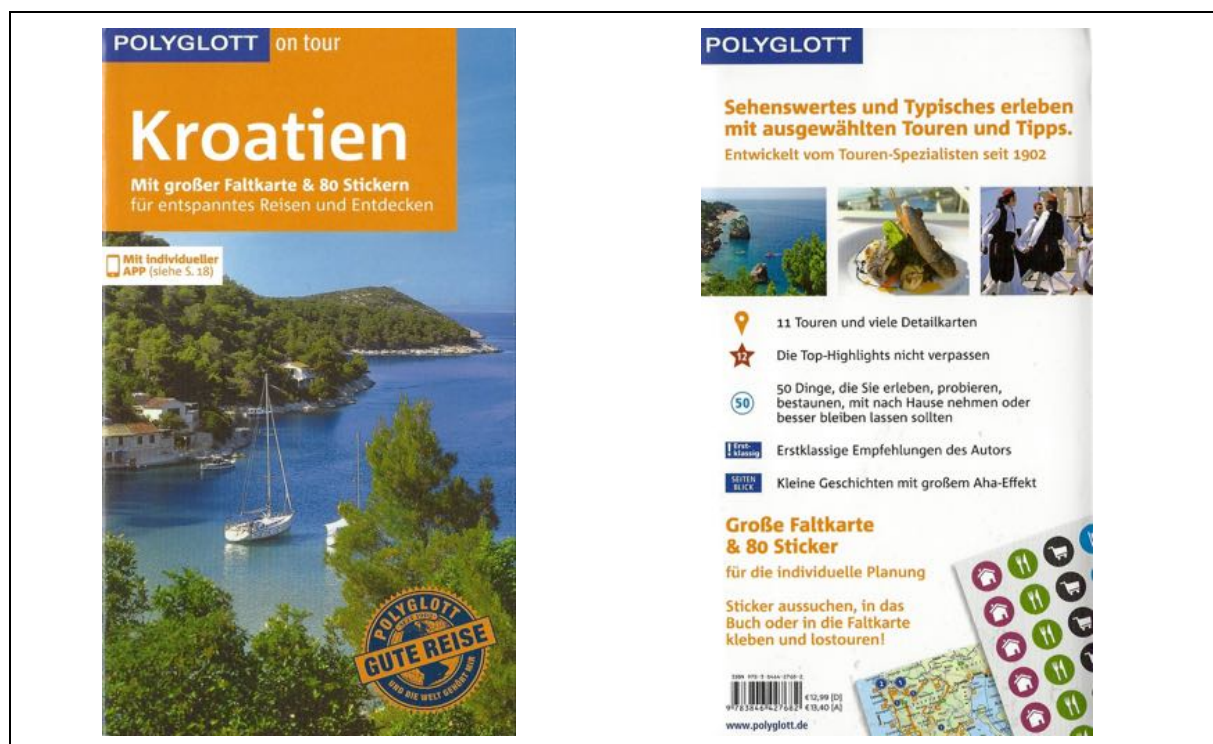


Abb. 18: Cover und Rückseite des Bucheinbandes des Polyglott Reiseführers „Kroatien“ von 2015 (© Cover: Huber Images/Johanna Huber; Umschlagrückseite: Huber Images/Johanna Huber; Jahreszeitenverlag/Pieter-Pan Rupprecht; laif/hemis. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015).

Damit ist das Cover-Motiv geeignet, nicht bloß eine allgemeine Lust am Reisen zu wecken, sondern Reisen als entdeckungsreiche Handlung mit eingeschriebenem Erlebniswert zu stilisieren. Dementsprechend prangt unter dem „Kroatien“-Titel auch der Hinweis „Mit großer Faltkarte & 80 Stickern für ein entspanntes Reisen und Entdecken“⁸³⁵. Dazu suggeriert ein am unteren rechten Bildrand platzierter Button, dass es sich hierbei wohl um einen Guide mit fundierten Reisetipps handeln muss. Gestaltet im Stile eines Gütesiegels, wird darin nämlich mittels einer stilisierten Weltkugel sowie des Hinweises „seit 1902“ auf die lange Reisetradition des Unternehmens verwiesen. Zusätzlich suggeriert der Hinweis „Und die Welt gehört mir“, dass der Leser ebenso auf diesen traditionsreichen Spuren wandeln könne. Der quer über den Button verlaufende Schriftzug „Gute Reise“ kann dabei nicht bloß als Redewendung gelesen werden, sondern – vor dem Hintergrund der abgebildeten ökologisch intakt erscheinenden Bucht – auch im Sinne eines „richtigen“ Reisens, welches sich an Grundsätzen eines sanften Tourismus zu orientieren scheint und damit moralisch vertretbar sei. Zusätzlich deutet der mit einem kleinen Handy-Piktogramm versehene Hinweis „Mit individueller APP (siehe S. 18)“ an, dass sich

⁸³⁵ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, Cover.

der Reiseführer auch in technischer Hinsicht modern gewandt und dem Trend zur verstärkten mobilen Internet-Nutzung Rechnung tragen will.⁸³⁶

Auf der Rückseite des Bucheinbandes findet diese Symbolsprache seine Fortsetzung, wo eine Kombination aus kurzen (Halb)Sätzen, Schlagworten, Bildern und Piktogrammen, die allesamt ebenfalls auf den oben genannten „Erlebnis-Imperativ“ anspielen (siehe Abb. 18). Bemerkenswert ist dabei, dass unter dem Hinweis „Sehenswertes und Typisches erleben mit ausgewählten Touren und Tipps. Entwickelt vom Touren-Spezialisten seit 1902“⁸³⁷ nicht nur Fotos mit traditionellen touristischen Motiven – in diesem Fall eine weitere Landschaftsaufnahme sowie ein Bild von einem folkloristischen Tanz – zu sehen sind, sondern auch ein schön drapiertes (Fisch)Gericht abgebildet ist. Dies lässt sich als erster Hinweis darauf deuten, dass Speisendarstellungen auch bei Polyglott mittlerweile zum fixen Darstellungsrepertoire gehören, um die – wie Schulze es nennt – „unendliche Menge der Möglichkeiten, die Welt zum Gegenstand des Erlebens zu machen, auf eine übersichtliche Zahl von Routinen [zu reduzieren].“⁸³⁸ Diese Form der Kodierung von ästhetischen Programmen wird in Polyglotts Kroatien-Guide von 2015 nochmals dadurch verstärkt, indem gleich danach ein Überblick über die wichtigsten Piktogramme erfolgt, denen im Guide ebenso eine wesentliche Orientierungsfunktion zugeordnet wird. Dabei verweisen die daneben stehenden Erklärungen wie „Die Top-Highlights nicht verpassen“, „50 Dinge, die Sie erleben, probieren, bestaunen (...) sollten“ sowie „Kleine Geschichten mit großem Aha-Effekt“ einmal mehr auf den Erlebniswert als zentrale Qualitätskategorie unseres Lebens, der man sich auch beim Reisen immer weniger entziehen kann. Diese Sichtweise spiegelt sich dann ebenfalls in dem auch hier vorhandenen Vorwort deutlich wider (siehe Abb. 19 auf der folgenden Seite).

⁸³⁶ Nach einer aktuellen Studie der Österreichischen Werbeanalyse (ÖWA) nutzten 2016 bereits 70,3 Prozent der österreichischen Bevölkerung das Internet auf mobile Weise, d.h. via Smartphone oder Tablet. Dementsprechend bedeutsam kann die Bereitstellung von Apps auch im Reisebuch-Segment angesehen werden, um auf diese Weise konkurrenzfähig zu bleiben. Vgl. URL: <http://www.owa.at/plus/aktuelle-studie>; (3. Februar 2017).

⁸³⁷ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015.

⁸³⁸ SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005², S. 128.



Abb. 19: Ausschnitt aus dem Vorwort des Polyglott Reiseführers „Kroatien“ von 2015 (© Friedrich Köthe. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 8 & 9).

Bereits mit der verheißungsvoll klingenden Überschrift „Kroatien ist eine Reise wert!“ deutet Autor Friedrich Köthe an, dass man in Kroatien etwas Besonderes erleben könne – und erklärt sogleich im anschließenden Lead, was den Reiz dieses Landes ausmache:

Eine Küste mit über tausend Inseln, schroffe Gebirgszüge, einsame Badebuchten und fantastische Tauchreviere, schicke Hafenmetropolen und eine quirlige Hauptstadt: Kroatien ist das ideale Reiseziel für Aktivurlauber – sowie für Liebhaber von Kunst, Kultur und Mittelmeerküche.⁸³⁹

Auffallend an diesem Absatz ist, dass die „Mittelmeerküche“ nicht nur prominent erwähnt, sondern in eine Reihe mit den Begriffen „Kunst“ und „Kultur“ gestellt wird. Während in anderen Reisebuchverlagen – etwa bei Baedeker, DuMont und Marco Polo⁸⁴⁰ – in diesem Kontext die Küche oftmals (noch) keine Erwähnung findet und

⁸³⁹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 8.

⁸⁴⁰ Als Beispiel für den DuMont-Verlag sei hier die Ausgabe „Rom. Zweieinhalb Jahrtausende Geschichte, Kunst und Kultur der ewigen Stadt“ (2013) genannt, wo dieser Verweis bereits am Cover

stattdessen oftmals der Bereich „Geschichte“ angeführt wird, nimmt das Essensthema bei Polyglott auf diese Weise von Beginn an den Rang einer hochkulturellen Besonderheit ein. Die Verknüpfung mit dem Begriff „Liebhaber“, also einer Person, die einer Sache viel Liebe und Begeisterung entgegenbringt und – darauf bezogen – oftmals zusätzlich noch von der Aura eines besonderen Wissens umgeben wird, kann in diesem Zusammenhang obendrein als Verweis auf Kennerschaft im Sinne sozialer Distinktion nach Bourdieu gedeutet werden. Um dies als etwas Besonderes zu markieren und als ein zur sozialen Abgrenzung geeignetes Know-how erkennbar zu machen, sind freilich ebenso hier Geschichten notwendig, die sich als Ausweis einer neu gewonnen Kompetenz verstehen lassen. Bei den Verweisen zur kroatischen Küche ist dann etwa „vom im eigenen Garten angebautem Salat und Gemüse sowie Fleisch von ‚glücklichen Tieren‘“⁸⁴¹ die Rede oder von „einer einfachen *fritaja*, einem Rührei, mit frischem wildem Spargel und Trüffel, wie sie istrische Hausfrauen servieren“⁸⁴² und der „kein Meisterkoch das Wasser reichen“⁸⁴³ könne.

Die genannten Beispiele deuten bereits an, dass auch die Erzählungen im Polyglotts „Kroatien“-Führer nicht ohne moralische Grundierung auskommen – wie diese allerdings im Detail aussehen, damit beschäftigt sich das folgende Kapitel und soll daher an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt werden. Deswegen geht es hier vielmehr um die Frage, welches Selbstbild man aus solchen Narrationen herauslesen kann. Dazu ist es hilfreich, sich neben der Passage zur Kulinarik, „die mit ihrer Kreativität Gourmets begeistert“, weitere Bemerkungen im Vorwort anzusehen. Dabei sticht zunächst die im Stile von Reiseanekdoten gehaltene Erzählweise des Autors hervor. So beginnt Köthe etwa gleich am Anfang mit einer Schilderung, die sich – ähnlich wie bei Müller im Toskana-Führer von 2014 – im Gewande einer persönlichen Reiseerfahrung mit dem fremden Land präsentiert:

Abends rollte ich meinen Schlafsack auf dem Deck aus und ließ mich vom Stampfen der Motoren in den Schlaf lullen. Irgendwann wachte ich auf und fand mich inmitten einer vom Vollmond beschienenen, fast unwirklichen

ersichtlich ist. Bei Marco Polo siehe etwa die Ausgabe „Slowakei“ (2013), S. 32 sowie bei Baedeker der Reiseführer „Harz“ (2013), S. 30.

⁸⁴¹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

⁸⁴² Ebd., S. 10.

⁸⁴³ Ebd., S. 10.

Küstenlandschaft, in der die Grenzen zwischen Land und Meer nicht mehr zu erkennen waren. Mit jeder Stunde weiter nach Süden wurden die Ausblicke (...) auf mit Weinreben bestandene Halbinseln und winzige venezianische Hafenstädtchen faszinierender. Delfine lieferten sich Wettrennen im glasklaren Wasser, Traumbuchten tauchten auf, Segelboote trieben mit dem Wind. Griechenland war vergessen; ich stieg in Korčula aus.⁸⁴⁴

Kroatien wird darin als Faszinosum präsentiert, dem man sich nicht entziehen könne; als irdisches Paradies, wo „Inseln Aromawolken von Lavendel, Salbei oder Rosmarin beimischen“⁸⁴⁵ bzw. als wahrgewordener Traum, in dem das Gefühl real wird, „jeden Augenblick führe Kaiser Franz Joseph in einer Kutsche vor.“⁸⁴⁶ Diese Vermischung einer als persönliche Eindrücke vermittelten Erzählweise mit nostalgisch aufgeladenen Narrationen von der scheinbar „guten alten Zeit“, die für Imaginationen eines noch „ursprünglicheren“ und damit „besseren“ Lebens geeignet erscheint, trifft zusätzlich auf eine Schilderung als erlebnisreiche Region. So sei Kroatien nicht nur „unermesslich reich an Kunstschatzen“⁸⁴⁷ – „man denke nur an die atemberaubende Renaissancepracht der Kathedrale von Šibenik (...) oder gar das Gesamtkunstwerk Dubrovnik“⁸⁴⁸ –, sondern stünde auch für ein vielseitiges „Freizeit- und Genussangebot“⁸⁴⁹. Dazu lässt der Autor etwa wissen, dass er beim Schnorcheln „viele Meter tief bis zum Grund auf eine artenreiche Unterwasserwelt“⁸⁵⁰ sehen würde und gerne auch mal „klassische Konzerte in der Kulisse mittelalterlicher Klöster oder Paläste“⁸⁵¹ genösse.

Durch ihre bildhafte Ausdrucksweise ermöglicht diese Erzählung einerseits das Abrufen ganz bestimmter Imaginationen des Besonderen und verweist, andererseits, auch darauf, worin dieses Besondere bestünde. Dabei werden stets jene Dinge hervorgehoben, die der eigene Alltag in dieser Authentizität nicht böte oder die als verloren geglaubt erscheinen und nur mehr hier erlebt werden könnten, wie etwa das Beobachten von Delfinen, die sich „Wettrennen im glasklaren Wasser“⁸⁵² lieferten. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass der Reiz des Reisens hier vor allem im

⁸⁴⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 8f.

⁸⁴⁵ Ebd., S. 9.

⁸⁴⁶ Ebd., S. 9.

⁸⁴⁷ Ebd., S. 10.

⁸⁴⁸ Ebd., S. 10.

⁸⁴⁹ Ebd., S. 10.

⁸⁵⁰ Ebd., S. 10.

⁸⁵¹ Ebd., S. 10.

⁸⁵² Ebd., S. 9.

Auskosten möglichst vieler unterschiedlicher erlebnis- und genussreicher Erfahrungen liegt, die anderswo so nicht möglich seien – und der „Kroatien“-Führer von 2015 sich demnach vor allem als „Erlebnis-Guide“ versteht.

Im Gegensatz dazu gestaltet sich die Selbstbild-Analyse des hier als Vergleichsgegenstand herangezogenen Polyglott-Führers „Jugoslawien“ von 1981/82 nicht ganz so leicht. Zum einen, weil auf der Polyglott-Website keinerlei Hinweise zu früheren Verlagskonzepten vorhanden sind und andererseits, weil es in diesem älteren Reiseführer kein Vorwort gibt, das auf das damalige Selbstbild des Verlags verweisen könnte. Auch die äußere Gestaltung lässt in diese Richtung keine Rückschlüsse zu, ist doch der Cover in der damals für Polyglott typischen Aufmachung gehalten. Diese war dadurch gekennzeichnet, dass auf der Vorderseite des Einbandes stets die Landesfarben des jeweiligen Reiselandes und dessen Name in großen Lettern prangten – im vorliegenden Fall eben „Jugoslawien“. Die Rückseite des Einbandes zierte meist ein Kartenausschnitt des jeweiligen Zielgebiets (siehe Abb. 20).

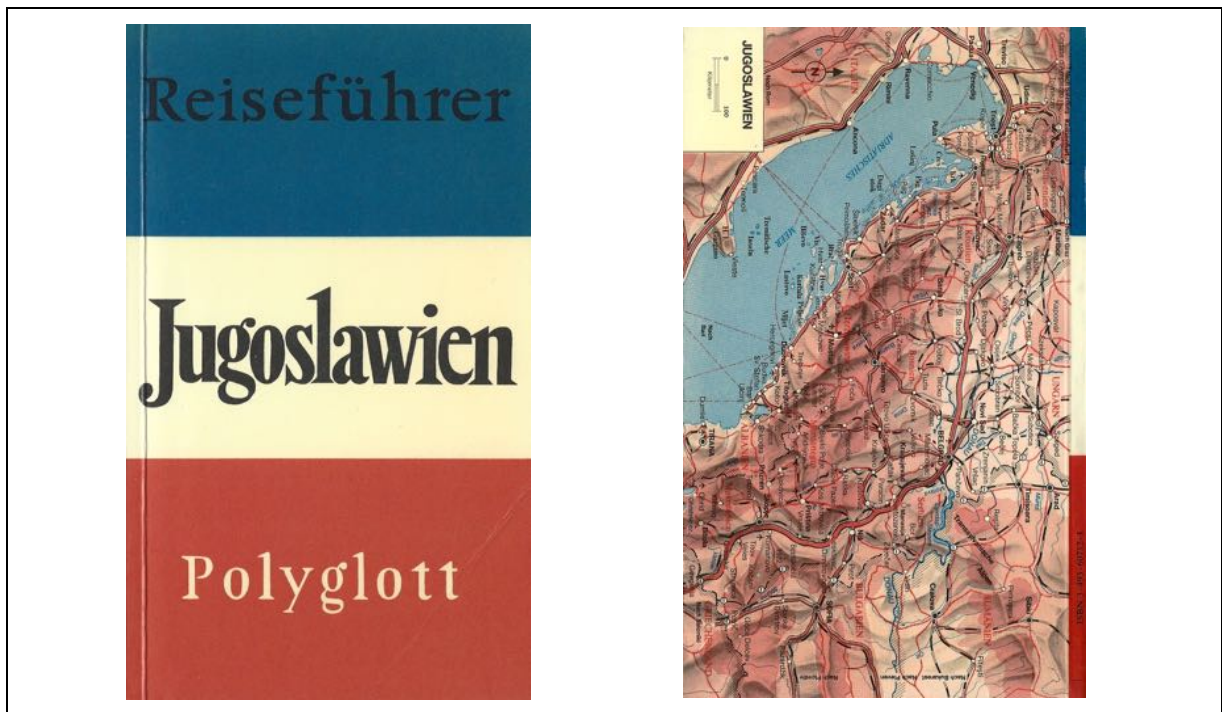


Abb. 20: Cover und Rückseite des Bucheinbandes des Polyglott Reiseführers „Jugoslawien“ (© Prof Richard Blank. Quelle: Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82).

Zusätzlich trat bei sämtlichen dieser älteren Polyglott-Ausgaben der Autor – wenngleich im Kleingedruckten des Impressums genannt – zugunsten einer

Aufmachung als standardisierte Massenware zurück. Damit sollte nach Pagenstecher der vom damaligen Verlag angestrebte Eindruck „größtmöglicher Objektivität“ gestärkt werden.⁸⁵³ Dieser Objektivitätsanspruch verwässert allerdings deutlich, wenn man sich bereits die ersten Zeilen des als Einführung vorangestellten Kapitels „Land und Leute“ näher ansieht. So beginnt dieser Abschnitt wie folgt:

Jugoslawien gehört zu den wichtigsten Reiseländer Europas. Das hat es in erster Linie seiner Lage am Mittelmeer zu verdanken, denn die jugoslawische Adriaküste zieht wegen ihrer klimatischen Vorzüge und landschaftlichen Schönheiten immer mehr Erholungssuchende an.⁸⁵⁴

Hieraus spricht ein touristischer Blick, der eine Wertung aus mitteleuropäischer Sicht vornimmt. Denn im Vergleich zu Reisenden aus anderen west- oder nordeuropäischen Ländern waren es vor allem deutsche und österreichische Touristen, die Jugoslawien – neben Italien – als weiteres und zudem relativ preiswertes mediterranes Urlaubsland schätzten. Möhring führt das darauf zurück, dass diese Region viele Jahrhunderte zum Habsburgerreich gehörte und auf diese Weise nicht nur politisch, sondern auch kulturell mit dem deutschen Sprach- und Kulturraum verknüpft war. Nach dem Zerfall des habsburgischen Vielvölkerstaates wären dann besonders in Österreich, aber auch in Deutschland, nostalgische Erinnerungen entstanden, die zu romantisierenden Vorstellungen über diesen Teil Südosteuropas geführt hätten.⁸⁵⁵ Dabei lässt sich nicht leugnen, dass auch dieser Blick eine ethnozentristische Grundierung aufwies, wie eine weitere Feststellung des Autors zeigt: „Auf vielen Gebieten bemühen sich staatliche Stellen, Gemeinden und touristische Unternehmen, den ausländischen Gästen mehr und besseres zu bieten.“⁸⁵⁶ Diese Betonung des „Bemühens“, „mehr und besseres zu bieten“ lässt sich dahingehend interpretieren, dass es den staatlichen Stellen aus Sicht des Reisebuch-Autors nicht immer gelingt, die Erwartungen der deutschen oder österreichischen Touristen – etwa in Bezug auf Qualität und Komfort – zu erfüllen. Freilich ist auch diese Einschätzung eine subjektive, doch sollten die zitierten Beispiele dennoch gezeigt haben, dass der von Pagenstecher konstatierte Anspruch

⁸⁵³ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 234.

⁸⁵⁴ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 3.

⁸⁵⁵ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 315.

⁸⁵⁶ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 3.

früherer Polyglott-Reiseführer auf „größtmögliche Objektivität“ bei genauerem Hinsehen so nicht stimmt.

Sehr wohl ist allerdings Pagenstechers Befund zuzustimmen, dass selbst die Polyglott-Ausgaben der 1980er Jahre noch einem eher traditionellen Tourismus-Bild nachgingen. So konzentrierten sich auch die Darstellungen im Jugoslawien-Führer von 1981/82 eher auf kunstgeschichtliche Sehenswürdigkeiten und auf das Erkunden der jeweiligen Altstädte und ihrer historischen Bauten, die etwa den „Kern des alten Belgrad“⁸⁵⁷ ausmachen (hier in Bezug auf die Belgrader Festung) oder die „Keimzelle der Stadt“⁸⁵⁸ bilden (auf den Diokletianspalast in Split gemünzt). Dieser Blick lässt sich auch für die in der zweiten Hälfte des Reiseführers angeführten Routenvorschläge feststellen. So heißt es dort etwa in Bezug auf Zadar: „Die Sehenswürdigkeiten Zadars liegen fast ausnahmslos in der Altstadt auf der Halbinsel.“⁸⁵⁹ Und die Inselstadt Trogir gilt überhaupt als „einer der sehenswertesten Orte Jugoslawiens. Sie hat ihren mittelalterlichen Charakter so bewahrt, daß man von einer Museumsstadt sprechen kann.“⁸⁶⁰ Dementsprechend scheint man am Weg ins Zentrum auch nur an altertümlichen Bauwerken vorbeizukommen: „Man betritt die Stadt, wenn man von der belebten und gefährlichen Magistrale-Abzweigung kommt, durch das *Landtor* aus der Spätrenaissance. Vorbei an dem barocken Palast *Garagnin-Fanfogna* (heute Stadtmuseum) und am *Palais Cipiko* mit seiner venezianisch-gotischen Fassade (...) kommt man zum Hauptplatz, der *Pijaca*.“⁸⁶¹ Auch bei Sarajevo ist es abermals die Altstadt, der Polyglott Bedeutung beimisst und ihr eine Aura des Besonderen verleiht: „Das Herz der Altstadt Sarajevos ist das Marktviertel, die *Baščarsija* (Hauptmarkt). In seinen engen Gäßchen arbeiten noch heute Kupferschmiede, Filigranarbeiter, Goldschmiede, Schuster und Schneider.“⁸⁶²

Bemerkenswert sind darüber hinaus auch Hinweise wie „In *Matulji* zweigt eine Straße hinunter nach Opatija ab, auf der man die in Route 3 beschriebene Rundfahrt beginnen kann“⁸⁶³, „Eine Stichstraße führt (5km) hinunter zum Badeort *Rabac*

⁸⁵⁷ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 18.

⁸⁵⁸ Ebd., S. 23.

⁸⁵⁹ Ebd., S. 37.

⁸⁶⁰ Ebd., S. 41.

⁸⁶¹ Ebd., S. 41 [Hervorhebung im Original].

⁸⁶² Ebd., S. 61 [Hervorhebung im Original].

⁸⁶³ Ebd., S. 30 [Hervorhebung im Original].

(...).“⁸⁶⁴, „Nach dem Seebad Novi Vinodolski (...) zieht die Straße mit herrlichen Ausblicken auf Golf und Inseln am Hang des Küstengebirges *Kapela* zur alten Stadt“⁸⁶⁵ oder „Schwieriger, aber lohnender ist die Weiterfahrt auf unserer Route, die nun tiefer in die montenegrinischen Berge hinaufklettert. Zwischen bewaldeten Bergen windet sich die nicht asphaltierte Straße zum Paß *Trešnjevik* (...), von dem aus man eine herrliche Aussicht auf das Massiv der *Komovi* (...) hat.“⁸⁶⁶ Auffallend daran ist, dass die touristischen Beschreibungen hier stets aus einer fahrenden Perspektive erfolgen, die Ähnlichkeiten mit der Darstellungsweise in den ab den 1960er-Jahren populär gewordenen Autoreiseführern erkennen lässt. Beigefügte Kartenausschnitte mit Kennzeichnung der wichtigsten Straßen sowie praktische Tipps zur Anreise mit dem Auto in den Kapiteln „Reisewege und Fahrpreise“ sowie „Praktische Hinweise“ verstärken schließlich diesen Eindruck.⁸⁶⁷

6.2.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils

6.2.2.1 Strukturaufbau

Betrachtet man zunächst den formal-strukturellen Aufbau des „Jugoslawien“-Führers von 1981/82, fällt auf, dass das dortige Essenskapitel „Speisen und Getränke“ bereits nach den Abschnitten „Land und Leute“, „Geschichtlicher Überblick“ und „Kunst und Kultur“ an vierter Stelle und damit auf den vorderen Seiten des Guides erscheint. Allerdings findet die Präsentation der als „typisch“ erachteten Speisen Jugoslawiens ausschließlich in diesem Kapitel statt und bleibt dort obendrein auch nur auf eine Seite begrenzt (siehe Abb. 21 auf der folgenden Seite).

⁸⁶⁴ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 35 [Hervorhebung im Original].

⁸⁶⁵ Ebd., S. 36 [Hervorhebung im Original].

⁸⁶⁶ Ebd., S. 49 [Hervorhebung im Original].

⁸⁶⁷ Vgl. ebd., S. 12ff.

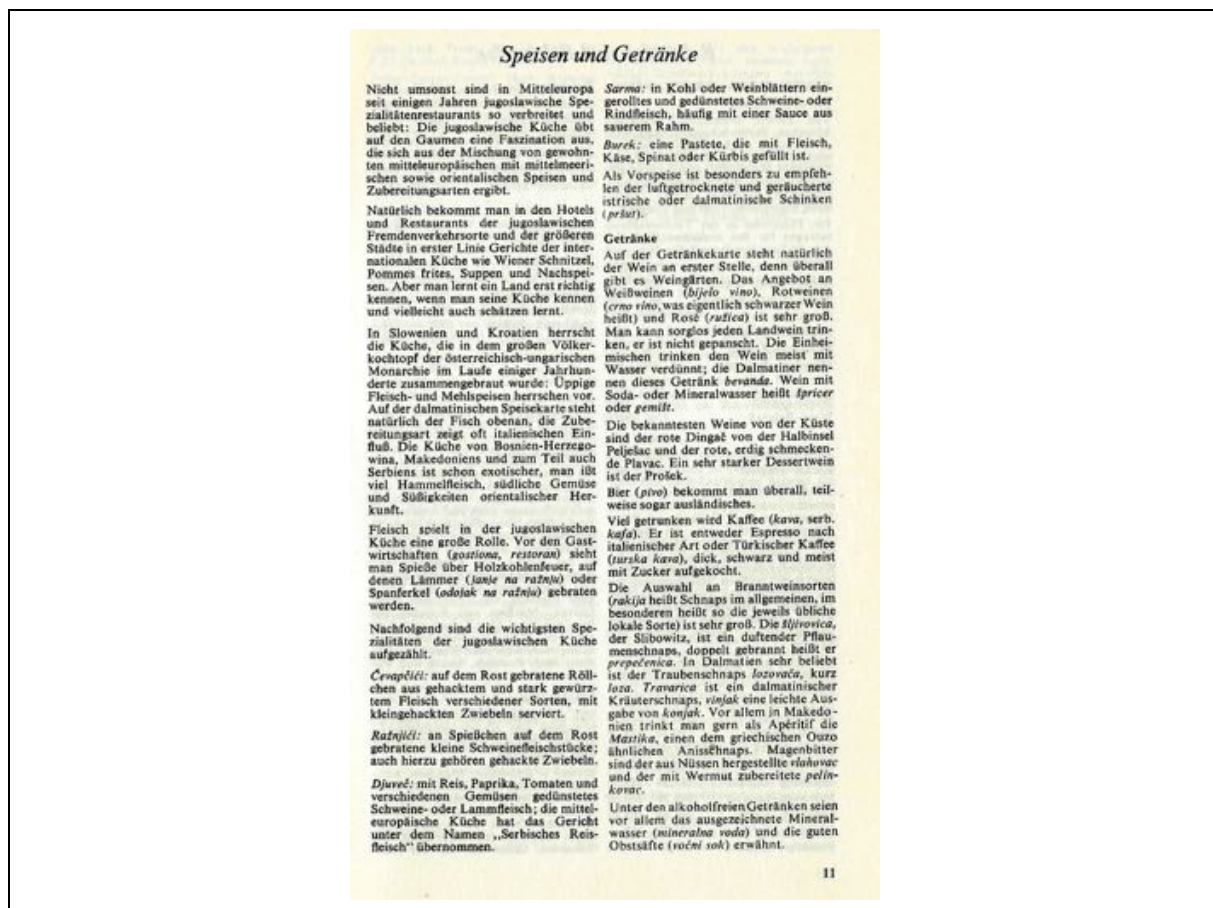


Abb. 21: „Speisen und Getränke“: Das Essenskapitel im Polyglott Reiseführer „Jugoslawien“ (© Polyglott. Quelle: Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11).

Die kulinarische Darstellung beginnt zunächst mit einem Verweis auf die damalige Popularität der jugoslawischen „Spezialitätenrestaurants“, die aus einer Faszination an der Vermischung unterschiedlicher Küchen und ihrer Zubereitungsarten resultiere. Allerdings wird dieser Eindruck des Faszinierenden gleich wieder relativiert, indem Polyglott den Leser gleich zu Beginn des nächsten Absatzes wissen lässt, dass in den Hotels und Restaurants der Fremdenverkehrsorte „natürlich“ und „in erster Linie Gerichte der internationalen Küche wie Wiener Schnitzel, Pommes frites, Suppen und Nachspeisen“⁸⁶⁸ serviert würden. „Aber man lernt“, so die Begründung warum es dennoch lohne sich auf die fremden Speisen einzulassen, „ein Land erst richtig kennen, wenn man seine Küche kennen und vielleicht auch schätzen lernt.“⁸⁶⁹ Es folgt eine Aufzählung von als „die wichtigsten Spezialitäten“⁸⁷⁰ erachteten Speisen, die zunächst immer erst mit ihrem Landesnamen genannt werden, ehe sie Polyglott kurz charakterisiert. Die

⁸⁶⁸ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁸⁶⁹ Ebd., S. 11.

⁸⁷⁰ Ebd., S. 11.

anschließende Darstellung von als landestypisch erachteten Getränken bildet den Abschluss dieses Kapitels, wobei hier auffällt, dass dem lokalen Wein sowie der „Auswahl an Branntweinsorten“ mehr Platz eingeräumt wird als den übrigen Getränken.

Im Vergleich dazu präsentiert sich die Einbettung kulinarischer Hinweise in der „Kroatien“-Ausgabe von 2015 weitaus vielschichtiger. Zwar ist das eigentliche Speisenkapitel „Essen & Trinken“ hier lediglich als Teilkapitel des übergeordneten Abschnitts „Land & Leute“ konzipiert, doch lassen sich in diesem Guide Bezugspunkte zum Essen weitaus häufiger, das heißt auch in anderen Kapiteln, ausmachen. Darauf verweist bereits das Inhaltsverzeichnis, wo neben dem Speisenkapitel auch der Abschnitt „Top-Touren & Sehenswertes“ Verknüpfungen mit Kulinarischem erkennen lässt. So deuten hier etwa die Tour-Bezeichnungen „Weinberge und Wehrstädtchen“ sowie „Winzer und Austern“ darauf hin, dass es bei ihnen wohl ebenso um lukullische Genüsse geht (siehe Abb. 22).

SPECIALS 24 Von Marina zu Marina 30 Unterwegs mit Kindern 35 Zu Besuch beim Leuchtturmwärter 43 Fabel Landschaft Karst 142 Nachtleben in Zagreb ERSTKLASSIG! 32 Die spannendsten Aktivitäten 34 Charminghotels 47 Gratis entdecken 48 Die besten Restaurants 49 Die schönsten Märkte ALLGEMEINE KARTEN 4 Übersichtskarte der Kapitel 38 Die Lage Kroatiens REGIONEN-KARTEN 54 Istrien und Kvarner 79 Norddalmatien 106 Süddalmatien 133 Mittelkroatien STADTPLÄNE 87 Zadar 98 Split 125 Dubrovnik 137 Zagreb	6 Typisch 8 Kroatien ist eine Reise wert! 11 Reisebarometer 12 50 Dinge, die Sie ... 19 Was steckt dahinter? 159 Meine Entdeckungen 160 Checkliste Kroatien 20 Reiseplanung & Adressen 22 Die Reiseregion im Überblick 26 Klima & Reisezeit 27 Anreise 28 Reisen im Land 31 Sport & Aktivitäten 33 Unterkunft 152 Infos von A-Z 155 Register 36 Land & Leute 38 Steckbrief 40 Geschichte im Überblick 41 Natur & Umwelt 44 Kunst & Kultur 47 Feste & Veranstaltungen 48 Essen & Trinken 49 Shopping 158 Mini-Dolmetscher SYMBOLLE ALLGEMEIN Besondere Tipps der Autoren Specials zu besonderen Aktivitäten und Erlebnissen Spannende Anekdoten zum Reiseziel Top-Highlights und Highlights der Destination	50 Top-Touren & Sehenswertes 52 Istrien und Kvarner 55 Tour ① Weinberge und Wehrstädtchen 56 Tour ② Auf venezianischen Spuren 57 Unterwegs in Istrien und Kvarner 76 Norddalmatien 77 Tour ① Von Biograd auf die Inseln 80 Tour ② Von Split nach Vis und Brač 81 Unterwegs in Norddalmatien 103 Süddalmatien 104 Tour ① Karst und Küste 105 Tour ② Winzer und Austern 108 Tour ③ Dalmatinische Karibik 109 Unterwegs in Süddalmatien 131 Mittelkroatien 132 Tour ① Durchs Zagorje nach Varaždin 134 Tour ② Durchs Zumberak nach Karlovac 134 Unterwegs in Mittelkroatien 146 Extra-Touren 147 Tour ③ Zwei Wochen im Zeichen von Ziegen, Löwen und Adler 149 Tour ④ Die Höhepunkte Dalmatiens in eineinhalb Wochen TOUR-SYMBOLLE ① Die POLYGLOTT-Touren ② Stationen einer Tour ③ Hinweis auf 50 Dinge [A1] Die Koordinate verweist auf die Platzierung in der Faltkarte [a1] Platzierung Rückseite-Faltkarte PREIS-SYMBOLLE Hotel DZ € bis 35 EUR €€ 35 bis 60 EUR €€€ über 60 EUR Restaurant bis 20 EUR 20 bis 35 EUR über 35 EUR

Abb. 22: Inhaltliche Gliederung des Polyglott Reiseführers „Kroatien“ von 2015 (© Polyglott. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 2 & 3).

Darüber hinaus findet sich am linken Seitenrand des Inhaltsverzeichnisses eine weitere Überblicksdarstellung, wo unter der Rubrik „ERSTKLASSIG!“ zusätzlich auf „die besten Restaurants“⁸⁷¹ und „die schönsten Märkte“⁸⁷² verwiesen wird. Die solcherart gemachten Verknüpfungen lassen somit insgesamt erahnen, dass sich der Stellenwert von Speisen auch im „Kroatien“-Guide nicht bloß gewandelt hat, sondern Essen auch hier zu einem zentralen Element zur Vermittlung des Besonderen aufgestiegen ist. Dieser Eindruck wird dann nochmals durch verschiedene Speisendarstellungen im Buchinneren verstärkt – so etwa mittels eines eigenen „Reisebarometers“, das dem Leser als besonders sehenswert bzw. entdeckungsreich eingestufte Dinge im Urlaubsland unterbreitet. Darunter befindet sich auch die kroatische Küche, die hier unter dem Schlagwort „Kulinarische Vielfalt“⁸⁷³ firmiert und mit vier von sechs Punkten versehen ist. Im Kapitel „50 Dinge, die Sie...“ werden verschiedene als Besonderheiten empfundene Aktivitäten und Dinge hervorgehoben, die angeblich „kroatisches Lebensgefühl zum Nacherleben“⁸⁷⁴ bieten würden und unter dem Abschnitt „...probieren sollten“ ebenso als „typisch“ empfundene Speisen beschreibt.⁸⁷⁵ Das anschließende Kapitel „Was steckt dahinter?“ streift ebenso den Bereich des Kulinarischen und fragt hier nach, [w]arum (...) „*boškarin*-Fleisch so selten auf der Speisekarte [steht].“⁸⁷⁶ Einen Überblick, was die „Jelovnik“ – die Speisekarte – konkret beinhaltet, gibt dann freilich auch noch das bereits genannte Speisenkapitel „Essen & Trinken“ sowie der Abschnitt „Top-Touren & Sehenswertes“, der den zweiten und abschließenden Teil des „Kroatien“-Guide bildet und zahlreiche Restaurant-Tipps beinhaltet.

6.2.2.2 Verbale und visuelle Textgestaltung

Wenn wir uns in einem ersten Schritt zunächst dem „Jugoslawien“-Führer zuwenden, so fällt gleich im ersten Moment dessen sparsam gehaltene Bebilderung auf. Diese beschränkt sich auf einige wenige schwarz-weiße Strichzeichnungen sowie schematische Straßenkarten und Stadtpläne – das Kapitel „Speisen und Getränke“

⁸⁷¹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 2.

⁸⁷² Ebd., S. 2.

⁸⁷³ Ebd., S. 11.

⁸⁷⁴ URL: <https://www.polyglott.de/produkt/kroatien-2>; (18. Februar 2017).

⁸⁷⁵ Vgl. Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 13.

⁸⁷⁶ Ebd., S. 19.

bleibt allerdings von sämtlichen visuellen Darstellungen ausgenommen. Daher gilt es, sich hier auf die verbale Textgestaltung zu konzentrieren.

Bemerkenswert ist bereits der Einstieg, wird doch schon in den ersten Sätzen die jugoslawische Küche als Geschmacksphänomen vermittelt, deren Reiz sich aus der Vermischung unterschiedlicher Küchen ergibt:

Nicht umsonst sind in Mitteleuropa seit einigen Jahren jugoslawische Spezialitätenrestaurants so verbreitet und beliebt: Die jugoslawische Küche übt auf den Gaumen eine Faszination aus, die sich aus der Mischung von gewohnten mitteleuropäischen mit mittelmeerischen sowie orientalischen Speisen und Zubereitungsarten ergibt.⁸⁷⁷

Die Beschreibung arbeitet dabei mit Formulierungen, die Anknüpfungen zu Imaginationen des Vertrauten („gewohnten mitteleuropäischen“), des Frischen und Genussvollen („mittelmeerisches“) sowie des Geheimnisvoll-Unbekannten („orientalischen Speisen“) ermöglicht und beim Leser ein Vorstellungsbild von der jugoslawischen Küche als ein geschmackliches Faszinosum erzeugen lässt.

Der zweite Absatz scheint dann diese Narration von der jugoslawischen Küche als besonderes Geschmacksphänomen allerdings wieder zu relativieren, da er zunächst betont, dass man „natürlich (...) in den Hotels und Restaurants der jugoslawischen Fremdenverkehrsorte und der größeren Städte in erster Linie Gerichte der internationalen Küche wie Wiener Schnitzel, Pommes frites, Suppen und Nachspeisen“⁸⁷⁸ bekäme. In dieser Aussage blitzt zwar die Vorstellung von der internationalen Küche als eine Vertrauen erweckende Küche auf, auf die man – ganz im Sinne der bereits erwähnten Schutzfunktion – auch im Urlaub zurückgreifen könne.⁸⁷⁹ Doch kann dieser Satz auch noch auf andere Weise interpretiert werden. So lässt er sich auch als bewusst gesetzter Kontrast zum Fremden in dem Sinne lesen, dass die internationale Küche zwar die Sicherheit bieten würde auf Gewohntes zurückzugreifen, jedoch damit kein „echtes“ Kennenlernen des fremden Landes möglich sei. Denn, wie es im nachfolgenden Satz gleich weiter heißt: „Aber man lernt ein Land erst richtig kennen, wenn man seine Küche kennen und vielleicht

⁸⁷⁷ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁸⁷⁸ Ebd., S. 11.

⁸⁷⁹ Dieser Aspekt wird im nächsten Kapitel näher diskutiert.

auch schätzen lernt.“⁸⁸⁰ Dieser Satz darf allerdings nicht mit einem Appell für mehr soziokulturelles Interesse am fremden Land und seinen Speisen verwechselt werden, da sich darin lediglich jenes alte Wissen zu erkennen gibt, wonach fremde Kulturen auch über ihre Küchen erfahrbar seien.⁸⁸¹ Denn anstatt diese Sichtweise näher zu begründen und etwaige mit dem Essen verbundene kulturhistorische Besonderheiten vorzustellen, folgt im nächsten Absatz lediglich ein Überblick über die kulinarischen Vorlieben in den jeweiligen jugoslawischen Teilrepubliken, die eine Verknüpfung mit ethnologischen Zusammenhängen höchstens in Ansätzen erkennen lässt:

In Slowenien und Kroatien herrscht die Küche, die in dem großen Völkerkochtopf der österreichisch-ungarischen Monarchie im Laufe einiger Jahrhunderte zusammengebraut wurde: Üppige Fleisch- und Mehlspeisen herrschen vor. Auf der dalmatinischen Speisekarte steht natürlich der Fisch obenan, die Zubereitungsart zeigt oft italienischen Einfluß. Die Küche von Bosnien-Herzegowina, Makedoniens und zum Teil auch Serbiens ist schon exotischer, man ißt viel Hammelfleisch, südliche Gemüse und Süßigkeiten orientalischer Herkunft.⁸⁸²

Der Verweis auf den „großen Völkerkochtopf der österreich-ungarischen Monarchie“ deutet zwar mögliche kulturhistorisch gewachsene Besonderheiten der slowenischen und kroatischen Küche an, diese werden allerdings nicht weiter ausgeführt – im Gegenteil: Der nachfolgende Allgemeinplatz, dass „üppige Fleisch- und Mehlspeisen“ vorherrschen würden, verdeckt nicht nur bloß mögliche hier hereinspielende kulturelle Prägungsfaktoren, sondern ist vor allem dazu geeignet, undifferenzierte Pauschalvorstellungen weiterzutragen und damit Klischees zu verfestigen. Dies lässt sich auch im Hinblick auf die überproportionale Hervorhebung von Fleisch und seinen Gerichten beobachten, die so den Eindruck von einer vor allem von Fleisch dominierten Küche hinterlässt. Während etwa der Fisch, der „auf der dalmatinischen Speisekarte (...) natürlich (...) obenan [steht]“⁸⁸³, nur kurz erwähnt wird, sind Hinweise auf Fleisch weitaus häufiger zu finden. So erfährt der Leser gleich im darauffolgenden Satz, dass die Küche in Bosnien-Herzegowina, Makedoniens und Teilen Serbiens „schon exotischer“ sei, man dort u.a. „viel

⁸⁸⁰ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁸⁸¹ Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 501.

⁸⁸² Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁸⁸³ Ebd., S. 11.

Hammelfleisch“ essen würde.⁸⁸⁴ Und überhaupt, so fährt Polyglott im nächsten Absatz fort, spiele „Fleisch (...) in der jugoslawischen Küche eine große Rolle.“⁸⁸⁵ Allerdings lässt der Reiseführer offen, wie diese Rolle konkret aussieht. Stattdessen leistet er im nächsten Satz lediglich dem touristischen Prinzip der Reduktion Vorschub, indem darin lediglich eine Aneinanderreihung von Begriffen mit Signalfunktion für das Erkennen des Exotischen – hier im Sinne des „Orientalischen“ verstanden – erfolgt: „Vor den Gastwirtschaften (*gostiona, restoran*) sieht man Spieße über Holzkohlenfeuer, auf denen Lämmer (*janje na ražnju*) oder Spanferkel (*odojak na ražnju*) gebraten werden.“⁸⁸⁶

Auch die nachfolgende Auflistung von als „die wichtigsten Spezialitäten der jugoslawischen Küche“⁸⁸⁷ bezeichneten Speisen trägt zur Ausformung des Bildes von einer vor allem durch Fleisch geprägten Küche bei. Denn die Aufzählung enthält ausschließlich Mahlzeiten, bei denen Fleisch den kulinarischen Mittelpunkt bilden – beginnend bei den *Ćevapčići*, die vom Reiseführer als „auf dem Rost gebratene Röllchen aus gehacktem und stark gewürztem Fleisch verschiedener Sorten, mit kleingehackten Zwiebeln serviert“⁸⁸⁸ beschrieben werden. Interessant dabei ist, dass sich darin neben dem Verweis auf die am Rost gebratenen Röllchen weitere Marker erkennen lassen, um damalige Imaginationen des „Exotischen“ rund um diese Speisen zu ermöglichen. Denn neben der Zubereitungsmethode des Grillens bzw. Röstens galt vielen Deutschen und Österreichern jener Zeit zusätzlich auch ein „scharfes“ Würzen mit Hilfe von Paprika, Knoblauch, Tomaten oder Zwiebeln als weiteres wesentliches Charakteristikum der südosteuropäischen Küche.⁸⁸⁹ Diesem Vorstellungsbild folgen auch die weiteren Beschreibungen:

Ražnjići: an Spießchen auf dem Rost gebratene kleine Schweinefleischstücke; auch hierzu gehören gehackte Zwiebeln.⁸⁹⁰

⁸⁸⁴ Vgl. Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁸⁸⁵ Ebd., S. 11.

⁸⁸⁶ Ebd., S. 11.

⁸⁸⁷ Ebd., S. 11.

⁸⁸⁸ Ebd., S. 11.

⁸⁸⁹ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 334.

⁸⁹⁰ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11 [Hervorhebung im Original].

Djuveč: mit Reis, Paprika, Tomaten und verschiedenen Gemüsen gedünstetes Schweine- oder Lammfleisch; die mitteleuropäische Küche hat das Gericht unter dem Namen „Serbisches Reisleisch“ übernommen.⁸⁹¹

Sarma: in Kohl oder Weinblättern eingerolltes und gedünstetes Schweine- oder Rindfleisch, häufig mit einer Sauce aus saurem Rahm.⁸⁹²

Burek: eine Pastete, die mit Fleisch, Käse, Spinat oder Kürbis gefüllt ist.⁸⁹³

Als Vorspeise ist besonders zu empfehlen der luftgetrocknete und geräucherte istrische oder dalmatinische Schinken (*pršut*).⁸⁹⁴

Die Beispiele lassen erkennen, dass die Reproduktion klischeebehafteter Bilder in diesem Reiseführer aber nicht allein durch das Hervorheben bestimmter Zutaten und Zubereitungsweisen passiert, sondern auch durch die Auswahl der präsentierten Speisen. Denn hervorgehoben werden hier nur solche Speisen, die mit Attributen des „Deftigen“ und „Einfachen“ umschrieben werden können und damit Anknüpfungspunkte zu einer als „bodenständig“ empfundenen heimatlichen „Hausmannskost“ ermöglichen. Darauf deutet auch der Vergleich mit dem „Serbischen Reisleisch“ hin, der in diesem Kontext durchaus als zeichenhafter Verweis auf die Eingliederung einer fremden Mahlzeit in den Speisekanon einer als „kräftig“ und „sattmachend“ geltenden (gut-)bürgerlichen heimischen Kost interpretiert werden kann – womit Möhrings Behauptung zumindest hier bestätigt scheint, dass die Vorstellung von der jugoslawischen Küche vom Bild einer als „vertraut-exotisch“ zu bezeichnenden Kulinarik geprägt sei.

Der Hinweis, dass die „mitteleuropäische Küche (...) das Gericht unter dem Namen ‚Serbisches Reisleisch‘ übernommen“⁸⁹⁵ hätte, kann aber auch im Sinne des bereits erläuterten Schutzprinzips gelesen werden, das mit Hilfe von Abschwächung, bekannter Bezugspunkte oder beruhigender Worte die Angst vor dem (kulinarischen) Fremden nehmen möchte.

⁸⁹¹ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁸⁹² Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁸⁹³ Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁸⁹⁴ Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁸⁹⁵ Ebd., S. 11.

Letzteres findet sich auch bei der Beschreibung der landestypischen Getränke, wo der Polyglott-Führer zunächst betont, dass „der Wein an erster Stelle“⁸⁹⁶ stehe, da es „überall“⁸⁹⁷ Weingärten gäbe und daher das „Angebot an Weißweinen (*bijelo vino*), Rotweinen (*crno vino*, was eigentlich schwarzer Wein heißt) und Rosé (*ružica*) (...) sehr groß“⁸⁹⁸ sei. Doch schon im nächsten Satz heißt es: „Man kann sorglos jeden Landwein trinken, er ist nicht gepanscht.“⁸⁹⁹ Auch dieser Hinweis lässt die „Sorge um das Schutzbedürfnis Reisender“⁹⁰⁰ erkennen. Diese orientierungsgebende Funktion wird durch die nachfolgenden Ausführungen nochmals verstärkt, indem sie betonen, dass die Einheimischen den Wein „meist mit Wasser verdünnt“⁹⁰¹ trinken und etwa die Dalmatiner dieses Getränk dann „*bevanda*“⁹⁰² nennen würden. Dazu erfolgt noch ein Kurzüberblick über „die bekanntesten Weine“⁹⁰³, ehe erwähnt wird, dass man Bier von „überall“⁹⁰⁴ bekommt, Kaffee – „entweder Espresso nach italienischer Art oder Türkischer Kaffee (*kava*, serb. *kafa*), dick, schwarz und meist mit Zucker aufgekocht“⁹⁰⁵ – „viel getrunken wird“ und „die Auswahl an Branntweinsorten (...) sehr groß“⁹⁰⁶ sei. Das Hinführen zu bekannten assoziativen Vorstellungsbildern zeigt sich dabei nicht nur beim Kaffee, sondern auch bei den letztgenannten „Branntweinsorten“. Denn auch hier erfolgen die Ausführungen mit Hilfe von vertraut klingenden Vergleichen, die das Abrufen von bekannten Geschmacks- und/oder Geruchsvorstellungen ermöglichen. So erfährt der Leser, dass der Slibowitz „ein duftender Pflaumenschnaps“⁹⁰⁷ sei, es sich beim „Travarica“ um einen „dalmatinischen Traubenschnaps“⁹⁰⁸ handle und in Makedonien „gern als Apéritif die *Mastika*, einen dem griechischen Ouzo ähnlichen Anisschnaps“⁹⁰⁹ getrunken würde.

Die bildhafte und mit Geschmacksvergleichen arbeitende Darstellungsweise offenbart zugleich aber auch die kontextfreie Präsentation hinsichtlich kultur-

⁸⁹⁶ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁸⁹⁷ Ebd., S. 11.

⁸⁹⁸ Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁸⁹⁹ Ebd., S. 11.

⁹⁰⁰ Ebd., S. 11.

⁹⁰¹ Ebd., S. 11.

⁹⁰² Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁹⁰³ Ebd., S. 11.

⁹⁰⁴ Ebd., S. 11.

⁹⁰⁵ Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

⁹⁰⁶ Ebd., S. 11.

⁹⁰⁷ Ebd., S. 11.

⁹⁰⁸ Ebd., S. 11.

⁹⁰⁹ Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

historischer Zusammenhänge. Diesbezüglich fehlende Verweise – etwa was lebensmittelhistorische Überlegungen betrifft – lassen erkennen, dass hier ein touristisch vorgeprägtes Deutungsmuster zum Tragen kam, welches das „Fremde“ bzw. „Exotische“ nur dann heraushebt, wenn es „besonders gut“ oder für die Region „bekannt“ sei oder es sich mit vertrauten Bildern vergleichen lässt. Dieses Muster schimmert auch bei einzelnen Darstellungen der im zweiten Teil angeführten Routen immer wieder durch. So heißt es etwa in Bezug auf den Archipel von Cres und Losinj: „Hier wächst ein besonders guter Wein, und die Frauen tragen eine alte Tracht mit einer Art Minirock.“⁹¹⁰ Ähnliches kann auch bei den behaupteten Besonderheiten der Insel Pag festgestellt werden: „Aus der Schafsmilch wird der vollfette Pager Käse (paški sir) erzeugt. Es wird viel Wein angebaut, und bekannt sind auch die Pager Spitzen, die auch an der noch von vielen Frauen getragenen Tracht zu sehen sind.“⁹¹¹ Diese Beispiele zeigen, dass sich die Texte mehrheitlich als ein von herkömmlichen touristischen Prinzipien geleitetes Interpretament entpuppen, dessen Organisationsprinzip bei den kulinarischen Ausführungen nicht auf einer fremdkulturspezifischen, sondern auf einer akzeptanzspezifischen Auswahl der Speisen beruht.⁹¹²

Im Vergleich dazu präsentiert sich die textlich-verbale und visuelle Gestaltung des Essensthemas im „Kroatien“-Reiseführer von 2015 weitaus diffiziler. Dies liegt allerdings weniger an einem neuen, umfassenderen Anspruch – schließlich ließ auch der „Jugoslawien“-Reiseführer mit Kapiteln wie „Land und Leute“, „Kunst & Kultur“, „Speisen und Getränke“ oder „Reisewege und Fahrpreise“ erkennen, dass es ihm um umfangreiche Einblicke in das Balkanland ging. Allerdings wurde hierfür mehrheitlich ein Blickwinkel eingenommen, der sich am klassischen Bildungsideal orientierte. So sind die darin beschriebenen Räume größtenteils durch eine Abfolge von „landschaftlichen Schönheiten“⁹¹³ sowie einer dichten Kette von kirchlichen Sehenswürdigkeiten ganz im Sinne von Barthes markiert.⁹¹⁴ Diese Form des Sight-

⁹¹⁰ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 38.

⁹¹¹ Ebd., S. 39.

⁹¹² Vgl. WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 504.

⁹¹³ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 3.

⁹¹⁴ Vgl. BARTHES, Roland: Der „Blaue Führer“. In: Ders.: Mythen des Alltags. Frankfurt am Main 1964, S. 60f.

Seeings tritt nun im „Kroatien“-Guide von 2015 zugunsten jenes weiter oben beschriebenen Life-Seeings zurück, das „zu Erlebnissen anregen und Lust auf Erfahrungen machen [möchte].“⁹¹⁵ Darauf verweist auch ein eigenes unter dem Titel „50 Dinge, die Sie...“ stehendes Kapitel, welches die Leser darüber informiert, was sie „...erleben sollten“, „...probieren sollten“, „...bestaunen sollten“, „...mit nach Hause nehmen sollten“ – und was sie lieber „...bleiben lassen sollten“⁹¹⁶. Neben der Rubrik „...probieren sollten“, die ausschließlich Tipps zu verschiedenen Regionalspeisen enthält (siehe weiter unten), ist vor allem der Absatz unter der Headline „...bleiben lassen sollten“ bemerkenswert. Denn die darin gemachten Ratschläge beinhalten nicht nur Verhaltensempfehlungen, die zur Sicherheit der Reisenden beitragen wollen („Wenn die Bora das Meer aufpeitscht, ist keine Zeit für Mutproben.“⁹¹⁷), sondern auch Hinweise, die an ihre Moral beim Essen appellieren. So heißt es etwa unter dem Punkt „Bizarre Kulinarik“, dass zwar das Restaurant „Johnson“ in Mošćenice für seine Scampi bekannt sei, diese aber lebend serviert würden und erst nach dem Abreißen des Kopfes durch den Gast „essfertig“ wären.⁹¹⁸ Nachsatz: „Muss das sein?“⁹¹⁹ Eine ähnliche moralische Grundierung findet sich weiters auch im Hinweis „Bedrohte Delikatessen“, wo der Leser darüber informiert wird, dass die „*Datteri* oder *prstaci* (Pfahlbohrmuscheln)“⁹²⁰ zwar unter Naturschutz stünden, aber trotzdem angeboten würden: „Unter der Hand versteht sich. Lehnen Sie lieber ab!“⁹²¹ Diese ersten Beispiele zeigen, dass sich der Umgang mit Essen auch im gegenwärtig aktuellsten „Kroatien“-Führer von Polyglott gewandelt hat – ein bedenkenloser Verzehr von als „Spezialitäten“ oder „Delikatessen“ angepriesenen Mahlzeiten scheint auch hier als problematisch eingestuft zu sein. Erst das Wissen um ein an bestimmten moralischen Maßstäben orientiertes kulinarischen Handeln, so wollen es diese Tipps suggerieren, lässt den Reisenden „echten“, unbeschwerten Genuss erleben. Dass die Verknüpfung moralischer Aspekte mit Essen aber auch bei Polyglott nicht bloß ein isoliert betrachtetes Randthema ist, sondern ebenso ein konstitutives Element bildet, wird bereits im Vorwort angezeigt. Darin heißt es, dass

⁹¹⁵ PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 252.

⁹¹⁶ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 12ff.

⁹¹⁷ Ebd., 17.

⁹¹⁸ Vgl. ebd., S. 17.

⁹¹⁹ Ebd., S. 17.

⁹²⁰ Ebd., S. 17 [Hervorhebung im Original].

⁹²¹ Ebd., S. 17.

Kroatien das „ideale Reiseziel für (...) Liebhaber von Kunst, Kultur und Mittelmeerküche“⁹²² sei. Dementsprechend prominent nimmt sich hier dann auch der Platz für die kulinarischen Darstellungen aus, die von Anfang an mit Narrationen aus anderen Diskursen zu einem Netz aus hochsymbolischen Bedeutungen verwoben werden:

Salz und Öl sind neben fangfrischem Fisch, im eigenen Garten angebautem Salat und Gemüse sowie Fleisch von ‚glücklichen Tieren‘ die Basis der kroatischen Küstenküche, die mit ihrer Kreativität Gourmets begeistert. Einer einfachen *fritaja*, einem Rührei, mit frischem wildem Spargel und Trüffel, wie sie istrische Hausfrauen servieren, kann kein Meisterkoch das Wasser reichen. Nun ja, vielleicht doch – Scampi aus dem Kvarner Golf, die sich unter den geschickten Händen von Danijel Dekić im Rovinjer Restaurant Monte in eine Semicrudo mit einer Emulsion von Seeigel, grünem Apfel und Bauchspeck verwandeln, sind eine ernstzunehmende Konkurrenz. Im Inland hingegen schmeckt es etwas bäuerlicher, kommen Puter und hausgemachte Teigwaren auf den Tisch. Den süßen, mit Nüssen und Quark gefüllten *štrukli* kann wohl niemand widerstehen!⁹²³

Neben der bereits erwähnten neuen moralischen Ausdrücklichkeit, die sich hier etwa im Hinweis auf das „Fleisch von ‚glücklichen Tieren‘“ wiederfindet, ermöglicht die Aufzählung von „Salz und Öl“, „fangfrischem Fisch“ sowie „im eigenen Garten angebautem Salat und Gemüse“ das Abrufen von Imaginationen des Naturreinen, Gesunden und Bodenständigen. Damit lassen sich bereits in diesen ersten Zeilen Ansätze einer Erzählung erkennen, die auf die Region als Hüterin einer mit der Natur im Einklang stehenden Kost zielt. Verstärkt wird diese Vorstellung ebenso durch die Formulierung „im eigenen Garten (...)“, da damit das Bild von der Region als ein kontrollierbarer und Verlässlichkeit bietender Nahraum, wo noch das Einfache hochgehalten würde, zusätzlich Kontur erhält. Und wo dann eben selbst einem einfachen Rührei „wie sie istrische Hausfrauen servieren“ niemand das Wasser reichen könne – selbst „Meisterköche“ nicht. Das „Einfache“, „Eigene“ bzw. „Kleinregionale“ wird damit nicht bloß zu etwas Besonderem aufgewertet, sondern fungiert – verstärkt durch den Zusatz, dass selbst „Meisterköche“ hier nicht mitkönnen – gleichermaßen als Auszeichnung für einen hochwertigen Genuss, den man so anderswo kaum noch finden könne. Bemerkenswert an dieser Aufwertung „einfacher“ Geschmackserlebnisse ist allerdings, dass auch sie nicht gänzlich ohne Verweise auf das Verfeinerte auskommt. So erfährt der Leser ebenso, dass die

⁹²² Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 8.

⁹²³ Ebd., S. 10.

Kreativität der kroatischen Küstenküche selbst „Gourmets“ begeistert, das einfache Rührei in Kroatien „fritaja“ heiße und neben „wildem Spargel“ auch mit „Trüffel“ serviert würde.⁹²⁴ An eine solcherart geformte und kulinarische Erlebnisse verheißende Küche, so will es Polyglott an dieser Stelle zumindest suggerieren, käme niemand heran. „Nun ja, vielleicht doch (...)“, wird allerdings gleich im nächsten Satz relativiert und damit die Vorstellung einer von herausragenden Genüssen umgebenden Region weiter vorangetrieben: „(...) Scampi aus dem Kvarner Golf, die sich unter den geschickten Händen von Danijel Dekić im Rovinjer Restaurant Monte in eine Semicrudo mit einer Emulsion von Seeigel, grünem Apfel und Bauchspeck verwandeln, sind eine ernstzunehmende Konkurrenz.“⁹²⁵

Diese Gegenüberstellung ist insofern interessant als sich darin auch zeigt, dass die als „einfache“ und „bodenständig“ vermittelte Kost über den Hinweis auf die „istrischen Hausfrauen“ weiblich konnotiert ist, während das angeführte Beispiel für veredeltes Kochen männlich besetzt bleibt – eine Ausdrucksform, die sich schon in Müllers Toskana-Führer von 2014 erkennen ließ und damit den eingangs aufgestellten Befund vom verfeinerten und professionellen Kochen als eine männlich dominierte Performance auch in Reiseführern zu bestätigen scheint. Und schließlich fällt an der Speisendarstellung in diesem Absatz auch noch auf, dass die als bodenständig beschriebene Küche weder mit einem bürgerlichen noch einem proletarischen, sondern mit einem bäuerlichen Etikett versehen ist. Darauf will wohl auch die einzige in diesem Absatz angeführte Bilddarstellung mit dem beigeestellten Text „Wenn ich Olivenöl kaufe, dann meist das Bio-Öl von Oma Jola’s“ verweisen (siehe Abb. 23 auf der folgenden Seite).

⁹²⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

⁹²⁵ Ebd., S. 10.



Abb. 23: „Wenn ich Olivenöl kaufe, dann meist das Bio-Öl von Oma Jola's“: Bildbeispiel für das Ausdrücken moralischen Handelns, welches hier mit dem Bio-Diskurs verknüpft wird (© Friedrich Köthe. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10).

Es zeigt einen mit Jeans und Polohemd gekleideten Mann, der vor einem Holzschrank mit Glaseinsätzen steht und ein Fläschchen in Händen hält. Die Form dieser Flasche sowie der beigefügte Bildtext lassen vermuten, dass es sich dabei wohl um das „Bio-Öl von Oma Jola's“ handelt. Verstärkt wird dieser Eindruck durch den im Vordergrund stehenden Tisch, auf dem neben diversen Ölschälchen vor allem ein Korb mit offenen und abgepackten Olivenölfäschchen zu sehen ist.

Hinsichtlich der subjektiven Bewertung dieser Darstellung ist festzuhalten, dass in einer Zeit zunehmender Fiktionalisierung des Authentischen ein Differenzieren zwischen tatsächlich Echtem und dem, das nur vorgibt echt zu sein, zu einer diffizilen Aufgabe werden kann – zu sehr sind die Vorstellungen des Authentischen mittlerweile ausdifferenziert, können sogar künstliche Ferienwelten „truer than

reality“⁹²⁶ angesehen werden, als dass eine allgemein anerkannte Interpretation ohne weiteres möglich wäre. Trotzdem lässt sich für diese Darstellung behaupten, dass sie – auch wenn in ihr typische Ingredienzen für die touristische Vermittlung einer rustikal-bäuerlichen Aura fehlen – wohl dennoch bei vielen Betrachtern das Bild von einem mit dem ländlichen Raum verknüpften Produkt hervorruft. Verantwortlich dafür scheinen vor allem jene eingeübten Imaginationen zu sein, die das Label „Bio“ wie selbstverständlich mit Vorstellungen des Gesunden, Unverfälschten und damit Besseren verknüpfen, das in dieser Form nur mehr in bäuerlich-ländlichen Gegenden zu finden sei. Wie es allerdings zur Geschäftsidee von „Oma Jola’s“ Olivenöl kam bzw. was sich konkret dahinter verbirgt, darüber wird der Leser an dieser Stelle im Unklaren gelassen. Erst fünf Seiten später verweist Polyglott in anderem Zusammenhang nochmals auf „Großmütterchens Öl“ – der Leser erfährt dann aber auch dort bloß oberflächlich, dass es sich bei „Oma Jola’s“ Olivenöl um die erste istrische Sorte handeln würde, die mit einem Bio-Zertifikat ausgestattet worden sei.⁹²⁷ Die danach angeführte Web-Adresse www.omajolas.com sowie die Auflistung des Preises für ein 0,5l-Literflasche legen außerdem den Verdacht nahe, dass die mit dem Biobegriff verbundenen Assoziationen handfesten wirtschaftlichen Interessen folgt.

Die Gefahr, dass dies auch von so manchem Lesern durchschaut würde, scheint Polyglott aber nicht weiter zu stören, wird doch das Bild von Kroatien als Raum, in dem auch bäuerliche Traditionen gepflegt würden, ebenso im anschließenden „Reisebarometer“ fortgesetzt. Dieses kann als ein vom Verlag in all seinen Reiseführern eingeführter Orientierungsmaßstab gekennzeichnet werden, der verschiedene als Urlaubserlebnisse eingestufte Tourismusangebote nach einem Punktesystem bewertet. Im untersuchten Kroatien-Guide rangiert die Bewertung des fremden Essens unter dem Titel „Kulinarische Vielfalt“ an dritter Stelle und wird – wie bereits erwähnt – mit vier von sechs Punkten versehen (1 Punkt = „gut“; 6 Punkte = „übertrifft alle Erwartungen“). Begründet wird dies mit der Bemerkung: „An der Küste raffinierte Gaben des Meeres, im Hinterland bäuerliche Traditionen“ (siehe Abb. 23).

⁹²⁶ KRAMER, Dieter: Vorwort. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Künstliche Ferien – Leben und Erleben im Freizeitreservat, Bd. 3). Köln 1999, S. 7.

⁹²⁷ Vgl. Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 15.

Der im „Reisebarometer“ weitergesponnene Faden einer sowohl mit dem Verfeinerten also auch mit bäuerlich-einfachen Kochtraditionen vertrauten Küche, wird auch im darauffolgenden Kapitel „50 Dinge, die Sie...“ aufgenommen – und zwar nicht nur in dem bereits erwähnten Absatz, der darüber informiert, was die Kroatienurlauber lieber „bleiben lassen sollten“, sondern auch was sie „probieren sollten“. So lässt Polyglott hier etwa zum „Spargel aus dem Wald“ wissen, dass „wenn im April und Mai die dunkelgrünen Triebe aus den sandigen Waldböden Istriens schießen, (...) der wilde Spargel in Grožnjans Konoba Bastia (...) als *fritaja* mit Ei und Trüffel serviert [wird].“⁹²⁸ Die Betonung auf die Jahreszeit und den aus den „sandigen Waldböden Istriens“ sprießenden „dunkelgrünen“ Trieben will dabei wohl einerseits auf den richtigen Zeitpunkt, wann der Spargel einen besonderen Genuss verspricht, verweisen als auch auf seine unverfälschte Anbauweise hindeuten. Letztere wird im zweiten Satzteil nochmals verstärkt, indem vom „wildem“, also noch nicht domestizierten Spargel die Rede ist und damit das Bild eines hochwertigeren, geschmacksvolleren Produkts abrufen lässt. Das angeführte Beispiel von der „*fritaja*“ mit ihrer Kombination aus als einfach geltendem Ei und als besonderer Gaumengenuss angesehenen Trüffeln verdichtet zusätzlich nochmals die Vorstellung, dass es sich beim kroatischen Wildspargel um etwas ganz Besonderes handeln müsse – fast schon selbstredend, dass dies wohl „ein Genuss!“ sei. Die anschließende Darstellung der „Muscheln im Teigmantel“ knüpft zunächst an dieses Vorstellungsbild an, lässt dann aber auch noch eine schutzgebende Funktion erkennen: „Austern aus Ston sind eine Delikatesse, doch nicht jeder mag rohe Meeresfrüchte. In Dubrovniks (...) netter Sushi-Bar werden sie mit Tempurateig umhüllt. So schmecken sie auch Skeptikern (...).“⁹²⁹ Bemerkenswert daran ist, dass die von Polyglott manchen Lesern unterstellte Abneigung vor Austerngeschmack mit Hilfe des Verweises auf den „Tempurateig“, der japanischen Art zu frittieren, kompensiert wird – das geschmacklich Heikle also mit dem Hinweis auf eine Kochtechnik aus einem weiteren anderen Kulturkreis vertraut gemacht werden soll. Zupass kommt dieser Darstellung der Umstand, dass besonders in der westlichen Welt die japanische Kost den Ruf einer einfachen und dennoch überaus gesunden Küche besitzt. Diese Bedeutung des Einfachen und dennoch Gesunden und Feinen wird in weiterer Folge auch auf die anderen hier angeführten kroatischen Speisen

⁹²⁸ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 13 [Hervorhebung im Original].

⁹²⁹ Ebd., S. 13.

übertragen. So wird zunächst bei der „Gemüsesuppe – mit Seemannsgarn“⁹³⁰ die rhetorische Frage gestellt, was denn eine typische „maneštra“ ausmache. Um den Leser gleich darauf wissen zu lassen: „Viel Gemüse, Pasta, sämige Konsistenz und ein Kanten Weißbrot. So unverfälscht kommt sie in Rijekas Taverna Mornar (...) auf den Tisch – alles andere würden die Hafenarbeiter verschmähen.“⁹³¹ Der Hinweis auf die „Hafenarbeiter“ figuriert dabei als zusätzliche Bestätigung eines als „authentisch“ vermittelten Essens, da diese Arbeiter qua ihrer Herkunft als kulinarische Experten für das „Einfache“ und „Unverfälschte“ angesehen werden können. Ähnlich lesen sich auch die Ausführungen rund um das „harte Brot der Ordensfrauen.“⁹³² Schon der Titel vermittelt – wenngleich er sich auf die darunter beschriebenen „Plätzchen“, den „*Paški baškotini* aus dem Benediktinerkloster in Pag“⁹³³ bezieht – die Vorstellung vom Klosterleben als ein einfaches und auf hochtechnologische Raffinessen verzichtendes und damit nicht immer einfaches Leben. Diese Imagination bildet bereits eine wesentliche Grundlage, um das hier Beschriebene – noch ohne dessen genauen Inhalt zu kennen – schon vorab als etwas Herausragendes erkennen zu lassen. Auf der verbal-textlichen Inhaltsebene wird diese Vorstellung dann wie folgt unterstützt: „Wenn Nonnen Plätzchen backen, kommt etwas ganz Besonderes dabei heraus. Die *Paški baškotini* aus dem Benediktinerkloster in Pag (...) sind eine Art Zwieback, der gut zu Süßem wie Salzigem schmeckt. Zu kaufen ist er nur im Kloster (...).“⁹³⁴ Der Vergleich mit Zwieback schafft in diesem Zusammenhang die Vorstellung von einem Produkt, welches wohl gegenüber dem eigenen Geschmack nicht allzu abständig sein könne – und sich damit an vertraute Geschmacksvorstellungen anknüpfen lässt. Und der Hinweis, dass diese Speise *nur* im Kloster erhältlich sei, verleiht dem hier beschriebenen Besonderen schließlich eine zusätzliche herausragende Stellung.

Auf der visuellen Ebene wird das hier dargestellte Bild von einer das „Einfache“, „Frische“ und „Feine“ gleichermaßen in sich vereinende Küche lediglich über ein einzelnes Bildmotiv gestützt. Es zeigt ein fein angerichtetes Fischgericht, das sich dem Leser mit Hilfe des beigefügten Bildtextes als „Wolfsbarsch“ erschließt, der

⁹³⁰ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 13.

⁹³¹ Ebd., S. 13.

⁹³² Ebd., S. 13.

⁹³³ Ebd., S. 13 [Hervorhebung im Original].

⁹³⁴ Ebd., S. 13 [Hervorhebung im Original].

zugleich „auch ein Augenschmaus“ sei (siehe Abb. 24). Die letztgenannte Anmerkung lässt sich dahingehend deuten, dass diese Speise nicht nur optisch ein feines Bild abgebe, sondern auch geschmacklich von einem besonderen Genuss sei. Diese Aura des Feinen wird zusätzlich dadurch verstärkt, indem die abgebildete Form der Zubereitung typische Elemente einer als „Haute Cuisine“ zu interpretierenden Küche erkennen lässt, wie z.B. ein perfekt anmutendes Arrangement sowie die Betonung marktfrischer und erlesener Zutaten (hier etwa auch durch das einzelne emporragende Salatblatt ausgedrückt). Trotz dieser sichtbar gehobenen Zubereitungsart vermittelt das Bild durch den im Hintergrund erkennbaren Meeresstrand – der ebenso als „natürlicher“ Herkunftsort des Fisches interpretiert werden kann – dennoch auch eine Form von Bodenständigkeit.

50 Dinge, die Sie ...



Kein alltägliches Vergnügen ist das Baden vor den imposanten Krka-Wasserfällen

9 Getrieben von der Strömung: Helm auf und rein ins Gummiboot: Rafting auf der rasant durch ihren Canyon rauschenden Cetina > S. 111 zwischen Penići und Omik bringt drei Stunden Adrenalin pur. (Kenton Rafting, Omik, www.rafting-cetina.com, im Sommer tgl. 9 und 14 Uhr, 240 Kn pro Person und Fahrt).

10 Biken an der Mreznica Huck Finn bietet im Sommer halbtägige Radtouren durch die Flusslandschaft bei Karlovac > S. 144 an: inkl. Badestopps und Vogelbeobachtung (www.huckfinncroatia.com, Di, Do, So, 10 Uhr, 28 € inkl. Leihrad).

... probieren sollten

11 Spargel aus dem Wald Wenn im April und Mai die dunkelgrünen Triebe aus den sandigen Waldböden Istriens schießen, wird der wilde Spargel in Grođnjans Konoba Bastia > S. 58 als fritaja mit Ei und Trüffel serviert. Ein Genuss!

12 Muscheln im Teigmantel Austern aus Sion sind eine Delikatesse, doch nicht jeder mag rohe Meeresfrüchte. In Dubrovnik > S. 122 netter Sushi-Bar Bota werden sie mit Tempurategel umhüllt. So schmecken sie auch Skeptikern (Old Pustjerne bb, www.bota-sare.hr).

13 Gemüsesuppe – mit Seemannsgarn Was macht eine typische maseštra aus? Viel Gemüse, Pasta, sämige Konsistenz und ein Kanten Weißbrot. So unverfälscht kommt sie in Rijekas Taverna Mornar > S. 66 auf den Tisch – alles andere würden die Hafenarbeiter verschmähen.

14 Das harte Brot der Ordensfrauen Wenn Nonnen Plätzchen backen, kommt etwas ganz Besonderes dabei heraus. Die Paški bučkotini aus dem Benediktinerkloster in Pag > S. 81 sind eine Art Zwieback, der gut zu Süßem wie Salzigen schmeckt. Zu kaufen ist er nur im Kloster (Samostan Sv. Margarite, Trg Kralja Krešimira).



Auch ein Augenschmaus: der Wolfsbarsch

15 Die Aromen von Pag Salz, Kräuter, Olivenöl, so die Zauberformel, mit der sich auf Pag einfache Gerichte in kulinarische Sensationen verwandeln: z. B. der Wolfsbarsch im Bistro na Tale > S. 81.

16 Köstliches unter der Glocke Die Peška – meist wird in der schweren Eisenpfanne unter einer gusseisernen Glocke auf der Glut zartes Lamm zubereitet. Küchenchef Jakov vom Kaštil Gospodnetić > S. 110 auf Brač füllt sie mit Tintenfisch, den er mit Inselaromen veredelt.

17 Mittagspause Jincuni (Anchovis), girice (winzige frittierte Fischchen), hobotnica (Tintenfisch) oder brudet (Fischeintopf) gehören zu einer marendi, einem preiswerten Mittagessen, dazu. Für 6,50 € werden Sie z. B. in Šibenik > S. 91 Lokal Marendi (Nove crkve 9) gut satt: der Name des Lokals ist Programm!

18 Füße im Sand Wellen umspielen die nackten Füße, und auf dem Tisch duften Škampi na Zaru

(Škampi vom Grill) nach Meer und Knoblauch. Dazu ein frischer Salat – das sind die Ingredienzien eines perfekten Inselurlaubs. Die Ribarska kućica in Bol > S. 110 macht vor, wie's geht.

19 Bauernschmaus Aus der ländlichen Küche des Zagorje sind sie nicht wegzudenken: štruktli, die man entweder gekocht oder gebraten zubereitet. Basis ist ein mit Frischkäse, Ei und Rahm gefüllter Strudelteil. Ungesüßt als Einlage in Suppen oder Beilage zu Pilgergerichten einfach grandios! Unübertroffen sind sie im Lanterna na Dokcu in Zagreb > S. 134 (Opatovina 31, www.restoran.lanterna-zagreb.com).

20 Schnaps ist Schnaps Mitachten! Die Kroaten kennen unzählige Methoden, den Rachenputzer zu veredeln. Mit Rosenblättern etwa wird er in der Region um Skradin angesetzt und rakija od ruža genannt. Die Bauern verkaufen ihn auf dem Markt von Šibenik (1 Liter 5 €, Tržnica, Ul. Ante Starčevića, Mo-Sa 6–13, So bis 11 Uhr). [DS]

... bestaunen sollten

21 Nicht blenden lassen Die Mosaiken in der Porečer Euphrasius-Basilika > S. 57 sind atemberaubend schön. Doch wesentlich beeindruckender sind die frühchristlichen Exponate im Museum, z. B. das zierliche Mosaikfischchen gleich am Eingang links.

13
14

Abb. 24: Beispiele für die visuelle Darstellung des „Naturhaften“, „Reinen“ und „Unverfälschten“ (© Fotolia/Dziurek; Jahreszeitenverlag/Pieter-Pan Rupprecht. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 13 & 14).

Motive des „Naturnahen“, „Reinen“ und „Unverfälschten“ lassen sich in diesem Abschnitt auch noch in einem weiteren Bild erkennen. Es zeigt eine naturbelassene Schwimmbucht mit terrassenförmigen Wasserfällen, die vom mitgelieferten Bildtext nicht nur bloß räumlich verortet, sondern sogleich auch als nicht alltägliches Erlebnis beschrieben werden: „Kein alltägliches Vergnügen ist das Baden vor den imposanten Krka-Wasserfällen“⁹³⁵ (siehe Abb. 24 auf der vorigen Seite).

Auch wenn diese Landschaftsaufnahme zunächst auf einen anderen Erlebniswert hindeutet, nämlich auf das Badevergnügen vor einer „imposanten“ Kulisse, lassen sich die hieraus ablesbaren Bilder des „Naturnahen“, „Reinen“ etc. aufgrund ähnlicher Imaginationen rund um die Küche auch auf das Essen übertragen. Begünstigt werden solche gedanklichen Verknüpfungen zusätzlich durch die räumliche Platzierung des Fotos, welches hier im Umfeld der Essensdarstellungen abgedruckt ist. Der Vorteil dieser stilistischen Gestaltung liegt darin, dass sich die aus den verbal-textlichen Darstellungen und dem Foto ergebenden Imaginationen des „Reinen“, „Naturnahen“ und „Unverfälschten“ gegenseitig ergänzen bzw. wechselseitig abstützen.

Dieses Motiv des Besonderen, Bedeutungsvollen kann auch im anschließenden Kapitel „Was steckt dahinter?“ ausgemacht werden, das von den „Geschichten hinter den Kulissen“⁹³⁶ erzählen will. Denn, wie der Vorspann zu diesem Kapitel ebenso festhält: „Die kleinen Geheimnisse sind oftmals die spannendsten.“⁹³⁷ Bereits diese erste Darstellung lässt glauben, dass es hinter der touristischen Bühne noch immer etwas zu entdecken gäbe; etwas, dass man vielleicht bisher nur vermutet, aber noch nicht hinreichend erzählt bekommen hat. Damit lässt sich zugleich die Vorstellung von der touristischen Bühne als ein im Sinne McCannells zweigeteilter Raum in Front- und Backstage abrufen, dessen Trennung aus Sicht des nach Authentizität strebenden Touristen zu einer Mystifikation der betrachteten Wirklichkeit führen kann⁹³⁸ – auch wenn diese Wirklichkeit, wie hier, mit touristischen Geschichten angereichert wird. Im vorliegenden Fall sind diese Storys obendrein auch noch im

⁹³⁵ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 13.

⁹³⁶ Ebd., S. 19.

⁹³⁷ Ebd., S. 19.

⁹³⁸ Vgl. MUNDT, Jörn W.: Einführung in den Tourismus. München / Wien 1998, S. 187.

Stile eines Frage-Antwort-Spiels konzipiert, um den Charakter als eine „den Vorhang des Geheimnisvollen“ lüftenden Information zu verstärken. Dabei handelt es sich allerdings um banal und oberflächlich wirkende Fragen mit ebenso banalen Antworten, die die jeweiligen historischen Hintergründe verkürzt wiedergeben oder mystifizierende sowie nicht belegbare Behauptungen in den Raum stellen. So fragt das Kapitel etwa danach, warum es in den Tourist-Infos Krawatten zu kaufen gibt („Weil die Kroaten die Krawatte erfunden haben!“⁹³⁹). Und rund um die Erklärung, warum der Zeh der „10m hohe[n] Kolossalstatue des kroatischen Bischofs Grgur Ninskis“⁹⁴⁰ glänzt, wird der Leser auch darüber informiert, dass es angeblich Glück bringe, „wenn man den rechten großen Zeh berührt.“⁹⁴¹ Und auch zur Frage warum es ein Marco-Polo-Haus auf Korčula gebe, liefert der Reiseführer eine Geschichte mit geheimnisvollen Touch mit: „Erstens wurde er 1228 nicht weit von Korčula bei der Seeschlacht von Curzola von den Genuesern gefangengenommen, und zweitens ist der Nachname Polo auf Korčula weit verbreitet. Flugs wurde ein mittelalterliches Anwesen in Korčula-Stadt zum Marco-Polo-Haus erklärt. Ob der Asienreisende aber wirklich darin lebte, ist bis heute umstritten.“⁹⁴²

Fast selbstredend, dass bei soviel Mystifizierung auch folgender kulinarischer Aspekt nicht fehlen darf: Eine Antwort auf die Frage, warum „*boškarin*-Fleisch so selten auf der Speisekarte [steht].“⁹⁴³ In der dazu mitgelieferten Antwort ist dann einmal mehr ersichtlich, dass auch hier die kroatischen Speisen als bodenständig-nahrhafte aber dennoch besondere Mahlzeiten inszeniert werden:

Die autochthone, istrische Rinderrasse *boškarin* galt Mitte des 20. Jhs. als ausgestorben. Die Dienste des sehr kräftigen und ausdauernden Rindes mit den langen Hörnern wurden einfach nicht mehr gebraucht. Dann entdeckten Gourmetköche den besonderen, leicht an Wild erinnernden Geschmack des Fleisches, und ein *boškarin*-Boom war die Folge. Doch nur Köche, die einen speziellen Kurs absolviert haben, dürfen *boškarin* zubereiten; deshalb ist es auf Speisekarten nur selten zu finden.⁹⁴⁴

⁹³⁹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 19.

⁹⁴⁰ Ebd., S. 19.

⁹⁴¹ Ebd., S. 19.

⁹⁴² Ebd., S. 19.

⁹⁴³ Ebd., S. 19 [Hervorhebung im Original].

⁹⁴⁴ Ebd., S. 19.

Auffallend an diesem Absatz ist zunächst der regionale Ursprungsverweis auf die „autochthone, istrische Rinderrasse“, gepaart mit charakterlichen Zuschreibungen. Ähnlich wie die im Einführungsteil rund um die Speisen verwendeten Attribute, eignen sich auch diese Begriffe um Vorstellungen des Bodenständig-Nahrhaften zu vermitteln. Denn das allgemeine Bild von der Region als mitgedachter Kontrast zum Globalen lässt in diesem Zusammenhang wie kein zweites Imaginationen des Ursprünglicheren, Natürlicheren wach werden. Dass die darin eingebetteten Rinder nahrhafter sind, muss dann nicht mehr extra erwähnt werden – hier genügt schließlich der bloße Verweis auf ihren „sehr kräftigen“ und „ausdauernden“ Charakter. Eine weitere Aufladung erfährt diese Darstellung des Besonderen durch den Hinweis, dass diese istrische Rinderrasse Mitte des 20. Jahrhunderts als ausgestorben galt. Ähnlich wie schon bei der Beschreibung des toskanischen Cinta-Senese-Schweins im Müller-Guide, wird auf diese Weise zusätzlich ein Bild des besonders Schützenswerten suggeriert. Allerdings kommt es auch hier zu keiner weiteren speisekulturellen Auseinandersetzung etwa im Hinblick auf den geänderten sozialen Stellenwert des „boškarin“-Fleischs im Speisensystems Kroatiens. Stattdessen wird einmal mehr eine Brücke vom Bodenständig-Nahrhaften hin zu etwas Besonderem im Sinne einer nichtalltäglichen Delikatesse geschlagen, indem darauf verwiesen wird, dass das Fleisch nur von geschulten und mit entsprechendem Wissen ausgestatteten Köchen zubereitet werden dürfe.

Am Beispiel der bisher angeführten und analysierten kulinarischen Erzählungen, etwa rund um die als einfach und dennoch fein dargestellte „fritaja“, die zum „Bauernschmaus“ geformten „štrukli“ oder das als Delikatesse erstrahlende „boškarin“-Fleisch, lässt sich bereits erkennen, dass auch in diesem Reiseführer vor allem jene Produkte und Speisen hervorgehoben werden, die sich im Sinne Köstlins als legitimer Bestandteil der fremden Küche eignen – das heißt, die einen kulturellen lokalen Geschmack symbolisieren, „der als identitätsproduktiv deklariert ist.“⁹⁴⁵ Dabei zeigt sich, dass dieser Geschmack Moden, Trends und auch veränderten öffentlichen Diskursen unterworfen ist. Denn während im „Jugoslawien“-Reiseführer von 1981/82 noch überproportional oft diverse Fleischgerichte, etwa Čevapčići – „auf

⁹⁴⁵ KÖSTLIN, Konrad: Die Wiener Küche. Ein Alleinstellungsmerkmal avant la lettre. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 128.

dem Rost gebratene Röllchen aus gehacktem und stark gewürztem Fleisch verschiedener Sorten (...)“⁹⁴⁶ – als typisch hervorgehoben werden, ist der vor allem mit Čevapčići verbundene „Hauch des Fremdartigen und Außergewöhnlichen“⁹⁴⁷ heute längst verfliegen. Einerseits, weil sie mittlerweile ebenso in den Kanon der internationalen Küche aufgestiegen sind und andererseits, weil sie sich aufgrund gewandelter Gesundheitsdiskurse zu einem Symbol einer als zu „schwer“ und „fett“ geltenden Küche gewandelt haben.⁹⁴⁸

Dementsprechend weist dann auch im kulinarischen Hauptteil „Essen & Trinken“ gleich der Vorspann darauf hin, dass die kroatische Küche „oft zu Unrecht auf Čevapčići und Ražnjići reduziert“⁹⁴⁹ würde. Denn: „In der Tat bietet sie weitaus Delikateres als Hackfleischröllchen und Fleischspieße.“⁹⁵⁰ Das darin steckende Bemühen sich vom Klischee des „Balkan-Grills“ abzusetzen, das sich über viele Jahrzehnte aus dem Bild einer mit „großen Mengen an gegrilltem Fleisch“ ausgestatteten Küche speiste, ist offensichtlich. Daran lässt auch der nächstgrößere Absatz keinen Zweifel, der diese Differenzierungsbestrebungen auch bei der Darstellung der verschiedenen Restaurantgattungen einfließen lässt. So erfährt der Leser hier unter dem Titel „Vom Restoran zur Konoba“, dass es in Kroatien nicht bloß – wie noch durch die „Jugoslawien“-Ausgabe von 1981/82 suggeriert – eine „gostiona“⁹⁵¹ gäbe, sondern auch „Speiselokale der gehobenen Kategorie“⁹⁵², Fischrestaurants und sogenannte „Konobas“, „wo meist deftige Küche, aber auch Fisch vom Holzgrill aufgetischt wird“⁹⁵³ (siehe Abb. 25 auf folgenden Seite).

⁹⁴⁶ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁹⁴⁷ MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 351.

⁹⁴⁸ Vgl. ebd., S. 314 & 351.

⁹⁴⁹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48.

⁹⁵⁰ Ebd., S. 48.

⁹⁵¹ In der „Jugoslawien“-Ausgabe von 1981/82 wird dieser Restauranttyp ohne weitere Anmerkung klein geschrieben, während im „Kroatien“-Guide von 2015 von „Gostiona bzw. Gostionica“ die Rede ist, die „ein kleineres familiäres Gasthaus“ sei, „in dem man landestypisch essen und trinken“ könne. Vgl. Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48; Polyglott Reiseführer Jugoslawien, S. 11. München 1981/82, S. 11.

⁹⁵² Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48.

⁹⁵³ Ebd., S. 48.



Abb. 25: Das Kapitel „Essen & Trinken“ im Polyglott Reiseführer „Kroatien“ von 2015 (© Polyglott Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48 & 49).

Bei der anschließenden Präsentation der „Jelovnik“ – der Speisekarte – äußert sich Polyglotts Bestreben nach einem stärker differenzierten Küchenbild zunächst über eine Auswahl von Vorspeisen:

Feiner, luftgetrockneter Schinken (*pršut*) und kräftiger Käse aus Schafsmilch von der Insel Pag (*pašji sir*) sind die beiden Standard-Vorspeisen. Beliebt sind auch die Gemüsesuppe *maneštra* und der aus Italien stammende Risotto – mit grünem Spargel, Trüffeln, Pilzen oder Meeresfrüchten angereichert.⁹⁵⁴

Auch aus diesem Absatz lässt sich jener kulturell und regional eingefärbte Geschmack erkennen, der – wie schon erwähnt – heute mehr denn je notwendig ist,

⁹⁵⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48 [Hervorhebung im Original].

um Essen als legitimen Bestandteil der Küche zu erzählen.⁹⁵⁵ Und ganz im Sinne der vorhin genannten Differenzierungsbestrebungen arbeitet Polyglott ebenso in diesem Absatz mit Vorstellungen des Feinen und Leichten, um auch hier den Eindruck des Fetten und Schweren tunlichst zu vermeiden. So wird aus dem luftgetrockneten Schinken, der auch in der „Jugoslawien“-Ausgabe von 1981/82 als Vorspeise genannt wurde, dort allerdings noch mit dem Attribut „geräuchert“ versehen war⁹⁵⁶, nun ein *feiner* luftgetrockneter Schinken – und erhält so zusätzlich eine verstärkte Aura des Delikaten. Und die genannte „Gemüsesuppe *maneštra*“ vermag allein schon aufgrund ihrer Namensähnlichkeit mit der italienischen Minestrone Assoziationen mit südlichen Genüssen bilden. In dieselbe Kerbe schlägt auch das angeführte Risotto, das den Hauch des Feinen nicht bloß aus dem Bild eines angesagten mediterranen „Trendgerichts“⁹⁵⁷ bezieht, sondern diese Zuschreibung auch nochmals durch seine geographische Herkunftsangabe verstärkt. Die daran anschließende Ergänzung um weitere als besonders leicht und schmackhaft geltende Zutaten kann schließlich als zusätzlicher Auftrieb gelten, um die Aura des Feinen auch bei der kroatischen Variante des Risottos zu verfestigen. Vor diesem Hintergrund will es fast logisch erscheinen, dass die Zeilen zu den Hauptspeisen nicht – wie noch in der „Jugoslawien“-Ausgabe zu erkennen – ausschließlich Gerichte hervorheben, die von Fleisch dominiert werden, sondern sich zunächst den lukullischen Genüssen aus dem Meer zuwenden: „Zu diesen Gaumenfreuden aus dem Meer zählen Hummer (*jastog*), Garnele (*račići*), Zahnbrasse (*zubatac*), Drachenkopf (*skarpin*) (...)“⁹⁵⁸ Diese Aufzählung mag zwar bei so manchem Gourmet das Abrufen feiner Geschmackserlebnisse ermöglichen, jedoch gibt sie keinerlei Auskunft über die Art ihrer Zubereitung oder ihrer Servierweise enthalten. In dieser Hinsicht scheinen die folgenden Ausführungen rund um die Fleischküche schon konkreter zu werden:

⁹⁵⁵ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Die Wiener Küche. Ein Alleinstellungsmerkmal avant la lettre. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 128.

⁹⁵⁶ Vgl. Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁹⁵⁷ Auch wenn es sich beim Risotto um keine „neue“ Speise handelt – Thoms verweist darauf, dass es bereits in einem deutschen Zeitschriftenartikel aus dem Jahr 1929 als „typisch italienische“ Spezialität angeführt wurde (vgl. THOMS „Sehnsucht nach dem guten Leben“ in MOHRMANN (2006), S. 52) – gilt diese Speise derzeit als angesagtes Trendgericht, das einen Wiener Gastronomen 2016 sogar zur Gründung eines eigenen Risotto-Restaurants inspirierte. Vgl. URL: <https://kurier.at/genuss/neue-restaurants-wien-neues-risotto-schnell-restaurant-hat-eroeffnet/224.527.870>; (10. April 2017).

⁹⁵⁸ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48 [Hervorhebung im Original].

Fleisch wird in Istrien gerne als deftiges Gulasch mit Kartoffelklößchen (*njoki*) serviert oder auf Holzkohle gegrillt. In den istrischen Bergstädtchen gibt es im Herbst viele Wildgerichte, dazu Pfifferlinge, Steinpilze oder Trüffel. Zu Fisch und Fleisch wird häufig Mangold mit Knoblauch gereicht. In Mittelkroatien wandern Geflügelbraten mit *mlinzi*, einer Beilage aus gebackenem Nudelteig, auf den Festtagstisch. *Paprikaš* ist ein Gulasch aus Schweinefleisch und viel rotem Paprika, Süßwasserfische werden gegrillt oder gedünstet mit Salzkartoffeln serviert. Und als süßen Nachtisch gibt es *palačinke*, Pfannkuchen mit Schokoladen- oder Nussfüllung, und *štrukli*, zuckersüße mit Quark gefüllte Strudelteigtaschen.⁹⁵⁹

Was sich im ersten Moment wie ein Einblick in kulturspezifische Essgewohnheiten bzw. Zubereitungsweisen liest, lässt allerdings bei genauerem Hinsehen keine echte fremdkulturelle Auseinandersetzung „im Sinne ethnologisch akzentuierter Wertschätzung“⁹⁶⁰ erkennen. Zu oberflächlich sind in diesem Absatz die kulinarischen Ausführungen als dass sie sich als Anleitung für ein besseres Verständnis des fremden Speisesystems eignen würden. So gehen die darin enthaltenen Zeilen – obwohl kurz angedeutet – nicht näher auf die Frage ein, ob die dargestellten Speisen beispielsweise eher einer Festtags- oder Alltagsküche zuzurechnen sind. Denn wie Utz Jeggle am Beispiel eingereicherter Rezepte zur schwäbischen Küche nachgewiesen hat, müssen die als typisch empfundenen Speisen noch lange nicht die sein, die im gewöhnlichen Kochalltag auch tatsächlich am häufigsten gekocht bzw. gebacken werden. So zeigte sich in Jeggles Untersuchung etwa, dass die als typisch genannten Kuchen zumeist einer „Sonntagsnachmittagskultur“ angehörten, die „zum feiertäglichen Wohlbehagen im Rahmen der Familie“ beitrugen.⁹⁶¹ Inwieweit dies möglicherweise auch auf die von Polyglott genannten „palačinke“ und „štrukli“ zutrifft, darüber kann in diesem Zusammenhang mangels weiterführender Angaben des Reiseführers nur spekuliert werden. Allerdings erweckt die ohne weitere Verweise angeführte Bemerkung, dass der mit „mlinzi“ angereicherte Geflügelbraten auf den „Festtagstisch“ käme, den Eindruck, dass es Polyglott hier weniger um das Offenlegen einer speisekulturellen Observanz ging. Vielmehr sollte mit diesem Absatz wohl eine (weitere) Schablone

⁹⁵⁹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48f [Hervorhebung im Original].

⁹⁶⁰ WIERLACHER, Alois / WANG, Zhiqiang: Zum Aufbau einer Reiseführerforschung interkultureller Germanistik. Zugleich ein Beitrag zur Themenplanung wissenschaftlicher Weiterbildung. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 22 (1996), S. 288.

⁹⁶¹ Vgl. JEGGLE, Utz: Essen in Südwestdeutschland. Kostproben der schwäbischen Küche. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 82 (1986), S. 170f.

zur touristischen Wahrnehmung des Besonderen geschaffen werden, um so beim Leser abermals sowohl Interesse als auch Zutrauen zu wecken.⁹⁶²

Ein ähnliches Muster lässt sich auch im nachfolgenden zweiten Buchteil beobachten, wo unter dem Titel „Top-Touren & Sehenswertes“ elf verschiedene Routen in regional gegliederten Unterkapiteln beschrieben werden. Dabei beginnt jedes dieser Teilkapitel zunächst mit einem „kleine Inspiration“ genannten Überblick, der in Punktationsform auf herausragende „Erlebnisse“ der jeweiligen Region aufmerksam machen will. Und auch hier wird einmal mehr deutlich, dass fremdes Essen nicht mehr nur als Teil jenes herkömmlichen touristischen Kanons angesehen wird, der Kulinarisches lediglich als Parameter betrachtet um „ein Land erst richtig kennen [zu lernen]“. ⁹⁶³ Vielmehr zeigt sich bereits anhand einer „kleinen Inspiration“ zu den Touren in der ersten hier erwähnten Region, „Istrien und Kvarner“, dass mit Urlaubsküchen auch Vorstellungen mit einem rund um die jeweilige Region kreisenden Lebensgefühl zum Ausdruck gebracht werden sollen:

Kleine Inspiration

- **Einen überaus romantischen Abend** verspricht der Besuch der Cocktail- und Champagnerbar Valentino in Rovinj. > S. 60
- **Ateliers und Werkstätten** verleihen dem mittelalterlichen Künstlerstädtchen Grožnjan seinen ganz besonderen Charme. > S. 58
- **Nostalgisch essen und übernachten** kann man im k.-u.-k.-Hotel Miramar in Opatija. > S. 65
- **Elegant speisen** mit dem istrischen Panorama vor Augen lässt sich im Landhotel San Rocco. > S. 58
- **Der Vielfalt von Meeresgetier und Aromen** nachspüren, dafür ist der Fischmarkt von Rijeka die perfekte Adresse. > S. 66.⁹⁶⁴

Bereits diese Aufzählungen lassen erkennen, dass es hier nicht nur darum geht, Kulinarisches bloß als vermittelnde Instanz des kulturell Anderen einzusetzen, sondern durch seinen Auswahlcharakter auch eine Projektionsfläche für

⁹⁶² Vgl. GROSSMANN, Lydia: Esskultur in Baedekers [sic!] Reiseführern. Die Wahrnehmung der englischen und spanischen Küche als Spiegel des politisch-sozialen Zeitgeschehens um 1900. In: Landesbibliothekszentrum Rheinland-Pfalz (Hg.): Verleger und Verlagshaus Baedeker in Koblenz. Zum 150. Todestag von Karl Baedeker (=Schriften des Landesbibliothekszentrums Rheinland-Pfalz 7). Koblenz 2010, S. 95; WIERLACHER, Alois / WANG, Zhiqiang: Zum Aufbau einer Reiseführerforschung interkultureller Germanistik. Zugleich ein Beitrag zur Themenplanung wissenschaftlicher Weiterbildung. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 22 (1996), S. 288.

⁹⁶³ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

⁹⁶⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 52 [Hervorhebung im Original].

verschiedenste Sehnsüchte zu ermöglichen. Denn wie schon erwähnt, wird heute Identität nach Köstlin nicht mehr „von Haus aus“ mitgeliefert, sondern muss von uns zunehmend selbst hergestellt werden. Das führt aber eben auch zu dem Zwang, immer öfter aus Sachen auswählen zu müssen, „vermittels derer sie [die Menschen] glauben, sich selbst herstellen und dann herzeigen zu können.“⁹⁶⁵ – egal, ob dies beispielsweise die Möglichkeit betrifft, einen „überaus romantischen“ Abend in einer „angesagten“ Bar zu verbringen, einen „ganz besonderen“ Charme in einem Künstlerstädtchen zu erleben, „nostalgisches Flair“ in einem „k.-u.-k.“-Hotel einzuverleiben oder der „Vielfalt von Meeresgetier und Aromen“ auf einem Fischmarkt nachzuspüren. Auffallend an allen diesen Darstellungen ist, dass sie einerseits mit der Aura des sehnsuchtsvollen Alten und andererseits mit unterschiedlichen Geschmacksvorstellungen spielen. Auch wenn in Bezug auf letztgenannte Imaginationen die hierfür verwendeten Begriffsstützen wie „nostalgisch essen“ oder „elegant speisen“ ohne weitere Erklärung zu inhaltsleeren Worthülsen verkommen, ermöglichen sie dennoch Bilder einer abwechslungs- und genussreichen Küche abzurufen. Dieses Wechselspiel findet sich dann auch nochmals bei den nachfolgenden Beschreibungen der einzelnen Istrien-Touren, die in Bezug auf ihre regionale Vielfältigkeit wie folgt eingeleitet werden: „Vielfältig: In Istrien verbindet sich bäuerlich-slawische Kultur mit venezianischem Erbe, Römisches bietet Pula. An der k.-u.-k.-Riviera wird die Habsburger Ära lebendig (...).“⁹⁶⁶ Diese schlagwortartige Aufzählung ermöglicht aufgrund der dabei stets mitschwingenden Imaginationen eines reichhaltigen kulturellen Erbes ebenso die Vermittlung eines Gefühls des Besonderen, das in der Folge durch landschaftliche Beschreibungen ergänzt und schließlich mit dem Essen verknüpft wird:

Durch hohe Berge vor kalten Winden geschützt, besitzt der Küstenstrich zwischen Lovran und Opatija, bekannt als **k.-u.-k.-Riviera**, ein besonders mildes Klima und üppige Vegetation. (...)

Badeurlauber finden hier herrliche Buchten, gute Hotelanlagen, bestens ausgestattete Campingplätze – und stets ist ein Ort in der Nähe, dessen Restaurants zum Schlemmen istrischer Spezialitäten einladen.⁹⁶⁷

⁹⁶⁵ KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 16.

⁹⁶⁶ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 53.

⁹⁶⁷ Ebd., S. 53 [Hervorhebung im Original].

Die genannten istrischen Spezialitäten lassen sich nach Ansicht Polyglotts in „rustikalen Konobas und Weingütern“⁹⁶⁸ genauso finden wie „im schicken Fischrestaurant“⁹⁶⁹. Dementsprechend werden die Restaurants bei den die Touren begleitend angeführten Speisetipps einerseits als „urige“ und/oder „gemütliche Konoba“⁹⁷⁰ skizziert, wo „original istrische Küche serviert“⁹⁷¹ und „nach alten Traditionsrezepten gekocht“⁹⁷² würde – und „natürlich (...) vieles vom Holzkohlegrill [kommt].“⁹⁷³ Und andererseits benennt Polyglott auch jene Restaurants, die für ihre „vorzügliche Fischplatte“⁹⁷⁴ bekannt seien, wo „Fisch und Meeresfrüchte kreativ istrisch serviert“⁹⁷⁵ würden oder wo Austern und Muscheln nicht frischer sein könnten.⁹⁷⁶ Dabei fällt auf, dass die vom Verlag angeführten Fischrestaurants zusätzlich immer wieder mit Etiketten wie „die' Gourmet-Adresse Istriens“⁹⁷⁷, „mehrfach ausgezeichnet“⁹⁷⁸, „hervorragendes Fischrestaurant“⁹⁷⁹, „berühmt für seine Fischküche“⁹⁸⁰ bzw. „berühmt für ihre ausgezeichneten Fischgerichte“⁹⁸¹ versehen sind. Damit verstärkt sich das bereits eingangs entworfene Bild, dass es vor allem die Fischküche sei, die in Kroatien das geschmacklich Feine repräsentiere und den Inbegriff eines – im wahrsten Sinn des Wortes – ausgezeichneten Genusses darstelle. Eine Ausnahme bildet in diesem Abschnitt lediglich der Verweis auf „Opatijas angesagteste Gourmet-Adresse“⁹⁸². Denn mit dieser unter dem Essenstipp zum Restaurant „Le Mandrač“ angeführten Bemerkung wird hier nicht ausdrücklich die kroatische Fischküche benannt, sondern auf eine „traditionelle Regionalküche“ verwiesen: „Hier wird traditionelle Regionalküche mediterran-französisch beeinflusst interpretiert.“⁹⁸³ Interessant an dieser Aussage ist, dass sich mit dem eher allgemein gehaltenen Verweis auf die „traditionelle Regionalküche“ auch Bilder jener „bäuerlichen Hausmannkost“ abrufen lassen, die der Polyglott-

⁹⁶⁸ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 55.

⁹⁶⁹ Ebd., S. 56.

⁹⁷⁰ Ebd., S. 58, 60, 68, 69, 71.

⁹⁷¹ Ebd., S. 58.

⁹⁷² Ebd., S. 68.

⁹⁷³ Ebd., S. 68.

⁹⁷⁴ Ebd., S. 58.

⁹⁷⁵ Ebd., S. 58.

⁹⁷⁶ Vgl. ebd., S. 60.

⁹⁷⁷ Ebd., S. 63.

⁹⁷⁸ Ebd., S. 58.

⁹⁷⁹ Ebd., S. 65.

⁹⁸⁰ Ebd., S. 66.

⁹⁸¹ Ebd., S. 75.

⁹⁸² Ebd., S. 65.

⁹⁸³ Ebd., S. 65.

Guide bereits in der Einführung so ausführlich beschrieben hat. Doch anders als auf den ersten Seiten, wo die als „bodenständig“ empfundene Küche durch die Beigabe von „frischem wildem Spargel und Trüffel“⁹⁸⁴ zu einem besonderen Geschmackserlebnis lokaler Provenienz erhoben wird, erfolgt hier die geschmackliche Erhöhung mittels Verweis auf den „mediterran-französischen“ Einfluss. Damit knüpft Polyglott an dieser Stelle unmittelbar an Vorstellungsbildern von der französischen Küche als einer das Feine per se besitzenden Küche an, die – auch wenn sie inzwischen ihr Alleinstellungsmerkmal als *die* „gehobene“ Küche schlechthin längst verloren hat – vielen nach wie vor als Inbegriff einer „haute cuisine“ bzw. „cuisine exquise“ gilt.⁹⁸⁵

Bei den folgenden Essenstipps rund um die Istrien-Touren ist das Etikett des Feinen, Hervorragenden und Bekannten dann wieder dezidiert der Fischküche vorbehalten. So heißt es nur eine Speise-Empfehlung weiter, dass es sich beim „Plavi Podrum“ um ein „hervorragendes Fischrestaurant (...)“⁹⁸⁶ handle. Und auch bei den folgenden Beschreibungen hebt der Reiseführer neben der als „urig“ geltenden Konoba, wo noch „nach alten Traditionsrezepten“⁹⁸⁷ gekocht würde, zumeist bloß das „schicke“⁹⁸⁸ Restaurant hervor, das „regional bekannt für seine Fischküche“⁹⁸⁹ oder gar „berühmt für seine Fischküche“⁹⁹⁰ sei. Dabei sticht – verstärkt durch ihre bildliche Umrahmung – vor allem die Schilderung eines Besuchs der Fischmarkthalle von Rijeka hervor, der als besonders erlebnisreich und authentisch beschrieben wird:

Sehenswert sind die **!** berühmten Markthallen, Velika tržnica, an der Ulica Ivana Zajca. Besonders lebhaft ist die südlichste Halle, die den Fischhändlern in den Vormittagsstunden vorbehalten ist. Eine Grünanlage trennt den Markt vom 1885 eröffneten klassizistischen Nationaltheater Ivan Zajc.⁹⁹¹

⁹⁸⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

⁹⁸⁵ Ein wesentlicher Mitgrund hierfür mag darin liegen, dass die sie umgebenden Narrationen des Feinen auch von angesehenen internationalen Institutionen wie der UNESCO nach wie vor weitergetragen werden. So wird auf deren Website die 2010 erfolgte Aufnahme der französischen Küche in die Liste „Immaterielles Kulturerbe“ u.a. damit begründet, dass sie die „Zweisamkeit, das Vergnügen am Geschmack und das Gleichgewicht zwischen den Menschen und der Natur betont“ sowie den „Kauf von guten, vorzugsweise lokalen Produkten, deren Geschmack gut zusammenpasst“, als wichtiges Element betrachte. URL:

<http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/gastronomic-meal-of-the-french-00437?RL=00437>; (23. März 2017).

⁹⁸⁶ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 65.

⁹⁸⁷ Ebd., S. 68.

⁹⁸⁸ Ebd., S. 68.

⁹⁸⁹ Ebd., S. 66.

⁹⁹⁰ Ebd., S. 66.

⁹⁹¹ Ebd., S. 67 [Hervorhebung im Original].

An dieser Darstellung, die nicht nur Assoziationen vom Fisch als frische und unverfälschte Speise ermöglicht, sondern auch den Ort seines Verkaufs in die Nähe von Kunstdenkmälern rückt und ihm damit zusätzlich einen Anstrich des Weihevollen verpasst, wird die Zeichenhaftigkeit touristischer Darstellungen einmal mehr deutlich. Denn als zu bewunderndes „Sight“ gilt auch hier vor allem das, was Anklänge des Historischen besitzt und damit als besonders sehenswert und berühmt erachtet wird. Dies zeigt sich an dieser Stelle auch durch das beigefügte Bild einer Innenansicht der Fischmarkthalle. Auch wenn zwar der Reiseführer zu Historie und Baustil keine näheren Angaben macht, lässt die Architektonik des Raums mit seinen beiden Balustraden in Rundbogen-Optik und den Ornamenten dennoch einen älteren Ursprung erkennen⁹⁹² (vgl. Abb. 26).



Abb. 26: Ein „(kunter)buntes“ Treiben in und vor Fischhallen: Bilddarstellungen von Marktszenen im Polyglott Reiseführer „Kroatien“ von 2015 (© Iaif/Heiko Specht & Ralf Freyer. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 67 & 94).

Auf den Fischfang selbst oder den Alltag der Fischer wird hingegen nicht näher eingegangen. Dieses Muster wiederholt sich auch nochmals in der Schilderung des nord-dalmatinischen Hafenstädtchens Trogir, wo der Polyglott-Guide bereits in der dazugehörigen Überblicksdarstellung wie folgt herausstreicht: „**Wenn die Fischer** morgens ihren Fang gleich an der Markthalle von Trogir entladen, sollten Sie unbedingt dabei sein – ein malerisches Spektakel! > S.94“⁹⁹³ Diese Narration wird

⁹⁹² Der Tourismusverband der Stadt Rijeka merkt dazu an, dass die ersten zwei Pavillons der Markthallen 1880 entstanden seien – der Fischmarkt allerdings erst „Anfang des 20. Jahrhunderts“ hinzukam. Vgl. URL: http://www.visitrijeka.eu/de/Essen_und_trinken/Marktplatz_von_Rijeka; (25. März 2017).

⁹⁹³ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 76 [Hervorhebung im Original].

dann auf Seite 94 ausführlich fortgeschrieben und dort ebenso einmal mehr in die Nähe von historischen Sehenswürdigkeiten platziert:

Vor der Westfassade des Doms fällt der Blick auf den prachtvollen **Čipiko-Palast**, ein typisches Patrizierhaus des 15. Jhs. Etwa um dieselbe Zeit entstand auf der Südseite des Platzes die offene **Loggia**, in der Ratssitzungen und Prozesse stattfanden.

An die kleine Loggia an der Riva angebaut ist die offene **Fischhalle**. Die Fischkutter, die am frühen Morgen von ihren Fahrten zurückkehren, gehen am Kanal vor Trogir gleich in der Nachbarschaft der Fischhalle vor Anker, um ihren frischen Fang zu entladen – ein farbenprächtiges Spektakel.⁹⁹⁴

Ähnlich wie im vorangegangenen Absatz, finden sich auch hier keinerlei näheren Verweise, wie die moderne Arbeits- und Lebensweise der Fischer tatsächlich aussieht – im Gegenteil: Durch die ebenso hier mitgelieferte visuelle Darstellung, die Menschen bei manuellen Tätigkeiten zeigt, wird das Bild von einer zumindest in Ansätzen vormodern erscheinenden Lebenswelt weiter verstärkt (siehe Abb. 26).

Es zeigt Fischer, wie sie in ihren kleinen und archaisch anmutenden Holzbooten mit Leinen hantieren bzw. ihre Fischernetze ohne technische Hilfsmittel verstauen. Auch wenn die im Hintergrund erkennbaren Autos den Schein des Alten durchbrechen, so ermöglicht dieses Motiv dennoch eine von Handarbeit gelenkte Lebensweise wahrzunehmen. Allerdings geht es auch bei dieser Darstellung nicht in erster Linie um die Menschen selbst – diese nehmen ebenso hier bloß die Rolle als „folkloristische Statisten für die Inszenierung der touristischen Erlebniswelt“⁹⁹⁵ ein.

Das an dieser Stelle rund um den Fischfang bzw. -verkauf suggerierte Bild einer authentischeren Lebensweise ergänzt die Essenstipps insofern als sich die damit verbundenen Vorstellungen des Frischen, Naturbelassenen und Unverfälschten ebenso auf die Speisenempfehlungen übertragen lassen. Wobei das solcherart konstruierte „Atmosphäre-Styling“⁹⁹⁶ auch bei den im hinteren Teil angeführten kulinarischen Darstellungen immer wieder eine deutliche Zweiteilung erkennen lässt.

⁹⁹⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 94 [Hervorhebung im Original].

⁹⁹⁵ RÖMHILD, Regina: Histourismus. Fremdenverkehr und lokale Selbstbehauptung. Frankfurt am Main 1990, S. 26.

⁹⁹⁶ Schober, Reinhard zit. n. RÖMHILD, Regina: „Histourismus“: Zur Kritik der Idyllisierung. In: KRAMER, Dieter / LUTZ, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.39), Frankfurt am Main 1992, S. 123.

So wird auch dort die Fischküche vielfach als „delikate“⁹⁹⁷ Küche beschrieben, die als „fürstlich“⁹⁹⁸ oder gar als die „beste“⁹⁹⁹ in der jeweiligen Region gilt – kurz: die ein „Gourmettipp“¹⁰⁰⁰ sowie „ein kulinarischer Höhepunkt“¹⁰⁰¹ sei und obendrein so „kreativ zubereitet“ würde, „dass selbst der Gault Millau staunt“¹⁰⁰². Diesem in der Fischküche kumulierenden Symbol des Feinen stehen auch auf diesen hinteren Seiten nach wie vor die Speisen der als „gemütlich“¹⁰⁰³ und/oder „rustikal“¹⁰⁰⁴ beschriebenen „Konobas“ gegenüber. Entsprechend dieser das Bild des Einfachen verstärkenden Charakterisierung sind beim Verweis auf ihre Spezialitäten daher nach wie vor überwiegend Formulierungen zu finden, die auf Vorstellungen des Alten, Echten, Unverfälschten und Unprätentiösen abzielen. So ist auch hier einmal mehr die Rede von einer Küche nach „alten Rezepten“¹⁰⁰⁵, „schnörkelloser Küche“¹⁰⁰⁶, „authentischer Inselküche“¹⁰⁰⁷, „beste[r] Landesküche aus frischen Zutaten“¹⁰⁰⁸ sowie – das Regionale stärker evozierend – von „gute[r] slawonische[r] Hausmannskost“¹⁰⁰⁹ oder „Spezialitäten aus dem Zagorje, darunter Puter mit *mlinzi*, Rehulasch und natürlich *štrukli*.“¹⁰¹⁰ Das dabei mitschwingende Bild der „Konoba“ als Hüterin des Bodenständigen und des sich – so scheint es – Trends Widersetzenden verstärkt Polyglott dadurch, indem der Verlag hier oftmals zusätzlich auf ihre „hübsche“¹⁰¹¹ Lage „in der Altstadt“¹⁰¹², „in der malerischen Gasse“¹⁰¹³ oder „in einer Altstadtgasse“¹⁰¹⁴ hinweist. Denn durch die Verknüpfung mit den hier beschriebenen „Konobas“ lässt sich die mit der „Altstadt“ und ihren Gassen verbundene Aura des Harmonischen, Bewahrenden und Überschaubaren auch auf diese Restaurantgattung übertragen. Die so erfolgte zusätzliche Bedeutungsübertragung ermöglicht es, die Signalwirkung der „Konoba“ als „Medium

⁹⁹⁷ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 100, 115, 122.

⁹⁹⁸ Ebd., S. 115.

⁹⁹⁹ Ebd., S. 100, 102, 116.

¹⁰⁰⁰ Ebd., S. 127.

¹⁰⁰¹ Ebd., S. 128.

¹⁰⁰² Ebd., S. 141.

¹⁰⁰³ Ebd., S. 71, 95.

¹⁰⁰⁴ Ebd., S. 72, 110, 143.

¹⁰⁰⁵ Ebd., S. 68, 69.

¹⁰⁰⁶ Ebd., S. 113.

¹⁰⁰⁷ Ebd., S. 121.

¹⁰⁰⁸ Ebd., S. 130.

¹⁰⁰⁹ Ebd., S. 141.

¹⁰¹⁰ Ebd., S. 143 [Hervorhebung im Original].

¹⁰¹¹ Ebd., S. 115, 116.

¹⁰¹² Ebd., S. 69, 75, 118, 145.

¹⁰¹³ Ebd., 95.

¹⁰¹⁴ Ebd., S. 113.

nostalgischer Sehnsüchte“¹⁰¹⁵ noch stärker wahrzunehmen – und sie damit ebenso als Gegenentwurf zur Moderne zu interpretieren.¹⁰¹⁶ Allerdings darf nicht unbeachtet werden lassen, dass es sich bei diesen mit historisierenden Anklängen ausgestatteten Speiseninfos lediglich um austauschbare „Zulieferer ästhetisch-emotionaler Anmutungsqualitäten“¹⁰¹⁷ handelt. Dies lässt sich besonders an jenen „Konobas“ aufzeigen, bei denen Polyglott die Lage mit „am Strand“/„beim Meer“¹⁰¹⁸ angibt oder auf ihre zusätzliche Fischküche verweist. Dann nämlich wird der Anstrich des Nostalgischen einmal mehr zugunsten des Feinen und Delikatzen, gemischt mit Versatzstücken des Authentischen, abgelegt. Da heißt es dann etwa zur „Konoba Vatica“: „Serviert beste Fisch- und Meeresfrüchte-Gerichte mit regionalen Zutaten sowie Weine auch aus eigenem Anbau. Unter Seglern eine Top-Adresse in Dalmatien.“¹⁰¹⁹ Bei der Konoba „Ribarska kućica“ lässt Polyglott die Leser wie folgt wissen: „Die ‚Fischerhütte‘ in einem rustikalen Steinhaus am Strand überzeugt mit frischem Fisch.“¹⁰²⁰ An anderen Stellen weiß der Reiseführer wiederum davon zu berichten, dass das „schattige Gartenlokal (...) hübsch am Meer“¹⁰²¹ liegen und „beste Fisch- und Grillgerichte“¹⁰²² servieren würde; oder aber „mit seiner Terrasse zum Meer und den frisch gegrillten Scampi und Fischgerichten ein angenehmer Ort für einen entspannten Abend“¹⁰²³ sei. Doch egal, ob die „Konobas“ in den Textdarstellungen als Fluchtpunkte für die Sehnsucht nach dem Urig-Alten und/oder Bodenständigen erscheinen oder – so sie auch Fisch anbieten – ebenso als Tipp für das geschmacklich Feine benannt werden: Die Auseinandersetzungen bleiben stets an der Oberfläche, da sie sich – ohne vom Reisebuchautor näher erläutert oder gar hinterfragt zu werden – bloß als eine Aneinanderreihung von touristisch eingeübten Begriffen mit Symbolfunktion lesen lassen. Ähnlich zusammenhanglos stellt sich dieses Wechselspiel teilweise auch auf der visuellen Ebene dar. So fällt hier etwa

¹⁰¹⁵ RÖMHILD, Regina: Der fremde Alltag als Sehenswürdigkeit. Aspekte des touristischen Kulturkontakts. In: Stadttourismus und Stadttalltag (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 10). Regensburg 1994, S. 15.

¹⁰¹⁶ Vgl. RÖMHILD, Regina: Der fremde Alltag als Sehenswürdigkeit. Aspekte des touristischen Kulturkontakts. In: Stadttourismus und Stadttalltag (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 10). Regensburg 1994, S. 15; RÖMHILD, Regina: Histourismus. Fremdenverkehr und lokale Selbstbehauptung. Frankfurt am Main 1990, S. 21.

¹⁰¹⁷ RÖMHILD, Regina: Histourismus. Fremdenverkehr und lokale Selbstbehauptung. Frankfurt am Main 1990, S. 21.

¹⁰¹⁸ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 110, 116, 119, 130.

¹⁰¹⁹ Ebd., S. 102.

¹⁰²⁰ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 110.

¹⁰²¹ Ebd., S. 116.

¹⁰²² Ebd., S. 116.

¹⁰²³ Ebd., S. 119.

eine Darstellung auf, die mit dem Bildtext „Konoba beim Trüffelort Motovun“ betitelt ist (siehe Abb. 27).

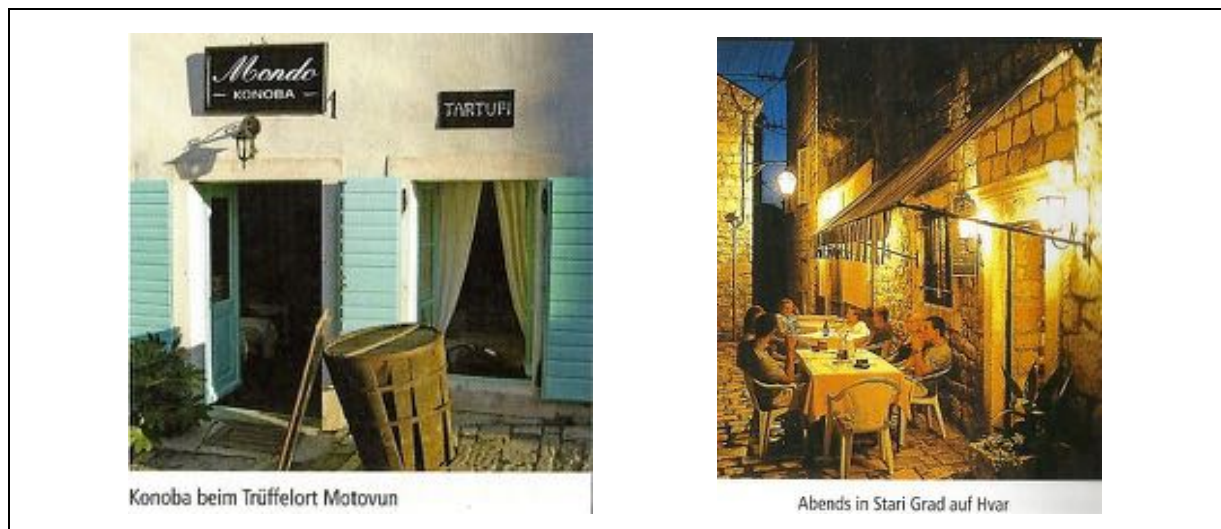


Abb. 27: „Konoba beim Trüffelort Motovun“ und „Abends in Stari Grad auf Hvar“: Beispiel für die Visualisierung einer als „fein“ geltenden Konoba (links) sowie von kroatischer „Urigkeit“ (rechts) (© Sabine von Loeffelholz & Ralf Freyer. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 63 & 116).

Der kleine Ausschnitt fokussiert auf den Eingangsbereich zu einem Lokal, das sich aufgrund eines über dem Eingang angebrachten Namensschildes als Konoba „Mondo“ zu erkennen gibt. Darüber hinaus fallen die türkisfarbenen Fensterläden, ein desolat wirkendes Holzfass, an dem ein Schild angelehnt steht, sowie ein weiteres an der Hauswand angebrachtes Schild mit dem Aufdruck „Tartufi“ (deutsch: Trüffel) auf. Aufgrund ihrer frisch und nicht abgenützt wirkenden Farbe dürften die Fensterläden bei diesem Haus lediglich eine Zierfunktion haben; dasselbe lässt sich für das im Vordergrund zu sehende Holzfass vermuten, dessen Dauben teilweise aus der Form gesprungen sind. Differenzierter verhält es sich bei dem „Tartufi“-Schild, das aufgrund seiner Aussage nicht nur eine Zierfunktion, sondern auch Informationsfunktion besitzt. Denn es zeigt an, dass man in diesem Lokal wahrscheinlich auch Speisen mit Trüffeln bekommen bzw. die Gerichte mit diesen verfeinert würden – und suggeriert damit gleichzeitig, dass es sich wohl um eine besondere „Konoba“ handeln müsse.

Allerdings: Vor dem Hintergrund der Annahme, dass es im „Trüffelort Motovun“¹⁰²⁴ und dessen Umgebung wohl einige solcherart mit der Aura des Besonderen und

¹⁰²⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 63.

Feinen spielende „Edel-Konobas“ gibt, stellt sich die Frage, warum ausgerechnet die Konoba „Mondo“ hervorgehoben wurde. Dies kann weder aus dem mitgelieferten Bildtext noch aus der danach angeführten Beschreibung von Motovun herausgelesen werden. In letzterer wird lediglich darauf verwiesen, dass in „den Eichenwäldern zu Füßen des Motovuner Hügels (...) weiße Trüffeln von Hunden aufgestöbert [werden]. Die aromatische Knolle verfeinert hier fast jedes Gericht (...).“¹⁰²⁵ Der fehlende Zusammenhang zwischen der Aussage dieser textlichen Beschreibung und dem „Konoba“-Bild weist darauf hin, dass es der Bildaussage gar nicht um die Konoba selbst bzw. um ein Verstehbarmachen ihrer hier hervorgehobenen Stellung ging. Das abgebildete Lokal dient hier lediglich der symbolischen Vermittlung des dahinterliegenden „Besonderen“, das sich dem mediterranen Trüffel-Kenner in diesem Fall durch das „Tartufi“-Schild zu erkennen gibt.

Ähnliche zwischen Bild und Text in Bezug aufs Essen aufkommende Unstimmigkeit lässt sich bei der Bilddarstellung „Abends in Stari Grad auf Hvar“ (siehe Abb. 27) erkennen. Es zeigt zwei Tischgesellschaften, die abends vor einem kleinen und aufgrund der nostalgisch anmutenden Lampen sowie der Steinfassaden urig wirkenden Lokal (eine „Konoba“?) sitzen. Die abgebildeten Personen scheinen gesellige Tischgespräche zu führen – dafür sprechen die entspannten Sitzpositionen aller Beteiligten sowie zusätzlich die Körperhaltung des vorne rechts sitzenden Mannes. Er hat seine Arme auf den Sessellehnen abgestützt und fokussiert mit zusammengefalteten Händen, die er an sein Kinn angelehnt hat, sein Gegenüber. Zusätzlich sieht man Flaschen und Gläser auf den Tischen stehen, die so den Eindruck des Geselligen weiter unterstützen. Ob die Personen – ob es sich dabei um Touristen oder Einheimische handelt, lässt sich nicht zweifelsfrei beantworten – schon gegessen haben oder ihre Speisen noch serviert bekommen, kann aus dieser Szene nicht entnommen werden. Dies scheint für die Analyse der sich dahinter verbergenden Bildaussage und ihre Einbettung in die hier angeführten verbal-textlichen Ortsbeschreibungen auch eher nebensächlich. Bedeutender erscheinen vielmehr die einzelnen Bildbestandteile, die sich ebenfalls zeichenhaft deuten lassen und so eine Interpretation hinsichtlich einer oder mehrerer Aussagen ermöglichen.

¹⁰²⁵ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 63.

Die Anklänge mit dem Urigen wurden bereits genannt. Sie ergeben sich allerdings nicht allein aus den bereits genannten Laternen, deren Form Assoziationen an Vergangenes wecken mag, sowie aus der nostalgisch anmutenden Steinfasse. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang etwa auch noch der sichtbare Pflastersteinboden, die unverputzten Stromleitungen beim gegenüberliegenden Haus sowie die abendliche Stimmung, die nicht nur dem Lokal, sondern der Szenerie als Ganzes etwas Nostalgisches, ja fast schon Mystisches verleihen. Die solcherart geschaffene Atmosphäre des Besonderen fügt sich zwar in den beigefügten historischen Abriss zu Stari Grad, wo u.a. davon die Rede ist, dass die aus der Antike stammenden Felder „bis heute erhalten geblieben sind und seit dem Jahr 2008 als **Starigradsko polje** Kroatiens siebtes und jüngstes Weltkulturerbe in der UNESCO-Liste“¹⁰²⁶ seien. Doch will man das Bild als Bezugspunkt zu dem unmittelbar daneben angeführten Essentipp lesen, der übrigens der einzige zu Stari Grad ist, tun sich auch hier Unstimmigkeiten auf. Denn der Tipp, der sich auf das Restaurant „Eremitaž“ bezieht, verweist u.a. auf „[d]as schattige Gartenlokal“¹⁰²⁷, welches „hübsch gegenüber von Stari Grad am Meer“¹⁰²⁸ liege. Die Beschreibung offenbart somit, dass es sich nicht um das abgebildete Lokal handeln kann. Daraus lässt sich schließen, dass es auch besagtem Bild nicht um eine Visualisierung der verbal-textlichen Aussage ging, sondern lediglich darum, den verschiedenen Vorstellungen vom mediterranen Essen, etwa als Tischgemeinschaft unter freiem Himmel, einen Rahmen des Besonderen zu verleihen.

Diese touristisch angehauchte Vermittlung von Atmosphärischem betrifft auch die Darstellung des kroatischen Weins, um den sich die Tour „Winzer und Austern“ dreht. Darin heißt es zunächst, dass die Ortschaft Ston der Starpunkt der Tour über Pelješac und Korčula sei. Denn: „Auf Pelješac haben sich Weingüter zur Etablierung einer Weinstraße zusammengeschlossen und bieten Verkostungsmöglichkeiten, ebenso auf Korčula.“¹⁰²⁹ Und weiter: „Deren Austernbänke versprechen herrliche Genüsse, doch auch die Halbinsel hat einiges zu bieten: so z.B. Weinstraßen und -keller zwischen Ston und Orebić, in denen Dingač und Plavac ihrer Vollendung

¹⁰²⁶ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 116 [Hervorhebung im Original].

¹⁰²⁷ Ebd., S. 116.

¹⁰²⁸ Ebd., S. 116.

¹⁰²⁹ Ebd., S. 105.

entgegenreifen.“¹⁰³⁰ Die dabei verwendeten Gemeinplätze wie „herrliche Genüsse“ oder „ihrer Vollendung entgegenreifen“ lassen bereits erahnen, das es wohl auch in diesem Teil in erster Linie darum geht, touristisch eingeübte Erlebnisvorstellungen lediglich zu reproduzieren anstatt zu hinterfragen. Und tatsächlich bahnt sich diese touristische Sichtweise auch bei der Beschreibung der weiteren Tour-Stopps ihren Weg: „Erste Verkostungen bieten sich in Trstenik und Potomje an“¹⁰³¹, danach „lohnt sich ein Abstecher nach Lumbarda (...), berühmt für seine Sandstrände und den hervorragenden Grk-Weißwein“¹⁰³² sowie anschließend der Besuch von Smokvica, wo „man hervorragende Pošip-Weine probieren und kaufen [kann].“¹⁰³³ Bemerkenswert an diesen Schilderungen ist, dass keine von ihnen auch nur annähernd etwa auf die Produktionsweisen der verschiedenen Weine eingeht oder sie vor dem Hintergrund sozio-ökonomischer Entwicklungen beleuchtet. Stattdessen findet der Leser zehn Seiten später zusätzlich zur Beschreibung von Korčula, deren Besonderheit Polyglott auch hier mit dem Verweis auf ihre Bedeutung als „Weinbauzentrum“ markiert, einen optisch hervorgehobenen Textkasten mit dem Titel „Weinbauparadiese“. Doch anders als man vielleicht vermuten könnte, dreht sich diese als „Seitenblick“ gekennzeichnete und damit als „[s]pannende Anekdoten zum Reiseziel“¹⁰³⁴ verheißende Box ebenso wenig um Hintergrundinformationen, die auf ein besseres Verständnis des Weinbaus in der Region abzielen. Denn ihre kurz gehaltenen Verweise auf Bodenbeschaffenheiten, geographische Besonderheiten oder Lagerungstechniken deuten darauf hin, dass auch sie bloß eine Signalfunktion einnehmen, um ebenso den Wein als ein authentisches und damit besonderes Produkt der Region erscheinen zu lassen. So heißt in diesem Textkasten etwa, dass die „in dem von Bergflanken geschützten, sonnenverwöhnten Zentrum von **Pelješac** (...) an terrassierten Hängen die roten Plavac-Mali-Trauben“¹⁰³⁵ reifen würden. Und weiter:

Verköstigen und kaufen kann man die guten Tropfen entlang einer neuen **Weinstraße**. In Trstenik z.B. baut die Kellerei Grgič den Plavac Mali in Barrique-Fässern aus (Tel. 020/74 80 90). Vina Matuško in Potomje produziert den charakteristischen roten Dingač, zudem naturreines Olivenöl (Tel. 020/74 23 93). (...) Auch **Korčulas** Klima und Böden bieten beste

¹⁰³⁰ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 105.

¹⁰³¹ Ebd., S. 105.

¹⁰³² Ebd., S. 106.

¹⁰³³ Ebd., S. 108.

¹⁰³⁴ Ebd., S. 2.

¹⁰³⁵ Ebd., S. 118 [Hervorhebung im Original].

Bedingungen für den Weinbau, besonders für die weißen Rukatac-, Grk- und Marastina-Weine. Hervorragenden Grk kann man in Lumbarda z.B. bei Winzer Branimir Cebalo (Tel. 020/71 20 44) verkosten. In Čara keltert die Vinarija Šain-Marelić einen der besten Pošip-Weine (Tel. 020/83 31 66), Vinarija Toreta in Smokovica hat sich ebenfalls auf Pošip spezialisiert, verkauft aber auch Honig und Olivenöl (Tel. 020/83 21 00).¹⁰³⁶

Die aus dieser Beschreibung vermittelte Bodenständigkeit des kroatischen Weines wird auf visueller Ebene schließlich durch die Abbildung „Weinlese auf Korčula, einem Zentrum des kroatischen Weinbaus“ unterstützt. Ähnlich wie in den vorangegangenen Bildern gibt es allerdings auch hierzu keine näheren Informationen, warum ausgerechnet diese Darstellung das „Weinbauzentrum“ Korčula symbolisieren soll. Man sieht lediglich drei Männer, die die gelesenen und in roten Kisten aufbewahrten Trauben zu schichten scheinen (siehe Abb. 28).



Abb. 28: „Weinlese auf Korčula (...)“: Beispiel für die visuelle Darstellung des Weinthemas (© Ralf Freyer. Quelle: Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 119).

Aus der Körperhaltung des Mannes in grünem T-Shirt lässt sich schließen, dass er sich in Interaktion mit dem älteren Mann im Bildvordergrund befindet – dafür spricht nicht nur die Geste und der halboffene Mund des jüngeren, sondern auch der zu ihm gedrehte Kopf des älteren Mannes. Allerdings kann daraus nicht geschlossen werden, wer diese Personen sind, wo genau sie sich auf Korčula befinden oder bei welchem Weingut sie arbeiten. Auch lässt sich nicht beurteilen, ob auf dem Foto gar der Besitzer des Weingutes zu sehen ist – zu all diesen Fragen gibt auch der beigefügte Fototext keine Auskunft. Somit deutet auch hier alles darauf hin, dass dieses Foto lediglich der Untermalung bestimmter Stimmungen – in diesem Fall eben

¹⁰³⁶ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 118 [Hervorhebung im Original].

einmal mehr der Aura des Naturhaften, Echten und „von-Hand-Gemachten“ – dient und sich damit nahtlos in die Reihe der anderen hier abgebildeten Fotos reiht, die ausschließlich der Vermittlung des Besonderen nach touristischer Lesart dienen.

6.2.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer

In der „Jugoslawien“-Ausgabe von 1981/82 wird die „Balkanküche“ gleich zu Beginn als ein geschmackliches Faszinosum betrachtet, welches in erster Linie der „Mischung von gewohnten mitteleuropäischen mit mittelmeerischen sowie orientalischen Speisen und Zubereitungsarten“¹⁰³⁷ zu verdanken sei. In dieser Besonderheit läge auch der Grund, warum „in Mitteleuropa seit einigen Jahren jugoslawische Spezialitätenrestaurants so verbreitet und beliebt“¹⁰³⁸ wären. Allerdings lässt dieser Einstieg unerwähnt, dass die Popularität der damals oft auch unter dem Namen „Balkan-Grill“ firmierenden „Spezialitätenrestaurants“ vor allem auf sozio-historische Ursachen zurückgeführt werden könne (siehe dazu mehr im nächsten Kapitel).

Stattdessen fährt Polyglott damit fort zu betonen, dass man „natürlich (...) in den Hotels und Restaurants der jugoslawischen Fremdverkehrsorte und der größeren Städte in erster Linie Gerichte der internationalen Küche wie Wiener Schnitzel, Pommes frites, Suppen und Nachspeisen“¹⁰³⁹ bekäme. Damit nimmt der Reiseführer nicht nur bloß eine stark eigenkulturell gefärbte Außensicht ein, sondern relativiert damit zugleich auch wieder die oben dargestellte Besonderheit der jugoslawischen Küche. Denn die Art, wie auf die „internationale Küche“ verwiesen wird, vermittelt dem Leser, dass es neben der „Balkan“-Küche immer auch noch eine andere, eine gewohnt-verlässliche Küche gäbe, auf die er „natürlich“ zurückgreifen könne. Auf diese Weise erhält die vom Tourismus wesentlich mitgeprägte „internationale Küche“ auch hier den Status eines herausragenden kulinarischen Bezugssystems. Die solcherart vorgenommene Außensicht äußert sich auch im Hinweis auf das „Wiener Schnitzel“, den „Pommes frites, Suppen und Nachspeisen“. Denn darin lässt sich ebenso jene Dreigliedrigkeit in der Speisenfolge erkennen, die – aus der

¹⁰³⁷ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁰³⁸ Ebd., S. 11.

¹⁰³⁹ Ebd., S. 11.

sogenannten „Bürgerlichen Küche“ stammend – so typisch war für viele Küchen in Deutschland und Österreich und damit ebenfalls vertraute Vorstellungen abrufbar machte.¹⁰⁴⁰

Auf Vertrautes scheinen auch die nächsten Zeilen im folgenden Absatz zu verweisen. Denn hier wird zunächst die Küche Sloweniens und Kroatiens als eine charakterisiert, die „in dem großen Völkerkochtopf der österreichisch-ungarischen Monarchie im Laufe einiger Jahrhunderte zusammengebraut wurde.“¹⁰⁴¹ Doch anstatt die Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser beiden Regionalküchen differenziert herauszuarbeiten, werden sie hier quasi als Eintopf einer aus der „Vielvölkermonarchie“ der Habsburger hervorgegangene Küche gewertet und so zugleich mit nostalgisch angehauchten Vorstellungen von der „guten, alten Zeit“ verknüpft (auch dazu mehr im nächsten Kapitel). Die geheimnisvoll klingende Andeutung, dass die Küche „im Laufe einiger Jahrhunderte zusammengebraut“ wurde, ermöglicht darüber hinaus die slowenische und kroatische Küche zusätzlich unter dem Lichte des Mystischen wahrzunehmen. Klischeebehaftet gibt sich dann der anschließende Hinweis, dass diese beiden Küchen vor allem aus „üppige[n] Fleisch- und Mehlspeisen“ bestünden. Da Polyglott hierzu nicht konkreter wird, lässt sich diese Darstellung über den Zusatz des „üppigen“ dahingehend deuten, dass damit vor allem das Bild von der jugoslawischen Küche als eine Küche der großen und deftigen Portionen bestätigt werden sollte. Denn die im Zuge der ersten großen jugoslawischen Gastarbeiter-Bewegung nach 1945 in Deutschland und Österreich entstandenen „Balkan-Grills“ erfreuten sich nicht nur einer wachsenden Beliebtheit¹⁰⁴², sondern waren auch für ihre großen (Fleisch-)Mengen auf dem Teller schnell bekannt. Daher kann angenommen werden, dass zahlreiche Touristen das Bild einer deftig-üppigen Balkanküche bereits aus ihrem Alltag – und sei es nur aus Erzählungen – her kannten und auf ihren Reisen mitnahmen. Der anschließende

¹⁰⁴⁰ Vgl. LESNICZAK, Peter: Alte Landschaftsküchen im Sog der Modernisierung. Studien zu einer Ernährungsgeographie Deutschlands zwischen 1860 und 1930 (=Studien zur Geschichte des Alltags, Bd. 21). Stuttgart 2003 (zugl. Diss. Universität Münster 2001/2002), S. 211.

¹⁰⁴¹ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁰⁴² Die Beliebtheit der „Balkan-Grills“ blieb bis in die 1980er-Jahre hinein bestehen. Ab diesem Zeitraum verlor dieser Restaurant-Typ allerdings zunehmend an Attraktivität, weil sich seine Speisen immer stärker einer als „gutbürgerlich“ verstandenen deutschen Küche annäherten und damit ihren als „exotisch“ empfundenen Charakter zusehends verloren. Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 351ff.

Verweis auf die dalmatinische Küche, wo „natürlich der Fisch obenan“¹⁰⁴³ stehe und dessen Zubereitungsart „oft italienischen Einfluss“¹⁰⁴⁴ zeige, bildet – verstanden als Symbol des Leichten und Feinen – dazu gewissermaßen einen kulinarischen Kontrast. Da dazu allerdings keine weiteren Angaben gemacht werden (etwa welcher Fisch „obenan“ steht), ist davon auszugehen, dass der hier kurz aufblitzende Moment des Mediterran-Feinen wohl nicht im Vordergrund stand. Angesichts seiner Einbettung zwischen „Völkerkochtopf“ und „üppigen“ Fleisch- und Mehlspeisen lässt sich schließen, dass es Polyglott hier eher um die Festigung des Bildes von der jugoslawischen Küche als das eines vielfältigen „Völkerkochtopfs“ ging. Hierfür würden auch die nachfolgenden Abhandlungen sprechen. Denn Polyglott verweist etwa nicht nur darauf, dass die Küche von Bosnien-Herzegowina, Makedonien und Serbien „schon exotischer“¹⁰⁴⁵ sei, sondern dort auch „viel Hammelfleisch, südliche Gemüse und Süßigkeiten orientalischer Herkunft“¹⁰⁴⁶ gegessen würde. Damit wird sie von Polyglott wieder eindeutiger mit dem Label des „Fremden“ ausgestattet bzw. als eine vom gewohnten Geschmack abständige Küche bewertet. Und das nicht nur durch die explizite Erwähnung des Hammelfleischs, dem zur damaligen Zeit nach wie vor das Etikett des Orientalischen anhaftete, sondern auch durch die Nennung von Gemüse und Süßigkeiten „orientalischer Herkunft“¹⁰⁴⁷. Trotz ihrer Unbestimmtheit lässt sich auch durch sie in Summe das Bild von einem Raum formen, dessen Küche ein vielfältiges Anderes repräsentiere, das auch als „exotisch“ bzw. „orientalisch“ wahrgenommen werden könne. Dies zeigt sich auch in der anschließenden Auflistung ausgewählter Gerichte, die nicht nur mittels ihrer serbo-kroatischen Speisenbezeichnung für den Hauch des Fremden sorgen, sondern ebenso in ihren Kurzbeschreibungen mit Formulierungen arbeiten, die den „fremd-orientalischen“ Charakter nochmals extra abrufen lassen können. So heißt es etwa zu den Ćevapčići, dass es sich um „auf dem Rost gebratene Röllchen aus gehacktem und stark gewürztem Fleisch verschiedener Sorten“¹⁰⁴⁸ handeln würde. Und die Fremdartigkeit der Ražnjići wird dadurch herausgestellt, indem sie als „an Spießchen auf dem Rost gebratene kleine Schweinefleischstücke“¹⁰⁴⁹ bezeichnet

¹⁰⁴³ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁰⁴⁴ Ebd., S. 11.

¹⁰⁴⁵ Ebd., S. 11.

¹⁰⁴⁶ Ebd., S. 11.

¹⁰⁴⁷ Ebd., S. 11.

¹⁰⁴⁸ Ebd., S. 11.

¹⁰⁴⁹ Ebd., S. 11.

werden, zu denen gehackte Zwiebeln gehören würden. Und auch beim Djuveč ergibt sich der „exotische“ Charakter durch den Hinweis auf die Zutaten, zu denen etwa „Reis, Paprika, Tomaten und (...) Schweine- oder Lammfleisch gehörten.“¹⁰⁵⁰

Anders die Bewertung der Speisen in der „Kroatien“-Ausgabe von 2015: Hier schwankt die Darstellung von Beginn an immer wieder zwischen den kulinarischen Polen des „Kunstvoll-Feinen“ und des „Bodenständig-Deftigen“. Dies lässt sich bereits in den einleitenden Betrachtungen erkennen, wo der Reisebuch-Autor gleich am Anfang konstatiert, dass Kroatien das ideale Reiseziel für „Liebhaber von Kunst, Kultur und Mittelmeerküche“ sei. Damit wird in Ansätzen bereits hier das Bild einer als fein geltenden mediterranen Kulinarik auf die kroatische Urlaubsküche übertragen und zusätzlich mit Hilfe der vorangestellten Verweise auf Kunst und Kultur zu einer hochkulturellen Besonderheit stilisiert. Demgegenüber steht die Sichtweise von der kroatischen Küche als eine Küche, die sich zwar Italien zum Vorbild nimmt, „allerdings mit kroatischen Temperament [würzt].“¹⁰⁵¹ Die in dieser Narration steckende körperliche Dimension kann als klassische Vorstellung von der Balkanküche als eine mit viel Schärfe und Würze versehene bodenständige Küche interpretiert werden, die in einem wechselseitigen Verhältnis mit dem oftmals als „feurig“ verstandenen Temperament der dort lebenden Menschen stünde.¹⁰⁵²

Eine ähnliche Dialektik zeigt sich auch bei den nachfolgenden, im vorigen Kapitel bereits näher ausgeführten Erzählungen. Dabei stellt Polyglott dem „im eigenen Garten angebautem Salat und Gemüse“, den „glücklichen Tieren“ und der „einfachen“ fritaja die Kreativität der kroatischen Gourmet-Küche gegenüber, die sich hier etwa in den „Scampi aus dem Kvarner Golf“ äußert. Denn diese würden sich „unter den geschickten Händen von Danijel Dekić im Rovinjer Restaurant Monte in eine Semicrudo mit einer Emulsion von Seeigel, grünem Apfel und Bauchspeck verwandeln (...)“.¹⁰⁵³ Sowohl der Hinweis auf Danijel Dekić und dessen „geschickte Hände“ als auch die beispielhafte Nennung der Scampi und ihrer Zubereitungsart lassen sich als Ausdruck einer künstlerisch angehauchten Haute Cuisine deuten.

¹⁰⁵⁰ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁰⁵¹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 9.

¹⁰⁵² Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 334f.

¹⁰⁵³ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

Verstärkt wird diese Interpretation durch den zusätzlichen Hinweis auf die Beigabe „einer Emulsion“¹⁰⁵⁴ – dem leichten Gegenstück zur schweren Soße – „von Seeigel, grünem Apfel und Bauchspeck“¹⁰⁵⁵. Damit verweist Polyglott auf das in der heutigen Haute Cuisine als besonders wichtig erachtete Bestreben, „die Natur (...) perfekt auf die Teller zu bringen“¹⁰⁵⁶ und lässt damit die Vorstellung vom kulinarischen Genuss auf höchstem Niveau so erst richtig vollenden. Seine Abrundung erfährt das Wechselspiel zwischen dem sogenannten „Feinen“ und „Bodenständigen“ in diesem Absatz durch die anschließende Bemerkung, dass es im Gegensatz dazu im Inland – wo etwa „Puter“ und „hausgemachte Teigwaren“ auf den Tisch kämen – „bäuerlicher“ zuginge, aber auch den dortigen Speisen „wohl niemand widerstehen“¹⁰⁵⁷ könne.

In diesem Spannungsverhältnis des Einfachen und Verfeinerten werden die kulinarischen Besonderheiten auch in den weiteren Kapiteln erzählt. So fährt Polyglott mit der Beschreibung der „Aromen von Pag“ fort, wo sich „einfache Gerichte in kulinarische Sensationen verwandeln: z.B. der Wolfsbarsch im Bistro na Tale (...).“¹⁰⁵⁸ Im Absatz „Köstliches unter der Glocke“ wird der Leser dann darüber informiert, dass meist in einer „schweren Eisenpfanne [der „Peka“, Anm.] unter einer gusseisernen Glocke auf der Glut zartes Lamm zubereitet“¹⁰⁵⁹ würde und bei „Küchenchef Jakov“¹⁰⁶⁰ auf der Insel Brač zusätzlich noch Tintenfisch dazukäme, welcher „mit Inselaromen veredelt“¹⁰⁶¹ sei. Selbstredend, dass bei all den hier als „typisch“ präsentierten Gerichten auch die bereits erwähnten „štrukli“ nicht fehlen dürfen, die in diesem Kapitel unter dem Titel „Bauernschmaus“¹⁰⁶² firmieren und damit schon in der Überschrift einmal mehr als bodenständige Kost charakterisiert sind, die „aus der ländlichen Küche des Zagorje (...) nicht wegzudenken“¹⁰⁶³ seien. Und auch hier weiß Polyglott von der „richtigen“, weil „einfach grandiosen“ Verzehrweise zu berichten: „Ungesüßt als Einlage in Suppen oder Beilage zu

¹⁰⁵⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

¹⁰⁵⁵ Ebd., S. 10.

¹⁰⁵⁶ URL: <http://www.hangar-7.com/de/ikarus/zu-gast-im-ikarus/2015/esben-holmboe-bang/>; (9. April 2017).

¹⁰⁵⁷ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

¹⁰⁵⁸ Ebd., S. 14.

¹⁰⁵⁹ Ebd., S. 14.

¹⁰⁶⁰ Ebd., S. 14.

¹⁰⁶¹ Ebd., S. 14.

¹⁰⁶² Ebd., S. 14.

¹⁰⁶³ Ebd., S. 14.

Pilzgerichten einfach grandios! Unübertroffen sind sie im Lanterna na Dolcu in Zagreb (...).“¹⁰⁶⁴

Ähnlich wechselvoll lesen sich auch die Darstellungen im kulinarischen Hauptkapitel „Essen & Trinken“, wo schon zu Beginn darauf hingewiesen wird, dass die kroatische Küche „weitaus Delikateres als Hackfleischröllchen und Fleischspieße“¹⁰⁶⁵ zu bieten hätte – es also darüber hinaus auch noch etwas Feineres geben müsse. Als Untermauerung dieser Sichtweise lässt sich der daran anschließende Hinweis lesen, der auf zwei verschiedene Einflussrichtungen verweist: „Die Küche Istriens und Dalmatiens ist mehr von Italien beeinflusst, die Küche Mittelkroatiens hingegen mehr von Österreich und Ungarn.“¹⁰⁶⁶ Der Länderverweis bedient sich dabei bestimmten Zeichen des Geschmacks. Denn während die Erwähnung des italienischen Einflusses als Anspielung auf das kulinarisch Feine interpretiert werden kann, lässt sich der Verweis auf Österreich und Ungarn eher als Ausdruck auf das Bodenständig-Deftige auffassen. In der folgenden Beschreibung verschiedener Restaurantgattungen – „Vom Restoran zur Konoba“¹⁰⁶⁷ – drückt sich diese Zweiteilung dahingehend aus, dass Polyglott das „Restoran bzw. Restauracija“ als „Speiselokale der gehobenen Kategorie“¹⁰⁶⁸ bezeichnet, während „Konoba“ ein „Gartenlokal oder ein Weinkeller“ sei, „wo meist deftige Küche, aber auch Fisch vom Holzgrill aufgetischt wird.“¹⁰⁶⁹ Bei dem dabei mitschwingenden Bild einer variantenreichen Küche darf freilich auch nicht der Verweis auf einen weiteren Gaststättentyp fehlen – jenen, der nach Polyglott besonders für das Kochen von lokalen Spezialitäten bekannt sei: „Weitverbreitet ist die Gostiona bzw. Gostionica, ein kleineres familiäres Gasthaus, in dem man landestypisch essen und trinken kann.“¹⁰⁷⁰ In selbiger Tonart geht es dann bei der Vorstellung der „Jelovnik“, der Speisekarte weiter. Auch hier wechseln sich Darstellungen des Delikatens mit Verweisen auf den deftig-bodenständigen Charakter der kroatischen Küche ab: „Feiner, luftgetrockneter Schinken (pršut) und kräftiger Käse aus Schafsmilch von

¹⁰⁶⁴ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 14.

¹⁰⁶⁵ Ebd., S. 48.

¹⁰⁶⁶ Ebd., S. 48.

¹⁰⁶⁷ Ebd., S. 48.

¹⁰⁶⁸ Ebd., S. 48.

¹⁰⁶⁹ Ebd., S. 48.

¹⁰⁷⁰ Ebd., S. 48.

der Insel Pag (pašji sir)¹⁰⁷¹ sowie die als beliebt bezeichnete „Gemüsesuppe maneštra“¹⁰⁷² und der „aus Italien stammende Risotto – mit grünem Spargel, Trüffeln, Pilzen oder Meeresfrüchten“¹⁰⁷³ – vereinen sich bereits im Vorspeisenbereich zum Bild eines besonders hochwertigen Genusses. Ermöglicht wird diese Ausformung durch bestimmte diese Produkte und ihre Zutaten umgebenden Zuschreibungen, die in die Aufzählungen ebenso miteinfließen. Auch bei den Hauptspeisen wird zunächst dieser feine Genuss herausgestrichen, indem Polyglott eine Auflistung bestimmter Fische folgen lässt. Dabei handelt es sich größtenteils um solche Arten, die trotz ihres zum Teil nicht mehr bedenkenlos geltenden Verzehrs bei so manchem Gourmet nach wie vor den Status als Delikatesse einnehmen können. Dementsprechend wird diese Aufzählung mit dem Hinweis eingeleitet, dass es sich dabei um „Gaumenfreuden“ handle: „Zu diesen Gaumenfreuden aus dem Meer zählen Hummer (jastog), Garnele (račići), Zahnbrasse (zubatac), Drachenkopf (skarpin), Thunfisch (tuna), (...)“¹⁰⁷⁴ Verstärkung erfährt dieses Bild von der feinen istrischen Fischküche durch eine am linken Bildrand als „!Erstklassig“ markierten Box, die auf die „besten Restaurants“ Kroatiens verweist.¹⁰⁷⁵ Dabei überwiegen Hinweise auf jene Restaurants, die „beste Fischküche mit innovativen Touch“¹⁰⁷⁶ anbieten, für „hervorragende frische Fisch- und Meeresfrüchte-Gerichte“¹⁰⁷⁷ bekannt sind oder bei denen „frischer Fisch“¹⁰⁷⁸ in einem „mediterranen“ oder „romantischen“¹⁰⁷⁹ Ambiente auf den Tisch kommen.

Demgegenüber nehmen die in diesem Kapitel dargestellten Fleischspeisen die Stellung einer bäuerlich-deftigen Hausmannskost ein, die höchstens erst durch die Beigabe bestimmter Zutaten den Touch des Feinen erhält. So erfährt der Leser, dass etwa die „in den istrischen Bergstädtchen“ im Herbst gereichten Wildgerichte gerne mit Pfifferlingen, Steinpilzen oder Trüffeln veredelt werden, während „zu Fisch und

¹⁰⁷¹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48 [Hervorhebung im Original].

¹⁰⁷² Ebd., S. 48 [Hervorhebung im Original].

¹⁰⁷³ Ebd., S. 48.

¹⁰⁷⁴ Ebd., S. 48 [Hervorhebung im Original]. Bemerkenswert an dieser Auflistung ist, dass sich darunter mit dem Thunfisch eine Fischart befindet, deren Fang die EU im Mittelmeer bereits 2010 (!) gesetzlich untersagt hat. Vgl. URL: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/thunfische-im-mittelmeer-gejagt-bis-zur-totalen-erschöpfung-1.198530-3>; (12. März 2017).

¹⁰⁷⁵ Vgl. Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48.

¹⁰⁷⁶ Ebd., S. 48.

¹⁰⁷⁷ Ebd., S. 48.

¹⁰⁷⁸ Ebd., S. 48.

¹⁰⁷⁹ Ebd., S. 48.

Fleisch (...) häufig Mangold mit Knoblauch“ serviert wird.¹⁰⁸⁰ Und in Mittelkroatien kämen „Geflügelbraten mit „mlinzi, einer Beilage aus gebackenem Nudelteig, auf den Festtagstisch.“¹⁰⁸¹

Dieses Spannungsverhältnis in der Darstellung der kroatischen Küche durchzieht schließlich auch die Tourenbeschreibungen im zweiten Teil des Reiseführers. So lässt sich bei den dort angeführten Restaurant- und Speisetipps ebenso erkennen, dass die darin genannten Lokale einerseits immer wieder den Status als „Gourmet-Adresse“¹⁰⁸² oder „bestes Restaurant“¹⁰⁸³ zugeschrieben bekommen und etwa „mit delikater Fischküche nach traditionellen Rezepten“ aufwarten würden oder zumindest „mediterran-französisch beeinflusst“¹⁰⁸⁴ seien. Und sie andererseits als „urig eingerichtete Kneipe“¹⁰⁸⁵, „gemütliche Konoba“¹⁰⁸⁶ oder „wunderbare kleine Konoba“¹⁰⁸⁷ dargestellt werden, wo noch „nach alten Traditionsrezepten“¹⁰⁸⁸ gekocht oder „gute slawonische Hausmannskost“¹⁰⁸⁹ im Vordergrund stehen würde.

6.2.4 Essensdarstellung im sozio-historischen Kontext

Betrachtet man zunächst die Essensdarstellungen in der „Jugoslawien“-Ausgabe von 1981/82 so lässt sich bereits aus dem ersten Satz – dass die jugoslawische Küche in Mitteleuropa nicht ohne Grund so verbreitet und beliebt sei – herauslesen, dass sie schon damals nicht mehr etwas gänzlich Fremdes darstellte. Allerdings begründet Polyglott diesen Zuspruch lediglich aus einer geschmacklichen Perspektive, indem er hier auf die „Mischung“ unterschiedlicher Küchen verweist, die „auf den Gaumen eine Faszination“ ausüben würde.¹⁰⁹⁰ Unerwähnt bleibt jedoch die sozio-historische Sichtweise, deren Stellenwert in diesem Kontext ebenso nicht unterschätzt werden darf. So ist das Bild von der Besonderheit der jugoslawischen Küche nach Möhring hauptsächlich ein deutschsprachiges Betrachtungsphänomen, das aus dem

¹⁰⁸⁰ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 48f.

¹⁰⁸¹ Ebd., S. 49.

¹⁰⁸² Ebd., S. 63, 65, 127.

¹⁰⁸³ Ebd., S. 100.

¹⁰⁸⁴ Ebd., S. 65.

¹⁰⁸⁵ Ebd., S. 68.

¹⁰⁸⁶ Ebd., S. 69, 71.

¹⁰⁸⁷ Ebd., S. 211.

¹⁰⁸⁸ Ebd., S. 68.

¹⁰⁸⁹ Ebd., S. 141.

¹⁰⁹⁰ Vgl. Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

wechselvollen Verhältnis zu Deutschland und insbesondere zu Österreich resultiere. Demnach hätte sich die „Balkan- und die mit ihr eng verknüpfte ‚Zigeunerromantik‘“¹⁰⁹¹ als spezifische Vorstellungswelt mit folkloristischen Zügen bereits in der Oper und Operette des späten 19. Jahrhunderts etabliert und auf diese Weise lange vor den ersten „Balkan“-Grills den Sprung zu einem festen Bestandteil der „Massenkultur“ geschafft. Nach dem Zusammenbruch der Habsburgermonarchie hätte diese Region zusätzlich als Projektionsfläche für nostalgische Erinnerungen an die „gute, alte Zeit“ gedient. Die Konturierung dieses Bildes sei dann auch durch zahlreiche Revue- und Schlagerfilme aus den 1930er- bis 1950er-Jahren, etwa durch „Die Csárdásfürstin“ mit Marika Rökk oder die „Sissy“-Trilogie, verstärkt worden, die ebenso immer wieder mit Elementen klischeebehafteter Imaginationen vom Balkan spielten.¹⁰⁹² Für einen weiteren Romantisierungsschub hätte schließlich ebenso die ab den 1960er-Jahren massiv einsetzende Arbeitsmigration nach Deutschland und Österreich gesorgt, in deren Zuge zahlreiche „Balkan-Grills“ in Mitteleuropa entstanden seien, die das Bild vom Balkan auch über dessen Küche zu popularisieren begannen.¹⁰⁹³

Der im zweiten Absatz zu Beginn gemachte Verweis auf die „internationale Küche“, die man in den Restaurants der Hotels und „Fremdenverkehrsorte“ „natürlich“ und „in erster Linie“ bekäme, lässt nicht nur eine außenkulturelle Sichtweise, sondern ebenso eine Beschreibung nach dem bereits schon genannten „selektiven Schutzprinzip“¹⁰⁹⁴ erkennen. Weiters ist interessant, dass der Hinweis auf die „internationale Küche“ nicht für sich allein stehenbleibt, sondern mit Beispielen des Wiener Schnitzels und der Pommes frites versehen wird. Damit bekommt die internationale Küche ein konkretes Gesicht und wird – ähnlich wie dies Köstlin für die Wiener Küche aufgezeigt hat¹⁰⁹⁵ – so erst erzählbar gemacht. Dass Polyglott dabei ausgerechnet auch auf das Wiener Schnitzel zurückgreift, kann als Indiz dafür

¹⁰⁹¹ MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 316.

¹⁰⁹² Vgl. ebd., S. 316.

¹⁰⁹³ Vgl. ebd., S. 314.

¹⁰⁹⁴ WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 503.

¹⁰⁹⁵ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Die Wiener Küche. Ein Alleinstellungsmerkmal avant la lettre. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 128.

gewertet werden, dass dieses kulinarische Symbol für die Wiener Küche schon damals nicht mehr bloß als ein mit verschiedenen Geschichten versehenes Abbild (alt-)österreichischer Küchentradition galt, sondern aufgrund der daraus entstandenen Zeichenhaftigkeit bereits zu einem in aller Welt erkennbaren Gericht – zu einem „Allerweltsgericht“¹⁰⁹⁶ – aufstieg. Die Nennung des Schnitzels bzw. der „internationalen Küche“ kann auch dahingehend interpretiert werden, dass so die Sichtbarkeit vom Balkan als eine nicht völlig außerhalb der eigenen kulturellen Vorstellungen stehende Region verstärkt werden sollte. Dies hätte auch dem damaligen (west-)europäischen Diskurs entsprochen, der gemäß Möhring den Balkan „nicht als das unvollkommene Andere, sondern als das unvollkommene Eigene konstruiert[e]“.¹⁰⁹⁷ Damit wurde diese Region zwar dem europäischen Kulturraum zugeschlagen, nahm dort aber nicht zuletzt aufgrund ihrer zwischen „vertraut“ und „orientalisch“ wahrgenommenen Küche eine Zwischenstellung ein, die einer Brückenfunktion zwischen Zentral- und Südosteuropa wohl am nächsten kam.¹⁰⁹⁸ Dieses zwischen dem Eigenen und Fremden schwankende Bild mag auch damit zusammenhängen, dass große Teile dieser Region – wie schon erwähnt – lange Zeit Teil der Habsburgermonarchie waren und bei den Narrationen über diesen Kulturraum daher von Beginn an auch immer wieder Vorstellungen einer „vertrauten Exotik“ mit hineinspielen. Diese Form der Exotisierung findet auch im „Jugoslawien“-Reiseführer statt, wo dies vor allem über Beispiele von üppig anmutenden Fleischspeisen, die über „Holzkohlenfeuer“ oder „auf dem Rost“¹⁰⁹⁹ gebraten werden, geschieht. Denn das solcherart geformte Bild vermittelt auf diese Weise einerseits Ähnlichkeiten zur eigenen, von Fleisch ebenso dominierten Küche. Andererseits kann es durch den Hinweis auf das „Braten“ etwa über „Holzkohlenfeuer“ oder „auf dem Rost“ auch als Abbild eines zur eigenen Küche abständigen kulinarischen System gelesen werden.¹¹⁰⁰ Damit lässt sich diese Darstellung auch als Ausdruck

¹⁰⁹⁶ KÖSTLIN, Konrad: Die Wiener Küche. Ein Alleinstellungsmerkmal avant la lettre. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 128.

¹⁰⁹⁷ MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 328.

¹⁰⁹⁸ Vgl. ebd., S. 323 & 328.

¹⁰⁹⁹ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹¹⁰⁰ Möhring betont zwar, dass das Grillen über zwei unterschiedliche Diffusionsprozesse – einerseits über die aus den USA stammende Barbecue-Mode, andererseits über den „Balkan-Grill“ – spätestens Ende der 1960er-Jahre in Mitteleuropa Fuß fasste. Dennoch ist davon auszugehen, dass das „würzige Braten“, so wie im „Jugoslawien“-Führer von 1981/82 dargestellt, im öffentlichen Diskurs vor allem als präferierte Zubereitungsweise der südosteuropäischen Küche wahrgenommen wurde. Vgl.

eines dahinter stehenden Diskurses deuten, der neben dem Bild des Balkans als kulturelle Brücke auch eines von dessen Küche mit seiner großen Menge an gegrilltem Fleisch als typisches Merkmal dieser Region zeichnete.¹¹⁰¹

Und schließlich bieten Verknüpfungen, wie etwa jene, dass die Küche von Makedoniens und Serbiens deswegen „exotischer“ sei, weil man dort „viel Hammelfleisch, südliche[s] Gemüse und Süßigkeiten orientalischer Herkunft“¹¹⁰² esse, auch noch eine weitere sozio-historisch gefärbte Interpretationsmöglichkeit: Dass nämlich damalige aus dem Süden bzw. Südosten stammende Produkte und Speisen, die heute längst zum Alltagsrepertoire gehören und daher zumindest aus der Sicht ihrer Verfügbarkeit kaum mehr als „exotisch“ eingestuft werden können, zu jener Zeit sehr wohl noch als geeignet erschienen um mit dem Etikett des „Orientalischen“ zu spielen. Als hierfür mitverantwortlich lassen sich auch die in Mitteleuropa damals so beliebten „Balkan“-Grills sehen, die die Aura des Exotischen entweder allein schon über den Namen ihres Lokals (neben „Balkan-Grill“ etwa auch „Adria-Grillstube“ oder „YU-Grill“¹¹⁰³) über die Bezeichnung ihrer angebotenen Speisen (etwa „Balkan“- oder „Orientplatte“¹¹⁰⁴), ihre rustikale Einrichtung samt Grillapparat als Mittelpunkt der Aufmerksamkeit oder durch die Beigabe von oftmals als „scharf“ oder „würzig“ empfundene Zutaten wie Paprika, Zwiebeln und Knoblauch transportierten.¹¹⁰⁵ Zusätzlich mögen in diese Vorstellung auch noch die damals ebenso populären „Balkan“-Kochbücher hineingespielt haben, in denen oftmals verschiedene „exotisch“ angehauchte Speisen wie bulgarische Käsefladen, serbischer Kaviar, ungarische Kümmelsuppe oder türkische Lammpfanne zusammengewürfelt waren.¹¹⁰⁶ Auch sie trugen dazu bei, den Balkan als mythisches Gebiet zu formen, „über das sich nur eines mit Sicherheit sagen ließ: dass es an der östlichen Peripherie Europas lag und sich damit zur Orientalisierung und Exotisierung anbot.“¹¹⁰⁷

MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 329.

¹¹⁰¹ Vgl. ebd., S. 328.

¹¹⁰² Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹¹⁰³ Vgl. MÖHRING, Maren: *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München 2012, S. 329.

¹¹⁰⁴ Vgl. ebd., S. 327.

¹¹⁰⁵ Vgl. ebd., S. 329ff.

¹¹⁰⁶ Vgl. ebd., S. 327.

¹¹⁰⁷ Ebd., S. 327.

Im „Kroatien“-Guide von 2015 ist dieses zwischen dem vertrauten Eigenen und dem orientalisch angehauchten Fremden schwankende Bild freilich längst einer neuen Sichtweise gewichen. Angesichts der zu Beginn dieser Arbeit dargestellten gesellschaftlichen Veränderungsprozesse, die sich etwa in einem zunehmenden Gesundheitsbewusstsein, einem kritischeren Umgang mit undurchschaubaren Marktstrukturen, einer verstärkten Beschäftigung mit Regionalem sowie einer größeren Hinwendung zu Bio-Produkten ausdrücken können, steht auch in diesem Reiseführer vor allem die Verwirklichung des Selbst nach individuellen Lifestyle-Vorlieben im Vordergrund. Dies lässt sich nicht nur bereits bei den im Vorwort verwendeten allgemein-touristischen Floskeln erkennen, nach denen diese Region etwa „eine Reise wert“ bzw. das „ideale Reiseziel für Aktivurlauber (...) sowie für Liebhaber von Kunst, Kultur und Mittelmeerküche“¹¹⁰⁸ sei. Die Darstellung von Kroatien als vielfältiger Erlebnisraum, der Abenteuer für jeden Geschmack anböte, durchzieht sämtliche Kapitel – egal, ob dies etwa das Kapitel „50 Dinge, die Sie...“ betrifft, wo „entdeckt, probiert, gestaunt“ und die „ganz typischen Seiten“¹¹⁰⁹ erlebt werden können, im Kapitel „Was steckt dahinter?“ die „Geschichten hinter den Kulissen“¹¹¹⁰ erzählt oder im Tourenkapitel „neue Entdeckungen“¹¹¹¹ versprochen werden. Sie alle zeigen an, dass es beim Reisen schon längst nicht mehr um eine Flucht im Enzenberger’schen Sinne geht¹¹¹², sondern der Urlaub als das letzte verbliebene Reservat von als „authentisch“ angesehenen Dingen bzw. Momenten dargestellt wird, die es so im Alltag nicht mehr zu erleben gäbe. Diese Vermittlung kann – wie erwähnt – als Folge neuer gesellschaftlicher Diskurse gewertet werden, die aufgrund schwindender Autorität von höheren Instanzen (etwa der Kirche) zunehmend das Individuum in den Mittelpunkt von Identitätsarbeit stellen. Das heißt, dass Stil heute nicht mehr einfach von außen geliefert wird, sondern selbst erbracht werden muss.¹¹¹³ Dies führt zu einer neuen ausdrücklichen Bedeutung der Sachen, die im „Kroatien“-Guide von 2015 auch das Essen miteinbezieht. Allerdings

¹¹⁰⁸ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 8.

¹¹⁰⁹ Ebd., S. 12.

¹¹¹⁰ Ebd., S. 19.

¹¹¹¹ Ebd., S. 132.

¹¹¹² Dies hat auch Günther mittels einer Teilanalyse von zwei qualitativen Interviews zum touristischen Erleben beispielhaft widerlegt. Vgl. GÜNTHER, Armin: Reisen als ästhetisches Projekt. Über den Formenwandel touristischen Erlebens. In: HARTMANN, Hans A. / HAUBL, Rolf (Hg). Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. Opladen 1996, S. 95-124.

¹¹¹³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 16f.

geschieht das in dieser Ausgabe nicht mehr nach dem Muster einer im Spannungsverhältnis zwischen dem Eigenen und Exotisch-Fremden stehenden Darstellung. Dieses Bild ist nun einer Charakterisierung gewichen, die die kroatischen Speisen zwischen einer als bodenständig angesehenen Hausmannskost und einer als „fein“ geltenden Haute Cuisine verortet. Gleichzeitig traten die im „Jugoslawien“-Reiseführer noch als die „wichtigsten Spezialitäten“¹¹¹⁴ gekennzeichneten und als üppig interpretierten Fleischspeisen, zugunsten einer Charakterisierung als regional-bäuerliche Kost zurück. Damit einher ging auch eine weniger starke Betonung ihrer Zubereitung auf dem Grill. Stattdessen wird nun ein um sie herum neu gebildeter Erzählstrang vermittelt, der ihre „Echtheit“ zum Besonderen macht – einerseits durch ihre als einfach und naturnah vermittelten Zutaten („Spargel aus dem Wald“¹¹¹⁵) und andererseits durch das Berufen auf tradierte Zubereitungsweisen („wie sie istrische Hausfrauen servieren“¹¹¹⁶). Die sich darin spiegelnde Sehnsucht nach dem Authentischen kann als Ausdruck jenes Diskurses gelesen werden, der im Bodenständig-Einfachen das „gute“ Gegenstück zu einer oft als „schlecht“ empfundenen globalisierten Beliebigkeit sieht – freilich ohne darauf hinzuweisen, dass sich beides gegenseitig bedingt; dass es etwa – wie es Köstlin formulierte – „das rabiate Festkrallen am Regionalen“ ohne die Globalisierung gar nicht gäbe.¹¹¹⁷ Diese Darstellung lässt sich aber auch als Ausdruck eines neuen Gesundheitsdiskurses deuten, der sich spätestens seit den 1980er-Jahren immer stärker auszuformen begann und eingefahrene Ernährungspraktiken – etwa im Hinblick auf das übermäßige Verzehren von als „schwer“ und „fett“ geltenden Speisen, zu denen auch Speisen des „Balkan-Grills“ hinzugerechnet werden können [Anm. des Autors] – hinterfragte.¹¹¹⁸ Vor diesem Hintergrund lässt sich auch die in der „Kroatien“-Ausgabe erkennbare Hervorhebung der kroatischen Fischküche sehen, die der bäuerlichen Küche im Hinterland geschmacklich um nichts nachstünde. Im Gegenteil: Sie bildet den mit der Kontur des „Hochdelikaten“ ausgestatteten Kontrast, der den Verzehr von allerlei Meeresfrüchten als

¹¹¹⁴ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹¹¹⁵ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 13.

¹¹¹⁶ Ebd., S. 10.

¹¹¹⁷ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 21.

¹¹¹⁸ Vgl. BRUNNER, Karl-Michael: Entbehren, aufholen, bodenständig genießen. Vom Wandel des Essens. In: KÜHSCHLM, Oliver / LANGTHALER, Ernst / EMINGER, Stefan (Hg.): Niederösterreich im 20. Jahrhundert, Band 3: Kultur. Wien, Köln, Weimar 2008, S. 513.

kulinarischen Höhepunkt erscheinen lässt, „dass selbst der Gault Millau staunt.“¹¹¹⁹ Oder anders gesagt: Die stets als (fang)frisch charakterisierte Fischküche repräsentiert die leichte kulinarische Alternative, die sich gewürzt mit den „Aromen von Pag“¹¹²⁰ oder umhüllt von „Tempurateig“¹¹²¹ in „kulinarische Sensationen“¹¹²² verwandelt. All diese Narrationen weisen schließlich auch noch auf einen Diskurs hin, der das vormals unberedete Gewöhnliche zum Besonderen erhebt und zu Elementen eines neuen „Lifestyle-Baukastens“ macht. In diesem neuen deutenden Diskurs spielt besonders auch die Küche eine Rolle, da sie sich aufgrund ihrer Expressivität bestens als sinnbringender Anker für die Gestaltung des eigenen Lebens nach individuellen Vorstellungen eignet. Ob dies ausschließlich ein Phänomen von als „mediterran“ verstandenen Küchen ist oder auch auf den mitteleuropäischen Raum zutrifft, soll die folgende Analyse zeigen.

6.3 Essensdarstellungen am Beispiel der „Franken“-Guides von Baedeker

6.3.1 Selbstbild / Anspruch der Reiseführer

Wie schon im Kapitel über die historische Reiseführer-Entwicklung dargestellt, lässt sich Baedeker als Prototyp des modernen deutschsprachigen Reiseführers deuten. Denn anders als die vor ihnen so populären enzyklopädischen Reisehandbücher, die noch in der Tradition der Apodemiken standen und das Reisen mit seiner moralischen und wissenschaftlichen Nützlichkeit legitimierten, verzichteten die Reiseführer aus dem Hause Baedeker auf die Hervorhebung eines Reisenutzens jenseits der Person.¹¹²³ Da sich die frühen Ausgaben explizit an „Reisende von allgemeiner Bildung“¹¹²⁴ wandten, setzten die Baedeker-Bücher die Reisemotive „als

¹¹¹⁹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 141.

¹¹²⁰ Ebd., S. 14.

¹¹²¹ Ebd., S. 13.

¹¹²² Ebd., S. 14.

¹¹²³ Vgl. GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 71ff & 79.

¹¹²⁴ PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 218.

sachliche Grundlage des Leserinteresse voraus.“¹¹²⁵ Statt langatmiger Anekdoten und subjektiver Eindrücke standen bei ihnen von nun an kurzgefasste Ratschläge zur praktischen Reisedurchführung im Vordergrund.¹¹²⁶ Damit einher gingen auch sachlichere Textbeschreibungen zu den vorgestellten Sehenswürdigkeiten sowie ihre Kenntlichmachung nach einem (an Murrays „Red Books“ angelehnten) Sternchen-System. Dies führte nicht nur dazu, einen bestimmten Kanon an Sehenswürdigkeiten festzuschreiben, sondern die darin präsentierten „Sights“ auch als einzig mögliche oder sinnvolle Auswahl nach (vermeintlich) objektiven Kriterien wahrzunehmen.¹¹²⁷ Diese zunehmende „Nüchternheit“ der Baedeker-Texte betraf aber nicht bloß die Sprache, sondern äußerte sich auch in Form von immer mehr grafischen Mitteln wie Karten, Plänen und Zeichnungen.¹¹²⁸ Die solcherart geformte Neugestaltung ließ den Baedeker zu einem Reiseführer neuen Stils aufsteigen, der Funktionen eines Routenführers und Kulturvermittlers gleichermaßen in sich vereinte.¹¹²⁹ Gorsemann wies jedoch am Beispiel von Baedekers Schweiz-Reiseführer von 1887 nach, dass trotz des Verständnisses als Gebrauchsanweisung dennoch Elemente einer romantisch geprägten Sichtweise erhalten blieben – etwa was die Beschreibung von Naturräumen betrifft, die sich vielfach nach wie vor als ein von romantischen Motiven getragenes „Durchwandern“ der Region lesen lassen.¹¹³⁰ In diese Tradition fügt sich auch das Selbstbild der vierten Ausgabe von Baedekers „Nordbayern/Ostbayern“ aus dem Jahr 1962, das im Vorwort wie folgt zum Ausdruck kommt:

Von Aschaffenburg bis Passau, von Hof bis Ulm gibt es keine Gebirge, kein Flußtal, keine Stadt und keinen Marktflecken, die nicht ihrer Bedeutung entsprechend beschrieben sind. Hierbei wurde – wie immer in einem Baedeker – einer Gliederung in Naturräume mit Verkehrswegen der Vorzug vor einer nur alphabetischen Aufzählung gegeben, damit der Leser die Landschaft wie ein Reisender erfäßt. Der andere bewährte Baedeker-Grundsatz, den beschreibenden Text nach Kräften durch Karten, Pläne und Zeichnungen zu unterstützen, hat bei der Neuauflage dieses Bandes zu

¹¹²⁵ GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 74.

¹¹²⁶ Vgl. ebd., S. 74.

¹¹²⁷ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 218.

¹¹²⁸ Vgl. ebd., S. 217.

¹¹²⁹ Vgl. GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 79.

¹¹³⁰ Vgl. ebd., S. 74f.

einer starken Bereicherung mit Stadtplänen, Sonderplänen und Grundrissen geführt.¹¹³¹

Naturräume, Städte und Verkehrswege – nichts wird anscheinend ausgelassen, um die Region in ihrer Gesamtheit kennenzulernen; „eine Art enzyklopädischer Anspruch scheint vorzuherrschen.“¹¹³² Die Darstellung lässt eine in der Tradition aufklärerischer Topographie stehende Sichtweise erkennen, die umfassend über die Region informieren möchte. Darauf deutet auch der Vermerk auf Seite I, der darauf hinweist, dass die „4. Auflage mit 13 Karten, 31 Stadtplänen, 32 Sonderplänen und Grundrissen“ ausgestattet ist sowie „150 Federzeichnungen“¹¹³³ enthält (siehe Abb. 29).

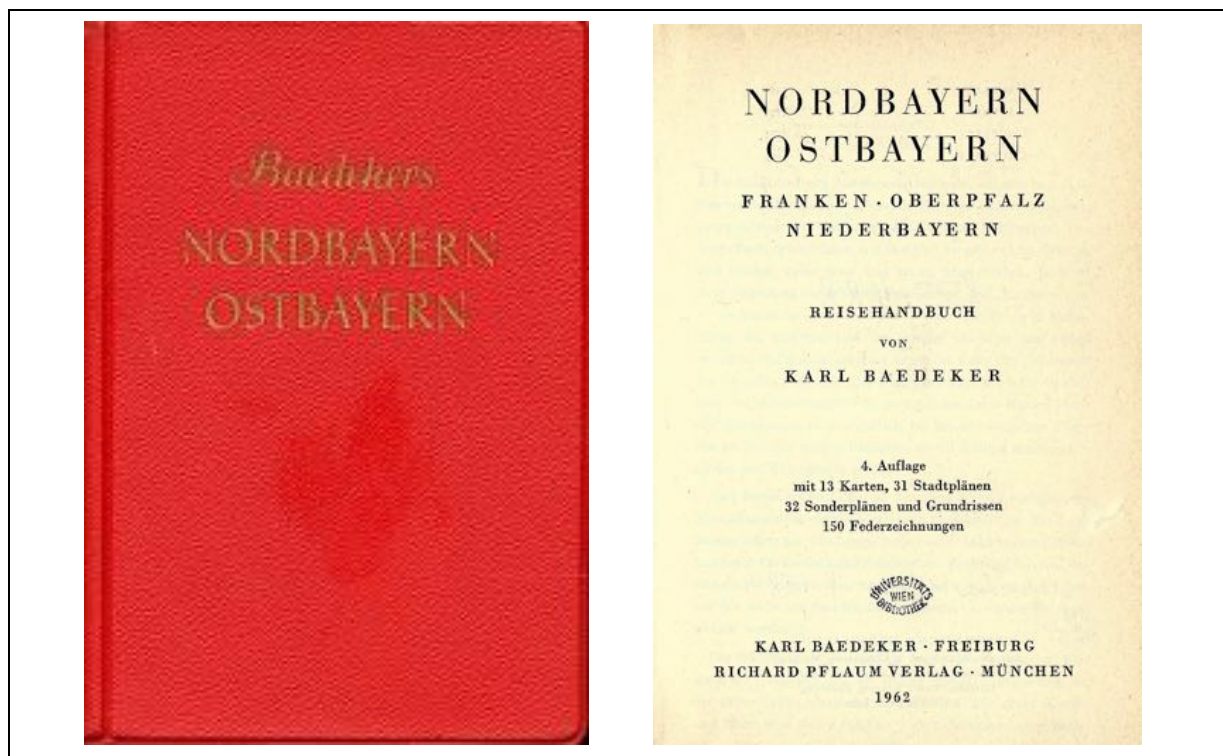


Abb. 29: Cover und Seite 1 von Baedekers Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern von 1962 (© Baedeker. Quelle: Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. I).

Das hieraus sprechende Streben nach einer objektivierten Beschreibung erweist sich allerdings bereits beim Blick auf die Einleitung als Illusion. Denn schon darin zeigt sich, dass ebenso in dieser Baedeker-Ausgabe auf Landschaftskonzepte

¹¹³¹ BAEDEKER, Karl: Vorwort. In: Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. III.

¹¹³² LAUTERBACH, Burkhard: Baedeker und andere Reiseführer. Eine Problemskizze. In: Zeitschrift für Volkskunde 85 (1989), S. 219.

¹¹³³ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. I.

zurückgegriffen wird, die vor allem im 18. und 19. Jahrhunderts en vogue waren und besonders in landschaftlichen Motiven ausgeprägte Reflexionen des Schönen sahen.¹¹³⁴ So heißt es etwa einleitend zur Reisezeit, dass Fahrten durch das Frankenland „fast zu jeder Jahreszeit ihre besonderen Reize“¹¹³⁵ hätten. Dass sich diese Reize vorrangig auf Landschaften beziehen, wird dabei schnell klar. Denn schon im nachfolgenden Satz heißt es: „Im Frühjahr zeigt sich das *Maintal* von seiner schönsten Seite, da dann die Obstblüte den im Sommer heißen Hängen ein prächtiges Gewand verleiht.“¹¹³⁶ Weitere „reizvolle Punkte“ seien „das Weinstädtchen *Klingenberg*, die Wallfahrtsstätte *Engelberg* über Großheubach, der Marktplatz und die idyllische Burgruine von *Miltenberg* und das badische Städtchen *Wertheim*, an der Einmündung der Tauber gelegen und von mächtiger Burgruine überragt.“¹¹³⁷ Hier lassen sich deutliche Parallelen zum bevorzugten Blickwinkel auf Reisen in der Romantik erkennen. Denn so wie damals setzt sich auch hier die Idealvorstellung einer pittoresk anmutenden Ansicht vor allem aus der gemeinsamen Ästhetik von als „reizvoll“ empfundenen Naturlandschaften und geschichtsträchtigen Baudenkmälern wie Burgen und Ruinen zusammen.¹¹³⁸ Zusätzlich lässt der Blick auf die Gliederung der Einleitung erkennen, dass dieser Reiseführer einem eher bildungsbürgerlichen Reiseideal anhängt, wird doch dieser Teil u.a. in „Sommerfrischen und Kurorte“, „Bau und Bild der Landschaft“, „Reiseziele, Sehenswürdigkeiten“, „Geschichtlicher Überblick“ und „Bildende Künstler“ untergliedert.¹¹³⁹

Anders das Selbstbild des Baedeker-Guide „Franken“ von 2014, der in seiner regionalen Eingrenzung durchaus mit dem im Reisebuch „Nordbayern/Ostbayern“ abgesteckten Raum vergleichbar ist. Zwar gibt es in dieser „Franken“-Ausgabe kein eigenes Vorwort, doch lassen sich auf der Verlags-Website etliche Hinweise zu den Gestaltungsprinzipien des „neuen Baedeker“ finden, die durchaus als Selbstbild gelesen werden können und in Ansätzen auch bereits im Einführungskapitel des

¹¹³⁴ Vgl. MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010), S. 78f.

¹¹³⁵ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XI.

¹¹³⁶ Ebd., S. XI [Hervorhebung im Original].

¹¹³⁷ Ebd., S. XII [Hervorhebung im Original].

¹¹³⁸ Vgl. GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 67.

¹¹³⁹ Vgl. Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XI.

„Franken“-Guide aufscheinen. So heißt es etwa auf der Website unter dem Link „Verlag und Redaktion“, dass der seit 2013 existierende „neue“ Baedeker gemäß dem Motto „Wissen öffnet Welten“ ein noch umfangreicheres Reisewissen präsentieren und „als erster Reiseführer überhaupt“ Infografiken eingeführt hätte.¹¹⁴⁰ Was sich wie eine Abkehr von dem seit der Gründung des Verlagshauses hochgehaltenen reduktionistischen Prinzip liest, entpuppt sich allerdings bloß als „neuer Wein in alten Schläuchen“. Denn neben der Straffung und systematischen Gliederung des Inhalts stellte von Anbeginn ebenso die „gefällige optische Aufbereitung“¹¹⁴¹ – vermittelt in Form von detailreichen (Stadt)Plänen, Zeichnungen und Grafiken¹¹⁴² – ein prägendes Stilelement der Baedeker-Ausgaben dar. Da diese Merkmale maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg des Verlags beitrugen, ist anzunehmen, dass sie immer wieder mal den Ausgangspunkt zur Überarbeitung der Baedeker'schen Reiseführer bildeten. Darauf lassen auch die Anmerkungen zur weiteren Verlagsentwicklung schließen, die etwa rund um den 1979 eingeführten „Baedeker Allianz Reiseführer“ darauf verweisen, dass diese Reihe den Erfolg der Anfangsjahrzehnte dank aufwendiger grafischer und inhaltlicher Auffrischung „weit übertroffen“¹¹⁴³ hätte. Abgelöst wurde diese Reihe schließlich dann 2013 durch einen – wie oben bereits erwähnt – „neuen“ Baedeker, der durch ein noch umfangreicheres Reisewissen zu glänzen versuchte und „als erster Reiseführer überhaupt“ Infografiken einführte. An beiden Darstellungen ist interessant, dass sie die jeweilige Neugestaltung mit Hilfe von Formulierungen des Herausragenden – bzw. bei der Darstellung des seit 2013 erscheinenden Baedekers sogar mit einem Superlativ – zu etwas Besonderen stilisieren, obwohl es sich in beiden Fällen um nichts genuin Neues handelt. Daran wird ersichtlich, dass viele Dinge in unserer modernen Gesellschaft bloß neu *erscheinen*, weil sie neu beredet bzw. in ein neues Licht gerückt werden – im Falle des Selbstbilds zum „neuen“ Baedeker passiert dies zusätzlich auch mit der Verknüpfung von Erlebnissen. So heißt es dazu etwa unter dem Link „Der neue Baedeker“ wie folgt:

¹¹⁴⁰ Vgl. URL: <http://www.baedeker.com/verlag-und-redaktion/>; (20. April 2017).

¹¹⁴¹ BAEDEKER, Karl GmbH (Hg.): Baedeker. Ein Name wird zur Weltmarke. Die Geschichte des Verlages. Ostfildern 1998, S. 26.

¹¹⁴² Vgl. BAEDEKER, Karl GmbH (Hg.): Baedeker. Ein Name wird zur Weltmarke. Die Geschichte des Verlages. Ostfildern 1998, S. 28ff.

¹¹⁴³ URL: <http://www.baedeker.com/verlag-und-redaktion/>; (20. April 2017).

Wissen bestimmt unser Leben: Fernsehshows und -magazine auf allen Kanälen und jedes Jahr zahlreiche Neuerscheinungen in den Buchhandlungen zeigen: Wissen liegt im Trend. Das gilt nicht zuletzt für das Reisen, denn wer mehr über sein Reiseziel weiß, erlebt mehr.

Die neue Generation der Baedeker-Reiseführer bietet allen, die erlebnishungrig unterwegs sein wollen, eine fulminante Bandbreite an Wissen von der ersten bis zur letzten Seite. Unter dem Motto „Wissen öffnet Welten“ liefert Baedeker Wissen kompakt: mit 3D-Darstellungen, großen Textspecials und kleinen Textboxen und – erstmals in einem Reiseführer – mit Infografiken.¹¹⁴⁴

Schon diese Einleitung lässt erkennen: Die Vermittlung von bloßem Wissen allein genügt heute nicht mehr. Da es im Zuge der fortschreitenden Modernisierung neben der „Pluralisierung der Lebensstile“¹¹⁴⁵ ebenso zu einer Vermehrung von Entscheidungszwängen kam¹¹⁴⁶, rückte auch hier „die Frage nach der subjektiven Konstruktion eines sinnstiftenden, ganzheitlichen ‚Stils‘ einer Person oder eines Kollektivs in den Vordergrund.“¹¹⁴⁷ Dies blieb nicht ohne Folgen für die Vermittlung von Wissen, da es vor diesem Hintergrund ebenso als individueller Baustein für die Gestaltung des eigenen Lebens verstanden werden wollte. Dergestalt lesen sich auch die weiteren Absätze zum Baedeker’schen Selbstbild, das Wissen ebenso als ganz persönliches Erlebnis auf der individuellen Gefühlsebene interpretiert und so als Ausdruck größtmöglicher Individualität erscheinen lässt:

Wer in das wirkliche Leben am Urlaubsort eintauchen möchte, bekommt Anregungen in der Rubrik „Willkommen im Alltag“; wer sich den Urlaub individuell zusammenstellen will, findet Ideen auf der Seite „Lust auf...“ und wer auch mal lachen möchte, sollte die Kuriositäten am Ende des Buchs nicht verpassen.

Das neue Kapitel „Erleben und Genießen“ wartet mit fundierten Tipps für einen abwechslungsreichen Urlaub auf und sorgt für unbeschwerten Reisespaß. Und Baedeker lässt die Hüllen fallen: Die Reiseführer kommen jetzt ohne Plastikhülle, dafür mit neuem Logo und Flexi-Cover mit abgerundeten Ecken daher – ein echter Handschmeichler.¹¹⁴⁸

¹¹⁴⁴ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

¹¹⁴⁵ KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 6.

¹¹⁴⁶ Vgl. BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf den Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986, S. 190.

¹¹⁴⁷ GEORG, Werner: Lebensstile in der Freizeitforschung – ein theoretischer Bezugsrahmen. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster/New York 1995, S. 19.

¹¹⁴⁸ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

Darin deutet sich letztendlich auch das an, was Günther als Schaffung einer „neue[n] Sinn- und Erlebniswelt“¹¹⁴⁹ nannte, in der es nicht mehr darum ginge, „zum ‚wirklichen Leben‘ vorzustoßen, sondern eher umgekehrt, das ‚wirkliche Leben‘ durch die Inszenierung einer in sich stimmigen, interessanten, originellen und möglichst fesselnden Erlebniswelt zu überhöhen.“¹¹⁵⁰ Das betrifft auch die Anmerkung zur Präsentation der in den „neuen“ Baedeker-Guides angeführten Urlaubsküchen. Dazu stellt der Verlag auf seiner Website unter dem Titel „Erleben und Genießen“ zunächst die rhetorische Frage wo man u.a. „schick oder landestypisch essen“¹¹⁵¹ könne. Um gleich anschließend darauf hinzuweisen, wo man die dazu passenden Antworten erhalten würde:

Das große Kapitel Erleben und Genießen präsentiert die Themen, die eine Reise unvergesslich werden lassen und vergisst dabei die Hintergründe nicht: Es nennt die für jede Destination typischen Gerichte und dazu ausgewählte Adressen zu den Themen Essen & Trinken, Übernachten, Shopping, Aktivurlaub und für Unternehmungen mit Kindern.¹¹⁵²

Dieser Absatz lässt erahnen, dass der heutige Baedeker von seinem ihm über viele Jahrzehnte zugeschriebenen Image eines konservativen, nach bürgerlichen Bildungsidealen gestalteten Reiseführers abzurücken versucht. An ihre Stelle scheint nun auch hier die Vorstellung Platz zu greifen, Wissen in Form von „Lust auf Erfahrungen“¹¹⁵³ vermitteln zu wollen und vor diesem Hintergrund ebenso die Präsentation der Urlaubsküche zu verstehen. Darauf verweist bereits auch der Klappentext des hier zu untersuchenden „Franken“-Führers, der nicht nur einen durch Farbfotos und Grafiken unterfütterten Überblick über die wichtigsten kunsthistorischen Sehenswürdigkeiten vermittelt, sondern hier auch schon auf einen Teil der fränkischen Küche aufmerksam macht. Ihre Darstellungsform lässt sich dabei als eine Art „Wissens-Tour“ begreifen, die „u.a. des Frankens liebstes Essgericht, großartiges UNESCO-Weltkulturerbe, den berühmtesten fränkischen

¹¹⁴⁹ GÜNTHER, Armin: Reisen als ästhetisches Projekt. Über den Formenwandel touristischen Erlebens. In: HARTMANN, Hans A. / HAUBL, Rolf (Hg). Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. Opladen 1996, S. 107.

¹¹⁵⁰ Ebd., S. 107.

¹¹⁵¹ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

¹¹⁵² URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

¹¹⁵³ PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 252.

Maler und Unterfrankens mächtige Adelsdynastie [beschreibt].¹¹⁵⁴ Baedeker selbst nennt diese Infovermittlung „Baedeker Wissen“, das gleich an zweiter Stelle betont, dass es in Franken auch „um die Wurst“ ginge – gemeint ist die Bratwurst, die es „groß, dick, klein, plump oder schlank, gebraten, gegrillt oder roh“¹¹⁵⁵ gäbe und „ein Markenzeichen ganz Frankens“¹¹⁵⁶ sei (siehe Abb. 30).



Abb. 30: Cover und Klappentext von Baedekers „Franken“-Guide von 2014 (© look-foto/Andreas Strauß; huber/Reinhard Schmid & Baedeker. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶).

Das Hervorheben der Bratwurst als ein Symbol dieses Raums lässt vermuten, dass auch der „neue“ Baedeker nach wie vor auf das altbewährte touristische Prinzip der Reduktion auf das Einzigartige und Nichtaustauschbare setzt und ebenso bei der Darstellung des Essens lediglich jene Speisen nennt, die aufgrund ihrer

¹¹⁵⁴ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, Klappentext.

¹¹⁵⁵ Ebd., Klappentext.

¹¹⁵⁶ Ebd., Klappentext.

Zeichenhaftigkeit geeignet erscheinen die Region pauschal zu vertreten.¹¹⁵⁷ Darüber hinaus lässt der hier möglicherweise ebenso entstehende Eindruck, dass es sich bei diesem „Markenzeichen“ wohl um eine Speise handeln müsse, die im fränkischen Raum „schon immer so“ (d.h. gebraten, gegrillt oder roh) gegessen wurde, auch eine Verknüpfung mit der Region als archaisches Rückzugsgebiet zu. Diese Assoziation wird nicht nur durch verbal-textliche Hinweise begünstigt, etwa dass dieser Raum einstmals eine „mächtige Adelsdynastie“¹¹⁵⁸ beherbergte und heute mit einem „großartige[n] UNESCO-Weltkulturerbe“¹¹⁵⁹ aufwarten kann. Der Eindruck von dieser Region als etwas Besonderes, ja fast schon Mystisches spiegelt sich auch bereits im Cover, der die „Altstadt von Würzburg bei Sonnenaufgang“¹¹⁶⁰ zeigt und durch ihre im Morgendunst liegenden Silhouette die genannten Imaginationen ebenso abrufen lässt (siehe Abb. 30).

6.3.2 Textaufteilung und Textgestaltung des kulinarischen Teils

6.3.2.1 Strukturaufbau

Um sich zunächst dem Nordbayern/Ostbayern-Reisebuch von 1962 zuzuwenden: Der Abschnitt über das Essen findet sich hier, ähnlich wie in Polyglotts „Jugoslawien“-Führer, auf den vorderen Seiten. Allerdings werden die darin ausgebreiteten kulinarischen Informationen nicht – wie im genannten Polyglott-Guide – als eigenes Kapitel geführt, sondern bilden einen Teilabschnitt im Kapitel „Unterkunft und Verpflegung“, das seinerseits im übergeordneten Einleitungskapitel „Land und Leute“ integriert ist (siehe Abb. 31 auf der folgenden Seite).

¹¹⁵⁷ Vgl. GYR, Ueli: Währschafte Kost. Zur Kulinarisierung von Schweizer Spezialitäten im Gastrotrend. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 312.

¹¹⁵⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, Klappentext

¹¹⁵⁹ Ebd., Klappentext.

¹¹⁶⁰ Vgl. URL: <http://www.lookphotos.com/de/lizenzpflichtige-bilder/305530.html>; (28. April 2017).

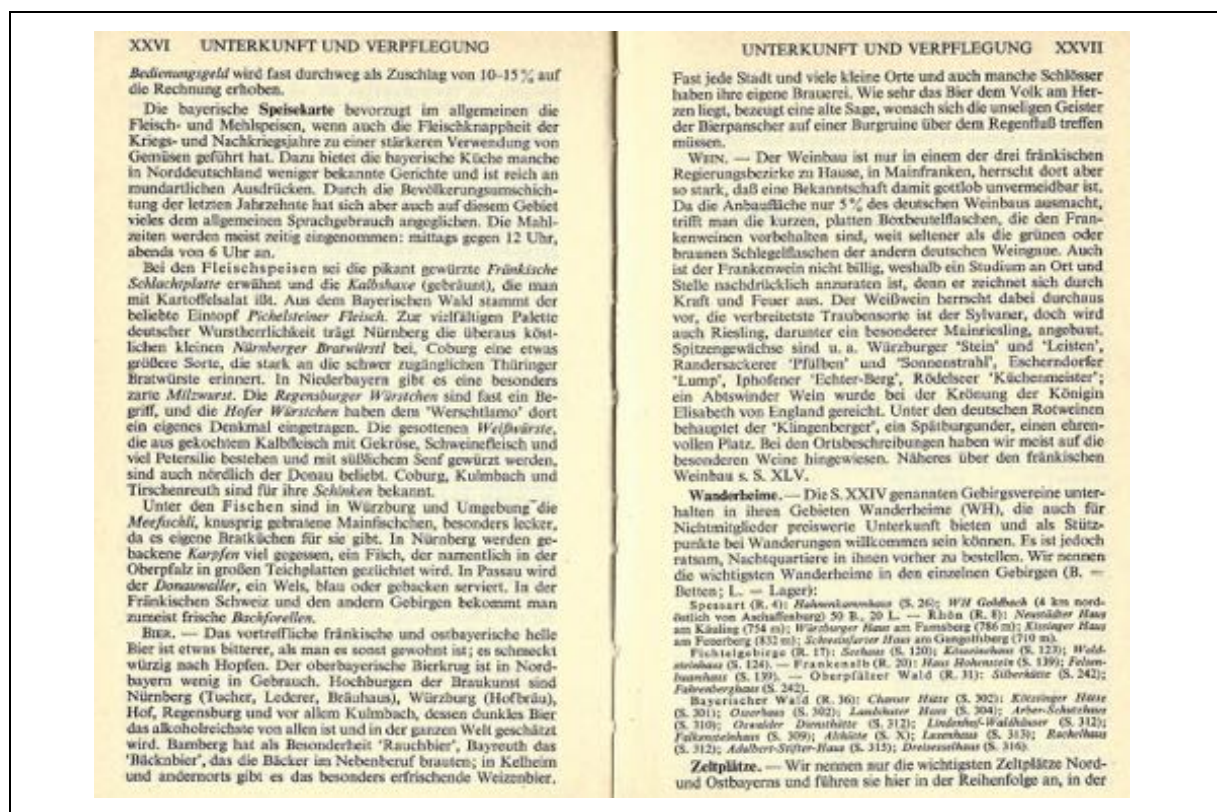


Abb. 31: „Unterkunft und Verpflegung“: Darstellung der „Speisekarte“ Nord- und Ostbayerns in Baedekers Reisehandbuch von 1962 (© Baedeker. Quelle: Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI & XXVII).

Der Einstieg in die kulinarischen Besonderheiten „Nordbayerns/Ostbayerns“ erfolgt zunächst durch den allgemein gehaltenen Hinweis, dass die bayerische Speisekarte Fleisch- und Mehlspeisen bevorzugen würde. Allerdings erfährt der Leser – ähnlich wie schon in Polyglotts „Jugoslawien“-Führer – nichts Näheres wie es zur Ausformung dieser hier als regionalkulturelles Spezifikum dargestellten Bevorzugung kam. Stattdessen wird im Anschluss das Besondere betont, indem u. a. darauf verwiesen wird, dass „die bayerische Küche manche in Norddeutschland weniger bekannte Gerichte“¹¹⁶¹ bieten würde und obendrein „reich an mundartlichen Ausdrücken“¹¹⁶² sei. Ähnlich oberflächlich liest sich auch der nachfolgende Hinweis zur Mahlzeiteneinnahme – dazu erfährt der Leser nämlich nur, dass die Speisen „meist zeitig eingenommen [werden]: mittags gegen 12 Uhr, abends von 6 Uhr an.“¹¹⁶³ In diesem einfach gehaltenen Stil geht es dann auch in den nächsten Absätzen weiter. Hier werden zunächst die als typisch erachteten Fleisch- und Fischspeisen aufgezählt, wobei ihre Herstellung bzw. Zubereitung immer nur kurz

¹¹⁶¹ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹¹⁶² Ebd., S. XXVI.

¹¹⁶³ Ebd., S. XXVI.

angedeutet wird, ehe Baedeker ebenso regionsspezifische Bier- und Weinsorten nennt. Beim Bier stehen u.a. das „vortrefflich fränkische und ostbayerische helle Bier“ sowie das dunkle „Kulmbacher“ und das Bamberger „Rauchbier“, im Vordergrund.¹¹⁶⁴ Die Darstellung des Weines beinhaltet neben der Aufzählung von speziell in Franken angebauten Rebsorten wie „Mainriesling“, Würzburger „Stein“ und Rödelseer „Küchenmeister“ zusätzlich auch noch die Hervorhebung der markanten Boxbeutelflaschen, „die den Frankenweinen vorbehalten“¹¹⁶⁵ seien. In den anschließenden, vor allem die Region und ihre Städte beschreibenden Kapiteln reduziert sich die Speisendarstellung dann zumeist nur mehr auf die bloße Nennung von Restaurants samt ungefährender Preisangabe (zur genaueren textlichen Analyse siehe Abschnitt 6.3.2.2).

Im Vergleich dazu lässt die Strukturgestaltung des „Franken“-Guide von 2014 erkennen, dass Baedeker dem Essen mittlerweile einen anderen, einen promienteren Stellenwert einräumt. Das wird nicht nur bereits an dem schon erwähnten Klappentext, sondern auch beim Blick auf das Inhaltsverzeichnis deutlich. Zwar ist auch hier der Abschnitt über das Essen in ein übergeordnetes Kapitel integriert, allerdings nicht mehr in ein einleitendes Kapitel über „Land und Leute“, sondern in dem seit 2013 in jedem Baedeker fix verankerten Kapitel „Erleben & Genießen“. Dieser Teil versteht sich als Tipp-Geber „für einen abwechslungsreichen Urlaub“¹¹⁶⁶ und „unbeschwerten Reisespaß“¹¹⁶⁷ und will die Themen nennen, „die eine Reise unvergesslich werden lassen (...)“.¹¹⁶⁸ Dazu gehört neben dem Teilkapitel „Essen und Trinken“, das insgesamt 14 (!) Seiten umfasst und hier gleich zuvorderst genannt wird, auch noch die Teilkapitel „Feste - Events“, „Mit Kindern unterwegs“, „Shopping“, „Übernachten“ und „Urlaub aktiv“ (siehe Abb. 32 auf der folgenden Seite).

¹¹⁶⁴ Vgl. Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹¹⁶⁵ Ebd., S. XXVI.

¹¹⁶⁶ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

¹¹⁶⁷ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

¹¹⁶⁸ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

INHALT · Inhaltsverzeichnis		Inhaltsverzeichnis · INHALT	
HINTERGRUND 12 Region voller Reize 14 Fakten 15 Natur und Umwelt 20 Infografik: Franken auf einen Blick 23 Bevölkerung 24 Willkommen ins Alltags! 26 Wirtschaft 28 Special: Die Sportmode-Giganten 32 Geschichte 44 Infografik: Von Rotterdam ins Schwarze Meer 48 Kunst und Kultur 49 Kunstgeschichte 57 Minnesang und Meistersang 58 Brauchtum 60 Berühmte Persönlichkeiten Idyllisches Rothenburg ob der Tauber		ERLEBEN & GENIEßEN 72 Essen und Trinken 73 Bier, Wein, Bratwürste ... 80 Typische Gerichte 82 Special: Es geht um die Wurst 84 Special: Ganz schön scharf 86 Feste · Events 87 Auf Zeitreise in Franken 96 Mit Kindern unterwegs 97 Viel los in Franken! 100 Shopping 101 Für Sportskanonen und Leckermäuler 106 Übernachten 107 Sightseeing in Franken 112 Urlaub aktiv 113 Wasserwandern in Franken	
		TOUREN 124 Touren durch Franken 126 Unterwegs in Franken 127 Tour 1: Spessart und unteres Maintal 129 Tour 2: Rhön 132 Tour 3: Oberes Maintal und Steigerwald 134 Tour 4: Frankenswald und Fränkische Schweiz 137 Tour 5: Fränkisches Seenland und Altmühltal REISEZIELE VON A BIS Z 142 Amorbach 145 Ambach 152 Aschaffenburg 159 Bad Brückenau 161 Bad Kissingen 166 Bad Mergentheim 170 Bad Neustadt an der Saale 173 Bad Staffelstein 178 Bad Windsheim 181 Bamberg 188 3 D: Kaiser- und Reichsdarm 192 Bayreuth 198 3 D: Auf dem grünen Hügel 201 Coburg 206 Special: Weltgeschichte gemacht 210 Creglingen 212 Dinkelsbühl 217 Eberach 220 Eichstätt 227 Erlangen 232 Fladungen 236 Forchheim 239 Fürth 242 Special: Die Juden von Fürth 244 Gerolzhofen 247 Gölzweinstetten 253 Gunzenhausen 256 Hammelburg 258 Haßfurt 261 Hersbruck 263 Hof 268 Infografik: Porzellanland Oberfranken 271 Iphofen 274 Special: Vergessener Zwergerstaat 277 Kelheim 280 Kitzingen 284 Special: Land der Bockbeutel 287 Kronach 290 Kulmbach 293 Lohr 298 Special: Schneewittchens Heimat 300 Mittenberg 304 Nürnberg 306 Infografik: Genie aus Nürnberg 316 3 D: Mittelalterliche Kaiserpfalz 320 Special: Puppen, Blechspielzeug, Spielfiguren 324 Ochsenfurt 326 Special: Geistiger Verfall 330 Rothenburg ob der Tauber 338 Schweinfurt 342 Volkach 345 Weidenburg in Bayern 348 Infografik: Limes in Franken 354 Wertheim 358 Wunsiedel 362 Würzburg 368 3 D: Hauptwerk des Ständischen Barock	

Abb. 32: Das Inhaltsverzeichnis von Baedekers „Franken“-Reiseführer von 2014 (© Baedeker. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 6 & 7).

Vor diesem Hintergrund verwundert es auch nicht, dass Verweise aufs Essen vor allem in jenen Abschnitten zu finden sind, die das Besondere der Region extra betonen. Dazu gehört etwa gleich das erste Kapitel „Hintergrund“, wo unter dem Titel „Region voller Reize“ zu lesen ist, dass „Bodenständig-Deftiges in der Küche ein bewusst gepflegtes Relikt bäuerlicher Tradition“¹¹⁶⁹ sei. Auf der Seite „Franken auf einen Blick“ wird dann wiederum „Weinfranken“ und „Bierfranken“¹¹⁷⁰ und damit die als typisch für die Region geltenden Getränke kurz erläutert. Unter der Rubrik „Alltagsbegegnungen“ folgen Beschreibungen zur Charakteristik fränkischer Wein- und Bierfeste, die zusätzlich mit Bildern des geselligen Zusammensitzens visuell verstärkt sind.¹¹⁷¹ Das eigentliche Essenskapitel widmet sich dann unter dem Titel „Bier, Wein, Bratwürste“ nochmals den mit der Region – so scheint es – untrennbar verbundenen Getränken und Speisen. Anschließend erfolgt auch hier ein kurzer Überblick über die Mahlzeitenfolgen, wobei die von Baedeker als typisch fränkisch

¹¹⁶⁹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 13.

¹¹⁷⁰ Ebd., S. 21.

¹¹⁷¹ Vgl. ebd., S. 24f.

etikettierte „Brotzeit“ durch zwei eigene Absätze gesonderte Aufmerksamkeit erhält. Ebenso eigens erwähnt – nun jedoch auf jeweils durch ein Rufzeichen als Besonderheit markierten Doppelseiten – werden hier verschiedene als traditionell eingestufte Speisen, die Bratwurst als eigens hervorgehobenes „Markenzeichen“ sowie der angeblich besonders in Franken so beliebte Meerrettich, der den Speisen den „kulinarischen Extrakick“ verleihen würde.¹¹⁷²

Weitere Verweise aufs Essen lassen sich außerdem auch in allen anderen Teilen des „Franken“-Guide immer wieder ausmachen, besonders in den Tour- und Stadtbeschreibungen, wo sie ebenfalls nicht nur kurz genannt, sondern immer wieder mit bestimmten Narrationen versehen werden. Wie diese konkret aussehen, von welchen Texten sie umgeben sind und welche Motive dabei konkret hineinspielen, will nun der folgende Abschnitt offenlegen.

6.3.2.2 Verbale und visuelle Textgestaltung

Da es allerdings auch in diesem Kapitel darum geht, etwaige Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen der Nordbayern/Ostbayern-Ausgabe von 1962 und des „Franken“-Guide von 2014 herauszuarbeiten, steht hier zunächst die Analyse der Essendarstellungen im älteren der beiden „Baedeker“ im Vordergrund.

In der Ausgabe von 1962 fällt gleich im ersten Moment die typische Baedeker-Ästhetik auf: Kurz und nüchtern gehaltene Beschreibungen, die das Gesagte höchstens mit kleinen Strichzeichnungen, Grundrissen oder mit Planquadraten hinterlegten Karten optisch unterstützen. Bei den Essendarstellungen entfällt diese Art der visuellen Hervorhebung jedoch zur Gänze. Stattdessen gibt sich die „bayerische **Speisekarte**“¹¹⁷³ gleich von Anfang an als einfache Basisinformation zu erkennen, deren Charakterisierung mit dem allgemein gehaltenen Hinweis beginnt, dass die bayerische Speisekarte Fleisch- und Mehlspeisen bevorzugen würde. Allerdings erfährt der Leser nichts Näheres wie es zur Ausformung dieser hier als regionalkulturelles Spezifikum dargestellten Bevorzugung kam und welche

¹¹⁷² Vgl. Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 84f.

¹¹⁷³ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI [Hervorhebung im Original].

Fleischarten hier besonders verbreitet waren bzw. sind. Dabei wäre es gerade für diese Region ein Interessantes gewesen darauf näher einzugehen, da nach Wiegelmann der Fleischverzehr in Süddeutschland im Vergleich zu norddeutschen Regionen noch zu Beginn des 19. Jahrhunderts ein eher geringer war: „Unter der Woche gab es praktisch kein Fleisch, und auch bei der für Mehrarbeit gebotenen besseren Kost der Ernte- und Dreschzeit kannte man nur fettere und käsereichere Speisen, kein Fleisch. Es blieb den Sonntagen und Festen vorbehalten.“¹¹⁷⁴ Stattdessen wurden, wie dies auch Baedeker herausstreicht, vielfach Mehlspeisen aufgetischt. Allerdings nennt der Reiseführer hierzu keine konkreten Beispiele¹¹⁷⁵ und macht ebenso wenig darauf aufmerksam, dass sich etwa die Grundbestandteile der Speisen in früheren Zeiten ebenso nach dem Schwergewicht der bäuerlichen Wirtschaft richteten.¹¹⁷⁶ Ähnlich oberflächlich liest sich der anschließende Verweis darauf, dass „die bayerische Küche manche in Norddeutschland weniger bekannte Gerichte“¹¹⁷⁷ bieten würde und „reich an mundartlichen Ausdrücken“¹¹⁷⁸ sei. Dass Baedeker dabei unerwähnt lässt, dass dies nicht allein auf bayerische Speisen, sondern – wie dies Wiegelmann in seiner Untersuchung zu den Alltags- und Festspeisen in Mitteleuropa ebenso aufzeigte¹¹⁷⁹ – für Küchen im süddeutschen Raum generell zutrifft, lässt darauf schließen, dass es dem Verlag hier lediglich um die Markierung des Herausragenden durch folkloristische Einsprengsel ging. Auch verliert Baedeker in diesem Kontext kein Wort darüber, dass es „die“ bayerische Küche so nie gab bzw. gibt, sondern sich aus einer Vielzahl unterschiedlicher Regionalküchen zusammensetzt(e). Dieser Hang zur oberflächlichen Betrachtung und Verallgemeinerung fällt dann auch bei der Darstellung der als typisch geltenden Gerichte auf. So heißt es etwa bei den Fleischspeisen, dass hier „die pikant gewürzte *Fränkische Schlachtplatte* (...) und die *Kalbshaxe* (gebräunt)“ zu erwähnen

¹¹⁷⁴ WIEGELMANN, Günter: Alltags- und Festspeisen in Mitteleuropa. Innovationen, Strukturen und Regionen vom späten Mittelalter bis zum 20. Jahrhundert (=Münsteraner Schriften zur Volkskunde/Europäischen Ethnologie, Bd. 11). Münster et al. 2006², S. 55.

¹¹⁷⁵ Wiegelmann nennt in diesem Zusammenhang etwa „Suppen, Breie (ungeschmalzen, geschmalzen oder gebraten: Schmarren), Knödel und Nudeln der verschiedensten Art und Größe“. Vgl. WIEGELMANN, Günter: Alltags- und Festspeisen in Mitteleuropa. Innovationen, Strukturen und Regionen vom späten Mittelalter bis zum 20. Jahrhundert (=Münsteraner Schriften zur Volkskunde/Europäischen Ethnologie, Bd. 11). Münster et al. 2006², S. 55.

¹¹⁷⁶ Vgl. ebd., S. 55.

¹¹⁷⁷ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹¹⁷⁸ Ebd., S. XXVI.

¹¹⁷⁹ Vgl. WIEGELMANN, Günter: Alltags- und Festspeisen in Mitteleuropa. Innovationen, Strukturen und Regionen vom späten Mittelalter bis zum 20. Jahrhundert (=Münsteraner Schriften zur Volkskunde/Europäischen Ethnologie, Bd. 11). Münster et al. 2006², S. 55.

sei, „die man mit Kartoffelsalat ißt.“¹¹⁸⁰ Allerdings erfährt der Leser nichts darüber, warum hier ausgerechnet die „Schlachtplatte“ und die gebräunte Kalbshaxe erwähnt werden, was ihre fränkische Besonderheit im Speziellen ausmacht, worauf sich die Formulierung „man“ bezieht und welche Beilagen dazu sonst noch gereicht werden können. Auch zum hier angeführten „Pichelsteiner Fleisch“ erfährt der Leser nur, dass dieses aus dem Bayerischen Wald stamme und dort ein beliebter Eintopf sei¹¹⁸¹ – aus welcher Tradition dieses Gericht jedoch herrührt und ob es hier möglicherweise nicht auch gesellschafts-hierarchische Abstufungen bei der Beliebtheit dieser Speise unter der einheimischen Bevölkerung gab bzw. noch immer gibt, bleibt ebenso hier offen.

Ähnlich oberflächlich und unpersönlich lesen sich auch die Ausführungen zum Fisch. Dazu heißt es beispielsweise, dass „unter den Fischen (...) in Würzburg und Umgebung die *Meefischli*, knusprig gebratene Mainfischchen, besonders lecker [sind], da es eigene Bratküchen für sie gibt.“¹¹⁸² Das „besonders“ Leckere wird hier zwar an den Bratküchen festgemacht, allerdings ohne diesen Küchentyp auch nur ansatzweise zu charakterisieren. Stattdessen geht es in dieser Tonart wie folgt weiter:

In Nürnberg werden gebackene *Karpfen* viel gegessen, ein Fisch, der namentlich in der Oberpfalz in großen Teichplatten gezüchtet wird. In Passau wird der *Donauwaller*, ein Wels, blau oder gebacken serviert. In der Fränkischen Schweiz und den anderen Gebirgen bekommt man zumeist frische *Bachforellen*.¹¹⁸³

Auch in diesem Absatz sucht der Leser vergebens nach einer tiefergehenden kulturhistorischen Betrachtung, etwa welche Fischarten unter dem Begriff „Meefischli“ subsumiert werden, welcher milieuspezifischen Kost sie entstammen und ob sich die Bevorzugung der hier darunter fallenden Fischarten im historischen Verlauf verändert hat.¹¹⁸⁴ Dasselbe gilt für die Erwähnung von Karpfen, Donauwaller

¹¹⁸⁰ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI [Hervorhebung im Original].

¹¹⁸¹ Ebd., S. XXVI.

¹¹⁸² Ebd., S. XXVI [Hervorhebung im Original].

¹¹⁸³ Ebd., S. XXVI [Hervorhebung im Original].

¹¹⁸⁴ So ist etwa auf der vom Land Bayern initiierten und „mehr als 250 typisch bayerische Produkte“ umfassenden „Spezialitätendatenbank“ www.spezialitaetenland-bayern.de zu lesen, dass bei den „Meefischli“ „früher die Fischrasse Schneider überwog“, während „es heute eher Lauben und Rotaugen“ seien. URL: <http://www.spezialitaetenland-bayern.de/spezialitaeten/meefischli/>; (30. April 2017).

und Bachforellen. Auch sie enthält keinerlei Informationen, welcher Küche sie entstammen, zu welchen Jahreszeiten oder Anlässen sie von wem bevorzugt gegessen wurden bzw. wie hier der kulturelle Wandel im historischen Verlauf ausgehen hat. Stattdessen überwiegt an dieser Stelle eine oberflächliche und zur Pauschalisierung neigende Darstellung, die den Anschein erweckt, dass es Baedeker auch hier ausschließlich darum ging, bloß jene Fischarten zu nennen, die sich aufgrund ihres verstärkten Eingangs in die fränkische Küche zur Repräsentation der Region eignen.

Dasselbe lässt sich auch bei der Darstellung der „vielfältigen Palette deutscher Wurstherrlichkeit“ beobachten, zu der Nürnberg mit den „überaus köstlichen kleinen *Nürnberger Bratwürstl*“¹¹⁸⁵ und Coburg mit einer „etwas größere[n] Sorte, die stark an die schwer zugänglichen Thüringer Bratwürste erinnert“¹¹⁸⁶, beitragen würden. Hier markiert allein schon der Verweis auf die „deutsche Wurstherrlichkeit“ eine weitere kulinarische Besonderheit dieses Raums, die durch Attribute des Herausragenden – „überaus köstlich“ bei den Nürnberger, „starkes erinnern“ bei den Coburger Bratwürsten – unterfüttert ist. Selbiges Muster lassen auch die weiteren Darstellungen zu den Wurstsorten erkennen:

In Niederbayern gibt es eine besonders zarte *Milzwurst*. Die *Regensburger Würstchen* sind fast ein Begriff, und die *Hofer Würstchen* haben dem ‚Werschtlammo‘ dort ein eigenes Denkmal eingetragen. Die gesottenen *Weißwürste*, die aus gekochtem Kalbfleisch mit Gekröse, Schweinefleisch und viel Petersilie bestehen und mit süßlichem Senf gewürzt werden, sind auch nördlich der Donau beliebt. Coburg, Kulmbach und Tirschenreuth sind für ihre *Schinken* bekannt.¹¹⁸⁷

Im Mittelpunkt steht auch hier lediglich das kulinarisch Besondere, das sich eignet der Region ein „Alleinstellungsmerkmal“ zu verleihen. Also jene Würste und Schinken, die sich entweder durch ihre „besonders zarte“ Konsistenz abheben, bereits von Haus aus „fast ein Begriff“ zu sein scheinen, dem „Werschtlammo“ [oberfränkisch für den für die Stadt Hof als typisch geltenden mobilen Bratwurstverkäufer, Anm. des Autors] ein Denkmal beschert hätten oder – wie im

¹¹⁸⁵ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI [Hervorhebung im Original].

¹¹⁸⁶ Ebd., S. XXVI [Hervorhebung im Original].

¹¹⁸⁷ Ebd., S. XXVI [Hervorhebung im Original].

letzten Satz – einfach nur „bekannt“ seien. Zu etwaigen klein-regionalen Unterschieden im Speisesystem sowie zu Speisen, die in der Alltagsküche der ansässigen Bevölkerung möglicherweise eine größere spielen, wird der Leser auch hier im Unklaren gelassen.

Ähnlich gestaltet sich auch das Darstellungsmuster bei den Getränken, wo etwa beim Bier ebenfalls nur jene Sorten genannt werden, die sich aus der Sicht Baedekers für die Charakterisierung der Region als besonderer Raum eignen. Während allerdings diese Skizzierung bei den Speisen allein über deren Namen („Fränkische Schlachtplatte“, „Regensburger Würstchen“ etc.) oder Konsistenz („aus gekochtem Kalbfleisch mit Gekröse, Schweinefleisch und viel Petersilie“) suggeriert wurde, geschieht dies beim Bier nun verstärkt über geschmackliche Markierungen. So ist das „vortreffliche fränkische und ostbayerische helle Bier (...) etwas bitterer, als man es sonst gewohnt ist; es schmeckt würzig nach Hopfen.“¹¹⁸⁸ Dazu mischen sich Vorstellungen von einer hohen Kunst, die dem fränkischen Bier zusätzlich eine Aura des Weihevollen verleihen wollen:

Hochburgen der Braukunst sind Nürnberg (Tucher, Lederer, Bräuhaus), Würzburg (Hofbräu), Hof, Regensburg und vor allem Kulmbach, dessen dunkles Bier das alkoholreichste von allen ist und in der ganzen Welt geschätzt wird.¹¹⁸⁹

Doch fehlt auch hier der „Blick hinter die Kulissen“, wird etwa nichts zur Braukunst in Nürnberg oder Würzburg sowie ihrem historischen Wandel ausgesagt. Stattdessen führt Baedeker lediglich ausgewählte Orte an, die durch die Formulierung als „Hochburgen der Braukunst“ zum Mittelpunkt einer als „besonders“ suggerierten Kunst aufsteigen – und mit der Nennung von ausgewählten Brauereien beispielhafte Vertreter dieses Status gleich mitbenennt. Allerdings erfährt der Leser ebenso hier nichts darüber, warum der Verlag ausgerechnet jene Bierhersteller ausgewählt hat, was das Besondere an ihnen sei. Auch die nachfolgenden Sätze geben darüber keine Auskunft, da auch sie die den Status des Besonderen lediglich an der Hervorhebung von ausgewählten Städten, die für ein als „typisch“ eingestuftes Bier stehen, festmachen: „Bamberg hat als Besonderheit ‚Rauchbier‘, Bayreuth das

¹¹⁸⁸ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹¹⁸⁹ Ebd., S. XXVI.

‚Bäcknbier‘, das die Bäcker im Nebenberuf brauten; in Kelmheim und andernorts gibt es das besonders erfrischende Weizenbier.“¹¹⁹⁰

Dieser Vorgang der Bedeutungsgenerierung durch die Darstellung als regionales Spezifikum lässt sich auch bei der Charakterisierung des Weines erkennen. Dies beginnt hier etwa schon mit dem Verweis, dass der Weinbau „nur in einem der drei fränkischen Regierungsbezirke[n] zu Hause“¹¹⁹¹ sei, „die Anbaufläche nur 5% des deutschen Weinbaus ausmacht“¹¹⁹² und daher „die kurzen, platten Boxbeutelflaschen, die den Frankenweinen vorbehalten sind, weit seltener als die grünen oder braunen Schlegelflaschen der anderen deutschen Weingäue“¹¹⁹³ anzutreffen seien. Die Besonderheit des Regionalspezifischen wird hier erhöht, indem einerseits auf seine räumliche Begrenztheit und andererseits auf die daraus resultierende Seltenheit des in Boxbeutelflaschen abgefüllten fränkischen Weins verwiesen wird – damit gewinnt das Herausragende dieses Weines auch vor dem Hintergrund seiner Nichtalltäglichkeit an Kontur. Verstärkt wird dieser Eindruck durch die Anmerkung, dass der Frankenwein nicht ganz billig sei, „weshalb ein Studium vor Ort und Stelle nachdrücklich anzuraten ist“¹¹⁹⁴, sowie durch die mit Anleihen des Mystischen spielenden Bemerkung, dass er sich „durch Kraft und Feuer“¹¹⁹⁵ auszeichne. Im Anschluss daran folgt eine Aufzählung von als typisch geltenden Weinen, wobei auch hier die regionale Charakteristik bloß am jeweiligen Eigennamen festgemacht wird – ohne näher auf ihre jeweilige Anbaumethode bzw. Reifung, Namensursprung oder geschmackliche Eigenheiten einzugehen. So erfährt der Leser nur, dass „der Weißwein“¹¹⁹⁶ vorherrschen würde, „die verbreitetste Traubensorte (...) der Sylvaner“¹¹⁹⁷ sei, „doch (...) auch Riesling, darunter ein besonderer Mainriesling, angebaut“¹¹⁹⁸ würde. Als „Spitzengewächse“ nennt Baedeker hier „u.a. Würzburger ‚Stein‘ und ‚Leisten‘, Randersackerer ‚Pfülsen‘ und ‚Sonnenstrahl‘, Escherndorfer ‚Lump‘, Iphofener ‚Echter-Berg‘, Rödelseer ‚Küchenmeister‘.“¹¹⁹⁹ Auch der Hinweis

¹¹⁹⁰ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹¹⁹¹ Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹² Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹³ Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹⁴ Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹⁵ Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹⁶ Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹⁷ Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹⁸ Ebd., S. XXVII.

¹¹⁹⁹ Ebd., S. XXVII.

darauf, dass *ein* „Abtswinder Wein (...) bei der Krönung der Königin Elisabeth von England“¹²⁰⁰ gereicht wurde enthält keinerlei Hintergrundinformationen – weder in Bezug auf die Frage, um welchen Wein es sich dabei konkret handelte noch hinsichtlich des Umstands wie es dazu kam. Somit ist auch dieser Hinweis bloß als ein weiterer Marker zu werten, mit dessen Hilfe zwar der Blick *auf* das vermeintlich Besondere gelenkt werden kann, aber nicht *hinter* dessen Fassade zu blicken ist. Ob Baedeker diesen Modus Operandi auch noch über 50 Jahre später anwendet bzw. welche etwaigen neuen Darstellungsweisen und damit verbundenen Narrationen gegenwärtig eine Rolle spielen, soll die nun folgende Analyse des „Franken“-Guide von 2014 zeigen.

Bei der aktuellsten „Franken“-Version, die 2014 in sechster Auflage erschien, fällt gleich im einführenden Abschnitt „Region voller Reize“ die Darstellung des fränkischen Raums als „die **deutscheste Region**“¹²⁰¹ auf, die bereits romantische Dichter wie Karl Immermann mit einem „Zauberschrank“ verglichen hätten, „in dem sich immer neue Schubfächer voll überraschender Inhalte auftun.“¹²⁰² Dieses Narrativ wird von Baedeker weiter verstärkt, indem der Reiseführer u.a. betont, dass Franken „insgesamt mit **vier UNESCO-Weltkulturerbestätten** punkten“¹²⁰³ könne. Darüber hinaus würde sich „vieles“, was das Ausland mit Deutschland assoziiere, in Franken konzentriert finden – „seien es die romantischen Burgen, die prachtvollen Residenzen, die gemütliche Fachwerkarchitektur, das Spielzeug, Würste, Bier, Wein und Lebkuchen.“¹²⁰⁴ Vor diesem Hintergrund scheint es fast logisch, dass „die unglaublich reichhaltige fränkische Kunst- und Kulturlandschaft“¹²⁰⁵ auch die „leiblichen Genüsse“¹²⁰⁶ als bodenständig hochleben lässt. Ist es doch gerade diese Form des Essens, mit der – wie schon erwähnt – der Geschmack der Heimat auf besonders symbolhafte Weise modelliert und Kulinarisches in die Tradition von mit der Region verhafteten Lebensweisen gestellt werden kann:

Bodenständig-Deftiges in der Küche ist ein bewusst gepflegtes Relikt bäuerlicher Tradition – und während der fränkische Westen für seine

¹²⁰⁰ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVII.

¹²⁰¹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 12 [Hervorhebung im Original].

¹²⁰² Ebd., S. 12.

¹²⁰³ Ebd., S. 12 [Hervorhebung im Original].

¹²⁰⁴ Ebd., S. 12.

¹²⁰⁵ Ebd., S. 12.

¹²⁰⁶ Ebd., S. 13.

Winzerkultur berühmt ist (Weinfranken), findet sich im Osten (Bierfranken) die **größte Brauereidichte Deutschlands**, ja Europas. Franken ist eine Verlockung, der zu erliegen sich lohnt.¹²⁰⁷

Damit skizziert auch der „neue“ Baedeker – ähnlich wie dies bereits in den aktuellen Ausgaben des MM- und Polyglott-Verlags zur Toskana bzw. zu Kroatien zu erkennen war – die Region als Raum des Besonderen, der sich v.a. durch seine Einzigartigkeit, seinen Erlebnisreichtum und seine Authentizität auszeichne. Was hier allerdings deutlicher hervortritt als in den Einleitungen der Reiseführer zur Toskana und zu Kroatien, ist die Darstellung als „Residualkategorie“¹²⁰⁸, als letzter verbliebener Ort, wo ein authentisches Erleben von Althergebrachtem noch möglich sei. Dass diese Vorstellung ausdrücklicher als in den anderen hier untersuchten Reiseführer zum Vorschein kommt, mag damit zu tun haben, dass – neben der Gegend um den Rhein – besonders auch Franken schon früh als Inbegriff eines das Mittelalterlich-Archaische bewahrenden Raums angesehen wurde. Einen entscheidenden Beitrag zu dieser Sichtweise leisteten dabei einmal mehr bereits die Dichter und Maler der Romantik, die diese Region – ähnlich wie die Rheinlandschaft – mit ihrer teilweise zerklüfteten Hügellandschaft und den mittelalterlich anmutenden Städten ebenso als intakte Gegenwelt zur Industrialisierung idealisierten.¹²⁰⁹ Führt man sich vor Augen, dass dieses romantisierende Bild Frankens auch in Baedekers Reisehandbuch von 1962 immer wieder aufblitzte – etwa beim Hinweis, dass die „Romantische Straße“ drei „einstige Reichsstädte“¹²¹⁰ miteinander verbindet, „die in der einzigartigen Unberührtheit ihres mittelalterlichen Stadtbildes Kulturdenkmale großen Stiles darstellen“¹²¹¹ –, lässt sich erkennen, dass auch schon darin die Vorstellung von einem archaischen Raum touristisch fortgeschrieben wurde. In Bezug auf die aktuelle „Franken“-Ausgabe geschieht dies auf den ersten Seiten aber nicht nur mittels nostalgisierenden und musealisierenden Bemerkungen, sondern auch in Form eines Darstellungsgemischs aus Brauchtums- und Ursprungsverweisen, das die Einzigartigkeit der Region in neuem Gewande vermittelt. Wurde

¹²⁰⁷ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 13 [Hervorhebung im Original].

¹²⁰⁸ KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 7.

¹²⁰⁹ Vgl. URL: [https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Fremdenverkehr_\(Von_den_Anfängen_bis_1945\)#Romantische_Suche_nach_dem_Mittelalter](https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Fremdenverkehr_(Von_den_Anfängen_bis_1945)#Romantische_Suche_nach_dem_Mittelalter); (5. Mai 2017).

¹²¹⁰ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XV.

¹²¹¹ Ebd., S. XV.

etwa der fränkische Wein in der Ausgabe von 1962 lediglich auf lexikale Art und Weise dargestellt („Das fränkische Weinbaugebiet gliedert sich nach der geologischen Beschaffenheit des Bodens in vier Zonen (...)“¹²¹²; „Die frühesten Förderer des Weinbaus in Franken waren (...)“¹²¹³), präsentiert er sich nun zusätzlich als ein im Alltag eingebettetes Erlebnis. Dabei gerät der Wein nicht nur zu einem fixen Bestandteil fränkischer Festkultur, sondern auch zu einem konstitutiven Element einer als „typisch“ für die Region skizzierten Geselligkeit. So heißt es etwa im Abschnitt „Willkommen im Alltag!“, dass die Franken „ihre Weinfeste, Bierfeste, Kirchweihen (Kärwa, Kerwa oder Kirwa) und andere Feste“¹²¹⁴ lieben würden. Vor allem bei den Wein- und Bierfesten könne man „auf den Bänken an den langen rustikalen Tischen mit Einheimischen rasch in Kontakt“¹²¹⁵ kommen. Zusätzlich ließe sich die Weinregion mit dem Team „Gästeführer Weinerlebnis Franken“ „auf informative, unterhaltsame und erlebnisreiche Art“¹²¹⁶ kennen lernen. Dabei würde es sich um speziell ausgebildete Gästeführer handeln, „die im gesamten Weinbaugebiet (...) unterschiedliche Führungen, Weinproben, Erlebniswanderungen, Kutschenfahrten, Incentives und andere Veranstaltungen anbieten.“¹²¹⁷ Zu einem ähnlichen Erlebnis steigen auch die anschließend erwähnten Stadtführungen auf, die in vielen Gemeinden in Form eines Rundgangs mit einem „Nachtwächter“ stattfänden, „dessen Geschichten und Anekdoten über seine Stadt man lauschen kann.“¹²¹⁸ Und: „Man erfährt hier einiges, was nicht in Reiseführern steht“¹²¹⁹ Das aus solchen Formulierungen sprechende Geheimnisvoll-Mystische, das bewusst auf Symbole des Alten und Vergangenen („lange rustikale Bänke“, „Kutschenfahrten“, „Nachtwächter“) zurückgreift, wird dabei durch entsprechende Bilder zusätzlich visuell verstärkt. So ist hier etwa eine Szene von einem Stadtrundgang zu sehen, in deren Mittelpunkt ein Mann steht, dessen Verkleidung (u.a. mit Hut, Horn, Laterne und Hellebarde) ihn als mittelalterlich anmutenden „Nachtwächter“ zu erkennen gibt. Ein ähnliches mit der Aura des Alten spielendes Motiv lässt sich auf dieser Seite dann nochmals in einem zweiten Bild finden. Es zeigt eine Gruppe von Personen, die

¹²¹² Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XLVI.

¹²¹³ Ebd., S. XLVI.

¹²¹⁴ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 24.

¹²¹⁵ Ebd., S. 24.

¹²¹⁶ Ebd., S. 24.

¹²¹⁷ Ebd., S. 24.

¹²¹⁸ Ebd., S. 25.

¹²¹⁹ Ebd., S. 25.

auf „langen rustikalen Bänken“ vor einer Brauwirtschaft bei Bier zusammensitzen. Ihre Körperhaltungen verraten dabei zusätzlich, dass sie sich angeregt unterhalten oder zumindest die Geselligkeit genießen dürften. Daneben fällt der Blick des Lesers vor allem auf die Gastwirtschaft selbst, die durch ihre verfallen wirkende und mit Efeu berankte Fassade den Eindruck des Alten macht. Die mit Butzescheiben versehenen Fenster tun schließlich ihr übriges, um die Brauerei, die sich aufgrund des über dem Eingang angebrachten Namensschildes als "Kathi Bräu" zu erkennen gibt, als ein die Zeit überdauerndes Lokal zu deuten (siehe Abb. 33).



Abb. 33: „Nachtwächter“-Motiv und Kneipen-Szene als Ausdruck erlebnisreicher Unterhaltung und fränkischer Geselligkeit (© Rothenburg Tourismus Service/P. Frischmuth & mauritius/United Archives. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 25).

Die auf diesen ersten Seiten skizzierte Darstellung Frankens als ein Ort erlebnisreicher Geselligkeit und Unterhaltung wird dabei überproportional oft mit einem vielfältigen und in der Volkskultur nach wie vor gelebten Brauchtum in Beziehung gesetzt. So heißt es noch im einleitenden Teil, dass dieses einen hohen Stellenwert genieße und traditionelle Feste – als Beispiele nennt Baedeker etwa Fronleichnamsprozessionen, Erntedankfeste und Kirchweih ohne jedoch näher auf ihre jeweilige Tradition einzugehen – das ganze Jahr über gefeiert würden, „wobei natürlich auch die Trachten nicht fehlen dürfen.“¹²²⁰ Diese könne man heute „vor allem noch bei Dorf- und Stadtfesten und zu Festspielen [erleben], die veranstaltet werden, um altes Brauchtum zu präsentieren.“¹²²¹ Und: „An Festtagen kann man in einigen wenigen Regionen **kostbare echte Traditionstrachten** sehen (...).“¹²²² Diese würden – wie im nachfolgenden Kapitel „Erleben und Genießen“ zu lesen ist –

¹²²⁰ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 58.

¹²²¹ Ebd., S. 59.

¹²²² Ebd., S. 59 [Hervorhebung im Original].

dazu beitragen, dass „Frankens vielfältige Geschichte alljährlich in farbenprächtigen Volksschauspielen, Festzügen und Historienspielen zu neuem Leben“¹²²³ erwake. Dazu führt Baedeker wie folgt aus: „Hunderte von Freiwilligen in historischen Kostümen präsentieren Schlüsselszenen der Geschichte ihrer Stadt und Region – beispielsweise Episoden aus dem Dreißigjährigen Krieg oder aus dem Bauernkrieg.“¹²²⁴ Man könne aber auch „in das höfische Leben vergangener Jahrhunderte“¹²²⁵ eintauchen – „ein reizvolles Spektakel, nicht nur für Geschichtsinteressierte, sondern auch ein [sic!] attraktive Ausflugs-idee für komplette Familien.“¹²²⁶ So schließt denn auch Baedeker an dieser Stelle mit dem Tipp, dass man „in Franken doch einfach mal auf eine Zeitreise“¹²²⁷ gehen möge. Franken gibt sich so auch als Region zu erkennen, in der man Geschichte noch „hautnah“ erleben könne. Allerdings kann freilich auch sie niemals einen „echten“ Blick hinter die Kulissen bieten, da die hierzu aufgeführten Festivals und Umzüge allein schon durch ihre touristische Aufbereitung in Wahrheit immer nur eine „staged authenticity“ im McCannell’schen Sinne sind – eine inszenierte Authentizität, die dem Touristen bloß das Gefühl verleiht, dass er hier etwas aus erster Hand vermittelt bekäme. So heißt es etwa in Bezug auf die Rokoko-Festspiele in Ansbach, dass ihre Darsteller aus Mitgliedern des Ansbacher Heimatvereins bestünden, deren „Kostüme und Perücken sowie die gepuderten Gesichter (...) an den höfischen Gepflogenheiten des 18. Jh.s orientiert“¹²²⁸ seien und auch „die vorgeführten Tänze, wie Gavotte und Allemande“ aus dieser Zeit stammen würden.¹²²⁹ (siehe Abb. 34 auf der folgenden Seite).

¹²²³ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 87.

¹²²⁴ Ebd., S. 87.

¹²²⁵ Ebd., S. 87.

¹²²⁶ Ebd., S. 87.

¹²²⁷ Ebd., S. 87.

¹²²⁸ Ebd., S. 87.

¹²²⁹ Ebd., S. 87.



Rokoko-Festspiele im Ansbacher Hofgarten

Abb. 34: „Rokoko-Festspiele im Ansbacher Hofgarten“: Beispiel für die Einbindung folkloristischer Motive in Baedekers „Franken“-Guide von 2014 (© Dumont Bildarchiv/Teschner. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 91).

Diese mit Versatzstücken des Altertümlichen und Traditionsverhafteten spielende Erzählweise findet sich dann auch bei der Präsentation der fränkischen Küche im Abschnitt „Essen und Trinken“ wieder. Dabei fällt zunächst auf, dass unter dem Titel „Bier, Wein, Bratwürste ...“ nicht – wie dies etwa bei den bisher untersuchten gegenwartsbezogenen Reiseführern zur Toskana und Kroatien der Fall war – mit einem Verweis auf verschiedene Restaurantgattungen oder Mahlzeitenfolgen begonnen, sondern gleich auf die Speisen und Getränke der Region eingegangen wird. Und auch hier lässt sich nochmals ein Unterschied zu den bisher untersuchten Reiseführern feststellen. Wurde dort nämlich stets mit der Präsentation der als typisch eingestuften Kost begonnen, ist es in Baedekers „Franken“-Reiseführer von 2014 die regionalspezifische Bierkultur, mit denen der Abschnitt zur fränkischen Küche beginnt. Nach einer allgemein gehaltenen Einleitung, in der es u.a. heißt, dass Franken seinen Gästen auch auf kulinarischem Gebiet „allerhand“¹²³⁰ zu bieten hätte, wird die Eigenheit der Region sogleich über die geschmacklichen Vorlieben beim Bierkonsum skizziert. Diese Konturierung beginnt mit dem Hinweis, dass „die“

¹²³⁰ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 73.

Franken – „wenn es um Bier-, Brau- und Trinkvorlieben geht“¹²³¹ – „durchaus eigensinnig“¹²³² sein können:

Der Weißwurstäquator entlang der Donau galt im 20. Jh. lange Zeit auch als Weißbieräquator – und auch heute noch zeigen sich bei den Biervorlieben messbare Unterschiede: Während die südbayerischen Brauereien zu mehr als 40% Weizenbier herstellen, liegt der der [sic!] Weißbier- bzw. Weizenbier-Anteil bei den fränkischen Brauereien nur bei etwa 20%. Bei fränkischen Brauern dominiert feinherb gehopftes **Pils**, sein Ausstoß-Anteil liegt bei über 40%. Weißbier und Helles folgen mit deutlichem Abstand. Darüber hinaus ist Franken auch ein Land der Bierspezialitäten – hier finden sich noch Brauereien, die Rot-, Schwarz- und Braunbier herstellen. Auch naturtrübes Zwickel, Rauchbier, Eisbock und Kellerbier wird mancherorts noch oder wieder gebraut. Bei der Biervielfalt hat **Oberfranken** eindeutig die Nase vorn: Etwa zwei Drittel der rund 300 fränkischen Braustätten finden sich in diesem Regierungsbezirk; er gilt deshalb als die Region mit der höchsten Brauereidichte der Welt.¹²³³

Der Absatz versucht die regionalspezifischen Eigenheiten beim Bierkonsum zunächst mittels des Verweises auf den sogenannten „Weißwurstäquator“ räumlich zu konturieren. Allerdings lässt Baedeker unerwähnt, dass es sich hierbei lediglich um eine im allgemeinen deutschen Sprachgebrauch eher scherzhaft gebrauchte Bezeichnung für eine gedachte Kulturgrenze zwischen Süd- und Norddeutschland handelt, über deren Verlauf keineswegs immer Einigkeit herrscht. So macht etwa Friedrich Prinz darauf aufmerksam, dass sie für manche Bayern entlang des Mains („Maingrenze“) verlaufen mag, während für den „echten“ Altbayern bereits die Donau als Grenze gilt.¹²³⁴ Welcher Sichtweise man auch immer anhängen will – Baedeker nutzt jedenfalls die Vorstellungen darüber, um auf diese Weise das „Bier- und Brauereiparadies Franken“¹²³⁵ als eine nach eigenen Traditionen lebende Region in der Region (nämlich Bayern als übergeordneter Raum) zu skizzieren und ihr so ein eigenes Profil zu verpassen. Um diese Charakteristik darüber hinaus als Tatsache erscheinen zu lassen, bedient sich der Reiseführer zusätzlich diverser Zahlen bzw. Prozentsätzen, die der Erzählung vom unterscheidbaren Raum den Anstrich des Faktischen verleiht. (Bier)Kultur gerät so zur Vorzeigeseite der Region, mit deren Hilfe das Kleinräumliche nicht nur bestimmt, sondern auch bewertet und als typisch

¹²³¹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 73.

¹²³² Ebd., S. 73.

¹²³³ Ebd., S. 73 [Hervorhebung im Original].

¹²³⁴ Vgl. PRINZ, Friedrich: Der Weißwurstäquator. In: FRANÇOIS, Etienne / SCHULZE, Hagen (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte, Bd. 1. München 2001, S. 483.

¹²³⁵ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 73.

interpretiert werden kann.¹²³⁶ Die „Nichtalltäglichkeit der so bestimmbaren Kultur“¹²³⁷ versucht Baedeker dann im Anschluss durch einen kurzen Abriss der fränkischen Biergeschichte auch historisch zu untermauern. Darin erfährt der Leser etwa, dass in den 1930er-Jahren in der Nähe von Kulmbach rund 2800 Jahre alte Bieramphoren samt darin noch erhaltener Maische gefunden worden sind, die „als der älteste Nachweis von Bierherstellung auf deutschem Boden [gelten]“.¹²³⁸ Die damit zum Ausdruck gebrachte Besonderheit der fränkischen Bierkultur bildet in diesem Absatz auch noch an anderen Stellen einen wesentlichen Bezugspunkt der hier aufscheinenden Narrative. So setzt der historische Abriss u.a. mit der Behauptung fort, dass der fränkische Hopfen aus der Region Spalt im 16. Jahrhundert „europaweit begehrt“ gewesen sei – und dass der Fürstbischof von Eichstätt den Spalter Hopfenbauern „1538 (...) das erste Hopfensiegel der Welt“¹²³⁹ verlieh. „Darauf sind die Spalter Bürger heute noch stolz. Ebenso wie auf ihr Brauhaus, das noch immer der Gemeinde gehört.“¹²⁴⁰ Und: „Bis zum Anfang des 20. Jh.s war Franken der **Hopfengarten Deutschlands**, insbesondere die Regionen Lauf, Altdorf, Spalt und Hersbruck.“¹²⁴¹ Nürnberg wird in diesem Zusammenhang gar in einem eigenen Satz erwähnt, da es „sich in den Jahren 1858-1900 zum bedeutendsten Hopfenhandelszentrum der Welt“¹²⁴² entwickelte. Interpretatorisch lassen sich diese Erzählungen dahingehend deuten, dass die aus ihnen sprechende symbolische Ortsbezogenheit zugleich immer auch das Stillen des Bedürfnisses nach Gemeinschaft und Sinnlichkeit, nach Emotionalität und dem Geschmack des Eigenen ermöglicht.¹²⁴³ Kontur als sinnlich und emotional aufzufassende Region gewinnt Franken aber nicht bloß mittels Darstellung der Bierkultur als eine die Zeit überdauernde „Reliquie“¹²⁴⁴, als ein noch heute zelebriertes „Regional-Heiligtum“, auf das man stolz sei. Den Anstrich des Besonderen erhält dieser Nahraum auch

¹²³⁶ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Die Regionalisierung von Kultur. In: KÖSTLIN, Konrad / BAUSINGER, Hermann: Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur. 22. Deutscher Volkskunde-Kongreß in Kiel vom 16. bis 21. Juni 1979 (=Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte Schleswig-Holsteins, Bd. 7). Neumünster 1980, S. 26.

¹²³⁷ Ebd., S. 26.

¹²³⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 73.

¹²³⁹ Ebd., S. 73.

¹²⁴⁰ Ebd., S. 73.

¹²⁴¹ Ebd., S. 74 [Hervorhebung im Original].

¹²⁴² Ebd., S. 74.

¹²⁴³ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkäntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 21.

¹²⁴⁴ KÖSTLIN, Konrad: Die Revitalisierung regionaler Kost. In: VALONEN, Niilo (Hg.): Ethnologische Nahrungsforschung. Helsinki 1975, S. 162.

durch die Präsentation einer behaupteten mit dieser Kultur verbundenen Vielfalt, die hier ein weiteres Argumentationsmuster darstellt. So listet der nach dem historischen Abriss angeführte Abschnitt „Fränkische Bierspezialitäten“ verschiedene als typisch geltende Biersorten samt Kurzbeschreibung auf – allerdings nicht ohne vorher die Einzigartigkeit der Region mit der Bemerkung hervorzuheben, dass „etwa 1000 verschiedene Biere (...) alleine in Oberfranken gebraut [werden].“¹²⁴⁵ Wer demnach also Franken besucht, „hat – was den Biergenuss betrifft – die Qual der Wahl.“¹²⁴⁶ Die anschließende Darstellung der verschiedenen Sorten, etwa der Rot- bzw. Braunbiere, Rauch- und Schwarzbieren, des „Eisbocks“, Zwickel- oder Kellerbiers verweist zunächst jeweils immer auf die jeweilige Herstellungsart. Ihre Präsentation geht nun allerdings weit über jene einfach und „nüchtern“ gehaltene geschmackliche Beschreibung, wie sie in der Ausgabe von 1962 anzutreffen war („Das vortreffliche fränkische und ostbayerische helle Bier ist etwas bitterer, als man es sonst gewohnt ist; es schmeckt würzig nach Hopfen“¹²⁴⁷), hinaus. Ihre Charakteristik wird nun auch hier durch ein dem gegenwärtigen Lifestyle entsprechendem Storytelling vermittelt, welches die vormals kaum bis wenig beredeten Herstellungsverfahren und Geschmacksvarianten dadurch zum Besonderen erhebt, indem es sie als „wiederentdeckt“ oder im Kleinen „weitergepflegt“ erscheinen lässt. So heißt es etwa zu den Rot- und Braunbieren wie folgt:

Für ihre Herstellung wurde bzw. wird dunkles Gerstenmalz und untergärige Hefe verwandt. Während im Raum Bayreuth früher das bernsteinfarbene Braunbier dominierte, war es im Raum Nürnberg das Rotbier. Heute wird Braunbier u.a. von der Brauerei Neder in Forchheim und der Brauerei Klosterbräu in Bamberg hergestellt – und in Nürnberg haben die Brauerei Altstadt Hof und die Brauerei Schanzenbräu das Nürnberger Rotbier wieder aufleben lassen.¹²⁴⁸

In ähnlichem Tonfall geht es dann auch bei den Rauchbieren weiter, wo zunächst betont wird, dass für deren Herstellung früher offenes Holzfeuer eingesetzt wurde, um das Malz zu trocknen. Später sei dann dieses „Rauchdarren“ jedoch durch industrielle Trocknungstechniken verdrängt worden. Allerdings:

¹²⁴⁵ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 74.

¹²⁴⁶ Ebd., S. 74.

¹²⁴⁷ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹²⁴⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 74.

„Einige Brauereien in Bamberg pflegten und pflegen diese Tradition jedoch weiter – insbesondere „**Schlenkerla**“, die ein stark geräuchertes Bier herstellt und „**Spezial**“, die für ihr mäßig geräuchertes Bier bekannt ist. Räuchern verleiht dem Bier ein ganz spezielles Aroma. Mittlerweile haben auch andere fränkische Brauereien wieder Rauchbiere im Angebot. Und sogar in Argentinien und Japan versuchen sich Braumeister an Rauchbieren nach Bamberger Art.“¹²⁴⁹

Die Betonung der Herstellung nach „alter Art“ ist in diesem Storytelling ein wesentliches Stilelement, um die fränkischen Gerstensäfte – ähnlich wie dies Max Matter in Bezug auf traditionelle Kost konstatiert hat¹²⁵⁰ – als die „echteren“, naturbelasseneren Biere und mit ihnen ebenso die Region als letzte Bewahrerin des „Guten“ erscheinen zu lassen. Dies zeigt sich auch bei der Präsentation des ebenso als traditionell geltenden fränkischen „Eisbocks“, dessen Erzählung zusätzlich mit Vorstellungen des Geheimnisvollen angereichert wurde. So will Baedeker in Bezug auf die hohe Stammwürze von rund 28% wissen, dass dieses Resultat deswegen zustande käme, weil die Brauer ihr Bockbier zunächst einfrieren und danach den im gefrorenen Wasser verbliebenen Bierkern absaugen würden.¹²⁵¹ Der diese Geschichte umgebende Schein des Mystischen und Authentischen wird anschließend nochmals verstärkt, indem darauf aufmerksam gemacht wird, dass diese Bierart durch Zufall entdeckt worden sei, „weil ein Lehrling oder ein Brauereigeselle – da gibt es unterschiedliche Versionen – einer Kulmbacher Brauerei vergessen haben soll, die Bockbierfässer im Winter in den Keller zu rollen.“¹²⁵² Danach betont Baedeker, dass diese archaisch anmutende Herstellungs- bzw. Reifemethode auch heute noch von so mancher Brauerei angewandt würde: „Das Brauhaus Faust in Miltenberg, ein Pionier in Sachen Gourmetbiere, lässt seinen Eisbock im Holzfass reifen – wofür es schon mehrere Bier-Auszeichnungen gab.“¹²⁵³ Besonders interessant dabei ist, dass sich neben der Anspielung auf die Bier-Auszeichnungen, die so nochmals die Besonderheit dieser Brauerei betont, ebenso hier ein Verweis auf das Gourmethaft-Feine finden lässt. Denn durch die Verwendung der Formulierung „Gourmetbiere“ bietet Baedeker an dieser Stelle einen zusätzlichen

¹²⁴⁹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 74f.

¹²⁵⁰ Vgl. MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7), Frankfurt am Main 1990, S. 23.

¹²⁵¹ Vgl. Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 75.

¹²⁵² Ebd., S. 75.

¹²⁵³ Ebd., S. 75.

gedanklichen Rahmen, um die fränkischen Biere (oder zumindest einen Teil davon) trotz aller Mystifizierung dennoch auch als Symbol eines als „fein“ verstandenen „guten Geschmacks“ wahrzunehmen. Dass sich dieser Hinweis im Umfeld von Beschreibungen findet, die das Archaische in der Bierherstellung betonen, kann dabei zusätzlich als Indiz dafür gelesen werden, dass es heute nicht mehr allein genügt bloß über eine distinguierte Kennerschaft zu verfügen. Ein solches Wissen verlangt, da es ebenso als Ausdruck individueller Einstellungen genutzt werden kann, immer öfter auch in persönliche Bekenntnisse verpackt zu werden. Was man trinkt (und freilich auch isst) wird so zum Zeichen der Persönlichkeit und kann sich als Bestandteil von Vorlieben und Tabus in alle Lebensbereiche verästeln. Die damit verbundene hohe symbolische Deutungskraft wird dabei stets aus neuem Wissen gespeist.¹²⁵⁴

Zu diesem neuen Wissen lässt sich auch die anschließende Bemerkung zählen, dass sich in Franken neben den traditionellen Biersorten auch „bemerkenswerte Bier-Innovationen“¹²⁵⁵ finden würden. „So durfte sich die Brauerei Felsenbräu in Thalmannsfeld, die ihren gesamten Brauprozess mit regenerativer Energie betreibt, seit 2007 als erste Brauerei Deutschlands als **Solarbrauerei** bezeichnen – und sie vermarktet ihr Bier deshalb als ‚Sonnenstoff‘.“¹²⁵⁶ In diese Erzählung fließen Teile des eingangs dargestellten Bio- und Umweltdiskurses ein, in denen Vorstellungen einer sorgfältigeren Bewirtschaftung durch die Nutzung umweltfreundlicher Energie dominiert und mit der Herstellung von Produkten verknüpft werden. Diese gelten dann als besser und gesünder, weil sie aus einem mit der Natur in Einklang stehenden (klein-räumlichen) Anbaugebiet stammen würden. Wobei erst die zum Label stilisierte Region diesem zunächst noch im Diffusen liegenden Raum jene Konturen verleiht, der ihn als überschaubares und schützenswertes Reservat erkennen lässt. In diese Kerbe schlägt auch die folgende Darstellung mit ihren Ortsverweisen:

¹²⁵⁴ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 14f; KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 11.

¹²⁵⁵ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 76.

¹²⁵⁶ Ebd., S. 76 [Hervorhebung im Original].

Ebenfalls seit 2007 haben die Bayreuther Bio-Brauer, die zur Brauerei Maisel gehören, ein Bio-Weißbier im Angebot, für das nur Zutaten aus kontrolliert ökologischem Anbau verwendet werden. Auch die Klosterbrauerei Weißenhohe, die um das Jahr 1050 von den Benediktinern erstmals gegründet worden sein soll und deshalb als die womöglich älteste Brauerei Frankens gilt, hat Bioland-Biere im Angebot.¹²⁵⁷

Hierin verknüpfen sich moralisch getränkte Vorstellungen im Hinblick auf die Verantwortung gegenüber Natur und Umwelt, die durch eine neue Narration auch eine neue Qualität erhalten.¹²⁵⁸ Das vormals Unberedete wird nun zum Thema gemacht, das ehemals Selbstverständliche zum Besonderen erhoben. Zu diesem Besonderen gehört es jetzt ebenfalls „sich auf die Spuren des fränkischen Biers [zu] begeben“¹²⁵⁹ – in Form einer Brauereibesichtigung, eines Bierseminars, einer Brauereiwanderung oder gar mittels eines Braukurses.¹²⁶⁰ „Etliche Bier-, Brau- und Hopfenmuseen bieten Informationen und Hintergründe (...). Das Freilandmuseum in Bad Windsheim zeigt ein altes Kommunbrauhaus und eine historische Bratpfanne von 1844. Eine Besonderheit Frankens sind die zahlreichen kleinen Brauereigaststätten, die unbedingt einen Besuch lohnen. Auch die vielen Bier- und Kellerfeste sowie Hunderte von Kirchweihen geben eine willkommenen Anlass für den Biergenuss. Wohl bekomms!“¹²⁶¹ Visuell aufgelockert werden die textlichen Darstellungen rund um die Bierkultur lediglich durch eine Abbildung, die den Biergarten von „Kathi Bräu“ als „typisch fränkisch“ vermittelt, sowie durch eine Aufzählung von als herausragend angesehenen Regional-Webseiten (siehe Abb. 35 auf der folgenden Seite).

¹²⁵⁷ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 76.

¹²⁵⁸ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 23f.

¹²⁵⁹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 76.

¹²⁶⁰ Vgl. ebd., S. 76.

¹²⁶¹ Ebd., S. 76f.



Abb. 35: „Typischer fränkisch geht es kaum“: Der Biergarten als Inbegriff fränkischer Lebensart (links) sowie verschiedene Webseiten zum fränkischen Biertourismus (© Dumont Bildarchiv/Kay Maeritz & Naht. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 75 & 77.)

Darin heißt es etwa unter www.franken-bierland.de, dass hier „unter anderem 58 verschiedene Biertouren“¹²⁶² vorgestellt werden und die Homepage www.bierland-oberfranken.de „informiert u.a. über Brauereimuseen und über 54 Biertouren in Oberfranken.“¹²⁶³

Die Überleitung zur Präsentation fränkischer Speisen erfolgt im Anschluss über Erläuterungen zur „Brotzeit“. Diese wird als „[z]u den Lieblingsbeschäftigungen eines jeden gestandenen Franken“¹²⁶⁴ gehörend beschrieben – „am besten am Vormittag oder am späten Nachmittag, wenn der nächste Hunger nach dem Mittagessen kommt.“¹²⁶⁵ Aus diesen Sätzen lässt sich zwar erahnen, dass es sich hierbei um eine Zwischenmahlzeit handelt, allerdings erfährt der Leser weder etwas zur Wortherkunft noch zum sozio-historischen Diffusionsprozess dieser als „Lieblingsbeschäftigung“ und damit als charakteristisch für die fränkische Lebensart dargestellten Speiseform. Stattdessen erfolgt eine Aufzählung von ausgewählten Speisen, die als Teil der „Brotzeit“ angesehen werden. Ihre Auswahl schien dabei aber allein nach der Exotik ihres Namens oder nach ihrer als regionaltypisch erachteten Zusammensetzung erfolgt zu sein. So heißt es etwa zum „Ochsenmaulsalat“: „Wer unter den Ochsenmaulsalat noch Presssackstücke und Ei mischt, erhält das typische Nürnberger Gericht; mitunter sind auch Käsestücke im **Nürnberger Gwerch**.“¹²⁶⁶ Dass

¹²⁶² Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 77.

¹²⁶³ Ebd., S. 77.

¹²⁶⁴ Ebd., S. 77.

¹²⁶⁵ Ebd., S. 77.

¹²⁶⁶ Ebd., S. 77 [Hervorhebung im Original].

letztgenannte Bezeichnung als Synonym für den beschriebenen Wurstsalat verwendet wird, da dessen Anordnung im Fränkischen als Durcheinander und daher oftmals mit dem Dialektwort „Gwerch“ umschrieben wurde, lässt Baedeker unerwähnt. Dies betrifft ebenso die Namensherkunft des Gerichts „Himmel und Hölle“, bei dem der Reiseführer nur wissen lässt, dass es „aus Bratkartoffeln (Grösta) und gebratener Blutwurst“¹²⁶⁷ bestünde. Beim Zwiebelkuchen wird dann sogar nochmals extra betont, dass es sich hierbei um etwas Herausragendes handeln würde: „**Fränkischer Zwiebelkuchen** sucht seinesgleichen. Er wird aus einem Hefeteig hergestellt und ist mit reichlich Zwiebeln, saurem Rahm und Speck belegt.“¹²⁶⁸ Auffallend bei all diesen Speisedarstellungen ist, dass Baedeker mit keinem Wort erklärt, *was* das Besondere an diesen Gerichten sei bzw. *warum* ausgerechnet sie das Fränkische repräsentieren. Ähnliches lässt sich auch im Abschnitt über die Hauptmahlzeiten beobachten, wo rund um die als empfehlenswert erachteten fränkischen Suppen etwa die „Hochzeitssuppe, eine klare Rinderbrühe mit Gemüse und kleinen Grieß- und Leberklößen“¹²⁶⁹, oder die „Pfannkuchensuppe“ als „eine andere Spezialität“¹²⁷⁰ hervorgehoben wird. Bei den anschließenden Fleischspeisen wird zunächst das Schweinfleisch hervorgehoben, das „z.B. als Schweinebraten, deftige Schweinshaxe – das Knöchla – oder als Schäuferla (...)“¹²⁷¹ gegessen würde. „Gerne“ wird aber auch „Ochsenfleisch mit Preiselbeeren und Kren (Meerrettich) gegessen, oder auch Sauerbraten (...)“¹²⁷² Bei den Fischen dürfen – wie schon in der Ausgabe von 1962 – die Meefischli nicht fehlen, wobei auch diesmal nicht dazu gesagt wird, welche Fischarten hierfür bevorzugt auf den Tellern landen. Vielmehr wird darauf verwiesen, dass es sich um „Süßwasserfische aus den fränkischen Flüssen und Seen“¹²⁷³ handle – die Betonung ihrer regionalen Ortsgebundenheit wirkt dabei wie ein natürlicher Schutz vor etwaigen Verunsicherungen, die vor dem Hintergrund von ins Bewusstsein eingebrannter Bilder verunreinigter Flüsse und vergifteter Fische auftreten können. Die solcherart vermittelte Kennerschaft eines „richtigen“ Konsums macht nun obendrein auch vor dem Tisch nicht halt, verweist doch Baedeker ebenso gleich auf ihren richtigen Verzehr: So seien die „aus dem

¹²⁶⁷ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 77.

¹²⁶⁸ Ebd., S. 78 [Hervorhebung im Original].

¹²⁶⁹ Ebd., S. 78.

¹²⁷⁰ Ebd., S. 78.

¹²⁷¹ Ebd., S. 78.

¹²⁷² Ebd., S. 78.

¹²⁷³ Ebd., S. 78.

Main“ kommenden Meefischli „ganz und gar, also mit Kopf, Schwanz und Gräten“¹²⁷⁴ zu essen.

Beim Gemüse lässt Baedeker u.a. wissen, dass „zur **Spargelzeit** (...) ganz Franken die köstlichen Spargelstangen, die von den Feldern aus dem Nürnberger Knoblauchsland, aus der Volkacher Mainschleife und der Gegend um Bamberg und Würzburg kommen“¹²⁷⁵, essen würde. Und:

Spargel wird schlicht mit zerlassener Butter und Frühkartöffelchen oder Pfannkuchen sowie mit Schinkenröllchen gegessen oder als Spargelsalat, der in Nürnberg warm serviert wird. Eine ganz besondere Spezialität ist Salat aus Hopfenspitzen, den es etwa zeitgleich mit Spargel vorzugsweise in der Gegend von Spalt gibt.¹²⁷⁶

Diese Formulierungen deuten auf gleich mehrere gesellschaftliche Veränderungen hin: Zum einen kann die verstärkte Einbindung von „grünem Essen“ bei der kulinarischen Darstellung einer Region, die bisher eher mit deftigen Speisen assoziiert wurde, als Ausdruck gewandelter Selbstverständlichkeiten auch bei kulinarischen Dingen gelesen werden. In Zeiten von verstärkt in der Öffentlichkeit thematisierten Lebensmittelskandalen – siehe dazu die einleitenden Darstellungen in dieser Arbeit – gilt vielen inzwischen auch das Fleisch aus Regionen, in denen es zu einem Symbol des kulinarischen Selbstverständnisses aufgestiegen ist, nicht mehr vorbehaltlos als Spezialität. Zum anderen verlangt auch die zunehmende Ausdifferenzierung von nicht nur moralisch grundierten Lebensstilen immer öfter nach Alternativen. Geht es schließlich auch bei Ihnen darum, aus einem breiten Potpourri an Auswahlmöglichkeiten zu wählen und so seine persönlichen Vorlieben – etwa für bestimmte Moden – als ganz individuellen Ausdruck der eigenen Persönlichkeit zu zeigen. Zusätzlich drückt sich in diesem Absatz ebenso der Trend aus, das Besondere an einer Region, ihrer Speisen und Verzehrweisen immer öfter auch durch das Thematisieren allfälliger Binnenvarianzen betonen zu wollen. Dies passiert in diesem Absatz dadurch, dass Baedeker zunächst betont, dass zur Spargelzeit „ganz“ Franken die dünnen, etwa von den Feldern aus dem Nürnberger

¹²⁷⁴ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 78.

¹²⁷⁵ Ebd., S. 79.

¹²⁷⁶ Ebd., S. 79.

Knoblauchsland¹²⁷⁷ stammenden Gemüsestangen esse würde – und zwar „schlicht mit zerlassener Butter“¹²⁷⁸ und mit „Frühkartöffelchen oder Pfannkuchen sowie mit Schinkenröllchen (...) oder als Spargelsalat, der in Nürnberg warm serviert wird.“¹²⁷⁹ Diese Formulierungen zielen darauf ab, die Individualität und Vielfalt der Region noch stärker hervorzuheben. Gleiches findet man auch im nachfolgenden Absatz rund um die in Franken anzutreffenden verschiedenen Knödel-Variationen. So heißt es dort etwa wie folgt: „Eine Besonderheit – aber nur für die Gäste Frankens – sind die Klöße (je nach Region heißen sie ‚Klöß‘, ‚Kleeß‘ oder ‚Klääß‘).“¹²⁸⁰ Baedekers Einschub „aber nur für die Gäste Frankens“ will andeuten, dass Knödel für die Franken zum regionalen Küchenalltag gehören und sohin für die Einheimischen nichts Besonderes darstellen würden. Dieses Suggestieren ihrer Nichtbesonderheit macht sie allerdings gerade zu etwas Typischen, da auf diese Weise vermittelt wird, dass sie fest in die Region eingeschrieben seien. Das Anführen ihrer verschiedenen regionaldialektalen Bezeichnungen – „Klöß“, „Kleeß“, „Klääß“ – verstärkt diesen Eindruck, das so obendrein auch auf das Erkennen ihrer Vielfalt ausgerichtet ist. Diese würde, so erfährt der Leser gleich im nächsten Satz, keine Grenzen kennen: „Klöße aus rohen Kartoffeln, Klöße aus gekochten Kartoffeln, Klöße, die zur Hälfte aus gekochten und zur Hälfte aus rohen Kartoffeln hergestellt werden, Klöße aus gekochten Kartoffeln und Stärkemehl.“¹²⁸¹

Mit der vorangegangenen Aufzählung unterschiedlicher Hauptmahlzeiten, die in ihrer Konsistenz oder Verzehrweise allesamt – so wurde es von Baedeker zumindest suggeriert – das Spezifische der Region ausdrücken, nähert sich der Reiseführer schließlich der Darstellung von als „typische fränkische Gerichte“ eingestuften Speisen. Hier dominieren auf den ersten Blick durchwegs jene Speisen, die sich bereits zuvor als „traditionell“ oder „bodenständig“ zu erkennen gaben. Das

¹²⁷⁷ Als „Knoblauchsland“ wird ein flächendeckendes Gemüseanbaugebiet in der Mitte des Städtedreiecks Nürnberg-Fürth-Erlangen bezeichnet, das 1439 erstmals urkundlich erwähnt wurde und schon damals für den Anbau verschiedener Gemüse- und Kulturpflanzen – u.a. auch der Knoblauchzwiebel, die dem Gebiet vermutlich seinen Namen gab – bekannt gewesen sei. Das damit verbundene Bild eines archaischen Raums, dessen Gemüseanbau auf eine alte Tradition zurückblicken könne, hat sich bis heute erhalten. Vgl. MÜSSENBERGER, Irmgard: Das Knoblauchsland. Nürnbergs Gemüseanbaugebiet (=Erlanger Geographische Arbeiten, Heft 7). Erlangen 1959, S. 87ff.

¹²⁷⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 79.

¹²⁷⁹ Ebd., S. 79.

¹²⁸⁰ Ebd., S. 79.

¹²⁸¹ Ebd., S. 79.

Bemerkenswerte an dieser Darstellung ist allerdings, dass die hier präsentierte Kost trotz ihres eher als deftig einzustufenden Charakters nun zusätzlich auch einen Anstrich des Gourmethaft-Feinen bekommt. So heißt es beispielsweise gleich in der Einleitung, dass in Franken „traditionell bodenständig gekocht“¹²⁸² würde, „aber viele Restaurants dazu übergegangen [seien], fränkische Küche zu verfeinern und mit raffinierten Rezepten auch Gourmets zufriedenzustellen.“¹²⁸³ Dieses Bemühen um das Zufriedenstellen von Feinschmeckern äußert sich dann auch bei der Präsentation der Gerichte immer wieder. So weist Baedeker beispielsweise beim „Lammbraten vom Altmühltaler Lamm“ darauf hin, dass das Lammfleisch am besten schmecke, „wenn zur Zubereitung Kräuter aus der Region verwandt werden – darunter Salbei, Kerbel, Estragon, Thymian, Rosmarin, Liebstöckel sowie Knoblauch.“¹²⁸⁴ Die solcherart vollzogene Verknüpfung von als „fein“ geltenden Gewürzen mit der Region lassen unweigerlich auch ihre Speisen, in diesem Fall den Lammbraten vom Altmühltaler Lamm, zu etwas Feinem aufsteigen. Dabei lässt der Reiseführer unerwähnt, dass keines der aufgezählten Kräuter bzw. Gewürze seinen Ursprung in Franken, ja teilweise nicht einmal in Deutschland hat. Vielmehr konzentriert sich die Darstellung auf das Hineinerzählen des Lammfleischs in die Region – zum einen, indem es mit dem Namen jener Region bezeichnet wird, aus der es stammen soll; und zum anderen durch die abschließende Betonung, dass Lammfleisch nicht nur in Altmühltal „wieder“ zur Spezialität geworden sei, „auch Frankenhöhe-Lamm, Rhönschaf und Hesselberg-Lamm“¹²⁸⁵ würden sich auf den Tellern wieder finden. Damit suggeriert der Reiseführer, dass man sich in Franken vielfach auf alte Kochtraditionen zurückbesinnen würde, wodurch sich zugleich auch Imaginationen von der „guten, alten Zeit“ ausbreiten können, in die auch Vorstellungen einer natürlicheren und/oder besseren Küche – weil etwa die Produktionswege kürzere waren – einfließen können. Dieses Besinnen auf bzw. Hochhalten von alten Traditionen, das so auch die deftigen Speisen zu etwas Besonderem, zu etwas Feinem werden lässt, zeigt sich auch bei der Präsentation der „Fränkischen Schlachtschüssel“. Darin heißt es, dass der Schlachttag auf dem Lande in früheren Zeiten etwas „ganz Besonderes“ gewesen sei,

¹²⁸² Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 80.

¹²⁸³ Ebd., S. 80.

¹²⁸⁴ Ebd., S. 81.

¹²⁸⁵ Ebd., S. 81.

denn nur an diesem Tag gab es frisches Schweinefleisch. Heute wird diese Tradition in Landgasthäusern mit angeschlossener Metzgerei lebendig gehalten. Die typische fränkische Schlachtplatte ist eine sehr deftige Mahlzeit und besteht aus Kesselfleisch (gekochter Schweinebauch) und Sauerkraut, zuweilen ergänzt um Presssack und/oder Bratwurst.¹²⁸⁶

Das darin zum Ausdruck kommende Ritualhafte, das hier den Rahmen für das Herausragende bildet, lässt sich auch bei anderen Darstellungen ausmachen. So eröffnet Baedeker seine Erzählung zum „Fränkischen Sauerbraten“ mit der Bemerkung, dass es sich um „eine beliebte Sonntags- und Festtagsmahlzeit“¹²⁸⁷ handle. Und:

Vor dem Braten wird das Rindfleisch für mehrere Tage in einem Essigsud (zuweilen auch in Rotwein-Essigsud) eingelegt – und nach dem Braten wird es mit einer sämigen Lebkuchen-Sahnesoße serviert. Meist reicht man dazu Kartoffelklöße und Salat, mancherorts auch gekochtes Blaukraut (Rotkohl).¹²⁸⁸

Ähnlich wie zuvor bei der „Fränkischen Schlachtschüssel“ wird auch bei diesem fränkischen Gericht zusätzlich darauf aufmerksam gemacht, wie „man“ es (das heißt „üblicherweise“) zubereitet bzw. serviert. Damit soll sich das Bild eines herausragenden, ganz und gar regional-typischen Gerichts weiter verfestigen. Beim „Fränkischen Schäuferle“ wird dieses Bild nochmals dadurch getoppt, indem Baedeker nicht nur erzählt, dass es sich hierbei um „eines der beliebtesten regionalen Gerichte“¹²⁸⁹ handle, sondern mit einem Satz auch noch festhält, wie das „Schäuferle“ zu seiner Bezeichnung kam: „Sein Name verweist darauf, dass die Form des Knochens der Schweineschulter einer kleinen Schaufel ähnelt.“¹²⁹⁰ Danach folgt auch hier der Hinweis auf die „richtige“ Servierweise („mit Bratensoße, Kartoffelklößen und Salat bzw. Kraut“¹²⁹¹) sowie der abschließende Tipp: „Richtig gelungen ist das Schäuferle, wenn es eine rösche, knusprig-goldbraune Schwarte hat.“¹²⁹² Damit suggeriert Baedeker obendrein, dass sich der Leser auch als Experte in Sachen Feinschmeckerei fühlen dürfe, da er nun wisse, wann das „Fränkische Schäuferle“ *besonders* herausragend sei.

¹²⁸⁶ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 80.

¹²⁸⁷ Ebd., S. 81.

¹²⁸⁸ Ebd., S. 81.

¹²⁸⁹ Ebd., S. 80.

¹²⁹⁰ Ebd., S. 80.

¹²⁹¹ Ebd., S. 80.

¹²⁹² Ebd., S. 81.

Schließlich ist auch noch erwähnenswert, dass sich auf dieser Doppelseite neben dem Aufgreifen von gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen rund um die Themen „Regionalität“, „Geschmack“ und „Genuss“ ein weiterer öffentlicher Diskurs widerspiegelt – jener zur eigenen „Körperarbeit“. So heißt es zum „Lammbraten vom Altmühltaler Lamm“, dass „das magere, kalorienarme und eiweißhaltige Lammfleisch, auf dem nur eine dünne Fettschicht bleibt, (...) ideal für Sportler [ist].“¹²⁹³ Die das „Gute“ an diesem Fleisch betonende Formulierung macht deutlich, dass es heute keineswegs mehr selbstverständlich ist Fleisch zu essen. Sie zeigt beispielhaft, dass es gerade in diesem Bereich immer öfter moralisch gefärbte Stützen braucht, um den Verzehr von Fleisch zu legitimieren. Dies geschieht in diesem Fall dadurch, indem auf den gesunden Aspekt („mager“, „kalorienarm“ und „eiweißhaltig“) verwiesen und für fitnessbewusste Leser („ideal für Sportler“) schmackhaft gemacht wird. Damit greift Baedeker auf Konstruktionen jenes oft als „chic“ und „trendy“ angesehenen Lifestyle zurück, der mittels Kleidung, Mobiliar, Automarke, der Art der besuchten „Events“ und eben auch bestimmter Genussvorstellungen einen plausiblen, aber dennoch unterscheidbaren Zusammenhang für die Ausgestaltung eines individuellen Lebensstils schaffen möchte.¹²⁹⁴ Und zu dieser selbsterbrachten Identitätsleistung gehört eben auch zunehmend der eigene Körper, der vor dem Hintergrund von immer mehr moralisch bedingten Einschränkungen als eine der letzten Instanzen selbstgestalterischer Möglichkeit wahrgenommen wird.

Was die visuelle Präsentation betrifft, geben sich die Speisen als eine überwiegend fleischbetonte Küche zu erkennen, die als „deftig“ bzw. „üppig“ sowie als „bäuerlich-bodenständige“ Kost gedeutet werden kann. (siehe Abb. 36 auf der folgenden Seite).

¹²⁹³ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 81.

¹²⁹⁴ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 18.



Abb. 36: „Typische fränkische Gerichte“: Die visuelle Darstellung der fränkischen Speisen orientiert sich überwiegend an Motiven einer als „bäuerlich-bodenständig“ etikettierten Kost. (© fotolia/Michael Rogner; fotolia/Bernd Jürgens; fotolia/Ars Ulrikusch & mauritius/Martin Siepmann. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 80 & 81).

Allerdings wirken die hierfür verwendeten Ingredienzen auf den ersten Blick weit weniger ausdrucksstark als etwa bei den Speiseabbildungen im „Kroatien“-Guide von 2015 oder auch in Müllers „Toscana“-Führer von 2014. Das liegt zum einen an der Art wie die einzelnen Gerichte fotografiert und gestalterisch nachbearbeitet worden sind. Und zum anderen an der Präsentation der Speisen selbst. So zeigt die Bilddarstellung des „Gebackenen Karpfen“ selbigen Fisch auf einem weißen Teller, der seinerseits auf einem weißen Tischtuch platziert ist und von zwei Beilagen – erkennbar als grüner Salat sowie Kartoffelsalat – umrahmt ist. Letzteres lässt sich als visuelles Äquivalent zu dem dazugehörigen verbal-textlichen Verweis auffassen, dass sich „zu einem knusprig-braunen gebackenen Karpfen (...) Kartoffelsalat und Salat“¹²⁹⁵ eignen würden. Doch mag sich hier die Aura des besonders Genussvollen weniger einstellen als etwa im Vergleich zu den Karpfen-Abbildungen auf den

¹²⁹⁵ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 80.

offiziellen Webseiten der „Genussregion Oberfranken“¹²⁹⁶ und der „Fränkischen Schweiz“¹²⁹⁷. Verantwortlich für diesen Eindruck ist, dass das Baedeker'sche Karpfenbild mit weitaus weniger verbal-textlichen und visuellen Zeichen ausgestattet ist als etwa die Darstellungen auf den beiden genannten Webseiten. So heißt es dort beispielsweise bei einem zur Fränkischen Schweiz angeführten „Genusstipp“ rund um den „Gebackenen Karpfen“, dass man „als knusprige Hülle auch einen feinen Bierteig“¹²⁹⁸ verwenden könne. Und: „Viele Gasthäusern [sic!] bieten inzwischen auch Pfefferkarpfen an. Dazu wird der fertig panierte Fisch noch einmal kräftig in gemahlenem Pfeffer gewendet und knusprig ausgebacken.“¹²⁹⁹ Visuell umrahmt wird dieser Online-Verweis von Abbildungen, die den Karpfen nicht nur gebacken zeigen, sondern auch gebraten und obendrein mit als „fein“ konnotierten Beigaben, wie z.B. mit einem locker angehäuften Gewürz-Gratin samt zerronnenem Butterschmalz. Aufgrund gelernter Bilder können diese Motive Imaginationen des Besonderen evozieren und beim Betrachten und Bewerten der so abgebildeten Karpfen als „feine“ Speise miteinfließen. In Baedekers „Franken“-Führer von 2014 sieht dies gänzlich anders aus. Hier mögen sich solche Assoziationen rund um den Karpfen allerhöchstens in Ansätzen, vermittelt lediglich durch die weißen Teller und das weiße Tischtuch, abrufen lassen.

Demgegenüber steht das Bild des „Fränkischen Sauerbratens“, das trotz seiner Konnotation als deftige Speise hier weitaus stärkere Zeichen des Feinen erkennen lässt. Maßgeblich dafür verantwortlich ist das Abbilden von gleich mehreren gourmethaft anmutenden Ausdrücklichkeiten. So fällt neben dem abgebildeten Sauerbraten und dem „Kartoffelkloß“ vor allem das in einem Glas angerichtete „Blaukraut“ auf, das obendrein mit Petersilie „verfeinert“ wurde. Für Leser, die über den zunehmenden Trend in der gehobenen Gastronomie Bescheid wissen, auch Beilagen durch das Servieren in ausgefallenen kleinen Schalen oder in Gläsern eine ästhetische Anmutung zu verleihen, kann dies zu einem Symbol eines ausgefallenen

¹²⁹⁶ Vgl. URL:

http://www.genussregion.oberfranken.de/spezialitaeten/spezialitaeten_von_a_z/k/443/karpfen_gebacken/details_39.htm; (18. Mai 2017).

¹²⁹⁷ Vgl. URL: <http://www.die-fraenkische-schweiz.com/Essen-Trinken-wie-Gott-in-Franken/Karpfen-essen-in-Franken/>; (18. Mai 2017).

¹²⁹⁸ URL: <http://www.die-fraenkische-schweiz.com/Essen-Trinken-wie-Gott-in-Franken/Karpfen-essen-in-Franken/>; (18. Mai 2017).

¹²⁹⁹ URL: <http://www.die-fraenkische-schweiz.com/Essen-Trinken-wie-Gott-in-Franken/Karpfen-essen-in-Franken/>; (18. Mai 2017).

Geschmacks aufsteigen. Dazu gesellt sich – wie in der beigefügten Textbeschreibung betont wird – eine „sämige Lebkuchen-Sahnesoße“¹³⁰⁰, die mit Hilfe von damit einhergehenden Geschmacksvorstellungen den Eindruck verstärkt, dass es sich hierbei wohl um eine besonders leckere Speise handeln müsse. Freilich bleibt unklar, ob es sich bei der abgebildeten Sauce tatsächlich um die genannte „Lebkuchen-Sahnesoße“ handelt; auch lässt sich keine Aussage darüber treffen, ob der Braten – wie von Baedeker ebenfalls beschrieben – vorher „für mehrere Tage in einem Essigsud“¹³⁰¹ gelegen hatte. Dies ist in diesem Kontext aber auch gar nicht notwendig, da durch das hier erkennbare Wechselspiel von aufeinander bezogener Bild-Text-Aussagen, die auf Vorstellungen des geschmacklich „Raffinierten“, „Verfeinerten“ abzielen, unweigerlich Imaginationen des besonders Schmackhaften ermöglicht werden.

Nicht ganz so „fein“ und „raffiniert“ geben sich die visuellen Darstellungen zur „Fränkischen Schlachtschüssel“ und zum „Schäufele“. Dies mag vor dem Hintergrund ihrer verbal-textlichen Präsentation als deftige Hausmannskost zunächst auch wenig verwundern. Bei beiden Speisen zeigt sich auf den ersten Blick, dass in sie – anders als beim „Fränkischen Sauerbraten“ – weit weniger ästhetisch interpretierbare Zeichen einfließen. Zwar lässt sich beim „Schäufele“ die als „rösche, knusprig-goldbraune“¹³⁰² beschriebene Schwarte ansatzweise als solche erkennen und – wie von Baedeker in der beigefügten Beschreibung konstatiert – möglicherweise auch als „richtig gelungen“¹³⁰³ deuten. Dennoch macht das Gesamtsetting beider Bilder einen eher plumpen Eindruck, was nicht nur auf das einfach gehaltene Arrangement der einzelnen Speisebestandteile zurückgeführt werden kann, sondern auch auf ihren bildgebenden Rahmen. Dieser wirkt – ob von Baedeker gewollt oder nicht – eher bescheiden, um nicht zu sagen laienhaft. So fällt bei der „Fränkischen Schlachtschüssel“ gleich im ersten Moment auf, dass der Hintergrund zur Gänze weggretuschiert wurde. Ob dies dabei aus Gründen einer stärkeren Fokussierung auf das Gericht geschah oder der Hintergrund möglicherweise nicht zur „Anmutung“ der Speisesettings passte, darüber lässt sich nur spekulieren, weswegen dies an dieser Stelle auch nicht weiter ausgeführt

¹³⁰⁰ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 81.

¹³⁰¹ Ebd., S. 81.

¹³⁰² Ebd., S. 80.

¹³⁰³ Ebd., S. 80.

werden soll. Somit bleibt neben den Einzelbestandteilen des Gerichts lediglich noch dessen Teller als weiterer Anhaltspunkt zur Interpretation über. Augenfällig ist hier vor allem die Randbemalung, die an das vormals vor allem im gehobenen Bürgertum überaus populäre Zwiebelmuster erinnert, welches als Ausdruck des guten Geschmacks galt und auf keinem repräsentativen Service-Set fehlen durfte.¹³⁰⁴ Unter diesem Aspekt kann somit die Art der fotografischen Darstellung der „Schlachtschüssel“ auch als Verweis auf das Traditionsbehaftete gelesen werden. Beim „Schäufele“ sticht – neben der Speise selbst – vor allem die mit einem bunten Blumenmuster versehene Tischdecke heraus. Allerdings kann allein aufgrund ihrer Buntheit und ihres Musters noch keine Aussage darüber getroffen werden, ob die Aufnahme in einem rustikalen Landgasthof oder in einem Hauben-Restaurant entstanden ist, da letztere – zumindest für Österreich gesprochen – ebenfalls immer öfter dazu übergehen, eine „legere“ Atmosphäre zu schaffen. Dann darf auch mal das weiße Tischtuch zur Gänze fehlen, um es ebenfalls in den kulinarischen Sterne-Tempeln „wieder ehrlicher, authentischer und auch ein bisschen gemütlicher“ zu haben.¹³⁰⁵

In ihrer ästhetischen Anmutung stehen diese Bilder allerdings in starkem Kontrast zu jenem Speisenmotiv, das dem Speisekapitel vorangestellt ist. Es zeigt im Vordergrund eine Pfanne mit dem zum kulinarischen Symbol für Franken erhobenen Bratwürsten samt Sauerkraut, einen Topf Kartoffelpüree, eine kleine Schale mit Senf sowie ein dunkles Bier samt Schaumkrone (siehe Abb. 37 auf der folgenden Seite).

¹³⁰⁴ Vgl. ÜBERRÜCK, Angelika: Die christlichen Motive des Blaudrucks. Spiegel der Volksfrömmigkeit in Deutschland vom Ende des 17. Jahrhunderts bis heute. Münster 2008 (zugl. Diss. Universität Bochum 2007), S. 202.

¹³⁰⁵ Vgl. URL: <http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/3880549/Warum-das-weiße-Tischtuch-ausgedient-hat>; (21. Mai 2017).

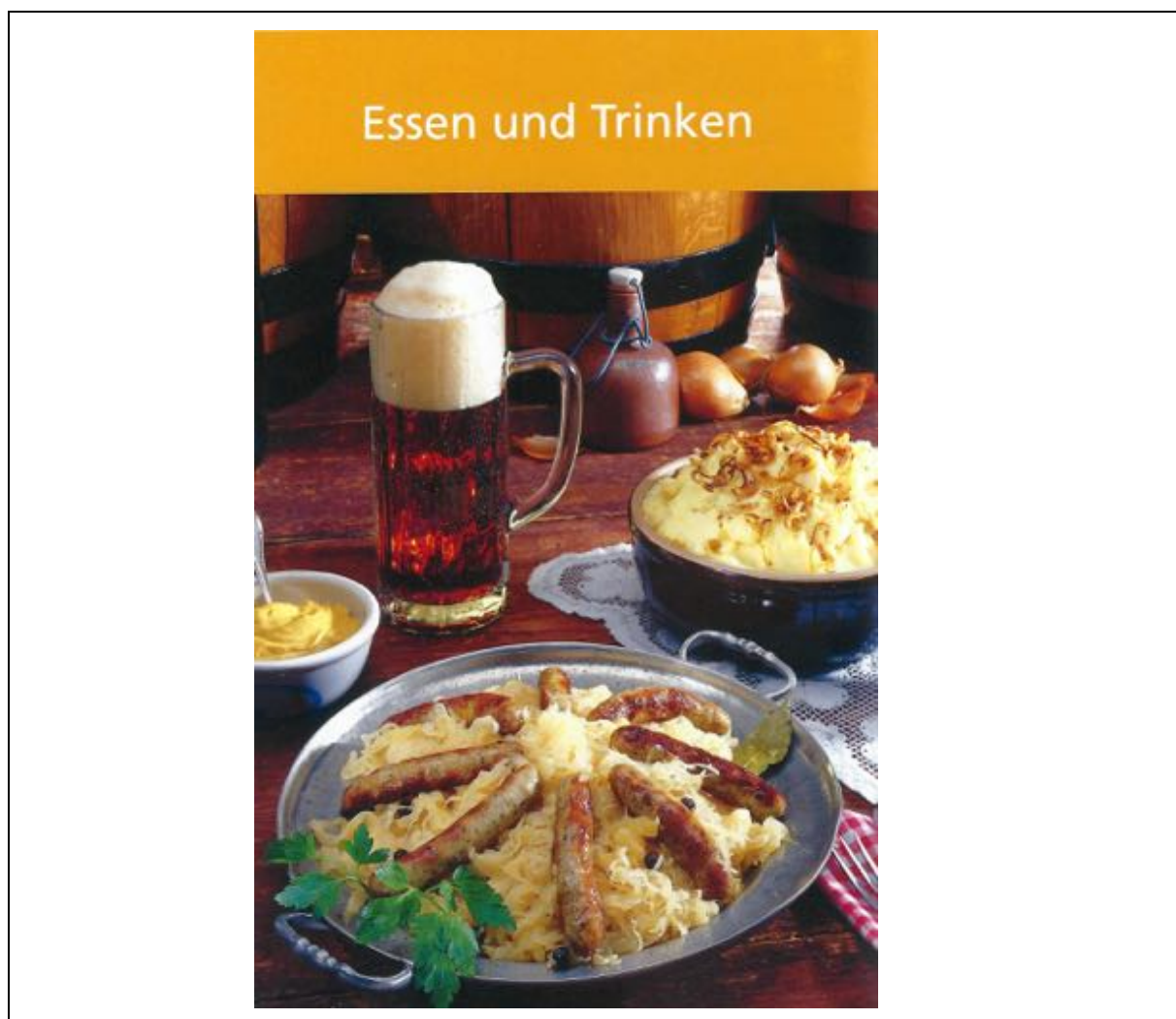


Abb. 37: „Fränkische Spezialität: Bratwürste mit Sauerkraut, dazu ein Bier“: Beispiel für die Visualisierung fränkischer Lebensart, die beim Essen sehr stark mit Motiven des „Archaisch-Bäuerlichen“ spielt (© huber/Reinhard Schmid. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 72).

Ihre besondere Ästhetik entsteht hier einerseits durch eine weitaus stärkere symbolhafte Darstellungsweise der Speisen selbst als auch andererseits durch den hier ebenfalls zeichenhaft einfließenden visuellen Gestaltungsrahmen. Dabei lassen sich die Bratwürste und ihre Beilagen aufgrund der bisherigen verbal-textlichen Darstellungen bereits vorab als Ausdruck deftiger Hausmannskost mitdenken. Im vorliegenden Bildsujet wird dieser Eindruck durch die Darstellung als groß anmutende Portion samt üppigen Beilagen noch einmal verstärkt. Auch der bereits angesprochene Trend zur Verfeinerung der fränkischen Küche kommt in diesem Bild gleich mehrmals zum Vorschein. So vermitteln allein schon die Bratwürste, die zu einem kreisrunden Muster drapiert sind – auch dies lässt sich übrigens als Hinweis einer zunehmenden Ästhetisierung im Tourismus deuten –, dass es sich hier wohl

um „echte“ Leckerbissen handle. Diese Assoziation lässt sich durchaus schon in Anbetracht ihrer Haut aufrufen, die sich als – um im Wording der bisherigen verbal-textlichen Darstellungen zu bleiben – „knusprig-goldbraune“ Oberfläche zu erkennen gibt und – auch das wurde von Baedeker bereits mehrmals vermittelt – ebenso als Zeichen des Schmackhaften gelesen werden kann. Dazu gesellen sich Petersilienblätter, Pfefferkörner und Lorbeeren, die den Ausdruck des Besonderen zusätzlich verstärken. Die zweite Beilage, das Kartoffelpüree, scheint wiederum mit angerösteten Zwiebeln verfeinert worden zu sein. Dieser Eindruck verdichtet sich durch die im Hintergrund erkennbaren Zwiebeln, deren Außenhaut teilweise abgeschält zu sein scheint und so der Gesamtszenerie zusätzlich einen Hauch des Echten, des Authentischen verleiht. Damit sind wir bei den rahmengebenden Bildmotiven angelangt, die hier klar in eine Richtung deuten: Nämlich die Konturierung der Speise als ein, wie dies Baedeker bereits in der Einleitung formulierte, „bewusst gepflegtes Relikt bäuerlicher Tradition“¹³⁰⁶. Darauf deutet in diesem Bild zunächst der mitunter durch seine dunkle Farbe archaisch wirkende Holztisch, dessen grobe und unbehandelt wirkende Maserung an jene wuchtigen Speisetische erinnert wie sie in früheren Zeiten vielfach in Bauernstuben zu finden waren. Dort war der Tisch nach Köstlin oftmals eine „Arena von Auseinandersetzungen, die über den üblichen Dialog [hinausgingen].“¹³⁰⁷ Denn hier konnte die Gültigkeit des damaligen sozialen Ranggefüges innerhalb der Familie bestätigt oder auch höchst wirksam gestört werden.¹³⁰⁸ Darüber hinaus macht Anni Gamerith darauf aufmerksam, dass der archaisch-bäuerliche Stubentisch, neben dem Herd, überhaupt der zentrale Ort des Hauses war. Hier wurden „alle Verträge geschlossen, Freier und Gäste empfangen, die Arbeitseinteilung besprochen, gemeinsam gegessen, Bräuche ausgeübt und gebetet (...).“¹³⁰⁹ Köstlin nennt den Bauertisch vergangener Tage daher auch einen „Ort der Hausöffentlichkeit“¹³¹⁰, an

¹³⁰⁶ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 13.

¹³⁰⁷ KÖSTLIN, Konrad: Die gemeinsame Mahlzeit als Ikone familiärer Kommunion. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 53 (2008), S. 266.

¹³⁰⁸ Vgl. ebd., S. 266.

¹³⁰⁹ GAMERITH, Anni: Tisch, Mahl, Speise des einfachen Landvolkes zur Zeit Erzherzog Johanns. In: KLINGENSTEIN, Grete / CORDES, Peter: Erzherzog Johann von Österreich (=Beiträge zur Geschichte seiner Zeit, Bd. 20). Graz 1982, S. 166.

¹³¹⁰ KÖSTLIN, Konrad: Die gemeinsame Mahlzeit als Ikone familiärer Kommunion. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 53 (2008), S. 266.

dem – ähnlich wie beim Herd¹³¹¹ – eine Vielzahl hochsymbolischer Handlungen gesetzt wurden.¹³¹² Diese Zeichenhaftigkeit reduziert sich in der heutigen öffentlichen Wahrnehmung allerdings vielfach nur mehr auf eine bäuerlich-archaisch anmutende Mystik, die nicht weiter hinterfragt wird. Maßgeblich daran beteiligt sind bestimmte durch die Werbung, Reiseprospekte, Kochbücher, „Lifestyle“-Magazine sowie durch diverse Koch-, Genuss- und Reisesendungen vermittelte Bilder. In ihnen verdichten sich Vorstellungen des Traditionellen, da sie die in ihnen enthaltenen Gegenstände bzw. Objekte auf vielfach unterschiedliche Weise in einen folkloristisch neu aufbereiteten Kontext stellen. Dabei wird allzu gerne mit einem ausschließlich nostalgisierenden Blick gespielt, der die agrarisch geprägte Gesellschaft der „guten alten Zeit“ verklärt und damit unsere Imaginationen von einer damals noch „natürlicheren“, „ursprünglicheren“ Lebensweise wesentlich mitprägt – so auch das im „Franken“-Guide enthaltene Bild von den Bratwürsten und ihren Beilagen, das neben dem Tisch noch weitere bäuerlich konnotierte Zeichen enthält. Diese lassen sich beispielsweise auch bei der Art, wie die Speisen serviert wurden, finden. So ist etwa die Beilage, das mit angebratenen Zwiebelringen bedeckte Kartoffelpüree, in einem schlicht gehaltenen Schwarzeschirr abgebildet. Ebenso ist der beige gestellte Senf in einem glasierten Keramikgefäß zu erkennen. Beides kann als Verweis auf die in Bayern auf eine lange Tradition zurückblickende Hafnerkeramik gelesen werden, auf die nicht nur Baedeker unter dem Titel „Porzellanland Oberfranken“¹³¹³ einige Seiten später nochmals gesondert eingeht, sondern etwa auch von dem bayerischen Volkskunsthistoriker Siegfried Seidl thematisiert wird.¹³¹⁴ Obendrein spielt dieses Motiv mit Vorstellungen einer bäuerlich anmutenden Volkskultur, in der einfache und zweckmäßig gestaltete Töpfe und Pfannen einen wesentlichen Grundstock des Kücheninventars bildeten.¹³¹⁵ In eine ähnliche Richtung geht auch die Darstellung der Bratwürste in einer Pfanne, deren stumpf-silbriger Rand deutliche Gebrauchsspuren erkennen lässt. Damit wirkt dieses Speiseutensil so als ob es „schon immer“ für das Anrichten etwa von Bratwürsten verwendet worden sei, die

¹³¹¹ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Neue Männer an neuen Herden. Zelebration am heiligen Ort. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 101 (2005), S. 93f.

¹³¹² Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Die gemeinsame Mahlzeit als Ikone familiärer Kommunion. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 53 (2008), S. 266.

¹³¹³ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 268f.

¹³¹⁴ Vgl. SEIDL, Siegfried: Bäuerliche Volkskunst zwischen Isar und Bayerischem Wald. Alte Werke der Volkskunst in der Hallertau, im Gäuboden, im Laaber-, Vils- und Rottal, im mittleren und unteren Isar- und Innthal und im Bayerischen Wald. München 1982, S. 87ff.

¹³¹⁵ Vgl. WOLF, Alois: Aus alten Stuben und Kammern. München 1980³, S. 72ff.

sich dadurch wiederum als Inventar einer tradierten Esskultur lesen lassen. Das Bild des Alten und Bäuerlichen wird darüber hinaus ebenso durch das aufgelegte weiße Tischdeckchen, welches unter dem Keramiknapf mit dem Kartoffelpüree zu sehen ist, verstärkt. Seine Spitzenarbeit kann als Ausdruck einer Handarbeitskunst gesehen werden, die ebenfalls in der bäuerlichen Volkskunst früherer Zeiten ihren festen Platz hatte.¹³¹⁶ Und schließlich wird der Eindruck einer rückwärtsgewandten Esskultur auch noch durch weitere im Hintergrund stehende Utensilien verstärkt. Gemeint ist die erkennbar abgenutzte Tonflasche samt Bügelverschluss sowie die von massiven Eisenringen eingefassten Holzbottiche, deren Arrangement ebenso vom Hauch einer vorindustriellen Anmutung umgeben ist und so das Gesamtbild einer als bodenständig vermittelten Speise vollends abrunden. Die aus diesem Bild sprechende Besonderheit tritt dann auch nochmals bei der verbal-textlichen Darstellung der Bratwürste auf einer eigenen Doppelseite hervor. Unter dem Titel „Es geht um die Wurst“ werden sie als ein Markenzeichen Frankens gepriesen: „Keine Kirchweih, kein Volksfest, kein Weihnachtsmarkt ohne Bratwurststände, deren betörender Duft über Plätze, durch Straßen und Gassen schwebt!“¹³¹⁷ Neben den Verweisen, dass es sie in unterschiedlichen Längen und Dicken gibt und sie sich durch verschiedene Zutaten und Zubereitungsarten unterscheiden, wird ihr herausragender Charakter auch durch die Verknüpfung mit einem historisierenden Storytelling unterstrichen. Unter dem bei manchem Leser vielleicht schon erste Neugier hervorrufenden Titel „Wie alles anfang“ berichtet Baedeker davon, dass „bereits die Römer um Weißenburg in Bayern, dem einstigen Mittelpunkt der römischen Region Biriciana, (...) den herzhaften Geschmack einer Bratwurst“¹³¹⁸ zu schätzen wussten. Diese sei „tomaculum“¹³¹⁹ genannt und u.a. bei Spielen, Gladiatorenkämpfen und Wagenrennen gereicht worden.¹³²⁰ „Die Franken übernahmen die römische Delikatesse und perfektionierten sie – jedoch von Region zu Region, manchmal von Stadt zu Stadt unterschiedlich.“¹³²¹ Die Bratwurst wird so als eine Speise gedeutet, die schon per se ein Hochgenuss sei und die durch die

¹³¹⁶ Vgl. SEIDL, Siegfried: Bäuerliche Volkskunst zwischen Isar und Bayerischem Wald. Alte Werke der Volkskunst in der Hallertau, im Gäuboden, im Laaber-, Vils- und Rottal, im mittleren und unteren Isar- und Inntal und im Bayerischen Wald. München 1982, S. 151ff.

¹³¹⁷ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 82.

¹³¹⁸ Ebd., S. 82.

¹³¹⁹ Ebd., S. 82.

¹³²⁰ Vgl. ebd., S. 82.

¹³²¹ Ebd., S. 82.

Franken nochmals auf je regional unterschiedliche Weise veredelt und damit letztendlich auf die höchste Stufe lukullischer Gaumenfreuden gestellt wurde. In diesem Kontext blitzt das Klein-Räumliche einmal mehr als Bewahrer von sowohl tradierten Koch- bzw. Zubereitungsweisen als auch einer besonderen kulinarischen Vielfalt hervor, das zugleich das Einzigartige der Region ausmache. In diese Richtung gehen auch die folgenden Beschreibungen, in denen etwa davon die Rede ist, dass zwischen den Nürnberger und Sulzfelder Bratwürsten „die ganze fränkische Vielfalt“¹³²² liege: „Hier tummeln sich Große, Dicke, Kleine Plumpe oder Schlanke, zu denen sich zwanglos einige Über- und Kindergrößen gesellen.“¹³²³ Die Vielfalt der Bratwürste erhält so den Touch einer nach wie vor gelebten Tradition, die darüber hinaus auch die fränkischen Mikroregionen mit einer je eigenen Identität ausstattet. Denn in Franken, so lässt Baedeker weiters wissen, werden nicht irgendwelche Bratwürste gegessen. Es sind die „berühmtesten“ oder „besonders würzigen“ Exemplare, die sich hier großer Beliebtheit erfreuen würden. Dazu zählt der Reiseführer etwa die „Coburger Bratwurst“, die „mindestens 25% Kalb- oder Rindfleisch“¹³²⁴ enthält und „nur mit Salz, Pfeffer, Muskat und Zitrone gewürzt“¹³²⁵ sei. Und zur äußeren Unterscheidung: „Sie ist gröber als z.B. die Nürnberger Bratwurst und wird über Kiefernzapfen unter vollem Feuer auf dem Rostgebraten.“¹³²⁶ Zur „Kulmbacher Bratwurst“ heißt es wiederum, dass sie „einen hohen Kalbfleischanteil auf[weist]“¹³²⁷ und von den Kulmbachern liebevoll „Eingezwickte“¹³²⁸ genannt wird, da sie sie „am liebsten zwischen den Hälften eines Brötchens [essen].“¹³²⁹ „Die Berühmteste“¹³³⁰ sei aber „die mit Salz, Pfeffer und geriebenen Majoran fein gewürzte **Nürnberger Rostbratwurst**, daumengroß und knackig braun.“¹³³¹ Ihre Popularität wird dabei vor allem mit der Besonderheit ihrer Größe verknüpft, die ganze „7 bis 9 cm lang (...) sein und max. 25g im Rohzustand wiegen [darf].“¹³³² Um diese Dimension noch stärker als etwas Herausragendes zu betonen, vergleicht sie Baedeker zusätzlich mit der „übliche[n] Schweinsbrat-

¹³²² Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 82.

¹³²³ Ebd., S. 82.

¹³²⁴ Ebd., S. 82.

¹³²⁵ Ebd., S. 82.

¹³²⁶ Ebd., S. 83.

¹³²⁷ Ebd., S. 83.

¹³²⁸ Ebd., S. 83.

¹³²⁹ Ebd., S. 83 [Hervorhebung im Original].

¹³³⁰ Ebd., S. 83.

¹³³¹ Ebd., S. 83.

¹³³² Ebd., S. 83.

wurst“¹³³³, die „zwischen 90 und 110g auf die Waage“¹³³⁴ bringt und „mindestens 18cm“¹³³⁵ messen würde.

Die genannten Beispiele zur fränkischen Bratwurst lassen erkennen, dass ihre Darstellungen zwei Präsentationsmodi folgen: Einerseits verweisen sie, indem sie die verschiedenen Würste ausdrücklich mit ihrem auf den jeweiligen Herkunftsort verweisenden Namen nennen, auf ihre Stellung als Leitprodukt einer bestimmten Stadt und ihrer Region. Damit wird das Produkt nicht nur bloß an den Raum gebunden, sondern bestimmt auf diese Weise ebenso die Einzigartigkeit seines Geschmacks.¹³³⁶ Andererseits wird die so beförderte Unique Selling Proposition (USP), das Alleinstellungsmerkmal der jeweiligen Bratwurst, auch nochmals durch das Betonen regional verschiedener Zubereitungsweisen und unterschiedlicher Konsistenzen verstärkt. Dies lässt sich selbst bei der „Fränkischen Bratwurst“ beobachten, „die in ganz Franken auf dem Land zu Hause ist.“¹³³⁷ Obwohl sich allein aus ihrem Namen heraus noch keine konkrete Verknüpfung mit einer bestimmten fränkischen Binnenregion ableiten lässt, gewinnt auch sie sogleich an räumlicher Kontur indem auf ihre ländliche Verortung verwiesen wird. Verstärkung erfährt das so von ihr gezeichnete Bild zusätzlich auch durch die Konturierung ihres Geschmacks. So erfährt der Leser, dass sie zwar ähnlich schmecken würden wie die „Nürnberger Rostbratwürste“ – die, ganz nebenbei bemerkt, auf diese Weise die Rolle eines Referenzgeschmacks einnehmen –, aber „aufgrund der Größe meist saftiger“¹³³⁸ seien.

Diese exemplarisch herausgegriffenen Textstellen zeigen, dass es auch in Baedekers „Franken“-Guide von 1014 um eine zunehmende Ästhetisierung des Geschmacks geht. Dieser scheint vor allem dann besonders gut zu sein, wenn er verortet und mit bestimmten Attributen sowie legitimierenden Geschichten ausgestattet werden kann. In Bezug auf die „berühmteste“ unter den „Fränkischen Bratwürsten“, die „Nürnberger Rostbratwurst“, geschieht dies zusätzlich indem auch

¹³³³ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 83.

¹³³⁴ Ebd., S. 83.

¹³³⁵ Ebd., S. 83.

¹³³⁶ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 22.

¹³³⁷ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 83.

¹³³⁸ Ebd., S. 83.

noch Geschichten zu ihrer Größe zu finden sind. So wird unter dem geheimnisvoll klingenden Schlagwort „Schlüssellochgeschichten“ etwa der Frage nachgegangen, warum „die Nürnberger Bratwurst so klein [ist], warum (...) sie nur einen Durchmesser von eineinhalb Zentimetern [hat].“¹³³⁹ Dazu führt der Reiseführer zunächst zwei Überlieferungen an. Gemäß der ersten hätten „so Gefangene im Nürnberger Lochgefängnis durch das Schlüsselloch von ihren Angehörigen versorgt werden können.“¹³⁴⁰ Der „anderen Legende nach sind die Nürnberger Bratwürste so mickrig, damit sie im mittelalterlichen Franken auch noch nach der Sperrstunde an hungrige (und zahlungswillige) Kunden durch die Schlüssellöcher verkauft werden konnten.“¹³⁴¹ Beide Geschichten sind freilich nichts anderes als ein mehr oder weniger einprägsames Storytelling, das bewusst mit Ingredienzen des Geheimnisumwobenen spielt, um so der Nürnberger Bratwurst zusätzlich auch den Hauch von etwas Mythischem zu verleihen. Um die Geschichte rund um ihre Größe plausibler zu machen, nennt Baedeker schließlich den angeblich „wahre[n] Grund“:

In der zweiten Hälfte des 16. Jh.s wurden Bratwürste für viele Metzgereien unrentabel, da die zu erzielenden Marktpreise immer weiter absanken. Deshalb erfanden Nürnberger Metzger die kleine Nürnberger Bratwurst und erreichten durch die hohen einen für sie attraktiven Kilopreis, der ungefähr sechsmal höher war als der bisherige.¹³⁴²

Doch sind auch diese Zeilen mit Vorsicht anzusehen, da zu dessen Wahrheitsgehalt selbst auf der Website des „Schutzverbands Nürnberger Bratwürste e.V.“ keine stichhaltigen Quellenangaben zu finden sind.¹³⁴³ Obendrein findet sich diese Erzählung teilweise wortgleich auch auf anderen fränkischen Tourismus-Webseiten¹³⁴⁴, so dass das Eindruck entsteht, dass es sich hier ebenfalls bloß um eine immer wieder übernommene und nicht weiter hinterfragte Überlieferung handeln könnte.

¹³³⁹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 83.

¹³⁴⁰ Ebd., S. 83.

¹³⁴¹ Ebd., S. 83.

¹³⁴² Ebd., S. 83.

¹³⁴³ Vgl. URL: <http://www.nuernberger-bratwuerste.de/entdecken/presse/die-groesse-der-nuernberger-rostbratwurst>; (27. Mai 2017).

¹³⁴⁴ Neben der erwähnten Webseite des „Schutzverbands Nürnberger Bratwürste e.V.“ vgl. beispielsweise auch URL: <https://tourismus.nuernberg.de/geniessen/spezialitaeten/nuernberger-bratwuerste/news/warum-sind-die-nuernberger-bratwuerste-so-klein/>; URL: <https://nuernberg-direkt.com/nuernberg/wissenswertes/236-nuernberger-bratwurst.html>; URL: <http://www.christkindlesmarkt.de/nurnberger-bratwuerste-tradition-seit-uber-700-jahren-1.4814421>; (27. Mai 2017).

Was die kulinarischen Darstellungen in den nachfolgenden Kapiteln betrifft, so fällt auf, dass die darin angeführten Essenstipps – ähnlich wie schon in den zuvor analysierten Reiseführern zur Toskana und kroatischen Küstenregion – die jeweiligen Spezialitäten kaum mehr konkret beim Namen nennen, sondern meistens kulinarisch unbestimmt bleiben. So ist etwa bei einem Restaurant-Tipp zur Stadt Ansbach nur mehr die Rede davon, dass es sich hierbei um ein „beliebtes Traditionsrestaurant“ handle, wo man „recht gemütlich und rustikal“ sitzen könne und „überwiegend fränkische Küche“ erhalten würde.¹³⁴⁵ Welche Speisen dort allerdings konkret serviert werden, bleibt jedoch ungesagt. Stattdessen erfährt der Leser, dass die Gerichte „fein“ und „auch sehr raffiniert zubereitet [seien].“¹³⁴⁶ Diese eher schwammig anmutende Darstellung lässt sich in weiterer Folge auch in den Kulinarik-Tipps vieler anderer Ortsbeschreibungen finden. So etwa bei den Ausführungen zu Bad Mergentheim („ausgezeichnete Gerichte der regionalen Küche“¹³⁴⁷; „gut bürgerliche Küche bietet leckere regionale Gerichte“¹³⁴⁸), Bamberg („Alter Brauereigasthof mit Rauchbier-Spezialitäten und fränkischer Hausmannskost. Ein Muss für Bamberg-Besucher!“¹³⁴⁹), Bayreuth („leckere fränkische Spezialitäten“¹³⁵⁰), Erlangen („Exzellente Küche mit regionalem Einschlag“¹³⁵¹), Fürth („Behagliches Restaurant mit traditionellen fränkischen Gerichten“¹³⁵²), Kulmbach („Mühle mit eigener Brauerei und fränkischer Küche“¹³⁵³), Miltenberg („eine große Auswahl an leckeren fränkischen Gerichten“¹³⁵⁴), Schweinfurt („vorzügliche fränkische Gerichte“¹³⁵⁵) oder Weißenburg („Internationale und fränkische Küche mit Spezialitätenwochen“¹³⁵⁶). Selbst bei jenen Ortschaften und Städten, die namensgebend für diverse Wurstspezialitäten waren und dergestalt den Eindruck von herausragenden „Hot Spots“ der fränkischen Küche vermitteln, wird kaum ein tieferer Blick in weitere kulinarische Esstraditionen unternommen. Konkreter wird es nur, wenn sich damit die Kontur der Region zusätzlich schärfen lässt. Doch auch dann

¹³⁴⁵ Vgl. Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 146.

¹³⁴⁶ Ebd., S. 146.

¹³⁴⁷ Ebd., S. 167.

¹³⁴⁸ Ebd., S. 167.

¹³⁴⁹ Ebd., S. 182.

¹³⁵⁰ Ebd., S. 194.

¹³⁵¹ Ebd., S. 228.

¹³⁵² Ebd., S. 240.

¹³⁵³ Ebd., S. 291.

¹³⁵⁴ Ebd., S. 302.

¹³⁵⁵ Ebd., S. 339.

¹³⁵⁶ Ebd., S. 346.

handelt es sich hierbei noch immer um keine tiefergehenden Speisenbeschreibungen im Sinne einer ebenso die sozio-historischen und/oder sozio-kulturellen Hintergründe berücksichtigenden Auseinandersetzung. Das Hervorheben von regional-kulinarischen Besonderheiten erfolgt an diesen Stellen ebenso nur mit Hilfe von touristischen Attribuierungen wie sie eingangs schon skizziert wurden.

Und während in Baedekers Reisehandbuch „Nordbayern/Ostbayern“ von 1962 auch in der Stadtbeschreibung von „Coburg und Umgebung“ nochmals gesondert auf die Bratwürste als das kulinarische Aushängeschild der Stadt verwiesen wird, die „von altem Ruf sind“¹³⁵⁷, fehlt ein solcher oder ähnlicher Hinweis bei der Darstellung Coburgs in der Ausgabe von 2014 zur Gänze. Stattdessen werden sie hier nur en passant in der Rubrik „Coburg erleben“ im Rahmen von vier Restaurant-Tipps erwähnt. Darin heißt es etwa, dass „[i]m ältesten Gasthaus Coburgs (seit 1508) (...) u.a. traditionelle Gerichte wie Braten mit Coburger Klößen und Bratwürste auf den Tisch“¹³⁵⁸ kämen. Ähnlich verhält es sich bei der Stadtbeschreibung von Nürnberg – diesmal aber auch schon in der Ausgabe von 1962. So wird dort auf die Bratwurst als Spezialität der Stadt nur im Rahmen öffentlicher Speisetipps hingewiesen. Zusätzlich fällt auf, dass dabei überwiegend nur solche Restaurants genannt werden, die das kulinarisch Typische bereits im Namen tragen: „*Bratwurst-Häusle*, an der Sebalduskirche (...) und *Bratwurst-Herzle*, Brunnengasse 11 (...), beide mit spezieller Bratwurstküche (...)“¹³⁵⁹. Allerdings erfährt der Leser nichts darüber, warum ausgerechnet diese beiden Lokale Erwähnung finden. Ein ähnliches Muster lässt sich auch in der Ausgabe von 2014 erkennen. Auch hier wird in der Darstellung von Nürnberg nicht mehr eigens auf die Nürnberger Bratwurst als Aushängeschild der Stadt eingegangen, sondern lediglich in der Rubrik „Nürnberg erleben“ im Rahmen der dort angeführten Restauranttipps erwähnt. Dabei wird ebenso auf jenes „Bratwursthäusle“ (Baedeker schreibt es nun mit der Endung -a) verwiesen, von dem schon in der Ausgabe von 1962 die Rede war. Doch auch jetzt erfährt der Leser nur, dass es immer gut besucht sei und dass man dort – wer keine Bratwürste mag – „auch andere kleine fränkische Gerichte bestellen [kann], etwa Leberknödelsuppe

¹³⁵⁷ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. 96.

¹³⁵⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 202.

¹³⁵⁹ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. 150.

oder Knöchla (Eisbein).“¹³⁶⁰ Interessant daran ist, dass die Aura des Fränkischen ebenso bei den Speisealternativen erhalten bleibt. Denn indem Baedeker das „Knöchla“ bereits im Kapitel „Essen und Trinken“ als typisch fränkisches Gericht skizzierte, kann es hier nun als wiedererkennbarer Marker auftreten, der das kulinarische Gesicht der Region auch ohne Bratwürste zu konturieren vermag. Zusätzlich gestalten sich auch die touristischen Attribuierungen bei den übrigen Restaurant-Tipps zu Nürnberg vielfältiger: Neben eines Verweises auf die „Historische Bratwurstküche Zum Gulden Stern“, wo es „natürlich die kleinen, aber feinen Nürnberger Bratwürste (...) gegrillt über Buchenholzfeuer [gibt]“¹³⁶¹, verweist der Reiseführer etwa auch auf das Lokal „Hütt’n“, wo „sehr gute fränkische Küche (...) in der rustikalen Braustube aufgetragen [wird].“¹³⁶² Das „Essigbrätlein“ – „ältestes Gasthaus Nürnbergs (1550)“¹³⁶³ – glänzt wiederum „mit kreativer Gourmetküche, die mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnet ist.“¹³⁶⁴ Und in Bezug auf die Küche im „Schindlerhof“ meint Baedeker, dass man dort „vorzüglich, vor allem fein mit frischen Zutaten aus der Region bereitete Gerichte [speist].“¹³⁶⁵

Zu guter Letzt ist im Rahmen dieses Kapitels auch noch auf Baedekers unterschiedlichen Umgang mit der Darstellung des fahrenden Wurstverkäufers in der Stadt Hof verwiesen, der im Volksmund „Wärschtlamo“ genannt wird und gemäß der offiziellen Hofer Tourismus-Webseite ein „Genussbotschafter mit langer Tradition“¹³⁶⁶ sei. Denn während in der Ausgabe von 1962 sowohl im Essenskapitel (siehe weiter oben) als auch nochmals bei der Beschreibung von Hof auf die Bedeutung des Wärschtlamo für die Stadt verwiesen wird¹³⁶⁷, lässt sich ein solcher Bezug in der „Franken“-Ausgabe von 2014 nicht mehr erkennen. Und das obwohl der „Wärschtlamo“ auf der Homepage von Hof als „das sympathische Aushängeschild

¹³⁶⁰ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 309.

¹³⁶¹ Ebd., S. 308f.

¹³⁶² Ebd., S. 308.

¹³⁶³ Ebd., S. 308.

¹³⁶⁴ Ebd., S. 308.

¹³⁶⁵ Ebd., S. 308.

¹³⁶⁶ URL: http://www.stadt-hof.de/hof/hof_deu/hofer-waerschtlamo-01.html; (4. Juni 2017).

¹³⁶⁷ So betont Baedeker in der Ausgabe von 1962 auch bei der Stadtbeschreibung von Hof, dass neben dem Hofer Bier ebenso die Hofer Würstchen eine Spezialität seien, deren „Straßenverkauf durch den populären ‚Wärschtlamo‘ (...) in keiner anderen Stadt so zu finden [ist].“ Vgl. Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. 126.

unserer Stadt“ beschrieben wird, „den es nur in Hof gibt“ und daher „ein ‚Muss‘ für alle Besucher“ sei.¹³⁶⁸

6.3.3 Bewertung fremder Speisen durch die Reiseführer

In Baedekers „Nordbayern/Ostbayern“-Ausgabe von 1962 lässt sich gleich zu Beginn der Versuch erkennen, die bayerische Küche zunächst mittels des Verweises auf ihre vom Reiseführer als reich empfundenen „mundartlichen Bezeichnungen“¹³⁶⁹ als regional-spezifische Besonderheit hervorzuheben, die „manche in Norddeutschland weniger bekannte Gerichte“¹³⁷⁰ aufweisen würde. Die hieraus entstehende Vorstellung des Besonderen, das so in anderen Teilen Deutschlands nicht zu finden sei, wird zusätzlich durch die Behauptung verstärkt, dass die Mahlzeiten „meist zeitig eingenommen [werden]: mittags gegen 12 Uhr, abends von 6 Uhr an.“¹³⁷¹ Indem Baedeker dies nämlich hier hervorhebt, wird ebenso der Eindruck vermittelt, dass dies in anderen deutschen Regionen wohl anders sei. Dieser Einstieg lässt sich somit als typisches Beispiel für eine von einer Außensicht vorgenommene Bewertung lesen, da Baedeker keinerlei näheren Angaben zu den Gründen dieser Beurteilung macht bzw. seinen eigenen Standpunkt zur Gänze unreflektiert lässt. Stattdessen werden im Anschluss bloß jene Speisen hervorgehoben, die in den Augen des Reiseführers wohl allein schon aufgrund ihres Namens als typisch für die Region gelten. Allerdings verrät er nicht, warum bei den Fleischspeisen etwa ausgerechnet „die pikant gewürzte *Fränkische Schlachtplatte* und die *Kalbshaxe* (gebräunt)“¹³⁷² erwähnt werden. Stattdessen verweist er darauf, dass „man [die] mit Kartoffelsalat ißt.“¹³⁷³ Die unpersönliche „man“-Konstruktion erlaubt dabei auf Leserseite den Eindruck zu gewinnen, dass die Kombination mit dieser Beilage so wohl üblich sei. Zwar würde eine solche unpersönliche Satzkonstruktion nach Klein auch eine Leerstelle konstituieren, die aber dadurch aufgefüllt würde, indem der Leser auf der mentalen Ebene selbst zum Handelnden wird¹³⁷⁴ – und zwar in dem

¹³⁶⁸ Vgl. URL: http://www.stadt-hof.de/hof/hof_deu/hofer-waerschtlamo-01.html; (4. Juni 2017).

¹³⁶⁹ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹³⁷⁰ Ebd., S. XXVI.

¹³⁷¹ Ebd., S. XXVI.

¹³⁷² Ebd., S. XXVI [Hervorhebung im Original].

¹³⁷³ Ebd., S. XXVI.

¹³⁷⁴ Vgl. KLEIN, Klaus-Peter: Reiseführer. Gebrauchsliteratur für unterwegs und zuhause. In: Der Deutschunterricht 37 (1985), S. 20.

Sinne, dass bei der Verarbeitung der gelesenen Passagen ebenso Klischeevorstellungen produziert werden und in die Texte miteinfließen.¹³⁷⁵ Dazu tragen auch die verwendeten Attribute wie „besonders zart“¹³⁷⁶ (in Bezug auf die Milzwurst), „fast ein Begriff“¹³⁷⁷ (die Regensburger Bratwurst), „mit süßlichem Senf gewürzt“¹³⁷⁸ und „auch nördlich der Donau beliebt“¹³⁷⁹ (die Weißwürste) bei. Erwähnenswert ist auch, was angeblich „besonders lecker“¹³⁸⁰ ist (die Meefischli) oder „viel gegessen“¹³⁸¹ wird (Karpfen). Das trifft auch auf die Darstellung des Biers zu, das etwa „vortrefflich“¹³⁸² sei und „würzig nach Hopfen“¹³⁸³ schmecke oder „das alkoholreichste von allen ist und in der ganzen Welt geschätzt“¹³⁸⁴ würde (in Bezug auf Kulmbacher Bier). Letztere Etikettierungen zeigen, dass Baedeker in seiner „Nordbayern/Ostbayern“-Ausgabe von 1962 auch Superlative verwendet, um das Besondere als solches zu markieren. Dies betrifft auch den Wein, wo der Reiseführer im Hinblick auf den Sylvaner etwa feststellt, dass es sich hierbei um „die verbreitetste Traubensorte“¹³⁸⁵ handle. Allerdings werden die so bewerteten Speisen und Getränke jeweils nicht für sich genommen beurteilt, sondern stets nur in Konkurrenz zu mitgedachten anderen vergleichbaren Speisen und Getränken. Daraus resultiert, dass die hier namentlich erwähnten Gerichte vom Leser – so er dem Denkmuster touristischer Attribuierungen folgt – eine neue Qualität der relativen Überlegenheit oder Besonderheit zugeschrieben bekommen.¹³⁸⁶

Diese Form der Kennzeichnung des kulinarisch Besonderen lässt sich auch in Baedekers „Franken“-Guide von 2014 erkennen, wird dort aber verstärkt mit der Erzählung von der „Einmaligkeit“ der Region in ihrer Gesamtheit verknüpft. So leitet der Reiseführer gleich im ersten Kapitel unter dem Titel „Region voller Reize“ mit

¹³⁷⁵ Vgl. PRETZEL, Ulrike: Die Literaturform Reiseführer im 19. Und 20. Jahrhundert. Untersuchungen am Beispiel des Rheins (=Europäische Hochschulschriften: Reihe 1, Deutsche Sprache und Literatur, Bd. 1531). Frankfurt am Main et al. 1995 (zugl. Diss. Universität Bochum 1995), S. 129.

¹³⁷⁶ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹³⁷⁷ Ebd., S. XXVI.

¹³⁷⁸ Ebd., S. XXVI.

¹³⁷⁹ Ebd., S. XXVI.

¹³⁸⁰ Ebd., S. XXVI.

¹³⁸¹ Ebd., S. XXVI.

¹³⁸² Ebd., S. XXVI.

¹³⁸³ Ebd., S. XXVI.

¹³⁸⁴ Ebd., S. XXVI.

¹³⁸⁵ Ebd., S. XXVI.

¹³⁸⁶ Vgl. GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern (=Internationale Hochschulschriften, Bd. 151). Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994), S. 167.

einem Zitat des deutschen Lyrikers Karl Immermann wie folgt ein: „Wer Deutschlands geheimste, jungfräulichste Reize genießen will, muß nach Franken reisen.“¹³⁸⁷ In der nachfolgenden Darstellung als „**deutscheste**“ Region wird auch die Küche als „ein bewusst gepflegtes Relikt bäuerlicher Tradition“ skizziert, die von der „**größte[n] Brauereidichte Deutschlands**, ja Europas“¹³⁸⁸ umrahmt sei. Diese lässt Baedeker wenig später und in Bezug auf den Regierungsbezirk Oberfranken gar zur „höchsten Brauereidichte der Welt“¹³⁸⁹ aufsteigen. Superlativistische Beschreibungen finden sich aber auch an zahlreichen anderen Stellen, etwa wenn Baedeker davon spricht, dass der Weizen-Eisbock einer kleinen „Ein-Mann-Brauerei in Mittelfranken“¹³⁹⁰ schon einmal „stolze 57% Alkohol“¹³⁹¹ besaß und „als das stärkste Bier der Welt“¹³⁹² galt. Damit versieht Baedeker die von ihm beschriebenen Objekte bzw. Gegenstände aber nicht nur bloß mit dem höchsten Grad einer Eigenschaft, sondern befreit so auch die Leser selbst aus der Notwendigkeit weitere Vergleiche anstellen zu müssen. Dieser Ausdruck des Absoluten durchzieht in weiterer Folge auch die Bewertung des fränkischen Essens und seiner Beilagen. So macht der Reiseführer in Bezug auf die Nürnberger Bratwurst beispielsweise darauf aufmerksam, dass sie „zwar die kleinste unter den Fränkischen Bratwürsten, wohl aber die berühmteste“¹³⁹³ sei. Und mit Blick auf das gerne dazu gereichte Kraut, das mit „Lorbeerblättern, Wacholderbeeren, Kümmel, Zwiebeln und manchmal mit einem Schuss fränkischen Weißweins zubereitet“¹³⁹⁴ würde, meint Baedeker, dass es wohl „die älteste Beilage zur klassischen Bratwurst“¹³⁹⁵ sei. Den solcherart vorgenommenen Bewertungen geht es dabei stets um eine touristisch motivierte Idealisierung des Reiseerlebnisses, da sie keinerlei weitere auf ein tiefergehendes Verständnis zielende Zusammenhänge erkennen lassen. Ähnlich oberflächlich liest sich auch die Präsentation des „Fränkischen Schäufele“, das Baedeker als „eines der beliebtesten regionalen Gerichte“¹³⁹⁶ bezeichnet. Der Reiseführer arbeitet hier mit einer relativierenden Form des Superlativs, um auf diese Weise zu suggerieren,

¹³⁸⁷ Karl Immermann zit. n. Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 12.

¹³⁸⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 12f.

¹³⁸⁹ Ebd., S. 73.

¹³⁹⁰ Ebd., S. 76.

¹³⁹¹ Ebd., S. 76.

¹³⁹² Ebd., S. 76.

¹³⁹³ Ebd., S. 83.

¹³⁹⁴ Ebd., S. 82.

¹³⁹⁵ Ebd., S. 82.

¹³⁹⁶ Ebd., S. 80.

dass es wohl noch einen größeren Vorrat an „beliebtesten“ Speisen gäbe. Dieses Stilmittel lässt sich in der Folge auch bei den Speise-Tipps zu den jeweils vorgestellten Städten und Ortschaften beobachten. So bezeichnet der „Franken“-Guide etwa eine Gastwirtschaft in Fürth als „gemütliches Lokal mit holzvertäfelten Wänden und saisonalen Gerichten, das zu den besten Restaurants der Region“¹³⁹⁷ zähle. Zur Ortschaft Kehlheim will Baedeker wiederum davon wissen, dass es im dortigen „Bräuhaus“ nicht nur „leckere Schmankerl der regionalen Küche“¹³⁹⁸, sondern auch eine „„Schneider Weisse‘ aus Bayerns ältester Weißbierbrauerei (seit 1607)“¹³⁹⁹ gäbe. Und das Restaurant „Philipp“ in Ochsenfurt, welches „mit 1 Michelin-Stern“¹⁴⁰⁰ ausgezeichnet wurde und sich „in einem über 400 Jahre alten Renaissance-Palais“¹⁴⁰¹ befände, sei überhaupt „eines der besten weit und breit.“¹⁴⁰²

Neben diesem beobachtbaren Spiel mit Superlativen erfolgt die Bewertung kulinarischer Besonderheiten auch noch über die Konturierung des Geschmacks. Dabei fällt auf, dass die Darstellung der Speisen – ähnlich wie bereits zuvor in Polyglotts Kroatien-Guide von 2015 – immer wieder zwischen der Charakterisierung als eine traditionell-bodenständige, will heißen deftige Hausmannskost und eine geschmacklich verfeinerte Küche schwankt. Dieses Bild zeigt sich nicht nur in der bereits ausführlich diskutierten Doppelseite „Kulinarische Spezialitäten“, wo die als typisch erachteten Gerichte bereits in der Einleitung sowohl als „traditionell bodenständig“¹⁴⁰³ als auch als Speisen einer nach „raffinierten Rezepten“¹⁴⁰⁴ kochenden Küche charakterisiert werden. Es durchzieht auch die Restaurant-Empfehlungen und Speise-Tipps in den nachfolgenden Stadt- und Ortsbeschreibungen. So findet sich beispielsweise bei der Beschreibung eines in der Stadt Ansbach als empfehlenswert eingestuften Restaurants der Hinweis, dass die dortigen (nicht näher genannten) Gerichte „fein, teilweise aber auch sehr raffiniert zubereitet“¹⁴⁰⁵ seien. Und das „Gourmet-Abendrestaurant“ in Laudensacks Parkhotel in Bad Kissingen würde „ausgezeichnete mehrgängige Menüs und erlesene

¹³⁹⁷ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 240.

¹³⁹⁸ Ebd., S. 278.

¹³⁹⁹ Ebd., S. 278.

¹⁴⁰⁰ Ebd., S. 325.

¹⁴⁰¹ Ebd., S. 325.

¹⁴⁰² Ebd., S. 325.

¹⁴⁰³ Ebd., S. 80.

¹⁴⁰⁴ Ebd., S. 80.

¹⁴⁰⁵ Ebd., S. 146.

Weine¹⁴⁰⁶ bieten. Auch in Fürth könne man fürstlich speisen, bietet es doch mit der „Kupferpfanne“ – so will der Reiseführer zumindest suggerieren – ein gemütliches Lokal „mit holzvertäfelten Wänden und saisonalen Gerichten, das zu den besten Restaurants der Region“¹⁴⁰⁷ zähle. Ebenso kämen Gourmets in Nürnberg auf ihre Kosten, empfiehlt doch Baedeker mit dem bereits erwähnten „Essigbrätlein“ und den „Schindlerhof“ gleich zwei Restaurants, die mittels „kreativer Gourmetküche“¹⁴⁰⁸ und „vor allem fein mit frischen Zutaten aus der Region bereitete[n] Gerichte[n]“¹⁴⁰⁹ die Herzen von Feinschmeckern höher schlagen lassen. Und auch der zu einem Restaurant in Rothenburg angeführte Verweis „charmanter Gourmettempel im Landhausstil“ zeigt dem Leser mit Hilfe des sakral angehauchten Tempelbegriffs an, dass dort wohl eine gehobene Kochkunst zelebriert würde, die sich dem Gewöhnlichen entziehe – und das Kochen einer „Zelebration am heiligen Ort“¹⁴¹⁰ gleichkäme.

Demgegenüber zeigt sich, dass die regionale Küche – sobald sie explizit als „typisch fränkisch“ hervorgehoben wird – überproportional in einen historisierenden Kontext gestellt und mit Attributen des Ausgezeichneten, Köstlichen, Leckeren, Deftigen, Schmackhaften, Traditionellen, Gutbürgerlichen oder Ländlich-Bodenständigen bewertet wird. So lässt Baedeker bei der Beschreibung von Amorbach wissen, dass das dortige „Amorstüble“ – allein der Name mag durch sein fränkisch angehauchtes Diminutivsuffix Assoziationen des Kleinen und Heimeligen hervorrufen – ein „gemütliches Lokal mit fränkischer Küche und köstlichen Wildgerichten“¹⁴¹¹ sei. Bei der Darstellung von Ansbach nennt der Reiseführer neben den bereits genannten Speisetipps auch das Café-Restaurant „Orangerie“, das „[f]ränkische Küche in historischem Ambiente“¹⁴¹² bieten würde. Bei der Hervorhebung von „Omas Kochtopf“ in Aschaffenburg suggeriert der Reiseführer, dass hier „alles beim Alten“¹⁴¹³ geblieben sei, würden dort doch „[a]uch unter neuer Leitung (...) leckere

¹⁴⁰⁶ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 162.

¹⁴⁰⁷ Ebd., S. 240.

¹⁴⁰⁸ Ebd., S. 308.

¹⁴⁰⁹ Ebd., S. 308.

¹⁴¹⁰ Vgl. KÖSTLIN, Konrad: Neue Männer an neuen Herden. Zelebration am heiligen Ort. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 101 (2005), S. 91-102.

¹⁴¹¹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 142.

¹⁴¹² Ebd., S. 146.

¹⁴¹³ Ebd., S. 154.

fränkische und bayerische Gerichte geboten.“¹⁴¹⁴ Und beim Tipp zum „Gasthaus zum Biber“ im Rahmen der Stadtbeschreibung von Bad Brückenau wird betont, dass es dort „deftige fränkische Küche, auch gute Wild- und Fischspezialitäten“¹⁴¹⁵ gäbe. Auch hier ist es kein Zufall, dass unmittelbar danach eine Übernachtungsmöglichkeit hervorgehoben wird, zu der es heißt, dass man sich „[m]itten im idyllischen Kurpark (...) wie zu Zeiten von König Ludwig I. fühlen und sich vom Stress des Alltags erholen und selbstverständlich auch gut speisen“¹⁴¹⁶ könne. Auf diese Weise verstärkt Baedeker den Eindruck, dass es sich bei der Tour durch Franken um eine Reise in ein historisierendes Märchenland handle, in dem man Geschichte noch hautnah und authentisch erleben könne. In dieselbe Richtung lässt sich auch Baedekers Hinweis zur Postkutsche deuten, der bei Bad Kissingen ebenso in unmittelbarer Nähe zum dortigen Restaurant-Tipp (siehe die Anmerkung zum „Gourmet-Abendrestaurant“ weiter oben) platziert ist. Darin heißt es, dass zwischen Mai und Oktober „eine von vier Apfelschimmeln gezogene Biedermeier-Postkutsche von Bad Kissingen nach Schloss Ansbach und nach Bad Bocklet (...)“¹⁴¹⁷ fahren würde. Und, um dem Leser das Bedeutungsvolle dieser „Taxi-Fahrt“ noch mehr zu verdeutlichen, ergänzt der Reiseführer zusätzlich wie folgt: „Sie ist die letzte Postkutschenlinie der Deutschen Post und seit dem Jahre 1950 ununterbrochen im Einsatz.“¹⁴¹⁸ Hieraus lässt sich der Eindruck ableiten, dass gelebte Tradition bis zum heutigen Tage ein fixer Bestandteil fränkischer Lebensart sei und es sich damit ebenso um eine Art historisches Kontinuum handeln würde. Diese Interpretation erhält zusätzliche Nahrung durch entsprechende weitere Formulierungen in den nächsten Speise-Tipps: So werden beispielsweise zu Bad Neustadt an der Saale lediglich Restaurants genannt, die sich entweder in einem „historischen Gasthof“, „schöne[n] Barockbau“ oder „in einem alten Fachwerkshaus“ befänden und mit „fränkischer Küche“ oder „fränkische[n] Spezialitäten“ verwöhnen.¹⁴¹⁹ Historisierende Darstellungsweisen finden sich auch zu Bad Windsheim, wo zu der dort hervorgehobenen „Braugaststätte Döbler“ zu lesen ist, dass dies ein [t]raditionsreiches Lokal in der Altstadt“¹⁴²⁰ sei und „seit über 250 Jahren von der

¹⁴¹⁴ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 154.

¹⁴¹⁵ Ebd., S. 160.

¹⁴¹⁶ Ebd., S. 160.

¹⁴¹⁷ Ebd., S. 162.

¹⁴¹⁸ Ebd., S. 162.

¹⁴¹⁹ Vgl. ebd., 171.

¹⁴²⁰ Ebd., S. 178.

Brauereieinhaberfamilie geführt“¹⁴²¹ werde. Bei Bamberg wird wiederum der „Brauereiausschank Schlenkerla“ gerühmt, der „[e]ine Bamberger und sehenswert dazu“¹⁴²² sei. Und auch hier fehlt der historisierende Verweis nicht, in den das geschmacklich Besondere miteinfließt: „Man sitzt in vier Gasträumen unter gotischen Gewölben und genießt das dunkel-würzige ‚Aecht Schlenkerla‘-Rauchbier. Dazu kann man deftige Gerichte bestellen, z.B. Bamberger Zwiebel oder Bamberger Bratwürste.“¹⁴²³ Und die ebenfalls an dieser Stelle hervorgehobene „Brauerei Spezial“ sei ebenso „[e]in Muss für Bamberg-Besucher“¹⁴²⁴, da es sich auch hier um einen „alte[n] Brauereigasthof mit Rauchbier-Spezialitäten und fränkischer Hausmannskost“¹⁴²⁵ handle. Umrahmt sind diese Darstellungen des Bamberger Biers als einmalige regionale Spezialität durch eine Abbildung, die eine Tischrunde – bestehend aus zwei Männern und einer Frau – zeigt (siehe Abb. 38).



Abb. 38: Eine Bierrunde als weiteres Sinnbild fränkischer Gemütlichkeit (© Dumont Bildarchiv/Kiedrowski, Koshofer, Schwarz. Quelle: Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 182).

Während sowohl der am linken Bildrand zu sehende Mann sowie die neben ihn sitzende Frau gespannt auf das volle Bierglas der Kellnerin blicken, scheint der zweite Mann die Situation geradezu gedankenverloren zu genießen. Hierfür spricht sein über die Köpfe der übrigen Beteiligten hinwegschweifender Blick sowie die Zigarette, die er in einer entspannt-locker anmutenden Haltung hält. Ob die Kellnerin mit den sitzenden Personen gerade ein Gespräch führt, ob das von ihr gehaltene

¹⁴²¹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 178.

¹⁴²² Ebd., S. 182.

¹⁴²³ Ebd., S. 182.

¹⁴²⁴ Ebd., S. 182.

¹⁴²⁵ Ebd., S. 182.

Bier für die Gäste bestimmt ist oder von ihr – weil sie möglicherweise zuvor von der Tischrunde eingeladen wurde – selbst getrunken wird und vielleicht gerade zum Glasanstoßen gekommen ist, darüber kann nur spekuliert werden – zu vieldeutig sind die hier herauslesbaren Zeichen. Schon besser lässt sich das mittels dieser Szene suggerierte Stimmungsbild fassen. Sowohl die dunkle Holzvertäfelung als auch die in Passepartouts gerahmten Schwarz-Weiß-Bilder sowie der durch seine grünen Schüsselkacheln und Bauform archaisch wirkende Stubenofen ermöglichen Vorstellungen des Traditionellen und Bodenständigen, aber auch des Urigen und Gemütlichen aufzurufen. Verstärkt werden diese Assoziationen durch weitere Requisiten. Zu nennen sind hier etwa der am Tisch stehende Tonkrug samt Deckel, die im Hintergrund erkennbare schmiedeeiserne Deckenleuchte sowie das am oberen rechten Bildrand zur Hälfte abgebildete Geweih, die allesamt ebenso als Ingredienzen einer gutbürgerlichen Wirtsstube nach „alter Art“ gedeutet werden können.

Die Betonung des Besonderen geschieht aber nicht nur durch explizite Verweise auf die „fränkische[n] Gerichte mit Pfiff“¹⁴²⁶, „allerlei Schmackhaftes der regionalen Küche“¹⁴²⁷ oder auf die „bodenständige Kost“¹⁴²⁸ und ihre Getränke, die sich als ein „Muss“ für jeden Reisenden präsentieren. Das Herausragende wird auch dadurch konturiert, indem betont wird, dass in dem ein oder andren Lokal auch schon mal Personen des öffentlichen Lebens angetroffen werden können oder dieses auch von einer historischen Persönlichkeit besucht worden sei. So bewertet Baedeker die „Lohmühle“ in Bayreuth nicht nur als ein hübsches, typisch fränkisches Fachwerkhaus, in dem „u.a. vorzügliche Fischgerichte serviert“¹⁴²⁹ würden. In ihren Räumlichkeiten hätten auch „schon diverse Wagner-Sänger und deren Fans sowie einige bekannte Größen aus der Politik“¹⁴³⁰ gespeist. Damit bedient sich der Reiseführer an dieser Stelle jener Strategie, die aus der Werbung bekannt ist und dort mit Hilfe des sogenannten „Testimonial-Effekts“ u.a. eine höhere Aufmerksamkeit für das dargestellte Produkt, eine Steigerung von dessen

¹⁴²⁶ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 194.

¹⁴²⁷ Ebd., S. 228.

¹⁴²⁸ Ebd., S. 194.

¹⁴²⁹ Ebd., S. 194.

¹⁴³⁰ Ebd., S. 194.

Bekanntheit sowie eine besser konturierte Alleinstellung generieren möchte.¹⁴³¹ Vor dem Hintergrund der Erkenntnis, dass es auch den bisherigen kulinarischen Darstellungen in Baedekers „Franken“-Guide darum ging, die fränkische Küche und den Ort ihrer Zubereitung als etwas Herausragendes zu konturieren, lässt sich somit auch die Darstellung der „Lohmühle“ dahingehend deuten, dass ihre Besonderheit zusätzlich ebenso auf diese Weise unterstrichen werden soll. Diese Art der Bedeutungsgenerierung findet sich ebenso bei der Beschreibung des „Scheffel“-Gasthofs, der von Baedeker als „[t]raditionsreicher Gasthof (...) und gutbürgerlichem [sic!] Restaurant“¹⁴³² skizziert wird. Zusätzlich hält der Reiseführer dazu fest: „Hier weilte schon der Dichter Joseph Victor von Scheffel mehrmals.“¹⁴³³ Ganz ähnlich liest sich auch noch die Darstellung eines Lokals in der Stadt Lohr, zu dem es zunächst heißt, das es „[e]ines der ältesten Gasthäuser Deutschlands, 1509 erstmals erwähnt“¹⁴³⁴, sei. Und: „Einer der berühmtesten Gäste“¹⁴³⁵ sei auch „der Poet Joachim Ringelnatz“¹⁴³⁶ gewesen, „der im Ersten Weltkrieg hier Station machte.“¹⁴³⁷ Mit diesen Verweisen auf bekannte historische Persönlichkeiten will Baedeker zusätzlich den Status des Einzigartigen absichern und so den Eindruck des Besonderen noch mehr verstärken.¹⁴³⁸

Schließlich werden von Baedeker auch solche Restaurants genannt und als Besonderheit markiert bzw. gewertet, die sich aus seiner Sicht durch das Etikett des „Eigenen“ und „Hausgemachten“ auszeichnen. So heißt es beispielsweise zu einem Lokal in Bayreuth wie folgt: „Ländliche Gaststube, bodenständige Kost, viele Spezialitäten aus eigener Hausmetzgerei.“¹⁴³⁹ Ähnlich auch die Charakterisierung des Gasthofs „Goldener Adler“ in Fladungen. Dieser wird vom Reiseführer als „Gasthof mit einem reichhaltigen Angebot aus der eigenen Metzgerei“¹⁴⁴⁰ skizziert.

¹⁴³¹ Vgl. URL: <http://www.horizont.net/marketing/nachrichten/-Geliebt-und-gehasst-Prominente-in-der-Werbung-95838>; (8. Juni 2017).

¹⁴³² Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 248.

¹⁴³³ Ebd., S. 248.

¹⁴³⁴ Ebd., S. 296.

¹⁴³⁵ Ebd., S. 296.

¹⁴³⁶ Ebd., S. 296.

¹⁴³⁷ Ebd., S. 296.

¹⁴³⁸ Anzumerken ist, dass diese Verweise allerdings nichts darüber aussagen, ob die genannten Persönlichkeiten dort auch tatsächlich etwas gegessen oder nur getrunken haben, ob sie überhaupt das Geld dazu hatten oder – im Falle Ringelnatz – ob es sich nur um einen kurzen Marschstopp ohne Speis und Trank handelte [Anm. des Autors].

¹⁴³⁹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 194.

¹⁴⁴⁰ Ebd., S. 233.

Im Brauerei-Gasthof Weinig in Gerolzhofen gäbe es wiederum „Wild- und Fischgerichte sowie Brotzeiten. Eigene Schlachtung und eigene Biere.“¹⁴⁴¹ Auch der in Iphofen ansässige und im „Franken“-Guide als „traditionell“ beschriebene Gasthof „Goldene Krone“ würde „mit fränkischen Spezialitäten und Weinen aus eigenem Weingut“¹⁴⁴² glänzen. Und zum Restaurant „Zum Stern“, welches sich „in einem Fachwerkbau aus dem 15. Jh.“¹⁴⁴³ befände, lässt der Reiseführer wissen, dass „die Meterbratwurst (...) hier hausgemacht“¹⁴⁴⁴ sei. Obendrein wird empfohlen rechtzeitig zu erscheinen bzw. zu reservieren, „denn das Lokal ist immer sehr gut besucht.“¹⁴⁴⁵ Auch im Gasthaus „Oberes Tor“ gäbe es „[f]ränkische Küche mit eigener Schlachtung“¹⁴⁴⁶, weswegen es „bekannt für leckere Wildgerichte“¹⁴⁴⁷ sei. Selbiges würde den Gast auch im „Schwarzen Lamm“ in Rothenburg erwarten, wo „man fränkische Kost, u.a. Schlachtplatte aus eigener Schlachtung“¹⁴⁴⁸ serviere. Und schließlich könne man ebenso im Gasthof „Schwan“ nicht bloß „hervorragende Speisen in historisch-fränkischem Ambiente“¹⁴⁴⁹ genießen, sondern förmlich in ein Kleinod des „Eigenen“ eintauchen, denn: „Im Gewölbekeller werden Pilze gezüchtet, es gibt Frischfischbecken und eine eigene Gänsezucht.“¹⁴⁵⁰ Dazu passt auch die Darstellung einer Vinothek in Iphofen, die den dortigen Weinkauf überhaupt gleich zu einer einzigen Erlebniswelt aufsteigen lässt: „In dem modernen Bau mit Gewölbekeller und Galerie am Kirchplatz präsentieren 21 Winzer ihre Erzeugnisse. So kann der Interessent Iphöfer Weinberglagen bereisen, ohne dabei das Gebäude verlassen zu müssen.“¹⁴⁵¹

Aus den genannten Beispielen lässt sich erkennen, dass die Beurteilung fränkischer Restaurants, ihrer Speisen und Getränke als etwas Besonderes bzw. Herausragendes über verschiedene Stilmittel erfolgt. Ausgehend von der grundlegenden Darstellung der fränkischen Küche als ein mit der Region und ihrer Geschichte stark verwurzeltes Sammelsurium von verschiedenen kulinarischen

¹⁴⁴¹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 245.

¹⁴⁴² Ebd., S. 273.

¹⁴⁴³ Ebd., S. 281.

¹⁴⁴⁴ Ebd., S. 281.

¹⁴⁴⁵ Ebd., S. 281.

¹⁴⁴⁶ Ebd., S. 296.

¹⁴⁴⁷ Ebd., S. 296.

¹⁴⁴⁸ Ebd., S. 332.

¹⁴⁴⁹ Ebd., S. 343.

¹⁴⁵⁰ Ebd., S. 343.

¹⁴⁵¹ Ebd., S. 273.

Spezialitäten, lassen sich dabei vor allem zwei Stoßrichtungen der Bewertung ausmachen: Die eine betont eine Regionalküche, die „ausgezeichnet“ im Sinne des Gourmethaft-Feinen sei und dies obendrein durch den Verweis auf verliehene „Michelin-Sterne“¹⁴⁵² oder andernfalls durch Allgemeinplätze wie „schon mehrfach ausgezeichnet“¹⁴⁵³ oder „das zu den besten Restaurants der Region zählt“¹⁴⁵⁴ bestätigen möchte. Die zweite Stoßrichtung hebt die regionalen Gerichte explizit als „fränkische Spezialitäten“ hervor und präsentiert sie überproportional oft als „bodenständige“¹⁴⁵⁵, „deftige“/„deftig-herzhafte“¹⁴⁵⁶, „gutbürgerliche“¹⁴⁵⁷, „schmackhafte“¹⁴⁵⁸, „köstliche“¹⁴⁵⁹ und/oder „leckere“¹⁴⁶⁰ Hausmannskost. Zusätzlich findet sich bei der so charakterisierten Küche ein Anstrich des „Heimeligen“, „Traditionsreichen“ und/oder „Alten“. Dies geschieht, indem Baedeker die Speisen immer wieder mit dem Ambiente der Speiseräumlichkeiten verknüpft, die als „(ur)gemütlich“¹⁴⁶¹, „urig“¹⁴⁶² oder „rustikal“¹⁴⁶³ umrissen werden. Weiters betont der Reiseführer, dass die fränkischen Spezialitäten „in historischem Ambiente“¹⁴⁶⁴, einem „historischen Gasthof“¹⁴⁶⁵, in einem „Haus mit über 450-jähriger Tradition und Wohlfühlatmosphäre“¹⁴⁶⁶, „in einem herrlichen Barockbau aus dem 17. Jh.“¹⁴⁶⁷, in einem „historischen Kleinod aus dem 16. Jahrhundert“¹⁴⁶⁸ oder gar „im ältesten Gasthof/Gasthaus“¹⁴⁶⁹, in der „älteste[n] Weißbierbrauerei“¹⁴⁷⁰ oder in der „älteste[n] (...) Weinstube“¹⁴⁷¹ serviert würden.

¹⁴⁵² Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 142, 308, 325.

¹⁴⁵³ Ebd., S. 202.

¹⁴⁵⁴ Ebd., S. 240.

¹⁴⁵⁵ Ebd., S. 194, 202, 245, 258, 332, 364.

¹⁴⁵⁶ Ebd., S. 160, 182, 214.

¹⁴⁵⁷ Ebd., S. 167, 221, 248, 278, 296.

¹⁴⁵⁸ Ebd., S. 214, 228, 281, 364.

¹⁴⁵⁹ Ebd., S. 142, 332, 364.

¹⁴⁶⁰ Ebd., S. 154, 163, 167, 194, 214, 257, 278, 302, 332, 355.

¹⁴⁶¹ Ebd., S. 142, 154, 214, 221, 281, 289, 309, 332, 343, 364.

¹⁴⁶² Ebd., S. 194, 309, 364.

¹⁴⁶³ Ebd., S. 25, 244.

¹⁴⁶⁴ Ebd., S. 146.

¹⁴⁶⁵ Ebd., S. 171.

¹⁴⁶⁶ Ebd., S. 154.

¹⁴⁶⁷ Ebd., S. 221.

¹⁴⁶⁸ Ebd., S. 332.

¹⁴⁶⁹ Ebd., S. 202, 308, 355.

¹⁴⁷⁰ Ebd., S. 278.

¹⁴⁷¹ Ebd., S. 339.

6.3.4 Essensdarstellung im sozio-historischen Kontext

Wenden wir uns diesbezüglich zuerst der „Nordbayern/Ostbayern“-Ausgabe von 1962 zu. Hierbei fällt gleich im ersten Satz, dass die „bayerische **Speisekarte** (...) im allgemeinen die Fleisch- und Mehlspeisen“¹⁴⁷² bevorzugen würde, folgende Ergänzung auf: „(...) wenn auch die Fleischknappheit der Kriegs- und Nachkriegsjahre zu einer stärkeren Verwendung von Gemüse geführt hat.“¹⁴⁷³ Dieser Zusatz ist insofern interessant als er auf etwas verweist, dass in der damaligen Gesellschaft scheinbar noch immer präsent gewesen sein dürfte – nämlich die Auswirkungen der Mangelwirtschaft in den ersten Nachkriegsjahren und die daraus resultierende veränderte Zubereitungsweise mancher Speisen. Darauf macht auch Michael Wildt aufmerksam, der betont, dass beispielsweise die (auch in qualitativer Hinsicht) billigere Margarine nach Kriegsende für viele Jahre das vorherrschende Fett in Arbeiter-Haushalten blieb und erst ab dem „turning point“ 1956/57 von der teureren Butter abgelöst wurde. Selbiges traf zu jener Zeit auch auf das Fleisch zu, das in diesen Familien ebenso wenig zum Alltagsessen gehörte.¹⁴⁷⁴ Dass die Prosperität anfangs nur zögerlich voranschritt, betont auch Karl-Michael Brunner, der darauf verweist, dass auch Ende der 1950er Jahre für viele Haushalte noch keineswegs das konsumtive Wirtschaftswunder ausgebrochen sei.¹⁴⁷⁵ Somit kann Baedekers Bemerkung durchaus auch als Indiz dafür gelesen werden, dass sich die einschneidende Zäsur bei den Ernährungsverhältnissen der unmittelbaren Nachkriegsjahre ins kollektive Gedächtnis eingebrannt hat und zumindest bis in die 1960er Jahre hinein nachhallte. Der sozio-kulturelle Um- und Aufbruch jener im Rückblick oft als „Wirtschaftswunderjahre“ verklärten Zeit spiegelt sich in dieser Ausgabe von 1962 auch noch an anderen Stellen. So heißt es bei der Beschreibung von verschiedenen Bratwürsten, dass etwa jene aus Coburg „eine etwas größere Sorte“¹⁴⁷⁶ sei, „die stark an die schwer zugänglichen Thüringer Bratwürste

¹⁴⁷² Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI [Hervorhebung im Original].

¹⁴⁷³ Ebd., S. XXVI.

¹⁴⁷⁴ Vgl. WILDT, Michael: Abschied von der „Freßwelle“ oder: die Pluralisierung des Geschmacks. Essen in der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1). Berlin 1993, S. 215f.

¹⁴⁷⁵ Vgl. BRUNNER, Karl-Michael: Entbehren, aufholen, bodenständig genießen. Vom Wandel des Essens. In: KÜHSCHERM, Oliver / LANGTHALER, Ernst / EMINGER, Stefan (Hg.): Niederösterreich im 20. Jahrhundert, Band 3: Kultur. Wien, Köln, Weimar 2008, S. 510.

¹⁴⁷⁶ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

erinnert.“¹⁴⁷⁷ Diese Nebenbemerkung lässt darauf schließen, dass zur Zeit der Entstehung dieser Ausgabe die hermetische Abriegelung der innerdeutsche Grenze durch die DDR (Thüringen war zu jener Zeit Teil des Ostblock-Staates) gerade in vollem Gange war oder kurz zuvor abgeschlossen wurde und deswegen ein Verkosten jener Bratwürste in Thüringen ohne größeren Aufwand nicht mehr möglich war.¹⁴⁷⁸

Eine weitere Bemerkung, die ebenso Hinweise zum sozio-historischen Background der Entstehungszeit dieser Baedeker-Ausgabe liefert, findet sich in der Darstellung der Wirtschaftsbedeutung des Bayerischen Walds. Darin macht der Reiseführer nämlich nicht nur darauf aufmerksam, dass es dort zahlreiche Sägewerke und eine „Heimindustrie für Holzwaren“¹⁴⁷⁹ gäbe. Er betont auch, dass ebenso „Waldbeeren und Pilze (...) Bedeutung durch Frischhandel und Konservenfabriken“¹⁴⁸⁰ hätten. Dieses Hinweisen auf „Frischhandel und Konservenfabriken“ lässt sich dabei auch als Abbild eines teilweise veränderten Ernährungsverhaltens lesen. Denn wie etwa Brunner und Wildt konstatieren, stieg vor allem aufgrund des zunehmend geringer werdenden Stückpreises der Verbrauch von Obst- und Gemüsekonserven ab der zweiten Hälfte der 1950er Jahre systematisch an, die dann ab den 1960er-Jahren gar zu einem fixen Bestandteil der bürgerlichen Küche avancierten.¹⁴⁸¹ Trotz dieses Diffusionsprozesses war der Gebrauch von Konserven, im Speziellen von Gemüsekonserven, allerdings noch Mitte der 1950er-Jahre noch kein alltägliches Vergnügen. Denn wie eine vom Allensbacher Institut für Demoskopie durchgeführte Marktanalyse zum Verbraucherverhalten rund um Gemüse- und Obstkonserven 1956 zeigt, beschränkte sich die damalige Verwendung von Konserven auf besondere Anlässe, „sei es das Sonntagsessen, das Festessen, die Einladung von

¹⁴⁷⁷ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹⁴⁷⁸ Auf Befehl der damaligen SED-Führungsclique wurden die Grenzen der DDR in der Nacht vom 12. auf den 13. August 1961 hermetisch abgeriegelt. Mit dem eigentlichen Mauerbau begann das Regime dann in den darauffolgenden Morgenstunden. Die hier analysierte „Nordbayern/Ostbayern“-Ausgabe lässt wiederum durch das Vorwort erkennen, dass sie zwar 1962 publiziert, aber bereits im „August 1961“ verfasst wurde und somit in den Zeitraum der ersten DDR-Grenzabriegelungen fiel [Anm. des Autors].

¹⁴⁷⁹ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. 289.

¹⁴⁸⁰ Ebd., S. 289.

¹⁴⁸¹ Vgl. BRUNNER, Karl-Michael: Entbehren, aufholen, bodenständig genießen. Vom Wandel des Essens. In: KÜHSCHHELM, Oliver / LANGTHALER, Ernst / EMINGER, Stefan (Hg.): Niederösterreich im 20. Jahrhundert, Band 3: Kultur. Wien, Köln, Weimar 2008, S. 512; WILDT, Michael: Abschied von der „Freißwelle“ oder: die Pluralisierung des Geschmacks. Essen in der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1). Berlin 1993, S. 221.

Gästen, oder Umstände, in denen man besonders knapp mit der Zeit ist.“¹⁴⁸² Letztgenanntes Motiv galt dabei sowohl für Gemüse- als auch Obstkonserven. Konkret gab hierzu mehr als die Hälfte der befragten Hausfrauen an, dass sie Konserven vor allem deswegen kaufen würden, weil das Essen damit schnell zubereitet sei und man immer „etwas da“ habe. Über ein Drittel befand Konserven für sehr schmackhaft („man bekommt da, wenn man richtig einkauft, eine erstklassige Qualität“¹⁴⁸³) und war der Ansicht, dass Kompott und Gemüse aus den Konservendosen „immer schön und lecker“¹⁴⁸⁴ aussähen. Schaut man sich die Allensbacher Studie genauer an, lassen sich auch Unterschiede zwischen den Kaufmotiven von Gemüsekonserven und Obstkonserven erkennen. Erstere wurden vor allem deswegen gekauft, weil es das Gemüse, das die Hausfrau gerade gerne gehabt hätte, „zu der Zeit nicht frisch gab“¹⁴⁸⁵ oder ihr nicht viel Zeit zum Kochen blieb und sie etwas brauchte, „was schnell geht.“¹⁴⁸⁶ Zu Obstkonserven wiederum griff sie in erster Linie deswegen, weil sie entweder „Gäste erwartet“¹⁴⁸⁷ hatte oder die Obstkonserve „zu einem Sonntags-, Festtagsessen“¹⁴⁸⁸ benötigt wurde.

Neben dem Touch des Besonderen lässt sich aus dieser Studie auch erkennen, dass die Konserve damals ebenso mit dem Etikett des schnellen Essens versehen war. Darauf deuten etwa die Ausführungen in einem aus dem Jahr 1958 stammenden Rezeptbuch, in dem die Konserve als „Retterin der Hausfrau und unentbehrlicher, stets gebrauchsfähiger Vorrat“¹⁴⁸⁹ gepriesen wurde:

Konserve bedeutet – Schnell-Küche für die berufstätige Frau, die ach so oft nur wenig Zeit hat. Deckel auf, die offene Dose in ein Wasserbad gestellt – nach 10 Minuten anrichten nach persönlichem Geschmack – und schon ist ein Essen gezaubert, dessen Vorbereitung sonst Stunden erfordern würde. Für die berufstätige Frau ist gesparte Zeit gespartes Geld. An einer Dose

¹⁴⁸² INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH: Gemüse- und Obst-Konserven. Marktanalyse 1956 (unveröffentlichte Auftragsstudie für die Firma Franck und Kathreiner). Allensbach am Bodensee 1957, S. 12.

¹⁴⁸³ Ebd., S. 2.

¹⁴⁸⁴ Ebd., S. 2.

¹⁴⁸⁵ Ebd., S. 19.

¹⁴⁸⁶ Ebd., S. 19.

¹⁴⁸⁷ Ebd., S. 39.

¹⁴⁸⁸ Ebd., S. 39.

¹⁴⁸⁹ AMADEUS, Petra: Der gedeckte Tisch: Ein Brevier für Feinschmecker – mit vielen Hundert Rezepten aus aller Welt und praktischen Ratschlägen. Marbach 1958, S. 158.

Bohnen in Tomatensauce mit Speck wird das besonders deutlich. Übrigens schmeckt es herrlich.¹⁴⁹⁰

Die zitierten Absätze sollten verdeutlicht haben, dass Konserven und die mit ihnen assoziierten Eigenschaften Teil eines vor allem ab den späten 1950er-Jahren verstärkt einsetzenden Diskurses waren, der in ihnen nicht nur bloß eine Dose mit darin haltbar gemachtem Essen sah, sondern sie zu einem regelrechten „Lifestyle“-Produkt formte um welches man nicht umhinkam, wollte man sich modern geben. Obendrein geriet die Konserve auch zu einem Symbol für das Reisen des Essens. Denn sie trug maßgeblich dazu bei, dass nun ebenso exotische, bisher unbekannte oder extrem teure Waren aus fernen Ländern den Weg in die damals ersten heimischen Supermärkte fanden.¹⁴⁹¹ So gesehen wurde die Konserve in jener Zeit auch als ein Ort gefeiert, der mittels Konservierung eine – wie es Rath ausdrückte – „authentische‘ Nahrung“¹⁴⁹² versprach. Vor diesem Hintergrund lässt sich auch Baedekers Verweis lesen, der Waldbeeren und Pilze mit „Frischhandel und Konservenfabriken“¹⁴⁹³ verknüpfte und es so ermöglichte, dass die hierin mitschwingende Vorstellung des Unverfälschten und Frischen ebenso auf die Konservennahrung selbst übertragen werden konnte.

Im Gegensatz dazu bewegen sich die Essensdarstellungen in der „Franken“-Ausgabe von 2014 freilich vor gänzlich anderen gesellschaftlichen Hintergründen. Die Konserve hat darin ihren Status als Zeichen des Modernen längst verloren. Auch als Symbol des Frischen und Authentischen hat sie ausgedient. Die Inszenierung des Echten, Unverfälschten geschieht nun vielmehr durch ein vermehrtes Storytelling, das Emotionen wecken möchte. Die Summe der eingangs dargestellten Diskurse trug maßgeblich zu einer solch veränderten Sichtweise rund um unser Essen bei, die auch vor (vermeintlich) fremden Küchen nicht Halt machte. Ihre Darstellung wird nun ebenfalls verstärkt mit der Emotionalität des Regionalen verknüpft, da der Nahraum – wie schon erwähnt – infolge von verschiedenen Diskursen und daraus entstandenen Vorstellungsbildern vielen als letztes

¹⁴⁹⁰ AMADEUS, Petra: Der gedeckte Tisch: Ein Brevier für Feinschmecker – mit vielen Hundert Rezepten aus aller Welt und praktischen Ratschlägen. Marbach 1958, S. 159.

¹⁴⁹¹ Vgl. RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984, S. 260.

¹⁴⁹² Ebd., S. 260.

¹⁴⁹³ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

verbliebenes Reservat erscheint, in dem alte Koch- und Esstraditionen überlebt hätten. Nicht umsonst betitelt Baedeker einen Teil seines einführenden Hintergrundkapitels auch mit den verheißungsvoll klingenden Worten „Region voller Reize“, die zwar für sich genommen lediglich wie ein touristischer Allgemeinplatz gelesen werden kann, aber im Kontext des folgenden Hinweises, dass die Küche der Region „ein bewusst gepflegtes Relikt bäuerlicher Tradition“¹⁴⁹⁴ sei, als etwas Bedeutungsvolles erscheint. Vor dem Hintergrund, dass einerseits viele Reiseziele in ihrem touristischen Grundversorgungsangebot einander immer ähnlicher werden und andererseits Touristen eine immer größere Reiseerfahrung aufweisen¹⁴⁹⁵, genügt es auch bei der Darstellung der fremden Küche nicht mehr bloß ihre Speisen zu beschreiben. So würde es heute etwa nicht mehr ausreichen, die verschiedenen in Franken erhältlichen Bratwürste unter dem Schlagwort der „Palette deutscher Wurstherrlichkeit“ (wie im Baedeker von 1962 noch der Fall) lediglich aufzuzählen. Nicht zuletzt die zunehmende Reizüberflutung hat dazu geführt, dass das in gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen generierte Wissen immer öfter mit Elementen des Unterhaltsamen und Spannenden ausgestattet wird. Das solcherart entstandene „Infotainment“ bildet einen wesentlichen Baustein, um das Reisen auch weiterhin mit der Aura des Erlebnisvollen auszustatten und so weiterhin zumindest für einen Augenblick im Fokus der Touristen zu verweilen. Diesem Prinzip, das zu einem immer bedeutungsvollerem Bestandteil unserer heutigen Wissensgesellschaft aufgestiegen ist, folgt auch der Baedeker-Verlag. So heißt es auf dessen Website unter dem Titel „Wissen öffnet Welten“, dass Wissen unser Leben bestimme. Dies würde – so die virtuelle Selbstdarstellung weiter – auch für das Reisen gelten, denn nur wer mehr über sein Reiseziel wisse, könne am Urlaubsort auch mehr erleben.¹⁴⁹⁶ Das hieraus sprechende „Infotainment“ äußert sich laut Eigendefinition darin, dass etwa das Kapitel „Erleben und Genießen“ mit „fundierte[n] Tipps für einen abwechslungsreichen Urlaub und (...) unbeschwertem Reisespaß“¹⁴⁹⁷ aufwarten würde. Das „Fundierte“ und „Abwechslungsreiche“ äußert sich allerdings auch hier nicht darin, dem Leser einen tatsächlichen Blick hinter die Kulissen der bereisten Region zu gewähren, ihn etwa über den Arbeitsalltag ihrer Einwohner abseits von

¹⁴⁹⁴ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 13.

¹⁴⁹⁵ Vgl. MUNDT, Jörn W.: Die Authentizität des Geldes. Zur ökonomischen Entwicklung künstlicher Destinationen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Künstliche Ferien – Leben und Erleben im Freizeitreservat, Bd. 3). Köln 1999, S. 16.

¹⁴⁹⁶ Vgl. URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (18. Juni 2017).

¹⁴⁹⁷ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (18. Juni 2017).

Interpretationen nach herkömmlichen touristischen Überlegungen zu informieren und dergestalt auch die Urlaubsküche als ein kulturspezifisch vielfältig verästeltes Speisesystem darzustellen. Wie die Ausführungen zeigten, drücken sich die in der „Franken“-Ausgabe von 2014 zu findenden Essenstipps lediglich in der Beschreibung des sattsam Bekannten aus. Ähnlich wie in der Ausgabe von 1962 spielen auch hier bloß jene Gerichte eine Rolle, die geeignet erscheinen die Region entweder durch ihren Namen – erinnert sei an dieser Stelle etwa an die „Fränkische Schlachtplatte“ oder die diversen Bratwürste, wie „Nürnberger Bratwurst“ – oder durch die Beschreibung von als typisch geltende Verzeheweisen zu repräsentieren. Entsprechend des weiter oben bereits dargestellten Wandels vom „Sight-Seeing“ zum sogenannten „Life-Seeing“ werden sie allerdings nun nicht mehr im Sinne eines herkömmlichen „Sights“, das heißt eines zum Kanon klassischer Sehenswürdigkeiten gehörenden Pflichtprogramms, das es unbedingt auszuprobieren (zu kosten) gelte, dargestellt. Vielmehr präsentieren sie sich jetzt als symbolträchtige Marker, in die unterschiedliche Imaginationen aus den eingangs beschriebenen Diskursen einfließen können und die zum Ausdruck einer neuen, weitaus umfassenderen touristischen Erzählung aufsteigen können. So lässt sich im Baedeker-Guide von 2014 erkennen, dass die fränkische Küche mit emotionalisierenden Zuschreibungen vor allem des Alten, Echten bzw. Authentischen, Bäuerlich-Traditionellen, Deftigen und auch des Feinen versehen ist, die jedoch nicht allein auf das Essen beschränkt bleiben. Diese Etikettierungen verweisen stets auf die Region, ja treten förmlich als ihre ureigensten Charaktereigenschaften auf, die tief in sie eingeschrieben zu sein scheinen und so auf die regionalen Speisen zurückfärben. War in der Ausgabe von 1962 beispielsweise lediglich die „Fränkische Schlachtplatte“ mit dem Prädikat „pikant gewürzt“¹⁴⁹⁸ versehen, wird nun die Region als Ganzes etwa mit der Aura fränkischer „Wurstherrlichkeit“ ausgestattet, „deren betörender Duft über Plätze, durch Straßen und Gassen schwebt!“¹⁴⁹⁹ Diese Form der Darstellung kann als Spielform eines derzeit angesagten und global beobachtbaren Ethnotrends gesehen werden¹⁵⁰⁰, der die Region und ihre Produkte mit neu erzählten Geschichten des Authentischen und

¹⁴⁹⁸ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹⁴⁹⁹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 82.

¹⁵⁰⁰ Vgl. TSCHOFEN, Bernhard: Vom Kochen in den Bergen. Ansichten eines Kulturwissenschaftlers (=Sonderdruck aus: Anni Scheffer: Vom Kochen in den Bergen. Die österreichische alpenländische Küche). Wien 2003, S. 13.

Alten, des immer schon Dagewesenen ausstattet, um sie so vor dem Hintergrund einer behaupteten Schnelllebigkeit unserer Moderne als identitätsstiftenden Hort des Eigenen und Verlässlichen erscheinen zu lassen.

7. Schlussbetrachtung

Ziel dieser Arbeit war es zunächst auf theoretischer Ebene herauszuarbeiten, welche veränderten Ausdrücklichkeiten sich gegenwärtig rund um unser Essen ausbreiten, wie die damit verbundenen neuen Sinnorientierungen entstehen und wer dafür verantwortlich zeichnet. Dabei zeigte sich, dass Speisen und ihre Zutaten immer öfter als Ausdruck von persönlichen Vorlieben und Abneigungen genutzt und in individuelle Lebensstile eingebaut werden können. Was dabei als Präferenz und Tabu gilt, hängt allerdings auch – und damit nähere ich mich der Beantwortung der ersten Forschungsfrage an – zu einem großen Teil von verschiedenen öffentlichen Diskursen ab. Denn durch die Wirkmächtigkeit der in ihnen ausverhandelten Sinnzusammenhänge beeinflussen sie ebenso unsere Erfahrungsweise von Wirklichkeit und tragen so wesentlich dazu bei, unsere Wahrnehmung von Welt zu konstituieren. In diesem Zusammenhang sollte sichtbar geworden sein, dass dabei kein Diskurs für sich alleine steht, sondern die Inhalte des einen auch in den anderen einfließen bzw. von diesem aufgegriffen werden können – wenn auch vielleicht zeitlich versetzt und von unterschiedlichen Diskursebenen ins Spiel gebracht. So würde etwa dem Bio-Diskurs ohne die, in ihm ebenso zur Geltung kommenden Diskurse rund um die Themen des Regionalen und Gesunden, zwei wesentliche, seinen Inhalt mitkonstituierende Diskussionsstränge fehlen (was freilich auch umgekehrt gilt). Erst ihre Verflechtung untereinander ermöglicht das Hervorbringen eines eigenen soziokulturellen Wissenssystems, das es erlaubt, unser Handeln in der Küche sowie unsere Speisen mit neuen Bedeutungen auszustatten. Dabei sollten die Ausführungen ebenso gezeigt haben, dass unsere Lebenswelt, in der diese diskursiven Aushandlungsprozesse eingebettet sind, keineswegs bloß nur einen passiven Rahmen für diese Ausformungen darstellt. Nach Alfred Schütz handelt es sich bei ihr vielmehr um eine Wirklichkeit, in der auf der einen Seite stets Menschen agieren bzw. handelnd eingreifen und dadurch die Gegenstände und wechselseitigen Beziehungen in ihr verändern können; deren Lebenswelt auf der

anderen Seite allerdings auch auf unsere Handlungen zurückwirkt und diese dadurch ebenso modifiziert. Denn die Lebenswelt stellt sich uns nicht nur als Naturwelt dar, in der Gegenstände der äußeren Umwelt als objektiv vorgegeben erscheinen. Sie ist zugleich immer auch Sozial- bzw. Kulturwelt, in der der Mensch auf andere Individuen trifft, die ihrerseits auf die Lebenswelt und ihre Gegenstände einwirken. Daraus ergibt sich, dass die Wirklichkeit nicht nur durch die eigenen Handlungen, sondern immer auch durch die der anderen modifiziert wird.¹⁵⁰¹ Aus dieser Sichtweise heraus stellt sich die Frage, wie dennoch ein gemeinsamer gesellschaftlicher Wissensvorrat entstehen kann, aus dem heraus sich bestimmte kollektive Sinnzusammenhänge – wie eben jene rund um unser Essen – ausbilden können. Die Ausführungen in dieser Arbeit konnten zeigen, dass die Eingliederung subjektiver Wissens Elemente in den gesellschaftlichen Wissensvorrat dabei stets durch den Prozess der sogenannten Objektivierung erfolgen. Damit ist die Verkörperung subjektiven Wissenserwerbs in Ereignissen und Gegenständen des Alltags gemeint, deren „Spuren“ bei anderen nicht nur Aufmerksamkeit erzeugen, sondern von diesen auch „gelesen“ werden können.¹⁵⁰² Diese Vermittlungssituation setzt allerdings das Einbringen eines Zeichensystems voraus, das von allen Beteiligten auch verstanden wird.¹⁵⁰³ Als „zweifello[s] wichtigste[s] der lebensweltlichen Zeichensysteme“¹⁵⁰⁴ gilt dabei für Schütz/Luckmann die gemeinsame Sprache. Denn über sie lasse sich „nicht nur neu erworbenes, sondern auch mitgebrachtes, nicht nur aktuell, sondern auch hypothetisch relevantes Wissen mitteilen.“¹⁵⁰⁵ Sprache ist daher sowohl das hauptsächliche Mittel des gesellschaftlichen Aufbaus jeder menschlichen Wirklichkeit, als auch Hauptmittel der Vermittlung einer bestimmten gesellschaftlich bereits vorhandenen Wirklichkeit.¹⁵⁰⁶ In anderen Worten: Sprache ermöglicht das Erstellen von – um noch einmal die von Bourdieu geprägte Formulierung aufzugreifen – „Wahrnehmungsprogramme[n]“¹⁵⁰⁷.

¹⁵⁰¹ Vgl. SCHÜTZ, Alfred / LUCKMANN, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Bd. 1. Frankfurt am Main 1979, S. 25ff.

¹⁵⁰² Vgl. ebd., S. 325f.

¹⁵⁰³ Vgl. ebd., S. 336.

¹⁵⁰⁴ SCHÜTZ, Alfred / LUCKMANN, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Bd. 2. Frankfurt am Main 1984, S. 201.

¹⁵⁰⁵ SCHÜTZ, Alfred / LUCKMANN, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Bd. 1. Frankfurt am Main 1979, S. 336.

¹⁵⁰⁶ Vgl. SCHÜTZ, Alfred / LUCKMANN, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Bd. 2. Frankfurt am Main 1984, S. 209.

¹⁵⁰⁷ BOURDIEU, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 2014²⁴, S. 19.

Die durch sie artikulierten Wörter geben den Dingen erst ihre Bezeichnung und konstituieren so Wissen.¹⁵⁰⁸ In Bezug auf den vorliegenden Themengegenstand können daher auch Reiseführer als „Sozialisationsagenturen“¹⁵⁰⁹ bezeichnet werden, da sie dem Leser über ihre Texte ebenso solche „Schablonen der Wahrnehmung“¹⁵¹⁰ liefern. Indem sie vorgeben, was als Sehenswürdigkeit gilt, welche Reiserouten die schönsten und erlebnisreichsten seien sowie generell was zum Thema gemacht wird, stellen sie „Zeugnisse des menschlichen Spürsinns dar und liefern Einblick in touristische (Ess)gewohnheiten und Bedürfnisse, ebenso in Probleme und dazugehörige Bewältigungsstrategien.“¹⁵¹¹ Vor diesem Hintergrund lässt sich auch die verstärkte Auseinandersetzung mit der jeweiligen Urlaubsküche als Abbild jenes Transformationsprozesses lesen wie er in Kapitel 4.1 deutlich gemacht wurde. Die darin dargestellte zunehmende Durchlässigkeit von individuellen Lebenslagen nach 1945 kann dabei als Resultat einer zunehmenden gesellschaftlichen Informalisierung gesehen werden, die ehemals bestehende Abhängigkeiten gegenüber übergeordneten Autoritäten zu verdrängen begann. Das was vormals z.B. vom sogenannten Familienoberhaupt, der Kirche, der Gemeinde oder durch die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Milieu als verbindlich richtig oder falsch vorgegeben wurde, wich nun immer öfter vielschichtigen Interdependenzen und einer damit verbundenen zunehmenden wechselseitigen Identifizierung. Diese Zunahme an Wahlmöglichkeiten beförderte aber auch zugleich, wie es Wouters ausdrückte, eine „Zeit der Unsicherheit und des Experimentierens“¹⁵¹². Denn von nun ging es nicht nur mehr nur darum, einen bestimmten Lebensstil nach außen zu tragen, sondern aufgrund des Schwindens besagter moralischer Instanzen ihn auch mit neuen Sinnstiftungen zu verknüpfen. Vor dem Hintergrund gegenwärtiger Globalisierungstendenzen, die aufgrund ihrer weitreichenden Verflechtungen bei

¹⁵⁰⁸ Vgl. ebd., S. 19.

¹⁵⁰⁹ GÜNTHER, Roland: Reisen ohne anzukommen? Oder Reisen, um zu bleiben? Tourismuskritik und eine Utopie: Kulturanthropologisches Reisen. In: Kultur anthropologisch. Eine Festschrift für Ina-Maria Greverus (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.30), Frankfurt am Main 1989, S. 90.

¹⁵¹⁰ GROSSMANN, Lydia: Esskultur in Baedekers [sic!] Reiseführern. Die Wahrnehmung der englischen und spanischen Küche als Spiegel des politisch-sozialen Zeitgeschehens um 1900. In: Landesbibliothekszentrum Rheinland-Pfalz (Hg.): Verleger und Verlagshaus Baedeker in Koblenz. Zum 150. Todestag von Karl Baedeker (=Schriften des Landesbibliothekszentrums Rheinland-Pfalz 7). Koblenz 2010, S. 95.

¹⁵¹¹ Ebd., S. 95.

¹⁵¹² WOUTERS, Cas: Informalisierung und der Prozeß der Zivilisation. In: GLEICHMANN, Peter / GOUDSBLOM, Johan / KORTE, Hermann: Materialien zu Norbert Elias' Zivilisationstheorie. Frankfurt am Main 1979, S. 296.

vielen Menschen ein Gefühl des Unbehagens auszulösen begannen, sowie angesichts omnipräsenter Informationen über die Einbettung unseres Essens in ökologische und ökonomische Zusammenhänge konnten unsere Speisen und ihre Zutaten zu einer Projektionsfläche für diverse individuelle Bekenntnisse aufsteigen. Denn über sie lassen sich individuelle Einstellungen und Werthaltungen ausdrucksstark zur Schau stellen und – wie Köstlin es nannte – in „körperbewusste Lebensstile“¹⁵¹³ einbauen. Diese zusätzliche Zentrierung auf den eigenen Körper kann dabei ebenfalls als Ausdruck einer verloren geglaubten Übersichtlichkeit unserer Lebenswelt verstanden werden. Vor dieser gedanklichen Kulisse erscheint der Körper zunehmend als eine Art Residualkategorie, als ein letzter verbliebener Ort, der es dem Individuum ermöglicht sich selbst und seinen persönlichen Lifestyle auszudrücken.¹⁵¹⁴ In Verbindung mit der Aufnahme von einer als „richtig“ postulierten Nahrung kommt diesem Akt damit zugleich auch eine hohe symbolische Deutungskraft zu.¹⁵¹⁵ Die einleitenden Betrachtungen in Kapitel 1 haben gezeigt, dass unser Essen von bestimmten und von verschiedenen Diskursen ins Spiel gebrachten Wertvorstellungen umgeben sein kann. Als besonders herausragend kristallisiert sich dabei eine Moral heraus, die man unter dem Schlagwort „Social Responsibility“ (verstanden als gesamtgesellschaftliche Verantwortung) zusammenfassen kann. In ihr gehen – wie ebenfalls bereits ausführlich dargestellt – Ziele der Umweltfreundlichkeit, Sozialverträglichkeit, Gesundheitsförderlichkeit und der kulturellen Akzeptanz ein. Dieser Nachhaltigkeitsdiskurs spielt auch im Tourismus eine immer größere Rolle. Schließlich haben die Debatten rund um die Zerstörung unserer Umwelt längst auch diesen Bereich erreicht. Hiervon zeugen nicht nur diverse politische Diskussionen z.B. rund um die 2011 eingeführte und im März 2017 halbierte Flugabgabe¹⁵¹⁶, sondern auch die gegenwärtig verstärkt wahrnehmbaren Bemühungen von Regierungsstellen und NGO's etwa mittels sogenannten CO₂-Fußabdruck-Rechnern¹⁵¹⁷ auch Reisende für die Reduzierung von

¹⁵¹³ KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 15.

¹⁵¹⁴ Vgl. ebd., S. 15.

¹⁵¹⁵ Vgl. ebd., S. 19.

¹⁵¹⁶ Vgl. URL: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170329_OTS0259/nationalrat-beschliesst-halbierung-der-flugabgabe; (2. Juli 2017).

¹⁵¹⁷ Vgl. URL: <http://www.mein-fussabdruck.at/#start>; http://www.uba.co2-rechner.de/de_DE/mobility-flight#panel-calc; <http://klimaohnegrenzen.de/kompensieren/detaillierte-co2-bilanz#flug-berechnen>; <https://www.atmosfair.de/de/kompensieren/flug>; (alle 2. Juli 2017).

Schadstoffen zu sensibilisieren. Somit war vor Beginn der empirischen Untersuchung davon auszugehen, dass sich die Ziele des Nachhaltigkeitsdiskurses auch in der Darstellung der Urlaubsküche deutlich abbilden würden. Denn die einleitenden Betrachtungen ließen erkennen, dass es die Freizeit ist, die die „neue Zeit der Repräsentation“ darstellt und in der „das Essen zum zentralen Anlass“ aufzusteigen begann.¹⁵¹⁸ Dementsprechend müsste auch im Tourismus – als ein dominanter Teil der Freizeit – das Essen und die in sie hineinprojizierten neuen Wertvorstellungen eine prominente Rolle spielen und demnach ebenso stark in Reiseführern abgebildet sein. Die hierzu durchgeführte Untersuchung hat dabei Folgendes ergeben:

Die Analyse der „Toskana“-Reiseführer aus dem Michael-Müller-Verlag, dessen Gründung nach Eigendarstellung wesentlich von der Sehnsucht nach alternativen Sichtweisen angetrieben war und der sich bis heute als „Spezialist für Individualreiseführer“¹⁵¹⁹ sieht, offenbart – was den von Müller formulierten „Blick hinter die Fassade“¹⁵²⁰ betrifft – ein eher ambivalentes Bild. So lässt die Erstausgabe von 1981 durchaus Ansätze einer alternativen Herangehensweise erkennen – und das nicht nur in ihrer optischen Aufmachung, sondern ebenso inhaltlich. Darauf deuten etwa Müllers Verweise, dass es „im Land einige Hundert verschiedene Nudelarten“ gäbe, gute Restaurants auf die fabrikmäßig hergestellten Teigwaren verzichten würden und die Erzeugnisse von kleineren „Nudelbäckereien“ überhaupt wohlschmeckender seien, da sie einen höheren Eiergehalt aufböten.¹⁵²¹ Dabei handelt es sich um eine Sichtweise, die sich vom Inhalt damaliger Reisebuch-Texte durchaus abhob. Die deutlich erkennbare Verknüpfung von höherer Qualität mit kleineren Betrieben lässt den Schluss zu, dass es Müller um eine Sensibilisierung des geschmacklich Besseren mit dem „Kleinen“ ging, wo man – so die mitschwingende Assoziation – statt minderwertiger Fabrikware noch hochwertige Produkte, und das vielleicht sogar aus Handarbeit, bekäme. Allerdings geht Müller auf keine kulturhistorischen Zusammenhänge rund um die Pasta ein, um beispielsweise zu erklären, warum Teigwaren – wie Müller in den einleitenden Beschreibungen selbst festhält – „nicht zur traditionellen Küche [der Toskana]

¹⁵¹⁸ KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E.: Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 13.

¹⁵¹⁹ URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/index.html>; (2. Juli 2017).

¹⁵²⁰ URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html; (2. Juli 2017).

¹⁵²¹ Vgl. MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 11.

zählen.“¹⁵²² Die Ausführungen zur Pizza und zu den gängigsten Beilagen – „[a]ls Beilagen kommen meist Bohnen oder Tomaten auf den Tisch“¹⁵²³ – lassen sich zwar auch als Versuch auf kulturelle Abständigkeiten hinzuweisen, interpretierten. Doch geschieht dies ausnahmslos über eine dem Leser vertraute Außensicht, wenn sich der Autor etwa bei der italienischen Variante der Pizza „ein wenig“¹⁵²⁴ enttäuscht darüber zeigt, dass ihr Boden „sparsamer“¹⁵²⁵ belegt sei als in Deutschland. Ähnliches passiert beim Absatz zum Gemüse, wo Müller konstatiert, dass man im Süden ausgereiftes Gemüse weit weniger schätzen würde „als bei uns“¹⁵²⁶. Eine sich von herkömmlichen touristischen Sichtweisen abhebende Beschreibung schlägt dann erst wieder in Form von einer in damaligen alternativen Kreisen überaus populären Kritik am Massentourismus nieder, die sogleich mit der Qualität der Speisen verknüpft wird – etwa, wenn Müller bei der Beschreibung von Florenz darauf verweist, dass die Restaurants im dortigen Altstadtzentrum zu 99% auf Touristen eingestellt seien und man sich deswegen bei ihren angebotenen Speisen keine hohe Qualität und damit auch nicht viel Genuss erwarten dürfe.¹⁵²⁷

In der 16. Auflage ist von diesen alternativen Ansätzen, auch wenn manche Sätze im Essenskapitel wortgleich übernommen wurden und sich der Aufbau des Kulinarikteils in groben Zügen ähnelt, nicht mehr viel übrig. Es dominiert nun vor allem eine Beschreibung, die auf die Ästhetisierung der Toskana als erlebnis- und entdeckungsreiche Region abzielt – egal, ob in Bezug auf die Landschaft, die vielmehr zu bieten hätte als das auf Postkarten verbreitete Bild, die Kunst der Renaissance, deren „großen Wegbereiter“¹⁵²⁸ allesamt aus der Toskana gestammt hätten oder eben auch die toskanische Küche betrifft.¹⁵²⁹ Letztere wird u.a. mit der sakral angehauchten Metapher vom kulinarischen Paradies charakterisiert, wo die „bodenständig und gern kräftig gewürzt[e]“¹⁵³⁰ Küche den Mittelpunkt des Genusses ausmache. Dazu gehöre auch, dass es etwa Pasta „in allen Formen, an allen möglichen Saucen“ gäbe und „in der Gegend um Montepulciano und Chiusi (...) eine

¹⁵²² MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981, S. 10.

¹⁵²³ Ebd., S. 11 [Hervorhebung im Original].

¹⁵²⁴ Ebd., S. 11.

¹⁵²⁵ Ebd., S. 11.

¹⁵²⁶ Vgl. ebd., S. 11.

¹⁵²⁷ Vgl. ebd., S. 61.

¹⁵²⁸ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 15.

¹⁵²⁹ Ebd., S. 14f.

¹⁵³⁰ Ebd., S. 15.

Art kurze, dicke Spaghetti, meist handgemacht“¹⁵³¹ angeboten würde. Und wer es deftiger liebt, könne auf das besonders „in der Gegend um Florenz und im Chianti“ gern servierte Florentiner Steak („Bistecca alla Fiorentina“) zurückgreifen, das – „mit Öl eingestrichen, dann ungesalzen ohne Fett auf den Holzkohlegrill gelegt (...)“¹⁵³² – „saftig und zart auf den Teller“ kommt.¹⁵³³ Solche Formulierungen dienen in erster Linie dazu, die in uns verankerten stereotypen Vorstellungsbilder von Italien bzw. der Toskana und seiner Küche, die seit Goethes Zeiten wie kaum eine andere als kulinarisches Abbild der Natur und ihrer Ursprünglichkeit verklärt wurde, nach wie vor als Ort eines besseren Lebens abzurufen und zu verstärken; sie eignen sich allerdings nicht um einen Blick hinter die sogenannten Kulissen zu bekommen. So erfährt der Leser z.B. nichts über das Kochverhalten der toskanischen Bevölkerung, hier hereinspielende milieubedingte Unterschiede oder über mögliche soziohistorisch bedingte Veränderungen. Genannt werden in erster Linie solche Speisen und Getränke, die als typisch für die Region gelten und die sich unter Zuhilfenahme von Stilmitteln des Natur- bzw. Biodiskurses eignen, als etwas Besonderes wahrgenommen zu werden. Hierzu müssen auch jene „Tipps“ gerechnet werden, die mit einem kleinen grünen Blatt markiert sind und so darauf hinweisen, wo man noch eine nachhaltige Anbauweise erleben könne, wo das Essen gemäß den „Slow Food“-Prinzipien noch besonders zelebriert würde oder wo man noch einen mehr oder weniger authentischen Blick ins bäuerliche Leben bekäme. Diese Aura des Einmaligen wird dabei sehr oft zusätzlich durch bestimmte Abbildungen unterstrichen. Dabei fällt auf, dass das Kulinarik-Thema gerne in Zusammenhang mit Menschen, die entweder in der Küche oder beim gemütlichen Zusammensitzen zu sehen sind, gezeigt wird. Diese Motive stehen allerdings nur in den wenigsten Fällen in direkter Beziehung zu dem Gesagten in einer bestimmten Textzeile. Weitaus öfter dienen sie dazu, die aus den verbal-textlichen Beschreibungen hervorgegangenen Imaginationen aufzugreifen und in visuelle Stimmungsbilder umzuwandeln – im Falle von Müllers „Toscana“-Guide von 2014 vor allem in Bezug auf das „dolce vita“, das hier u.a. durch Motive gemütlich anmutender Verzehrsituationen dargestellt wird. Seine Bilddarstellungen sind daher größtenteils als symbolhafte Abbildungen zu

¹⁵³¹ MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014, S. 15.

¹⁵³² Ebd., S. 16.

¹⁵³³ Ebd., S. 16.

sehen, die lediglich der zusätzlichen Emotionalisierung der in den Texten behandelten Themen dienen.

Ähnliche Rückschlüsse lassen sich auch aus der Untersuchung des „Jugoslawien“- und „Kroatien“-Guide aus dem Polyglott-Verlag ziehen, der zwar aufgrund seiner in Form und Inhalt reduzierten Reisehandbücher in den 1950er-Jahren als revolutionär galt, dem aber aufgrund des Festhaltens am herkömmlichen touristischen Kanon bis heute ein eher konservatives Image anhaftet. Die Analyse des „Jugoslawien“-Guide von 1981/82 offenbart, dass das Balkan-Land – dem damaligen politischen Diskurs entsprechend – noch stark als eine das Wilde und Zivilisierte gleichermaßen beinhaltende Region angesehen wurde, die „schon vor vielen Jahrtausenden entweder Ziel friedlicher Siedler oder Durchzugsgebiet wandernder und erobernder Völkerschaften“¹⁵³⁴ war und wo sich deshalb „wie nirgendwo sonst in Europa (...) die Kulturkreise“ überlagert hätten.¹⁵³⁵ Diesem Bild entspricht auch die Darstellung der jugoslawischen Küche als ein Geschmacksfaszinosum, das vor allem „der Mischung von gewohnten mitteleuropäischen mit mittelmeerischen sowie orientalischen Speisen und Zubereitungsarten“¹⁵³⁶ geschuldet sei. Dennoch zeigt sich, dass die darin mitschwingende Exotik – obwohl die jugoslawische Küche unter dem Namen „Balkan-Grill“ zu dieser Zeit in Deutschland und Österreich bereits eingeführt war – dem Reiseführer trotzdem geeignet erscheint, beim Leser nach wie vor ein zumindest unbehagliches Gefühl zu erzeugen. Anders lässt es sich nur schwer erklären, dass Polyglott gleich direkt im Anschluss ausgerechnet auf eine (für ihn vertraut erscheinende) Allerweltküche „wie Wiener Schnitzel, Pommes frites, Suppen und Nachspeisen“¹⁵³⁷ hinweist, die es „in den Hotels und Restaurants der jugoslawischen Fremdenverkehrsorte und der größeren Städte“¹⁵³⁸ gäbe. Damit signalisiert der Reiseführer eine kulinarische Sicherheit, auf die man zurückgreifen könne, falls die Balkan-Küche doch nicht munden sollte. Dementsprechend versucht der „Jugoslawien“-Reiseführer sich der Balkan-Küche auch immer wieder über vertraut wirkende Kontexte anzunähern. Hierfür spricht etwa, dass er die Ursprünge der Küche in Slowenien und Kroatien gleich zu Beginn „in dem großen

¹⁵³⁴ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 7.

¹⁵³⁵ Ebd., S. 7.

¹⁵³⁶ Ebd., S. 11.

¹⁵³⁷ Ebd., S. 11.

¹⁵³⁸ Ebd., S. 11.

Völkerkochtopf der österreichisch-ungarischen Monarchie“¹⁵³⁹ verortet, die „im Laufe einiger Jahrhunderte zusammengebraut“¹⁵⁴⁰ worden sei. Dies kann als Versuch gewertet werden, etwaige vorhandene Vorbehalte gegenüber der Balkan-Küche mittels des Hervorrufens von vertraut erscheinenden Motiven abzuschwächen. Der damit in Zusammenhang stehende Rückgriff auf die k.u.k.-Monarchie als wohlige Kulisse für Vertrautes lässt sich dabei als ein der damaligen Zeit geschuldeter Umstand deuten. So konstatiert Möhring, dass neben den sogenannten „Balkan“-Grills vor allem Medien, und hier besonders die in den 1950- und 1960er-Jahren überaus beliebten Revue- und Schlagerfilme, gerne mit klischeebehafteten Imaginationen vom Balkan und des untergegangenen Habsburgerreichs spielen und dazu beitragen, dass diese beiden Motive eine beliebte Projektionsfläche für nostalgische Erinnerungen sind.¹⁵⁴¹ Dieses Spiel zwischen Vertrautem und Exotischem spiegelt sich dann auch in der Beschreibung konkreter Speisen wider, wobei hier auffällt, dass es ausschließlich Fleischspeisen sind, die im Mittelpunkt der Betrachtung stehen. An erster Stelle stehen die aus den heimischen „Balkan-Grills“ bereits bekannten Ćevapčići, deren Exotisierung durch den Hinweis, dass es sich hierbei um ein stark gewürztes Fleisch verschiedener Sorten handle, das obendrein mit kleingehackten Zwiebeln serviert werde.¹⁵⁴² Die Betonung des Gewürzten ist dabei dem damaligen Diskurs zur Balkan-Küche geschuldet, der ihre Andersartigkeit vor allem am verstärkten Gebrauch von für die Region als typisch geltenden Gewürze wie Paprika, Zwiebeln oder Knoblauch festmachte.¹⁵⁴³ Dies zeigt sich auch bei der nachfolgenden Darstellung der Ražnjići, zu denen ebenfalls Zwiebeln gehören würden. Bei der Beschreibung von Djuveč – ein „mit Reis, Paprika, Tomaten und verschiedenen Gemüsen gedünstetes Schweine- oder Lammfleisch“¹⁵⁴⁴ – wird die Exotisierung allerdings abgeschwächt, indem zugleich festgehalten wird, dass dieses Gericht in der mitteleuropäischen Küche unter dem Namen „Serbisches Reisfleisch“ firmiere.¹⁵⁴⁵ Dieser Vergleich lässt den Schluss zu, dass Reisfleisch unter seinem serbischen Namen trotz der Ausbreitung des „Balkan-Grills“ in

¹⁵³⁹ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁵⁴⁰ Ebd., S. 11.

¹⁵⁴¹ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 316 & 337.

¹⁵⁴² Vgl. Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁵⁴³ Vgl. ebd., S. 11.

¹⁵⁴⁴ Ebd., S. 11.

¹⁵⁴⁵ Vgl. ebd., S. 11.

Deutschland und Österreich damals weit weniger geläufig war als zur selben Zeit etwa Čevapčići oder Ražnjići – und daher eine mentale Einordnung in Bekanntes als wichtig erachtet wurde. Zusätzlich machen Hinweise, dass man vor den jugoslawischen „Gastwirtschaften“ Spieße über Holzkohlenfeuer sehen könne sowie „Spießchen auf dem Rost gebraten“¹⁵⁴⁶ würden, ein zentrales Element des damaligen Diskurses zur „Balkan-Küche“ sichtbar: den (Holzkohlen)Grill! Er war – neben den genannten Gewürzen und der sich daraus ergebenden Schärfe – ein weiteres wesentliches Symbol, über das sich nicht nur die Andersartigkeit der jugoslawischen Küche, sondern auch deren Spezialitätenhaftigkeit vermitteln ließ.¹⁵⁴⁷

Anders die diskursive Themensetzung im Polyglott-Guide „Kroatien“ von 2015: Hier zeigt sich, dass die Darstellung der Küche nun voll und ganz Teil einer Ästhetisierung ist, die das Land als eine einzige Erlebnisregion präsentiert – und das wesentlich stärker als etwa im „Toscana“-Guide von 2014. Während die Küche in Müllers Reiseführer sich erst in den einleitenden Betrachtungen findet, wird die kroatische Kost im Polyglott-Guide bereits in das Vorwort eingebunden, welches keinen Zweifel lässt, dass Kroatien „eine Reise wert“¹⁵⁴⁸ sei. Die Region würde sich durch eine „Küste mit über tausend Inseln, schroffe Gebirgszüge, einsame Badebuchten und fantastische Tauchreviere, schicke Hafenmetropolen und eine quirlige Hauptstadt“¹⁵⁴⁹ auszeichnen. Schon hieraus lässt sich erkennen, dass Kroatien als „ein vielseitiges Land“¹⁵⁵⁰ dargestellt wird, das für jeden Geschmack, für jedes individuelle Interesse das Passende zu haben scheint. Formulierungen wie „[e]in paar Tage am Meer, dann bin ich bereit für Entdeckungstouren in andere Landesteile, die mich inzwischen ebenso wie die Küste immer wieder überraschen und in ihren Bann ziehen“¹⁵⁵¹ eignen sich dabei, etwaige hieraus entstehende Begehrlichkeiten zu verstärken. In den hieraus entstehenden Sinn des Besonderen fügt sich auch der Hinweis ein, dass man in Mittelkroatien schnell das Gefühl bekäme, als ob „jeden Augenblick (...) Kaiser Franz Joseph in einer Kutsche

¹⁵⁴⁶ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁵⁴⁷ Vgl. MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012, S. 328ff.

¹⁵⁴⁸ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 8.

¹⁵⁴⁹ Ebd., S. 8.

¹⁵⁵⁰ Ebd., S. 9.

¹⁵⁵¹ Ebd., S. 9.

vor[beifahren]“¹⁵⁵² würde. Dies ist insofern interessant als sich hieraus erkennen lässt, dass die „k.u.k.-Nostalgie“ bei Kroatien – wohl aufgrund seiner Historie, in der Dalmatien und Istrien lange Zeit Teil des Habsburgerreiches waren – zumindest bei Polyglott nach wie vor besonders geeignet erscheint, Schwelgereien an die „gute, alte Zeit“ bzw. an das Einfache zu evozieren. Hiervon ist auch die Darstellung der Küche betroffen, bei der es nun weniger um ein Vermitteln zwischen Exotischem und Eigenem geht, als vielmehr um das Erfahrbarmachen des Erlebnisreichen auch beim Essen, das freilich ebenso alleinig auf das Wecken von Begehrlichkeiten abzielt. So dienen Beschreibungen wie „im eigenen Garten angebaute[r] Salat und Gemüse sowie Fleisch von ‚glücklichen Tieren‘“¹⁵⁵³ in erster Linie dazu, ein höchstmögliches Maß an Genussvorstellungen zu erzeugen und in die Imagination des Erlebnisreichen einließen zu lassen. Da die Kulturtechnik des Grillens mittlerweile so sehr in den eigenkulturellen Wissensvorrat eingegangen ist, dass sie bei uns als vertraute Selbstverständlichkeit gilt, bedarf es heute jedoch anderer Stilmittel. Wie aus der oben angeführten Phrase ersichtlich, greift der Reiseführer – ähnlich wie der „Toscana“-Guide von 2014 – nun ebenfalls verstärkt Stilfiguren aus verschiedenen Diskursen auf. Dazu gehört etwa die sich in den Diskursen zum Biologischen, Regionalen und Genuss überschneidende Deutung, dass das Einfache, Hausgemachte, Bäuerlich-Bodenständige besonders schmackhaft sei, weil es ohne viel „Firlefanz“ auskomme, sich auf das Wesentliche konzentriere und daher als höherwertiger oder gesünder einzustufen sei – freilich wiederum mit dem ausschließlichen Ziel sich von anderen Speisedarstellungen abzuheben und damit vom Leser als etwas Besonderes eingestuft zu werden: „Im Inland hingegen schmeckt es etwas bäuerlicher, kommen Puter und hausgemachte Teigwaren auf den Tisch“¹⁵⁵⁴; „Wenn Nonnen Plätzchen backen, kommt etwas ganz Besonderes dabei heraus“¹⁵⁵⁵; „Jolanta Pavlović aus Savudrija hat es geschafft! Ihr Olivenöl ‚Oma Jola’s‘ wurde als erste istrische Sorte bio-zertifiziert“¹⁵⁵⁶. Dennoch fehlt auch hier nicht der laufende Verweis auf das Gourmethaft-Feine – im Gegenteil: Dieser tritt im „Kroatien“-Reiseführer sogar öfter hervor als etwa im „Toscana“-Guide, was damit zusammenhängen mag, dass die Balkan-Region im Unterschied zur Toskana

¹⁵⁵² Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 9.

¹⁵⁵³ Ebd., S. 10.

¹⁵⁵⁴ Ebd., S. 10.

¹⁵⁵⁵ Ebd., S. 13.

¹⁵⁵⁶ Ebd., S. 15.

über lange Zeit fast durchwegs mit einer eher deftigen (Fleisch)Küche in Verbindung gebracht wurde. Das geschmacklich Feine wird dabei einerseits mit namhaften und/oder ausgezeichneten Meisterköchen in Verbindung gebracht („Scampi aus dem Kvarner Golf, die sich unter den geschickten Händen von Danijel Dekić im Rovinjer Restaurant Monte in ein Semicrudo mit einer Emulsion von Seeigel, grünem Apfel und Bauchspeck verwandeln“¹⁵⁵⁷). Andererseits dreht sich die Erzählung des Delikaten stets auch um Fischgerichte, die sich etwa „in kulinarische Sensationen verwandeln“¹⁵⁵⁸ würden bzw. ein „kulinarischer Höhepunkt“¹⁵⁵⁹ seien oder um sogenannte Edel-Konobas, in denen sich istrische Hausmannkost mit feinsten Trüffeln vermische¹⁵⁶⁰ oder die „berühmt für ihre ausgezeichnete Fischküche“¹⁵⁶¹ sei. Demgegenüber steht die Skizzierung der kroatischen Konoba als authentisch-uriges bzw. alteingesessenes und beliebtes Lokal, in dem nach alten Traditionsrezepten gekocht würde und Deftiges vom Holzkohlengrill komme.¹⁵⁶² Hieraus wird auch ersichtlich, dass der Holzkohlengrill nunmehr als ein die Beschreibungen flankierendes Element eingesetzt wird, um weniger ein Bild jener Balkan-Exotik zu evozieren, die zwischen Vorstellungen des ungezügelten Wilden und Zivilisierten angesiedelt ist, als vielmehr um das Naturhaft-Echte zu unterstreichen. Unterstützt wird diese textliche Ästhetik durch nicht minder ästhetische Abbildungen, die Kroatien und seine Küche als einen einzigartigen erlebnisreichen „Genussladen“ – ob als bäuerlich-bodenständig oder gourmethaft-fein gedeutet – visuell unterstützen. Der vorgebliche Blick ins echte Leben entpuppt sich allerdings auch hier als Schimäre, bleibt doch auch bei Polyglott das Offenlegen kulturgeschichtlicher Zusammenhänge rund um die Küche offen.

Die Analyse der „Franken“-Guides aus dem Hause Baedeker ließ wiederum erkennen, dass der Wandel von Essdiskursen auch an jenem Verlag nicht spurlos vorüber gezogen ist, dessen Publikationen nicht zuletzt aufgrund ihrer Orientierung an bildungsbürgerlichen Wissensidealen für viele Reisende bis heute als Inbegriff eines konservativen touristischen Blicks gelten. Ähnlich wie die untersuchten Essensdarstellungen im 1981/82 erschienenen „Jugoslawien“-Führer greifen auch

¹⁵⁵⁷ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

¹⁵⁵⁸ Ebd., S. 14.

¹⁵⁵⁹ Ebd., S. 128.

¹⁵⁶⁰ Vgl. ebd., S. 63.

¹⁵⁶¹ Ebd., S. 75.

¹⁵⁶² Vgl. ebd., S. 68 & 95.

die Speisebilder in Baedekers „Nordbayern/Ostbayern“-Reiseführer von 1962 ein der Region zugeschriebenes Image auf, das ebenso als Ausdruck eines im damaligen Tourismus vorherrschenden Konsens gelten kann. Wurden bei der jugoslawischen Küche vor allem ihre gewürzten und zumeist auf einem Holzkohlegrill gebratenen Fleischspeisen erwähnt, so sind es in der kulinarischen Darstellung Nordbayerns/Ostbayerns von 1962 vor allem die Bratwürste, die den Kern der Beschreibung ausmachen. Dabei geht es nun aber weniger um eine Exotisierung als vielmehr um ein Erfahrbarmachen der „vielfältigen Palette deutscher Wurstherrlichkeit“¹⁵⁶³. Entsprechend der inhaltlichen Gliederungen und Formulierungen in damaligen herkömmlichen Reiseführern (vgl. dazu auch die kulinarischen Darstellungen in Polyglotts „Jugoslawien“-Guide von 1981/82) handelt es sich hier jedoch um eine strikt nüchtern gehaltene Aufzählung, die allerhöchstens mit den für diese Zeit typischen touristischen Attributen versehen war. So wurden etwa die Nürnberger Würste als „überaus köstlich“ und die bayerische Milzwurst als „besonders zart“ gepriesen, während die Weißwürste und das sogenannte Pichelsteiner Fleisch als „beliebt“ eingestuft wurden.¹⁵⁶⁴ Unter den Fischen hebt Baedeker wiederum z.B. die Meefischli hervor, bei denen es sich um „knusprig gebratene“ Mainfische handle, „die besonders lecker“ seien, weil es „eigene Bratküchen für sie“ gäbe.¹⁵⁶⁵ Diese Beispiele machen deutlich, dass Baedeker hier lediglich jene Speisen hervorhebt, die entweder durch ihren Namen auf eine bestimmte fränkische Stadt verweisen, aus der Sicht des Verlags als beliebt gelten oder durch das Voranstellen von austauschbaren Geschmacksattributen als geeignet erscheinen, um sie als etwas Einzigartiges zu vermitteln.

Demgegenüber zeigte die Analyse des 2014 erschienenen „Franken“-Führers, dass die Mechanismen des Markierens als etwas Besonders – ähnlich wie in Müllers „Toscana“-Guide von 2014 sowie bei Polyglotts „Kroatien“-Reisebuch von 2015 – weitaus vielschichtiger sind. Denn auch hier erfolgt die Beschreibung des Essens nun vor dem Hintergrund des Erlebnisreichen, das sich aus verschiedenen öffentlichen Diskursen speist. Schon der Einstiegssatz „[a]uf kulinarischem Gebiet

¹⁵⁶³ Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴, S. XXVI.

¹⁵⁶⁴ Vgl. ebd., S. XXVI.

¹⁵⁶⁵ Vgl. ebd., S. XXVI.

hat Franken seinen Gästen allerhand zu bieten“¹⁵⁶⁶ suggeriert, dass auch diese Region – um eine Phrase von Polyglott zu entlehnen – „eine Reise wert“¹⁵⁶⁷ sei, ihr somit ebenfalls etwas Entdeckungshaftes anhaftet. Die dazu beigefügte großflächige Abbildung (vgl. Abb. 37) lässt dabei erahnen, welche Art von Küche es zu entdecken gäbe – nämlich in erster Linie eine als bodenständig-deftig markierte Küche, die fest in der ländlichen Kultur der Region verwurzelt sei und daher als „ein bewusst gepflegtes Relikt bäuerlicher Tradition“¹⁵⁶⁸ noch heute zelebriert werde. Doch entgegen der Struktur in der Vorläufer-Ausgabe von 1962 (und auch im Gegensatz zu den untersuchten Reiseführern aus den anderen Verlagen) beginnt Baedeker die kulinarische Konturierung der Region nicht über die Speisen, sondern über das fränkische Bier und seiner verschiedenen Varianten. Dies mag einerseits damit zusammenhängen, dass sich über den fränkischen Gerstensaft gleich zu Beginn das Expertentum der Franken in Sachen Braukunst deutlicher zur Schau stellen lässt und andererseits so auch mikroregionale Unterschiede sichtbar gemacht werden können und sich auf diese Weise die Region nochmals extra als etwas Besonderes „labeln“ lässt. Darauf verweist etwa die Bemerkung, dass sich in Oberfranken „zwei Drittel der rund 300 fränkischen Braustätten finden“¹⁵⁶⁹ und dieser Regierungsbezirk „deshalb als die Region mit der höchsten Brauereidichte der Welt“¹⁵⁷⁰ gelte. Bei so einer hohen Konzentration professioneller Bierhersteller scheint es neben der großen Palette an unterschiedlichen Bieren, bei denen man die „Qual der Wahl“¹⁵⁷¹ hätte, fast notwendig, das Besondere nochmals extra herauszuarbeiten und zu regionalisieren. Dies geschieht vor allem dadurch, indem die Biere mit Storys zu ihrer Geschichte ausgestattet werden oder bestimmte Braudetails hervorgehoben werden. So ist davon zu lesen, dass vor der Entwicklung der Pilsener Brauweise vor allem dunkles Gerstenmalz und untergärige Hefe zur Herstellung fränkischer Biere verwendet worden sei, die unterschiedlich verwendet worden wären: „Während im Raum Bayreuth früher das bernsteinfarbene Braunbier dominierte, war es im Raum Nürnberg das Rotbier.“¹⁵⁷² Und: An diese Tradition würde heute von einigen

¹⁵⁶⁶ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 73.

¹⁵⁶⁷ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 9.

¹⁵⁶⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 13.

¹⁵⁶⁹ Ebd., S. 73.

¹⁵⁷⁰ Ebd., S. 73.

¹⁵⁷¹ Ebd., S. 74.

¹⁵⁷² Ebd., S. 74.

Brauereien wieder angeknüpft.¹⁵⁷³ Dieses Storytelling betrifft auch das aus grünen Malz hergestellte Rauchbier, das man früher über offenem Holzfeuer getrocknet hätte. Diese Methode sei dann allerdings durch „industrielle Trocknungstechniken“¹⁵⁷⁴ verdrängt worden sei und nur von einigen wenigen Brauereien weiter gepflegt worden, wie etwa die Brauerei „Schlenkerla“, „die für ihr geräuchertes Bier bekannt ist.“¹⁵⁷⁵ Dieses Betonen von althergebrachten Herstellungsverfahren kann als Versuch gelesen werden, die fränkischen Biere als unverfälschte und naturnahe Biere darzustellen, die keinen unkontrollierbaren Herstellungsprozessen unterworfen wären und die aufgrund ihrer suggerierten Authentizität zugleich das Reine und Gesunde in sich tragen würden. Daraus wird ersichtlich, dass die Beschreibungen auch hier mit Imaginationen aus Diskursen vor allem rund um die Themen „Bio“, „Regionalität“, „Genuss“, „Gesundheit“ und „Umwelt/Natur“ spielen. Dieses Aufgreifen verschiedener Diskurse und Einbetten in (vermeintliche) historische Zusammenhänge zeigt sich auch bei der Darstellung von als typisch gepriesenen Speisen, allen voran der Bratwürste. So wird deren Beliebtheit u.a. etwa damit begründet, dass ihr Geschmack in der lange zurückreichenden Geschichte immer schon als etwas Besonderes wahrgenommen worden wäre: „Bereits die Römer um Weißenburg in Bayern (...) schätzten den herzhaften Geschmack einer Bratwurst, ‚tomaculum‘ genannt, (...) bei Spielen, Gladiatorenkämpfen und Wagenrennen.“¹⁵⁷⁶ Wohl nicht zuletzt aufgrund ihrer Vielfalt sieht es Baedeker auch hier als notwendig an, die verschiedenen Würste mit Hilfe detailreicher Zusatzinfos nicht nur zu differenzieren, sondern ihnen auch einen je eigenen Hauch des Herausragenden zu verleihen und damit zugleich das Abrufen von Bildern eines regional unterschiedlichen Geschmacks zu ermöglichen. So wird beispielsweise bei den Nürnberger Rostbratwürsten darauf hingewiesen, dass sie „nur so groß wie ein kleiner Finger sein dürfen“¹⁵⁷⁷ und dies sogleich unter dem Titel „Schlüssellochgeschichten“¹⁵⁷⁸ mit zwei ins Reich der Legenden gehörenden Erzählungen angereichert. Die Coburger Bratwurst würde sich wiederum durch ihre Konsistenz sowie ihren Geschmack auszeichnen, da die „besonders würzige,

¹⁵⁷³ Vgl. Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 74.

¹⁵⁷⁴ Ebd., S. 74.

¹⁵⁷⁵ Ebd., S. 75.

¹⁵⁷⁶ Ebd., S. 82.

¹⁵⁷⁷ Ebd., S. 83.

¹⁵⁷⁸ Ebd., S. 83.

daumendicke Coburger Bratwurst (...) mindestens 25% Kalb- oder Rindfleisch¹⁵⁷⁹ enthalten würde „und nur mit Salz, Pfeffer, Muskat und Zitrone gewürzt“¹⁵⁸⁰ sei. In diese Richtung geht auch die Darstellung der übrigen als Spezialitäten markierten Speisen, wie etwa die Charakterisierung des Lammbratens vom „Altmühltaler Lamm“, das sehr mager, kalorienarm und eiweißhaltig sei und sich daher vorzüglich für Sportler eignen würde.¹⁵⁸¹ „Am besten“, würde es schmecken, „wenn zur Zubereitung Kräuter aus der Region verwandt werden – darunter Salbei, Kerbel, Estragon, Thymian, Rosmarin, Liebstöckel sowie Koblauch.“¹⁵⁸² Der „Fränkische Sauerbraten“, dessen Rindfleisch vor dem Braten „für mehrere Tage in einem Essigsud (zuweilen auch in Rotwein-Essigsud)“¹⁵⁸³ liege, sei „eine beliebte Sonntags- und Festtagsmahlzeit“.¹⁵⁸⁴ Während das „Kerwaküchle“ – „ein in Fett gebratenes Hefeteiggebäck, das zur Kerwa einfach dazu gehört“¹⁵⁸⁵ – anlässlich der in vielen Orten Frankens als Höhepunkt des Jahres angesehenen Kirchweih gereicht werde.¹⁵⁸⁶ Bemerkenswert an der Beschreibung letztgenannter Speise ist, dass sie zusätzlich auch in Beziehung zu einem in Franken populären Kirchenfest gesetzt und so zusätzlich angezeigt wird, dass man in Franken auch rund um diverse Festveranstaltungen traditionsverhaftet sei. Dies tritt dann nochmals deutlich in einem eigenen „Feste“-Kapitel zutage, in dem der Eindruck erweckt wird, dass die (nachgestellte) Geschichte Frankens mit dem Zeitalter des Rokoko aufgehört hätte. Davon zeugen nicht nur Wallenstein-Festspiele, der Hofer Schlappentag, Florian-Geyer-Festspiele, Rokoko-Festspiele und diverse regionalspezifische Umzüge etwa zu Ehren diverser Stadtheiliger. Das darin mitschwingende Geselligkeitsmotiv stellt zusätzlich ein wesentliches Moment zur Charakterisierung des Fränkischen dar, das sich auch im Bereich des Kulinarischen erkennen lässt. So hält Baedeker fest, dass die Franken ihre „Weinfeste, Bierfeste, Kirchweihen (Kärwa, Kerwa oder Kirwa) und andere Feste“¹⁵⁸⁷ lieben würden. „Vor allem bei den Bier- und Weinfesten kommt man auf den Bänken an den langen rustikalen Tischen mit Einheimischen rasch in

¹⁵⁷⁹ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 82.

¹⁵⁸⁰ Ebd., S. 82.

¹⁵⁸¹ Vgl. ebd., S. 81.

¹⁵⁸² Ebd., S. 81.

¹⁵⁸³ Ebd., S. 81.

¹⁵⁸⁴ Ebd., S. 81.

¹⁵⁸⁵ Ebd., S. 81.

¹⁵⁸⁶ Vgl. ebd., S. 81.

¹⁵⁸⁷ Ebd., S. 25.

Kontakt.“¹⁵⁸⁸ Verstärkt werden diese verbal-textlichen Bilder durch entsprechende Abbildungen von Menschen in geselligen Runden, die in ihrer Ästhetik den Anschein erwecken als wäre der als typisch fränkisch angesehene Sinn für Gemütlichkeit gemeinsam mit den als bodenständig und naturnah beschriebenen Speisen und Getränken der Inbegriff für Genuss auf deutsche Art. Doch sämtliche in Baedekers „Franken“-Führer auffindbaren verbal-textlichen und visuellen Bilder eignen sich jedoch nicht für ein „unverstelltes“ Kennenlernen des Echten, Authentischen. Denn, da auch sie eine tiefergehende Auseinandersetzung mit kulturgeschichtlichen Zusammenhängen vermissen lassen, sind sie bloß als Requisiten jener „staged authenticity“ anzusehen wie sie von McCannell offengelegt wurde; die nur vorgeben, das Gefühl des Echten vermitteln zu wollen, denen es aber in Wirklichkeit bloß um das Wecken von Begehrlichkeiten nach touristischer Überlegungen geht.

Damit können schließlich auch die letzten Forschungsfragen beantwortet werden. Was die Frage nach den verwendeten Stilmitteln betrifft, so hat – wenn wir uns zunächst den älteren Reiseführern zuwenden – die Analyse des „Jugoslawien“- und „Nordbayern/Ostbayern“-Reiseführers gezeigt, dass die dortigen Essensbeschreibungen von einem pauschalisierenden Sprachstil gekennzeichnet sind. So würde da wie dort „im allgemeinen“ eine deftige bzw. üppige Fleischküche vorherrschen, zu der „man“ in „Nordbayern/Ostbayern“ Kartoffelsalat essen und in „Jugoslawien“ ein gutes Glas Rotwein trinken würde, „denn überall gibt es Weingärten.“¹⁵⁸⁹ Darüber hinaus fällt in beiden Reisehandbüchern der nüchtern gehaltene Aufzählungsstil auf, der so den Eindruck größtmöglicher Objektivität vermitteln möchte. Dazu gehört auch der Einsatz von herkömmlichen und beliebig austauschbaren touristischen Attributen wie „beliebt“, „bekannt“ oder „vortrefflich“, die die vom Verlag erwähnten Speisen als etwas Herausragendes erscheinen lassen und damit ebenso eine „gediegene Verlässlichkeit“¹⁵⁹⁰ im Erkennen des Besonderen ausstrahlen. Im Gegensatz dazu liest sich Müllers „Toskana“-Führer von 1981 differenzierter. Zwar hebt auch er überwiegend jene Speisen hervor, die entweder als typisch italienisch (Pizza, Spaghetti) oder als bekannt für die Toskana gelten

¹⁵⁸⁸ Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶, S. 25.

¹⁵⁸⁹ Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82, S. 11.

¹⁵⁹⁰ PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003), S. 247.

(bistecca alla Fiorentina, panforte di Siena, polenta alla Toscana, etc.), doch geschieht dies bei ihm aus einer persönlichen Sichtweise heraus, die sich nicht davor scheut auch mal negative (Essens)Erfahrungen anzusprechen und mit Folgen des zunehmenden Massentourismus in Verbindung zu setzen.

Vergleicht man diese Stile mit der Darstellungsweise in den neueren Auflagen, so zeigt sich bei allen drei Verlagen, dass es heute vor allem um das Hervorrufen von Imaginationen geht, die sich in erster Linie um ästhetische und emotionale Qualitäten drehen. Dies geschieht sowohl auf der verbal-textlichen als auch visuellen Ebene über Stilfiguren, deren Inhalte – wie schon mehrfach exemplifiziert – aus verschiedenen Diskursen stammen und in den Reiseführen zu einem erlebnisreichen Ganzen zusammengeführt werden. Im Mittelpunkt steht dabei einmal mehr der Geschmack der jeweiligen Küche, für dessen Beschreibung herkömmliche touristische Attribute nun aber nicht mehr ausreichen. Denn sowohl die zunehmende Austauschbarkeit vieler touristischer Erlebnisangebote, und ein damit ebenso in Zusammenhang stehender wirtschaftlicher Druck auf Seiten der Tourismusanbieter, als auch Gefühle verstärkter Unsicherheit im Umgang mit Lebensmitteln auf Konsumentenseite verlangen nach mehr als bloß auf den „guten“ Geschmack hinzuweisen. Der „gute“ Geschmack muss heute vielfach begründet werden, um als solcher wahrgenommen zu werden. Das hat sich auch in den untersuchten Reiseführern aus den Jahren 2014 und 2015 gezeigt. In ihnen geht es nicht mehr um eine simple Aufzählung und Kennzeichnung des Besonderen. Im Vordergrund steht nun in erster Linie ein Vermitteln von Erlebnissen, die im kulinarischen Bereich vor allem im Zelebrieren des Genussreichen lägen. Dazu sei es aber notwendig, dass man sich – so wird es suggeriert – den jeweiligen regionalen Duft bewusst mache. Dieser bestünde – damit erfolgt die Beantwortung auf die Frage wie Moral argumentiert wird – im jeweils als lokale Eigenheit dargestellten Umgang mit regionalen Speisen und ihren Zutaten, die allesamt mit der Aura des Natürlichen und Echten bzw. Authentischen versehen sind. Es ist ein Umgang, der auf lokale Traditionen Rücksicht nähme, der „althergebrachte“ Anbaumethoden liebevoll weiterpflegen würde und der beim Kochen etwa die tradierten Rezepte von „istrischen Hausfrauen“¹⁵⁹¹ verwende, denen schließlich „kein Meisterkoch das

¹⁵⁹¹ Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

Wasser reichen“¹⁵⁹² könne. Hieraus konstituiert sich ein Geschmacksempfinden, das den Genuss nicht nur bloß in die Region einschreibt, sondern diese zusätzlich als Refugium des Besseren erscheinen lässt, da in ihr noch eine Nachhaltigkeit gelebt würde, die andernorts schon längst verschwunden sei.

Aus den bisherigen Ausführungen sollte klar erkennbar geworden sein, dass modernes Reisen – damit komme ich zur Beantwortung der letzten Forschungsfrage – und die dabei mittransportierten Bilder und Erzählungen ein wirkmächtiger Bestandteil unserer Lebenswelt geworden sind. Denn der Tourismus, so Dieter Kramer, fügt dem kulturellen Repertoire von Welterfahrung, Weltinterpretation und Erlebnisformen nicht nur Neues hinzu, sondern trägt auch wesentlich zur Ausformung von bestimmten Symbolsystemen, Sinnzielen und Werten bei. Er ist gewissermaßen als Katalysator anzusehen, der Sehweisen und Mentalitäten beeinflusst und sie aus dem Urlaub in den Alltag zu transferiert. Dies geschieht, indem der Tourismus die Aneignung von Regionen, ihren Landschaften und Aussichten neu „möbliert“ und so ermöglicht, dass neue materielle Wirklichkeiten als Bestandteil der kulturellen Umwelt entstehen.¹⁵⁹³ Dabei spielen Reiseführer eine wichtige Rolle, da sie nicht nur eine Anleitung im Umgang mit Symbolen und Verhaltenstipps liefern, sondern gesellschaftlich vorherrschende Normen reflektieren.¹⁵⁹⁴ Allerdings hat die Untersuchung der Essensdarstellungen in den ausgewählten Reiseführern gezeigt, dass es – mit Ausnahme von Müllers erstem Toskana-Guide, in dem Ansätze eines „unverstellten“ Blicks durchaus erkennbar waren – auch hier nicht in erster Linie um die Vermittlung von Erkenntnissen im Sinne eines, wie es Kramer formulierte, echten Erfahrens realer Weltsituation geht.¹⁵⁹⁵ Ihre verbal-textlichen und visuellen Beschreibungen entpuppen sich in den allermeisten Fällen nur als touristische Animationsversuche, die – angepasst an den gesamthaltlichen Zuschnitt des jeweiligen Reisebuchs – dem Leser ebenso im

¹⁵⁹² Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015, S. 10.

¹⁵⁹³ Vgl. KRAMER, Dieter: Kulturanthropologie des Tourismus. In: HAHN, Heinz / KAGELMANN, Jürgen H. (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München 1993, S. 57.

¹⁵⁹⁴ Vgl. PAGENSTECHER, Cord: Der Niedergang des Baedekers. Reiseführer in „Wirtschaftswunder“ und „Erlebnisgesellschaft“. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Tourismusgeschichte(n), Bd. 8). München 2009, S. 110.

¹⁵⁹⁵ Vgl. KRAMER, Dieter: Tourismus und Kultur. In: HAUG, Wolfgang Fritz / MAASE, Kaspar (Hg.): Materialistische Kulturtheorie und Alltagskultur (=Das Argument: Argument-Sonderband AS 47). Berlin 1980, S. 168f.

kulinarischen Bereich bloß unverbindliche und oberflächliche Erlebnisse vermitteln wollen. Die darin einfließenden Bilder vom Naturhaften und Unverfälschten, vom Frischen und Feinen, vom Bäuerlich-Bodenständigen und Traditionsverhafteten sind somit lediglich als Requisiten anzusehen. Sie alle spielen bloß mit dem Aroma des Authentischen und Nachhaltigen, um auf diese Weise den Geschmack der Fremde zu überhöhen und ihn so als lohnenswertes Ziel von Begehrlichkeiten zu präsentieren, die zunehmend aus dem Gesamtkonzept eines individuellen Lebensstils heraus formuliert werden. Denn über diesen werden immer öfter persönliche Geschmacksvorlieben ausgedrückt sowie Trends formuliert und damit Orientierungen in ein größeres System eingebunden, das „sich wesentlich über den Konsum und die mit seinen Objekten verbundenen Haltungen ausdrückt.“¹⁵⁹⁶ Dazu gehört auch der Tourismus, den ebenso Prozesse der Auf- und Abwertung, der kulturellen Wertsteigerung und Wertminderung durchziehen. Auf dessen Markt konkurrieren die Destinationen und Reiseformen, wie Vester richtigerweise feststellt, somit „nicht nur um Touristen, sondern auch um Prestige.“¹⁵⁹⁷ Vor diesem Hintergrund scheint es einleuchtend, dass das Ansehen bzw. der Ruf, den eine Region und ihr Angebot hat, auch auf den Touristen und seinen Habitus abfärbt. Das ist freilich nicht neu, das hat es seit den Anfängen des Tourismus immer schon gegeben. Was sich allerdings nun verändert hat, ist die Vielzahl an moralisch hinterlegten Geschichten, deren Deutungen auch vor dem Urlaub und seiner Küche nicht halt machen. Reiseführer spielen dabei eine wesentliche Rolle, da sie – wie gezeigt werden konnte – die in ihnen vorgestellte Speisenwirklichkeit stets als die einzig „echte“ Wirklichkeit präsentieren. Da diese Lebenswelten touristisch aufbereitet sind, sind es allerdings stets nur Inszenierungen des Echten, die eine Welterfahrung und Weltaneignung im Kramer'schen Sinne letzten Endes kaum zulassen. Nun bin ich ganz bei Wierlacher, der es in seinem Essay für vermessen hielt, „die Aufgabenstellung der Gattung Reiseführer mit den Erkenntniszielen des

¹⁵⁹⁶ KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergemeinschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 41.

¹⁵⁹⁷ VESTER, Heinz-Günter: Tourismustheorie. Soziologische Wegweiser zum Verständnis touristischer Phänomene (= Reihe Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, Bd. 6). München / Wien 1999, S. 81.

Kulturwissenschaftlers oder Ethnologen [zu] identifizieren.“¹⁵⁹⁸ Dennoch wäre es lobenswert, würden zukünftige Reiseführer in ihren Essensdarstellungen auch in weniger „erlebnisreiche“ Kochtöpfe schauen, den Blick nicht nur auf den „Himmel“ lenken, „der voller Schinken hängt“, sondern ebenso über den bekannten Tellerrand hinausblicken und beispielsweise die Küchen verschiedener sozialer Milieus in den Fokus ihrer Betrachtungen stellen – und das aus einer Innenperspektive heraus, um so dem Anspruch „in das wirkliche Leben am Urlaubsort [einzutauchen]“¹⁵⁹⁹ zumindest in Ansätzen gerecht zu werden. Aus nahrungsethnologischer Perspektive wäre dies jedenfalls wünschenswert.

¹⁵⁹⁸ WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 508.

¹⁵⁹⁹ URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (9. Juli 2017).

8. Quellenverzeichnis

8.1 Primär- und Sekundärliteratur

ABELS, Heinz: Interaktion, Identität, Präsentation. Kleine Einführung in interpretative Theorien der Soziologie. Wiesbaden 2004³.

ABELS, Heinz: Wirklichkeit. Über Wissen und andere Definitionen der Wirklichkeit, über uns und Andere, Fremde und Vorurteile. Wiesbaden 2009.

AMADEUS, Petra: Der gedeckte Tisch: Ein Brevier für Feinschmecker – mit vielen Hundert Rezepten aus aller Welt und praktischen Ratschlägen. Marbach 1958.

ANDERSEN, Arne: Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute. Frankfurt am Main / New York 1997.

ANTHUS, Antonius: Vorlesungen über die Eßkunst. Neuauflage [limitierte und nummerierte Erstausg.], 1. - 7. Tsd. Frankfurt am Main 2006.

ANDERSEN, Margret L. / TAYLOR, Howard Francis: Sociology. Understanding a Diverse Society. Belmont 2006.

BADURA, Bernhard: Sprachbarrieren. Zur Soziologie der Kommunikation (=Reihe „problemata“, ohne Bandangabe). Stuttgart-Bad Cannstatt 1971.

BAEDEKER, Karl GmbH (Hg.): Baedeker. Ein Name wird zur Weltmarke. Die Geschichte des Verlages. Ostfildern 1998.

BAHRDT, Hans Paul: „Natur“ und Landschaft als kulturspezifische Deutungsmuster für Teile unserer Außenwelt. In: GRÖNING, Gert / HERLYN, Ulfert (Hg.): Landschaftswahrnehmung und Landschaftserfahrung (=Arbeiten zur sozialwissenschaftlich orientierten Freiraumplanung, Bd. 10). Münster 1996, S. 163-192.

BALLSTAEDT, Steffen-Peter: Wozu dienen Bilder? Zur Funktion der Bebilderung in Reiseführern. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999). Mainz / München 1999, S. 60-69.

BARLÖSIUS, Eva: Eßgeschmack und Lebensstil: Reduktion von Ernährungsrisiken und -unsicherheiten? In: Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (aid) e.V. (Hg.): Ernährungsverhalten heute: Die Verbraucher sind verunsichert. (=Dokumentation zur wissenschaftlichen Tagung der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V. und des Instituts für Ernährungsökonomie und -soziologie der Bundesforschungsanstalt für Ernährung am 01. und 02. November 1996 in Stuttgart-Hohenheim). Bonn 1997, S. 5-7.

BARLÖSIUS, Eva: Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung. Weinheim / München 1999.

BARTHES, Roland: Der „Blaue Führer“. In: Ders.: Mythen des Alltags. Frankfurt am Main 1964, S. 59-63.

BARTHES, Roland: Die Fotografie als Botschaft. In: Ders.: Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III. Frankfurt am Main 1990, S. 11-27.

BAUSINGER, Hermann: Das Bild der Fremde in der Alltagskultur. In: Universitas. Zeitschrift für Wissenschaft, Kunst und Literatur 43 (1988), S. 946-955.

BAUSINGER, Hermann: Grenzenlos... Ein Blick auf den modernen Tourismus. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 343-353.

BAUSINGER, Hermann: Volkskultur in der technischen Welt. Frankfurt am Main / New York 2005².

BECHER, Ursula A. J.: Geschichte des modernen Lebensstils. Essen – Wohnen – Freizeit – Reisen. München 1990.

BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf den Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main 1986.

BEHLER, Ernst: Friedrich Schlegel in Selbstzeugnissen und Bilddokumenten. Reinbek bei Hamburg 1988².

BENDIX, Regina: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. In: PÖTTLER, Burkhard/KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 57-83.

BERGER, Peter L. / LUCKMANN, Thomas: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt am Main 1996⁵.

BERGHAUS, Margot: Von der Tischgemeinschaft zur Konsumgesellschaft. Gemeinschaftsbildung durch Essen und Wandlungen in der sozialen Bedeutung des Essens. In: Gesellschaft der Freunde der Forschungsgemeinschaft Wilhelminenberg (Hg.): Matreier Gespräche. Otto Koenig 70 Jahre (=Kulturwissenschaftliche Beiträge zur Verhaltensforschung). Wien / Heidelberg 1984, S. 243-259.

BERWING, Margit: Die Reisewelle der fünfziger Jahre: Capri und die Folgen. In: BERWING, Margit / KÖSTLIN, Konrad (Hg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 2). Regensburg 1984, S. 202-218.

BIERNAT, Ulli: „Ich bin nicht der erste Fremde hier“. Zur deutschsprachigen Reiseliteratur nach 1945. Würzburg 2004 (zugl. Diss. Universität Marburg 2003).

BOCK, Benedikt: Baedeker & Cook – Tourismus am Mittelrhein 1756 bis ca. 1914 (=Mainzer Studien zur Neueren Geschichte, Bd. 26). Frankfurt am Main 2010 (zugl. Diss. Universität Mainz 2008).

BOCK, Benedikt: Baedekers Rheinreiseführer. Tourismus am Mittelrhein im 19. Jahrhundert. In: Landesbibliothekszenrums Rheinland-Pfalz (Hg.): Zum 150. Todestag von Karl Baedeker (=Schriften des Landesbibliothekszenrums Rheinland-Pfalz, Bd. 7). Koblenz 2010, S. 106-117.

BOHNSACK, Ralf / MAROTZKI, Winfried / MEUSER, Michael (Hg.): Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung. Stuttgart 2006².

BÖTTCHER, Dirk et al.: Hannoversches Biographisches Lexikon. Von den Anfängen bis in die Gegenwart. Hannover 2002.

BOURDIEU, Pierre: Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt am Main 1994⁵.

BOURDIEU, Pierre: Sozialer Raum und „Klassen“. Leçon sur la leçon. Zwei Vorlesungen. Frankfurt am Main 1995³.

BOURDIEU, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main, 2014²⁴.

BREUSS, Susanne: Eiskaltes Schlaraffenland. Kühltechnik, Ernährung und Konsum in der „Wirtschaftswunder“-Zeit. In: Dies. (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 96-108.

BRILLI, Attilio: Als Reisen eine Kunst war. Vom Beginn des modernen Tourismus: Die „Grand Tour“. Berlin 2012⁴.

BRINKER, Klaus et al. (Hg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Linguistics of Text and Conversation. An International Handbook of Contemporary Research (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Handbooks of Linguistics and Communication Science 16/2). Berlin / New York 2001, S. 1162.

BROCK, Bazon: Der Stil der Stillosigkeit – ein zeitgemäßer Manierismus mit kleinem Anlauf zur systematischen Betrachtung. In: BROCK, Bazon / RECK, Hans Ulrich (Hg.): Stilwandel als Kulturtechnik, Kampfprinzip, Lebensform oder Systemstrategie in Werbung, Design, Architektur, Mode. Berlin 1986, S. 53-65.

BRUNNER, Karl-Michael: Entbehren, aufholen, bodenständig genießen. Vom Wandel des Essens. In: KÜHSCHMELM, Oliver / LANGTHALER, Ernst / EMINGER, Stefan (Hg.): Niederösterreich im 20. Jahrhundert, Bd. 3: Kultur. Wien, Köln, Weimar 2008, S. 499-522.

BUDE, Heinz: Die Rekonstruktion kultureller Sinnsysteme. In: FLICK, Uwe et al. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. München 1991, S. 101-112.

FEICHTINGER, Johannes: Das Wiener Kipferl. Zum Symbolwert eines Gebäcks. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 102-120.

DEGGAU, Hans-Georg: Zur Semantik der Reise. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Warum reisen?, Bd. 1). Köln 1997.

DE RIDDER-SYMOENS, Hilde: Die Kavalierstour im 16. Und 17. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J.: Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989.

DIAZ-BONE, Rainer: Die interpretative Analytik als methodologische Position. In: KERCHNER, Brigitte / SCHNEIDER, Silke: Foucault. Diskursanalyse der Politik. Eine Einführung. Wiesbaden 2006, S. 68-84.

EDER, Franz X.: Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: BREUSS, Susanne (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 24-35.

EDER, Klaus: Die Natur: Ein neues Identifikationssymbol der Moderne? Zur Bedeutung kultureller Traditionen für den gesellschaftlichen Umgang mit der Natur. In: GINGRICH, Andre / MADER, Elke (Hg.): Metamorphosen der Natur. Sozialanthropologische Untersuchungen zum Verhältnis von Weltbild und natürlicher Umwelt. Wien, Köln, Weimar 2002, S. 31-68.

EDSCHMID, Kasimir: Italien. Rom und der Süden. Stuttgart 1957.

EDSCHMID, Kasimir: Ewiges Italien. Vorwort zu Nagels Reiseführer Italien. Genf et al. 1958, S. V-XIII.

EGGER, Simone: Kulturanalyse als Dichte Beschreibung. In: BISCHOFF, Christine / OEHME-JÜNGLING, Karoline / LEIMGRUBER, Walter (Hg.): Methoden der Kulturanthropologie. Bern 2014, S. 401-414.

EISLER, Rudolf: Kant-Lexikon. Nachschlagewerk zu Kants sämtlichen Schriften, Briefen und handschriftlichem Nachlass. 5. unveränderter Nachdruck der Ausgabe von 1930. Hildesheim 2002.

ENZENSBERGER, Hans Magnus: Einzelheiten I. Bewußtseins-Industrie. Frankfurt am Main 1964.

FINK-EITEL, Hinrich: Foucault zur Einführung. Hamburg 1992².

FITZON, Thorsten: Reisen in das befremdliche Pompeji: Antiklassizistische Antikenwahrnehmung Deutscher Italienreisender 1750-1870. Berlin 2004.

FLORACK-KRÖLL, Christina: „Heilsam Wasser, Erd’ und Luft“ – Zu Goethes Badereisen. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991.

FOUCAULT, Michel: Archäologie des Wissens. Frankfurt am Main 1973.

FOUCAULT, Michel: Sexualität und Wahrheit 1. Der Wille zum Wissen. Frankfurt am Main 1977.

FOUCAULT, Michel: Was ist Kritik? Berlin 1992.

FOUCAULT, Michel: Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt am Main 1993.

FOUCAULT, Michel: Das Subjekt und die Macht. In: DREYFUS, Hubert L. / RABINOW, Paul (Hg.): Michel Foucault. Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik. Weinheim 1994², 243-261.

FOUCAULT, Michel: Die Maschen der Macht. In: Ders.: Schriften in vier Bänden. Dits et Écrits, Bd. 4: 1980-1988. Frankfurt am Main 2005.

FRERICHS, Petra / STEINRÜCKE, Margareta: Kochen – ein männliches Spiel? Die Küche als geschlechts- und klassenstrukturierter Raum. In: DÖLLING, Irene / KRAIS, Renate (Hg.): Ein alltägliches Spiel. Geschlechterkonstruktionen in der sozialen Praxis. Frankfurt am Main 1997, S. 231-255.

FRIED, Johannes / KAILER, Thomas: Einleitung: Wissenskultur(en) und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einem forschungsstrategischen Konzept. In: FRIED, Johannes / KAILER, Thomas (Hg.): Wissenskulturen. Beiträge zu einem forschungsstrategischen Konzept (=Wissenskultur und gesellschaftlicher Wandel, Bd.1). Berlin 2003, S. 7-19.

FRIEDL, Ellen: Essen auf Reisen. In: BERWING, Margit / KÖSTLIN, Konrad (Hg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 2). Regensburg 1984, S. 172-178.

FUCHS, Anne: Der touristische Blick: Elias Canetti in Marrakesch. Ansätze zu einer Semiotik des Tourismus. In: FUCHS, Anne / HARDEN, Theo: Reisen im Diskurs. Modelle der literarischen Fremderfahrung von den Pilgerberichten bis zur Postmoderne. Tagungsakten des internationalen Symposions zur Reiseliteratur University College Dublin vom 10.-12. März 1994 (=Neue Bremer Beiträge, Bd. 8), S. 71-86.

GAMERITH, Anni: Tisch, Mahl, Speise des einfachen Landvolkes zur Zeit Erzherzog Johanns. In: KLINGENSTEIN, Grete / CORDES, Peter: Erzherzog Johann von Österreich (=Beiträge zur Geschichte seiner Zeit, Bd. 20). Graz 1982, S. 163-176.

GEERTZ, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main 1987.

GEERTZ, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main 1991².

GERNDT, Helge: Kulturwissenschaft im Zeitalter der Globalisierung. Volkskundliche Markierungen (=Münchener Universitätsschriften. Münchener Beiträge zur Volkskunde, Bd. 31). Münster et al. 2002.

GEORG, Werner: Lebensstile in der Freizeitforschung – ein theoretischer Bezugsrahmen. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster/New York 1995, S. 13-20.

GIRTLE, Roland: Methoden der Feldforschung. Wien, Köln, Weimar 2001⁴.

GOETHE, Johann Wolfgang: Italiänische Reise. Hrsg. v. Gustav Wendt / Ernst Hermann. In: Goethe's Meisterwerke, Bd. 19. Berlin 1870.

GORDON, Bertram M.: Essen wie Gott in Frankreich. Kulinarisches Reisen im Spiegel der englischsprachigen Presse vom 18. Jahrhundert bis heute. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 64-76.

GORSEMAN, Sabine: Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern. Münster / New York 1995 (zugl. Diss. Universität Bremen 1994).

GROSSMANN, Lydia: Esskultur in Baedekers [sic!] Reiseführern. Die Wahrnehmung der englischen und spanischen Küche als Spiegel des politisch-sozialen Zeitgeschehens um 1900. In: Landesbibliothekszentrum Rheinland-Pfalz (Hg.): Verleger und Verlagshaus Baedeker in Koblenz. Zum 150. Todestag von Karl Baedeker (=Schriften des Landesbibliothekszentrums Rheinland-Pfalz 7). Koblenz 2010, S. 94-105.

GÜNTER, Roland: Reisen ohne anzukommen? Oder Reisen, um zu bleiben? Tourismuskritik und eine Utopie: Kulturanthropologisches Reisen. In: Kultur anthropologisch. Eine Festschrift für Ina-Maria Greverus (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.30), Frankfurt am Main 1989, S. 75-111.

GÜNTER, Wolfgang: Der Nutzen des Reisens. Die frühneuzeitliche Apodemik als Theorie der Erfahrung. In: SPODE, Hasso (Hg.): Zur Sonne, zur Freiheit! Beiträge zur Tourismusgeschichte (=Berichte und Materialien, Nr. 11), Berlin 1991, S. 15-19.

GÜNTER, Wolfgang: Tourismuspädagogik. In: HAHN, Heinz / KAGELMANN, Jürgen H. (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München 1993, S. 60-69.

GÜNTHER, Armin: Reisen als ästhetisches Projekt. Über den Formenwandel touristischen Erlebens. In: HARTMANN, Hans A. / HAUBL, Rolf (Hg.). Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. Opladen 1996, S. 95-124.

GYR, Ueli: Touristenkultur und Reisealltag. Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 84 (1988), S. 224-239.

GYR, Ueli: Kultur für Touristen und Touristenkultur. Plädoyer für qualitative Analysen in der Reiseforschung. In: KRAMER, Dieter / LUTZ, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.39), Frankfurt am Main 1992, S. 19-38.

GYR, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: PÖTTLER, Burkhard / KAMMERHOFER-AGGERMANN, Ulrike: Tourismus und Regionalkultur (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 41-56.

GYR, Ueli: Touristenkultur und Reisealltag. Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 157-170.

GYR, Ueli: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 171-183.

GYR, Ueli: Altbewährt und neu vermischt. Symbolproduktion und Erlebniskonsum für Touristen von heute. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 199-206.

GYR, Ueli: Währschafte Kost. Zur Kulinarisierung von Schweizer Spezialitäten im Gastrotrend. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 301-313.

GYR, Ueli / UNTERWEGGER, Gisela: Chinesisch Essen. Zwischen urbaner Weltküche und vertrauter Exotik. In: HENGARTNER, Thomas (Hg.): Schnittstelle Alltag. Studien zur lebensweltlichen Kulturforschung. Ausgewählte Aufsätze. Münster et al. 2013, S. 315-330.

HÄGELE, Ulrich: Visual Folklore. Zur Rezeption und Methodik der Fotografie in der Volkskunde. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007², S. 317-342.

HÄLKER, Maria Anna: Reiseführer im Spannungsfeld von Kulturvermittlung und „Dienstleistung“. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999). Mainz / München 1999, S. 82-85.

HANNIG, Jürgen: Fotografien als historische Quelle. In: TENFELDE, Klaus (Hg.): Bilder von Krupp. Fotografie und Geschichte im Industriezeitalter. München 1994, S. 269-288.

HARTINGER, Walter: Volkskundlicher Umgang mit Bildquellen. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007², S. 79-99.

HARTMANN, Andreas: Über die Kulturanalyse des Diskurses – eine Erkundung. In: Zeitschrift für Volkskunde 87 (1991), S. 19-28.

HARTMANN, Klaus D.: Zur Psychologie des Landschaftserlebens im Tourismus. Starnberg 1982.

HEIMERDINGER, Timo: Schmackhafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 101 (2005), S. 205-218.

HELBLING, Jürg: Der Niedergang des Strukturfunktionalismus und der Aufstieg paradigmatischer Alternativen in der Ethnologie. In: Analyse & Kritik. Zeitschrift für Sozialtheorie 24 (2002), S. 3-39.

HENNIG, Christoph: Jenseits des Alltags. Theorien des Tourismus. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung 1997: Warum reisen? Bd. 1), S. 35-53.

HENNIG, Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main / Leipzig 1997.

HENNIG, Christoph: Die Botschaft der Bilder. Illustrationen in Reiseführern – Eine empirische Untersuchung. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999). Mainz / München 1999, S. 47-59.

HENSS, Rita: Toskana. Natur, Kultur und Lebensart. Ostfildern 2011.

HINRICHSSEN, Alex W.: Zur Entstehung des modernen Reiseführers. In: SPODE, Hasso (Hg.): Zur Sonne, zur Freiheit! Beiträge zur Tourismusgeschichte (=Berichte und Materialien, Nr. 11). Berlin 1991, S. 21-32.

HIRSCHFELDER, Gunther: Europäische Esskultur. Eine Geschichte der Ernährung von der Steinzeit bis heute. Frankfurt am Main 2005.

HLAVIN-SCHULZE, Karin: „Man reist ja nicht, um anzukommen“. Reisen als kulturelle Praxis (=Campus Forschung, Bd. 771). Frankfurt am Main / New York 1998.

HOFFMANN-CURTIUS, Kathrin: „Alle Wege führen nach Rom“. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 19-38.

HUCK, Gerhard: Freizeit als Forschungsproblem. In: Ders. (Hg.): Sozialgeschichte der Freizeit. Untersuchungen zum Wandel der Alltagskultur in Deutschland. Wuppertal 1980, S. 7-17.

JÄGER, Margarete / JÄGER, Siegfried: Deutungskämpfe. Theorie und Praxis Kritischer Diskursanalyse. Wiesbaden 2007.

JAWORSKI, Rudolf: Kulinarik als Indikator von Mischkulturen. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 161-171.

JEGGLE, Utz: Essen in Südwestdeutschland. Kostproben der schwäbischen Küche. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 82 (1986), S. 167-186.

JOST, Herbert: Selbst-Verwirklichung und Seelensuche. Zur Bedeutung des Reiseberichts im Zeitalter des Massentourismus. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 490-507.

KAGELMANN, Jürgen H.: Die Deutschen auf Reisen. Wohin das Urlaubsverhalten (wahrscheinlich) geht und was das für die Zukunft der Reiseliteratur bedeutet. In: FRANZMANN, Bodo (Hg.): Reisezeit – Lesezeit. Dokumentation der Reiseliteratur-Fachtagungen der Stiftung Lesen in Apolda, Weimar und Leipzig (1996-1999). Mainz / München 1999, S. 33-39.

KAMMERER, Peter / KRIPPENDORFF Ekkehart: Reisebuch Italien. Über das Lesen von Landschaften und Städten. Berlin 1979.

KASCHUBA, Wolfgang: Kulturalismus: Vom Verschwinden des Sozialen im gesellschaftlichen Diskurs. In: Zeitschrift für Volkskunde 91 (1995), S. 27-46.

KASCHUBA, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. München 2006³.

KELLER, Reiner: Diskursanalyse. In: HITZLER, Ronald / HONER, Anne (Hg.): Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Eine Einführung. Opladen 1997, S. 309-333.

KELLER, Reiner: Michel Foucault (1926-1984). In: KAESLER, Dirk (Hg.): Aktuelle Theorien der Soziologie. Von Shmuel N. Eisenstadt bis zur Postmoderne. München 2005, S. 104-126.

KELLER, Reiner: Michel Foucault (=Klassiker der Wissenssoziologie; Bd. 7). Konstanz 2008.

KISS, Gabor: Einführung in die soziologischen Theorien II. Vergleichende Analyse soziologischer Hauptrichtungen (=Studienbücher zur Sozialwissenschaft, Bd. 27). Opladen 1977².

KLEIN, Klaus-Peter: Reiseführer. Gebrauchsliteratur für unterwegs und zuhause. In: Der Deutschunterricht 37 (1985), S. 18-28.

KLEINSPEHN, Thomas: Reisen, Essen und die Sehnsucht nach dem Vertrauten. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung 2002: Reisen & Essen, Bd. 5), S. 49-59.

KLEINSPEHN, Thomas: Warum sind wir so unersättlich? Über den Bedeutungswandel des Essens. Frankfurt am Main 1987.

KLOTTER, Christoph: Die Trägheit der Zeichen – Neue Aspekte einer Semiologie des Essens. In: WILK, Nicole M. (Hg.): Esswelten. Über den Funktionswandel der täglichen Kost (=Welt – Körper – Sprache. Perspektiven kultureller Wahrnehmungs- und Darstellungsformen. Bd. 8). Frankfurt am Main et al. 2010, S. 23-42.

KNEBEL, Hans-Joachim: Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus. Stuttgart 1960.

KNOBLAUCH, Hubert: Wissenssoziologie. Konstanz 2005.

KNOBLAUCH, Hubert: Wissenssoziologie. Konstanz 2010².

KNOBLAUCH, Hubert: Thomas Luckmann. In: KAESLER, Dirk: Aktuelle Theorien der Soziologie. Von Shmuel N. Eisenstadt bis zur Postmoderne. München 2005, S. 127-146.

KOCH-SCHEINPFLUG, Regine: Toskana. Region für Genießer. Dumont Bildatlas. Ostfildern 2010.

KOHLHAAS, Peter: Diskurs und Modell. Historische und systematische Aspekte des Diskursbegriffs und ihr Verständnis zu einer anwendungsorientierten Diskurstheorie. In: NENNEN, Heinz-Ulrich: Diskurs. Begriff und Realisierung. Würzburg 2000, S. 29-56.

KÖNIG, Wolfgang: Geschichte der Konsumgesellschaft (=Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte: Beihefte Nr. 154). Stuttgart 2000.

KOS, Wolfgang: Horizont-Verschiebungen. Zum Stellenwert von Nähe und Entfernung, Enge und Exotik in den fünfziger Jahren. In: JAGSCHITZ, Gerhard / MULLEY, Klaus-Dieter: die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich. St. Pölten / Wien 1985, S. 174-187.

KÖSTLIN, Konrad: Die Revitalisierung regionaler Kost. In: VALONEN, Niilo (Hg.): Ethnologische Nahrungsforschung. Helsinki 1975, S. 159-166.

KÖSTLIN, Konrad: Die Regionalisierung von Kultur. In: KÖSTLIN, Konrad / BAUSINGER, Hermann: Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur. 22. Deutscher Volkskunde-Kongreß in Kiel vom 16. bis 21. Juni 1979 (=Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte Schleswig-Holsteins, Bd. 7). Neumünster 1980, S. 25-38.

KÖSTLIN, Konrad: Souvenir. Das kleine Geschenk als Gedächtnisstütze. In: ALBER, Wolfgang et al. (Hg.): Übriges. Kopflose Beiträge zu einer volkskundlichen Anatomie. Utz Jeggle zum 22. Juni 1991. Tübingen 1991, S. 131-141.

KÖSTLIN, Konrad: Heimat geht durch den Magen. Oder: Das Maultaschensyndrom – Soul-Food in der Moderne. In: Beiträge zur Volkskunde in Baden-Württemberg 4 (1991), S. 147-164.

KÖSTLIN, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. Wie die Menschen modern wurden, das Reisen lernten und dabei die Region entdeckten. In: PÖTTLER, Burkhard (Hg.): Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg (=Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 12). Wien 1994, S. 11-24.

KÖSTLIN, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. Anmerkungen zur Rede von der Einverleibung des Fremden. In: MÜLLER, Siegfried / OTTO, Hans-Uwe / OTTO, Ulrich (Hg.): Fremde und Andere in Deutschland. Nachdenken über das Einverleiben, Einebnen, Ausgrenzen. Opladen 1995, S. 219-234.

KÖSTLIN, Konrad: Wir sind alle Touristen – Gegenwelten als Alltag. In: CANTAUW, Christiane (Hg.): Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 88). Münster / New York 1995, S. 1-12.

KÖSTLIN, Konrad: Der Tod der Neugier, oder auch: Erbe – Last und Chance. In: Zeitschrift für Volkskunde 91 (1995), S. 47-64.

KÖSTLIN, Konrad: Lebensstil und Lifestyle. Verwandlungen der Kontinuität. In: Kieler Blätter 32 (2000), S. 9-20.

KÖSTLIN, Konrad: Vom Ende der Selbstverständlichkeiten und der neuen Ausdrücklichkeit beim Essen. In: Mitteilungen des Internationalen Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, Heft 11 (2003), S. 2-11.

KÖSTLIN, Konrad: Neue Männer an neuen Herden. Zelebration am heiligen Ort. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 101 (2005), S. 91-102.

KÖSTLIN, Konrad: Modern essen. Alltag, Abenteuer, Bekenntnis. Vom Abenteuer, entscheiden zu müssen. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 9-21.

KÖSTLIN, Konrad: Neue Regionalität: Muster und Diskurse. In: Jahrbuch des österreichischen Volksliedwerkes Bd. 56 (2007), S. 14-27.

KÖSTLIN, Konrad: Die gemeinsame Mahlzeit als Ikone familiärer Kommunion. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 53 (2008), S. 261-276.

KÖSTLIN, Konrad: Horti Oia und Mittelkärntner Blondvieh. Vom Genuss des Verräumlichten. In: Raum. Österreichische Zeitschrift für Raumplanung 80 (2010), S. 20-24.

KÖSTLIN, Konrad: Essen als Lifestyle-Inventar und die Bekennergemeinschaft: Fundamentalismus? In: EBERHART, Helmut / BERGER, Karl / WILDING, Regina (Hg.): Volkskunde aus der Mitte. Festschrift für Olaf Bockhorn zum siebzigsten Geburtstag (=Sonderschriften des Vereins für Volkskunde in Wien, Bd. 6). Wien 2013, S. 37-45.

KÖSTLIN, Konrad: Die Wiener Küche. Ein Alleinstellungsmerkmal avant la lettre. In: CSAKY, Moritz / LACK, Georg Christian (Hg.): Kulinarik und Kultur. Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa. Wien et al. 2014, S. 121-131.

KRAMER, Dieter: Tourismus und Kultur. In: HAUG, Wolfgang Fritz / MAASE, Kaspar (Hg.): Materialistische Kulturtheorie und Alltagskultur (=Das Argument: Argument-Sonderband AS 47). Berlin 1980, S. 165-175.

KRAMER, Dieter: Kulturanthropologie des Tourismus. In: HAHN, Heinz / KAGELMANN, Jürgen H. (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München 1993, S. 56-59.

KRAMER, Dieter: Vorwort. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Künstliche Ferien – Leben und Erleben im Freizeitreservat, Bd. 3). Köln 1999, S. 7-8.

KREUTZBERGER, Stefan: Die Ökolüge. Wie Sie den grünen Etikettenschwindel durchschauen. Berlin 2009.

KRIPPENDORF, Jost: Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen. Zürich / Schwäbisch Hall 1984.

KROCKOW, Christian Graf von: Die Rheinreise. Landschaften und Geschichte zwischen Basel und Rotterdam. München 2000.

KÜHLSCHELM, Oliver: Markenprodukte in der Nachkriegszeit. Wahrzeichen der Konsumkultur am Übergang zur Wohlstandsgesellschaft. In: BREUSS, Susanne (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (=Ausstellungskatalog zur gleichnamigen Sonderausstellung des Wien Museum Karlsplatz vom 12. Mai bis 25. September 2005). Wien 2005, S. 61-71.

KUTTER, Uli: Reisen - Reisehandbücher - Wissenschaft. Materialien zur Reisekultur im 18. Jahrhundert (=Deutsche Hochschuledition, Bd. 54). Neuried 1996 (zugl. Diss. Universität Göttingen 1996).

LAMPRECHT, Markus / STAMM, Hanspeter: Die soziale Ordnung der Freizeit. Soziale Unterschiede im Freizeitverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung. Zürich 1994 (zugl. Diss. Universität Zürich 1994).

LANDWEHR, Achim: Historische Diskursanalyse (=Historische Einführungen, Bd. 4). Frankfurt am Main, New York 2008.

LANFANT, Marie-Françoise: Die Gastronomie, das Kulturerbe und der Welttourismus. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Reisen & Essen, Bd. 5). Köln 2002, S. 30-48.

LASSELS, Richard: The voyage of Italy, or, A compleat journey through Italy. Paris, London 1670.

LAUTERBACH, Burkhard: Baedeker und andere Reiseführer. Eine Problemskizze. In: Zeitschrift für Volkskunde 85 (1989), S. 206-234.

LAUTERBACH, Burkhard: Tourismus. Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft (=Kulturtransfer. Alltagskulturelle Beiträge, Bd. 3). Würzburg 2006.

LEHMANN, Albrecht: Bilder als Vorbilder. Zur Ikonologie des „landschaftlichen Auges“. In: GERNDT, Helge / HAIBL, Michaela (Hg.): Der Bilderalltag. Perspektiven einer volkskundlichen Bildwissenschaft (=Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33). Münster 2005, S. 157-168.

LESNICZAK, Peter: Alte Landschaftsküchen im Sog der Modernisierung. Studien zu einer Ernährungsgeographie Deutschlands zwischen 1860 und 1930 (=Studien zur Geschichte des Alltags, Bd. 21). Stuttgart 2003 (zugl. Diss. Universität Münster 2001/2002).

LINDNER, Rolf: Die Idee des Authentischen. In: kuckuck. Notizen zu Alltagskultur und Volkskunde 1 (1998), S. 58-61.

LINDNER, Rolf: Von der Feldforschung zur Feld-Forschung. In: LÖFFLER, Klara (Hg.): Dazwischen. Zur Spezifik der Empirien in der Volkskunde. Hochschultagung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Wien 1998 (=Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien, Bd. 20). Wien 2001, S. 13-16.

LINDNER, Rolf: Vom Wesen der Kulturanalyse. In: Zeitschrift für Volkskunde 99 (2003), S. 177-188.

LÖFFLER, Klara: Resümee über einen Titel. Nachwort. In: Dies. (Hg.): Dazwischen. Zur Spezifik der Empirien in der Volkskunde. Hochschultagung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Wien 1998 (=Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien, Bd. 20). Wien 2001, S. 139-145.

LÖSCHENBURG, Winfried: Von Reiselust und Reiseleid. Eine Kulturgeschichte. Frankfurt am Main 1983².

LUCKMANN, Thomas: Die Konstitution der Sprache in der Welt des Alltags. In: BADURA, Bernhard / GLOY, Klaus: Soziologie der Kommunikation. Eine Textauswahl zur Einführung (=Reihe „problemata“, Bd. 11). Stuttgart-Bad Cannstatt 1972, S. 218-237.

LUCKMANN, Thomas: Soziologie der Sprache. In: KÖNIG, Rene (Hg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung (=Bd 13: Sprache – Künste). Stuttgart 1979², S. 1-116.

LUCKMANN, Thomas: Aspekte einer Theorie der Sozialkommunikation. In: ALTHAUS, Hans Peter / HENNE, Helmut / WIEGAND, Herbert Ernst (Hg.): Lexikon der germanistischen Linguistik. Tübingen 1980², S. 39-41.

LUCKMANN, Thomas: Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen. In: NEIDHARD, Friedhelm / LEPSIUS, Maria Rainer / WEISS, Johannes (Hg.): Kultur und Gesellschaft. 27. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen 1986, S. 191-211.

LUCKMANN, Thomas: Wirklichkeiten: individuelle Konstitution und gesellschaftliche Konstruktion. In: HITZLER, Roland / REICHERTZ, Jo / SCHRÖDER, Norbert (Hg.): Hermeneutische Wissenssoziologie. Standpunkte zur Theorie der Interpretation. Konstanz 1999, S. 17-28.

LUCKMANN, Thomas: Die kommunikative Konstruktion der Wirklichkeit. In: TÄNZLER, Dirk / KNOBLAUCH, Hubert / SOEFFNER, Hans-Georg (Hg.): Neue Perspektiven der Wissenssoziologie (=Erfahrungen-Wissen-Imagination. Schriften zur Wissenssoziologie. Bd. 8). Konstanz 2006, S. 15-26.

LÜDERS, Christian: Beobachten im Feld und Ethnographie. In: FLICK, Uwe / KARDORFF, Ernst von / STEINKE, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Hamburg 2003², S. 384-401.

MAASE, Kaspar: Nahwelten zwischen „Heimat und „Kulisse“. Anmerkungen zur volkskundlich-kulturwissenschaftlichen Regionalitätsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 94 (1998), S. 53-70.

MAASEN, Sabine: Wissenssoziologie. Bielefeld 2009².

MACCANNELL, Dean: The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. New York 1976.

MACCANNELL, Dean: The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. Berkley / Los Angeles / London 1999³.

MANDEL, Birgit: „Amore ist heißer als Liebe“. Das Italien-Urlaubsimage der Westdeutschen in den 50er und 60er Jahren. In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S.147-162.

MANDEL, Birgit: Wunschbilder werden wahr gemacht: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel deutscher Italentouristen der 50er und 60er Jahre. Frankfurt am Main et al. 1996 (zugl. Diss. Universität Hildesheim 1995).

MÄRKER, Peter / WAGNER, Monika: Bildungsreise und Reisebild. Einführende Bemerkungen zum Verhältnis von Reisen und Sehen. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 7-18.

MARTYN, Thomas: The Gentleman's Guide in his Tour through Italy. London 1787.

MATTER, Max: Aspekte der Revitalisierung traditioneller Kost. In: WEGGEMANN, Sigrid (Hg.): Alte Landschaftsküchen in neuer wissenschaftlicher Bewertung (= Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 7). Frankfurt am Main 1990, S. 22-28.

MEIER, Albert: Von der enzyklopädischen Studienreise zur ästhetischen Bildungsreise. Italienreise im 18. Jahrhundert. In: BRENNER, Peter J. (Hg.): Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur. Frankfurt am Main 1989, S. 284-305.

MORITZ, Karl Philipp: Reisen eines Deutschen in Italien in den Jahren 1786-1788. Hrsg. von Christian Döring. Berlin 2013.

MÖHRING, Maren: Spaghetti im Film. Medialisierung und Italianisierung des Nahrungskonsums in der Bundesrepublik Deutschland. In: KÜHSCHLM, Oliver / EDER, Franz X. / SIEGRIST, Hannes (Hg.): Konsum und Nation. Zur Geschichte nationalisierender Inszenierungen in der Produktkommunikation. Bielefeld 2012, S. 255-277.

MÖHRING, Maren: Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland. München 2012.

MÜLLER, Susanne: Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830-1945. Frankfurt am Main 2012 (zugl. Diss. Universität Rostock 2010).

MUNDT, Jörn W.: Einführung in den Tourismus. München / Wien 1998.

MUNDT, Jörn W.: Die Authentizität des Geldes. Zur ökonomischen Entwicklung künstlicher Destinationen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Künstliche Ferien – Leben und Erleben im Freizeitreservat, Bd. 3). Köln 1999, S. 13-32.

MÜSSENBERGER, Irmgard: Das Knoblauchsland. Nürnbergs Gemüseanbaugebiet (=Erlanger Geographische Arbeiten, Heft 7). Erlangen 1959.

NICOLAI, Gustav: Italien wie es wirklich ist. Bericht über eine merkwürdige Reise in den hesperischen Gefilden, als Warnungsstimme für Alle, welche sich dahin sehnen. Zweiter Theil. Leipzig 1834.

NORTH, Gottfried: Neue Perspektiven. Eine Revolution im Reiseverkehr – die Schnellpost. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 291-297.

NUSSBECK, Ulrich: Schottenrock und Lederhose. Europäische Nachbarn in Symbolen und Klischees (=Kleine Schriften der Freunde des Museums für Volkskunde. Heft 14). Ausstellungskatalog, Berlin 1994.

OPASCHOWSKI, Horst W.: Tourismusforschung (=Freizeit- und Tourismusstudien, Bd. 3). Opladen 1989.

OPASCHOWSKI, Horst W.: Freizeit. In: SCHÄFERS, Bernhard (Hg.): Grundbegriffe der Soziologie. Opladen 1995⁴, S. 80-82.

OPASCHOWSKI, Horst W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft. Opladen 1997³.

ÖHLBERGER, Reinhard: Berlin im Spiegel des Baedeker 1842-1940. In: Berliner Festspiele GmbH (Hg.): Die Reise nach Berlin (=Katalog zur Ausstellung im Hamburger Bahnhof vom 1. Mai bis 1. November 1987). Berlin 1987, S. 286-295.

PAGENSTECHER, Cord: Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben 1950-1990 (=Schriftenreihe Studien zur Zeitgeschichte, Bd. 34). Hamburg 2003 (zugl. Diss. FU Berlin 2003).

PAGENSTECHER, Cord: Der Niedergang des Baedekers. Reiseführer in „Wirtschaftswunder“ und „Erlebnisgesellschaft“. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung: Tourismusgeschichte(n), Bd. 8). München 2009, S. 110-117.

PAWLOWSKI, Tatjana / SCHMITZ, Walter H. (Hg.): 30 Jahre „Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit“. Gespräch mit Thomas Luckmann (=Essener Studien zur Semiotik und Kommunikationsforschung, Bd. 5). Aachen 2003, S. 19.

PETER, Peter: Cucina & Cultura: Kulturgeschichte der italienischen Küche. München 2006.

PETERSEN, Jens: Das deutschsprachige Italienbild nach 1945. In: Quellen und Forschungen. Aus italienischen Archiven und Bibliotheken 76 (1996), S. 455-495.

PFADENHAUER, Michaela: Peter L. Berger (=Klassiker der Wissenssoziologie, Bd. 17). Konstanz 2010.

PRAHL, Hans-Werner / STEINECKE, Albrecht: Der Millionen-Urlaub. Von der Bildungsreise zur totalen Freizeit. Darmstadt / Neuwied 1979.

PRAHL, Hans-Werner: Entwicklungsstadien des deutschen Tourismus seit 1945. In: SPODE, Hasso (Hg.): Zur Sonne, zur Freiheit! Beiträge zur Tourismusgeschichte (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 11). Berlin 1991, S. 95-108.

PRAHL, Hans-Werner / SETZWEIN, Monika: Soziologie der Ernährung. Opladen 1999.

PRAHL, Hans-Werner: Soziologie der Freizeit. Paderborn et al. 2002.

PRETZEL, Ulrike: Die Literaturform Reiseführer im 19. Und 20. Jahrhundert. Untersuchungen am Beispiel des Rheins (=Europäische Hochschulschriften: Reihe 1, Deutsche Sprache und Literatur, Bd. 1531). Frankfurt am Main et al. 1995 (zugl. Diss. Universität Bochum 1995).

PRINZ, Friedrich: Der Weißwurstäquator. In: FRANÇOIS, Etienne / SCHULZE, Hagen (Hg.): Deutsche Erinnerungsorte, Bd. 1. München 2001, S. 471-483.

RATH, Claus-Dieter: Notizen zur Psychoanalyse des Reisens. In: KRAMER, Dieter / LUTZ, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.39), Frankfurt am Main 1992, S. 39-54.

RATH, Claus-Dieter: Reste der Tafelrunde. Das Abenteuer der Eßkultur. Reinbek bei Hamburg 1984.

RICHTER, Dieter: Reisen und Schmecken. Wie die Deutschen gelernt haben, italienisch zu essen. In: Voyage (= Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung 2002: Reisen & Essen, Bd. 5), S. 17-29.

RICHTER, Dieter: Der Süden. Geschichte einer Himmelsrichtung. Berlin 2009.

RIEHL, Wilhelm Heinrich: Das landschaftliche Auge. In: Ders.: Culturstudien aus drei Jahrhunderten. Stuttgart 1859², S. 57-79.

RITTER, Joachim: Landschaft. Zur Funktion des Ästhetischen in der modernen Gesellschaft. In: GRÖNING, Gert / HERLYN, Ulfert (Hg.): Landschaftswahrnehmung und Landschaftserfahrung (=Arbeiten zur sozialwissenschaftlich orientierten Freiraumplanung, Bd. 10) S. 28-68.

RÖMHILD, Regina: Histourismus. Fremdenverkehr und lokale Selbstbehauptung. Frankfurt am Main 1990.

RÖMHILD, Regina: „Histourismus“: Zur Kritik der Idyllisierung. In: KRAMER, Dieter / LUTZ, Ronald (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung (=Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Bd.39), Frankfurt am Main 1992, S. 121-130.

RÖMHILD, Regina: Der fremde Alltag als Sehenswürdigkeit. Aspekte des touristischen Kulturkontakts. In: Stadttourismus und Stadtag (=Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 10). Regensburg 1994, S. 13-24.

RUMOHR, Karl Friedrich von: Geist der Kochkunst von Joseph König. Stuttgart, Tübingen 1822.

SANDGRUBER, Roman: Österreichische Nationalspeisen: Mythos und Realität. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 179-203.

SANDGRUBER, Roman: Die Landwirtschaft in der Wirtschaft. Menschen, Maschinen, Märkte. In: BRUCKMÜLLER, Ernst et al.: Geschichte der österreichischen Land- und Forstwirtschaft im 20. Jahrhundert. Wien 2002, S. 191-408.

SARASIN, Philipp: Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse. Frankfurt am Main 2003.

SARASIN, Philipp: Michel Foucault zur Einführung. Hamburg 2012⁵.

SCHALK, Helge: Diskurs. Zwischen Allerweltswort und philosophischem Begriff. In: Archiv für Begriffsgeschichte 40, 1997/1998, S. 56-104.

SCHÄFER, Robert: Tourismus und Authentizität. Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit (=Kulturen der Gesellschaft, Bd. 14). Bielefeld 2015 (zugl. Diss. Universität Bern 2013).

SCHEUCH, Erwin K.: Soziologie der Freizeit. In: KÖNIG, René (Hg.): Handbuch der empirischen Freizeit. Bd. 11: Freizeit – Konsum. Stuttgart 1977², S. 1-192.

SCHILDT, Axel: „Die kostbarsten Wochen des Jahres“. Urlaubstourismus der Westdeutschen (1945-1970). In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 69-85.

SCHIRRMEISTER, Claudia: Bratwurst oder Lachsmousse? Die Symbolik des Essens – Betrachtungen zur Esskultur. Bielefeld 2010.

SCHLEGEL-MATTHIES, Kirsten: Regionale Speisen in deutschen Kochbüchern des 19. und 20. Jahrhunderts. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2), Berlin 1997, S. 212-227.

SCHLÖSSER, Hermann: Bequem sei der Weg und lockend das Ziel. Die Städte in den Reiseführern. In: SCHERPE, Klaus R. (Hg.): Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne. Hamburg 1988, S. 243-261.

SCHMIDT-LAUBER, Brigitta: Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: GÖTTSCHE, Silke / LEHMANN, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2001, S. 165-186.

SCHNETTLER, Bernd: Thomas Luckmann (=Klassiker der Wissenssoziologie, Bd. 1). Konstanz 2006.

SCHULZE, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main 2005².

SCHÜTZ, Alfred / LUCKMANN, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Bd. 1. Frankfurt am Main 1979.

SCHÜTZ, Alfred / LUCKMANN, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Bd. 2. Frankfurt am Main 1984.

SEEL, Martin: Eine Ästhetik der Natur. Frankfurt am Main 1991.

SEIDL, Siegfried: Bäuerliche Volkskunst zwischen Isar und Bayerischem Wald. Alte Werke der Volkskunst in der Hallertau, im Gäuboden, im Laaber-, Vils- und Rottal, im mittleren und unteren Isar- und Inntal und im Bayerischen Wald. München 1982.

SIEBERS, Winfried: Ungleiche Lehrfahrten – Kavaliers und Gelehrte. In: BAUSINGER, Hermann / BEYRER, Klaus / KORFF, Gottfried: Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus. München 1991, S. 47-57.

SPIECKERMANN, Uwe: Eßkultur heute. Was, wie und wo wir essen? In: Dr. Rainer Wild-Stiftung (Hg.): Gesunde Ernährung zwischen Natur- und Kulturwissenschaft. Die Arbeit der Dr. Rainer Wild-Stiftung. Münster 1999, S. 41-56.

SPIEKERMANN, Uwe: Deutsche Küche – eine Fiktion. Regionale Verzehrgewohnheiten im 20. Jahrhundert. In: GEDRICH, Kurt / OLTERSDORF, Ulrich (Hg.): Ernährung und Raum: Regionale und ethnische Ernährungsweisen in Deutschland (=23. Wissenschaftliche Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V. (AGEV) vom 11.-12. Oktober 2001, Freising/Weihenstephan). Karlsruhe 2002, S. 47-73.

SPODE, Hasso: Der Tourist. In: FREVERT, Ute / HAUPT, Heinz-Gerhard: Der Mensch des 20. Jahrhunderts. Frankfurt am Main / New York 1999.

SRUBAR, Ilija: Die Theorie der Typenbildung bei Alfred Schütz. Ihre Bedeutung und ihre Grenzen. In: SPRONDEL, Walter M. / GRATHOFF, Richard: Alfred Schütz und die Idee des Alltags in den Sozialwissenschaften. Stuttgart 1979, S. 43-64.

STADLER, Georg: Von der Kavalierstour zum Sozialtourismus. Kulturgeschichte des Salzburger Fremdenverkehrs. Salzburg 1975.

STAGL, Justin: Der wohlunterwiesene Passagier. Reisekunst und Gesellschaftsbeschreibung vom 16. bis zum 18. Jahrhundert. In: KRASNOBAEV, B.I. / ROBEL, Gert / ZEMAN, Herbert: Reisen und Reisebeschreibungen im 18. und 19. Jahrhundert als Quellen der Kulturbeziehungsforschung (=Studien zur Geschichte der Kulturbeziehungen in Mittel- und Osteuropa, Bd. 6). Essen 1987, S. 353-384.

STEINECKE, Albrecht: Der bundesdeutsche Reiseführer-Markt. Ein Überblick unter besonderer Berücksichtigung der Mallorca-Reiseführer. In: POPP, Herbert (Hg.): Das Bild der Mittelmeerländer in der Reiseführer-Literatur. Eine Vortragsreihe im Sommersemester 1993 (=Passauer Mittelmeerstudien, Heft 5). Passau 1994, S. 11-34.

STRAUCH, Ann P.: Reiseinformation und Reiseführer. In: BECKER, Christoph / HOPFINGER, Hans / STEINECKE, Albrecht (Hg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. München 2007, S. 792-804.

TANNER, Jakob: Italienische ‚Makkaroni-Esser‘ in der Schweiz. Migration von Arbeitskräften und kulinarische Traditionen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 473-497.

THOMS, Ulrike: Sehnsucht nach dem guten Leben. Italienische Küche in Deutschland. In: MOHRMANN, Ruth-E. (Hg.): Essen und Trinken in der Moderne (=Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, Bd. 108). Münster et al. 2006, S. 23-61.

TOLKSDORF, Ulrich: Strukturalistische Nahrungsforschung. In: Ethnologia Europaea 9 (1976), S. 64-85.

TOLKSDORF, Ulrich: Essen und Trinken in alter und neuer Heimat. In: Jahrbuch für ostdeutsche Volkskunde 21 (1978), S. 341-364.

TOLKSDORF, Ulrich: Nahrung – Not und Überfluss. In: KÖSTLIN, Konrad / BAUSINGER, Hermann (Hg.): Umgang mit Sachen. Zur Kulturgeschichte des Dinggebrauchs. 23. Deutscher Volkskunde-Kongreß in Regensburg vom 6.-11. Oktober 1981 (=Regenburger Schriften zur Volkskunde, Bd. 1). Regensburg 1983, S. 79-96.

TSCHOFEN, Bernhard: Herkunft als Ereignis: local food and global knowledge. Notizen zu den Möglichkeiten einer Nahrungsforschung im Zeitalter des Internet. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde 103 (2000), S. 309-324.

TSCHOFEN, Bernhard: Vom Kochen in den Bergen. Ansichten eines Kulturwissenschaftlers (=Sonderdruck aus: Anni Scheffer: Vom Kochen in den Bergen. Die österreichische alpenländische Küche). Wien 2003, S. 8-14.

TÜMMERS, Horst Johannes: Der Rhein. Ein europäischer Fluß und seine Geschichte. München 1999².

ÜBERRÜCK, Angelika: Die christlichen Motive des Blaudrucks. Spiegel der Volksfrömmigkeit in Deutschland vom Ende des 17. Jahrhunderts bis heute. Münster 2008 (zugl. Diss. Universität Bochum 2007).

URRY, John: Consuming Places. London / New York 1995.

URRY, John: The Tourist Gaze. London / Thousand Oaks / New Delhi 2002².

VESTER, Heinz-Günter: Tourismustheorie. Soziologische Wegweiser zum Verständnis touristischer Phänomene (= Reihe Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, Bd. 6). München / Wien 1999.

WAGNER, Monika: Die Alpen: Faszination unwirtlicher Gegenden. In: Kunsthistorisches Institut der Universität Tübingen (Hg.): Mit dem Auge des Touristen. Zur Geschichte des Reisebildes (=Ausstellung des Kunsthistorischen Instituts der Universität Tübingen in der Kunsthalle Tübingen vom 22. August bis 20. September 1981). Tübingen 1981, S. 67-86.

WANG, Zhiqiang: Fremdheitsprofile moderner deutscher China-Reiseführer (=Europäische Hochschulschriften, Bd. 1744). Frankfurt am Main et al. 2000 (zugl. Diss. Universität Bayreuth 1999).

WEISS, Walpurga: Regionalität und regionale Lebensmittel. In: BRUNNER, Karl-Michael et al.: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Wien, New York 2007, S. 187-197.

WETZEL, Hermann H.: Von Riedesel zu DuMont. Das Bild Siziliens in den deutschen Reiseführern. In: POPP, Herbert (Hg.): Das Bild der Mittelmeerländer in der Reiseführer-Literatur. Eine Vortragsreihe im Sommersemester 1993 (=Passauer Mittelmeerstudien, Heft 5). Passau 1994, S. 71-92.

WIEGELMANN, Günter / ZENDER, Matthias / HEILFURTH, Gerhard: Volkskunde. Eine Einführung (= Grundlagen der Germanistik, Bd. 12). Berlin 1977.

WIEGELMANN, Günter: Alltags- und Festspeisen in Mitteleuropa. Innovationen, Strukturen und Regionen vom späten Mittelalter bis zum 20. Jahrhundert (=Münsteraner Schriften zur Volkskunde/Europäischen Ethnologie, Bd. 11). Münster et al. 2006².

WILDE, Alexander: Zwischen Zusammenbruch und Währungsreform. Fremdenverkehr in den westlichen Besatzungszonen. In: SPODE, Hasso (Hg.): Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989 (=Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus - FU Berlin, Nr. 15). Berlin 1996, S. 87-103.

WILDT, Michael: Abschied von der „Freßwelle“ oder: die Pluralisierung des Geschmacks. Essen in der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1). Berlin 1993, S. 211-225.

WINKEL, Harald: Vom Gourmand zum Gourmet. In: PROTZNER, Wolfgang (Hg.): Vom Hungerwinter zum kulinarischen Schlaraffenland. Aspekte einer Kulturgeschichte des Essens in der Bundesrepublik Deutschland (=Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Bd. 35). Wiesbaden 1987, S. 31-48.

WIERLACHER, Alois: Einleitung: Zur Begründung einer interdisziplinären Kulturwissenschaft des Essens. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Kulturthema Essen. Ansichten und Problemfelder (=Kulturthema Essen, Bd. 1), Berlin 1993, S. 1-21.

WIERLACHER, Alois / WANG, Zhiqiang: Zum Aufbau einer Reiseführerforschung interkultureller Germanistik. Zugleich ein Beitrag zur Themenplanung wissenschaftlicher Weiterbildung. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 22 (1996), S. 277-297.

WIERLACHER, Alois: Verfehlte Alterität. Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen. In: TEUTEBERG, Hans Jürgen / NEUMANN, Gerhard / WIERLACHER, Alois: Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven (=Kulturthema Essen, Bd. 2). Berlin 1997, S. 498-514.

WODAK, Ruth et al.: Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität. Frankfurt am Main 1998.

WOLF, Alois: Aus alten Stuben und Kammern. München 1980³.

WOLFF, Klaus Dieter: Zur Bedeutung von Kulturwissen. In: WIERLACHER, Alois (Hg.): Kulturthema Fremdheit. Leitbegriffe und Problemfelder kulturwissenschaftlicher Fremdeheitsforschung (=Kulturthemen. Beiträge zur Kulturthemenforschung interkultureller Germanistik. Bd 1). München 2001², S. 562-566.

WOUTERS, Cas: Informalisierung und der Prozeß der Zivilisation. In: GLEICHMANN, Peter / GOUDSBLOM, Johan / KORTE, Hermann: Materialien zu Norbert Elias' Zivilisationstheorie. Frankfurt am Main 1979, S. 279-298.

WOUTERS, Cas: Informalisierung. Norbert Elias' Zivilisationstheorie und Zivilisationsprozesse im 20. Jahrhundert (=Hagener Studentexte zur Soziologie, Bd. 3). Opladen / Wiesbaden 1999.

8.2 Reiseführer

BAEDEKER, Karl: Ober-Italien bis Nizza, Genua, Bologna, nebst den Eisenbahn- und Haupt-Post-Straßen aus Deutschland nach Italien. Handbuch für Reisende. Coblenz 1863².

BAEDEKER, Karl: Süd-Deutschland und Österreich. Handbuch für Reisende. Coblenz & Leipzig 1873.

BAEDEKER, Karl: Paris und seine Umgebungen nebst den Eisenbahn-Routen vom Rhein und der Schweiz nach Paris und von Paris nach London. Handbuch für Reisende. Leipzig 1876⁸.

Baedeker Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern. München 1962⁴.

Baedeker Allianz Reiseführer Toskana. Ostfildern-Kemnat bei Stuttgart 1989.

Baedeker Reiseführer Franken. Ostfildern 2014⁶.

Dorling Kindersley Club-Reiseführer Griechische Inseln. München 1998.

MÜLLER, Michael: Toskana. Florenz, Elba, Umbrien. Ebermannsstadt 1981.

MÜLLER, Michael: Toscana. Michael Müller Verlag. Erlangen 2014.

Nagels Reiseführer Italien. Genf et al. 1958.

Nagels Reiseführer Italien. Genf et al. 1973.

Polyglott Reiseführer Jugoslawien. München 1981/82.

Polyglott Reiseführer Kroatien. München 2015.

8.3 Internetseiten

URL: <http://www.biolebensmittel.at/article/articleview/40902/1/12422>;
(26. Oktober 2010).

URL: http://www.ama.at/Portal.Node/ama/public?genetics.rm=PCP&genetics.pm=gti_full&p.contentid=10008.44717&Rechtliche_Grundlagen.pdf; (26. Oktober 2010).

URL: <http://www.kaesewelten.at/?task=product&categoryId=3&id=376>;
(29. Juli 2011).

URL: <http://www.erzwiss.uni-hamburg.de/Personal/Lohmann/Lehre/Wint3-4/pe/keller.html>; (4. Jänner 2012).

URL: <http://euroethnologie.univie.ac.at/studium/was-ist-europaeische-ethnologie/>;
(7. Jänner 2012).

URL: http://www.oefg.at/text/veranstaltungen/Wittgenstein_Preis_00.pdf;
(20. Mai 2012).

URL: <http://www.thomaslemkeweb.de/publikationen/lemke1.htm>; (26. Jänner 2014).

URL: http://www.philso.uni-augsburg.de/lehrstuehle/soziologie/sozio6/Team/Keller_Reiner/; (16. Februar 2014).

URL: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/reisegewohnheiten; (29. September 2014).

URL: http://www.ub.fu-berlin.de/service_neu/web2_0/; (30. September 2014).

URL: <http://www.greenpeace.de/presse/presseerklarungen/auch-mcdonalds-verantwortlich-fuer-urwaldzerstoerung>; (15. Dezember 2014).

URL: <http://www.nzz.ch/aktuell/startseite/article9qlwq-1.282944>; (15. Dezember 2014).

URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/mcdonalds-und-die-oeko-frage-wir-sind-kein-gruenes-unternehmen-1.78245>; (15. Dezember 2014).

URL: <http://derstandard.at/1326503604742/Mogelpackung-Der-grosse-Bioschmaeh>; (3. Jänner 2015).

URL: <http://www.lonelyplanet.com/italy/tours/small-group-tours/local-living-italy-southern-tuscany>; (17. März 2015).

URL: www.gourmetreise.com; (17. März 2015).

URL: <http://www.paracelsus-badhall.at/de/balneologie>; (29. März 2015).

URL: <http://www.regionalgeschichte.net/fileadmin/Superportal/Bibliothek/Autoren/Aversano-Schreiber/Rheinreise-Victor-Hugos.pdf>; (11. April 2015).

URL: <http://www.bpb.de/izpb/137211/volksgemeinschaft?p=all>; (10. Mai 2015).

URL: <http://www.baedeker.com/verlag-und-redaktion>; (16. Juli 2015).

URL: <http://www.erlebnis-rheinland.de/Themen/Rheinromantik/Rheinromantik.html>; (7. August 2015).

URL: <http://www.artandarchitecture.org.uk/images/gallery/22750ed2.html>; (1. November 2015).

URL: <http://www.dwc.knaw.nl>; (6. November 2015).

URL: <http://www.deutsche-biographie.de/sfz85414.html#top>; (6. November 2015).

URL: <http://www.salzburgersportwelt.com>; (8. Jänner 2016).

URL: <https://www.hdg.de/lemo/bestand/objekt/plakat-liebherr-kuehlschraenke.html>; (17. April 2016).

URL: <https://www.planet-schule.de/wissenspool/meilensteine-der-naturwissenschaft-und-technik/inhalt/hintergrund/technik/carl-von-linde-und-die-kuehltechnik.html>; (17. April 2016).

URL: <https://www.uni-muenster.de/FNZ/Online/sozialeOrdnung/staendische/unterpunkte/kriterien.htm#leben>; (2. Juli 2016).

URL: <http://gudrundsdailykitchen.blogspot.co.at/2016/01/one-pot-pasta-oder-pasta-aus-einem-topf.html#more>; (9. Juli 2016).

URL: <http://derstandard.at/2000037118872/Augenschmaus-Der-Hype-um-Kochvideos-in-Social-Media>; (9. Juli 2016).

URL: <https://homepage.univie.ac.at/ingrid.thurner/marokko/kunstdesreisens.html>; (12. August 2016).

URL: <http://www.baedeker.com>; (14. August 2016).

URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (14. August 2016).

URL: <http://www.dumontreise.de/reisefuehrer/index.html>; (14. August 2016).

URL: <https://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (14. August 2016).

URL: <http://www.merian.de>; (14. August 2016).

URL: <http://www.travelontoast.de/werbung-pr/>; (8. Oktober 2016).

URL: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/reisegewohnheiten/index.html; (12. Oktober 2016).

URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/auszeichnungen.html>; (14. Oktober 2016).

URL: <http://www.genussregion.oberfranken.de>; (14. Oktober 2016).

URL: <http://www.unesco.de/kultur/immaterielles-kulturerbe/bundesweites-verzeichnis/register-guter-praxisbeispiele/bewahrung-und-foerderung-von-kulturvielefalt-und-qualitaet-regionaler-spezialitaeten-in-oberfranken.html>; (14. Oktober 2016).

URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/reiseportal/gscheitgut/index.html>; (14. Oktober 2016).

URL: <http://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/mairdumont-chefin-stephanie-mair-huydts-unser-neuestes-abenteuer-heisst-china-/9937444.html>; (15. Oktober 2016).

URL: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/reisegewohnheiten/081754.html; (30. Oktober 2016).

URL: <http://www.buchmarkt.de/menschen/gespraeche/das-sonntagsgespraech/michael-muller-der-elektronische-reisefuehrer-wird-den-gedruckten-nicht-verdrangen/>; (13. November 2016).

URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html;
(14. November 2016).

URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/reisefuehrer/index.html>;
(17. November 2016).

URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html;
(17. November 2016).

URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/artikel/marktfuehrer_individuelle_reisefuehrer.html;
(17. November 2016).

URL: <http://allrecipes.it/ricette/zuppa-ricette.aspx?page=2>; (27. Dezember 2016).

URL: <http://www.italia.it/de/italien-entdecken/toscana/siena.html>; (27. Dezember 2016).

URL: <http://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primo-piano/prosciutto-e-melone-retaggio-della-cucina-galenica/>; (6. Jänner 2017).

URL: <http://www.condenastinternational.com/country/italy/la-cucina-italiana/>;
(6. Jänner 2017).

URL: <http://www.urlaubambauernhof.at>; (6. Jänner 2017).

URL: <http://www.agriturismoitalia.gov.it>; (6. Jänner 2017).

URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html; (22. Jänner 2017).

URL: <https://reisebuch.de/verlage/polyglott.html>; (29. Jänner 2017).

URL: <http://www.polyglott.de/texte/ueberuns>; (30. Jänner 2017).

URL: <https://www.polyglott.de>; (30. Jänner 2017).

URL: <http://www.oewa.at/plus/aktuelle-studie>; (3. Februar 2017).

URL: <https://www.polyglott.de/produkt/kroatien-2>; (18. Februar 2017).

URL: <http://www.zeit.de/2006/26/U-Garnelen>; (2. März 2017).

URL: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/thunfische-im-mittelmeer-gejagt-bis-zur-totalen-erschöpfung-1.198530-3>; (12. März 2017).

URL: <http://www.unesco.org/culture/ich/en/RL/gastronomic-meal-of-the-french-00437?RL=00437>; (23. März 2017).

URL: http://www.visitrijeka.eu/de/Essen_und_trinken/Marktplatz_von_Rijeka; (25. März 2017).

URL: <http://www.hangar-7.com/de/ikarus/zu-gast-im-ikarus/2015/esben-holmboe-bang/>; (9. April 2017).

URL: <http://www.baedeker.com/verlag-und-redaktion/>; (20. April 2017).

URL: <http://www.baedeker.com/der-neue-baedeker/>; (22. April 2017).

URL: <http://www.lookphotos.com/de/lizenzpflichtige-bilder/305530.html>; (28. April 2017).

URL: <http://www.spezialitaetenland-bayern.de/spezialitaeten/meefischli/>; (30. April 2017).

URL: [https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Fremdenverkehr_\(Von_den_Anfängen_bis_1945\)#Romantische_Suche_nach_dem_Mittelalter](https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Fremdenverkehr_(Von_den_Anfängen_bis_1945)#Romantische_Suche_nach_dem_Mittelalter); (5. Mai 2017).

URL: http://www.genussregion.oberfranken.de/spezialitaeten/spezialitaeten_von_a_z/k/443/karpfen_gebacken/details_39.htm; (18. Mai 2017).

URL: <http://www.die-fraenkische-schweiz.com/Essen-Trinken-wie-Gott-in-Franken/Karpfen-essen-in-Franken/>; (18. Mai 2017).

URL: <http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/3880549/Warum-das-weisse-Tischtuch-ausgedient-hat>; (21. Mai 2017).

URL: <http://www.nuernberger-bratwuerste.de/entdecken/presse/die-groesse-der-nuernberger-rostbratwurst>; (27. Mai 2017).

URL: <https://tourismus.nuernberg.de/geniessen/spezialitaeten/nuernberger-bratwuerste/news/warum-sind-die-nuernberger-bratwuerste-so-klein/>; (27. Mai 2017).

URL: <https://nuernberg-direkt.com/nuernberg/wissenswertes/236-nuernberger-bratwurst.html>; (27. Mai 2017).

URL: <http://www.christkindlesmarkt.de/nurnberger-bratwurst-tradition-seit-uber-700-jahren-1.4814421>; (27. Mai 2017).

URL: http://www.stadt-hof.de/hof/hof_deu/hofer-waerschtlamo-01.html; (4. Juni 2017).

URL: <http://www.horizont.net/marketing/nachrichten/-Geliebt-und-gehasst-Prominente-in-der-Werbung-95838>; (8. Juni 2017).

URL: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170329_OT0259/nationalrat-beschliesst-halbierung-der-flugabgabe; (2. Juli 2017).

URL: <http://www.mein-fussabdruck.at/#start>; (2. Juli 2017).

URL: http://www.uba.co2-rechner.de/de_DE/mobility-flight#panel-calc; (2. Juli 2017).

URL: <http://klimaohnegrenzen.de/kompensieren/detaillierte-co2-bilanz#flug-berechnen>; (2. Juli 2017).

URL: <https://www.atmosfair.de/de/kompensieren/flug>; (2. Juli 2017).

URL: <http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/index.html>; (2. Juli 2017).

URL: http://www.michael-mueller-verlag.de/de/verlag/ueber_uns.html; (2. Juli 2017).

8.4 Marktanalysen & Statistiken

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH: Gemüse- und Obst-Konserven. Marktanalyse 1956 (unveröffentlichte Auftragsstudie für die Firma Franck und Kathreiner). Allensbach am Bodensee 1957.

STATISTIK AUSTRIA: Pro-Kopf-Verbrauch und -Verzehr von Schweinefleisch in Österreich zwischen 1950 und 1994“ (=unveröffentlichtes Datenblatt der Bundesanstalt Statistik Österreich), o.J.

8.5 Illustrierte

Brigitte 16 (1957), S. 66-67.

9. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Claude Lorrain: „Landschaft mit imaginärer Ansicht von Tivoli“	90
Abb. 2:	Peter Birmann: „Das Kolosseum in Rom“	92
Abb. 3:	Rudolf Wiegmann: „Rom, Kolosseum und das Forum Romanum mit der Kirche St. Francesca Romana und dem Tiberiusbogen“	93
Abb. 4:	Werbeplakate für Kühlschränke der Firmen Liebherr und AEG aus den 1950er-Jahren	128
Abb. 5:	„Eier-Ravioli köstlich wie in Italien“: Werbesujets der Firma Maggi für Ravioli aus dem Jahr 1959 sowie aus dem Jahr 1960	131
Abb. 6:	„Italienische Balkonparty“	132
Abb. 7:	Cover und Seite 1 von Michael Müllers erstem Toskana-Führer	164
Abb. 8:	Cover und Klappentext der „Toscana“-Ausgabe von 2014	167
Abb. 9:	„Unterwegs mit Michael Müller“: Vorwort des „Toscana“-Führers	169
Abb. 10:	Auszug aus dem Speisekapitel in Müllers erstem Toskana-Führer	172
Abb. 11:	Beispiele für die Darstellung toskanischer Landschaftsmotive	187
Abb. 12:	Beispiele für die Bildvermittlung des „Handgemachten“, „Pittoresken“ und „Naturbelassenen“	188
Abb. 13:	„Abendmahl der Honoratioren“ und „Die Köchin nach getaner Arbeit: Beispiele für das Zelebrieren italienischer „Tischgesellschaft“	190
Abb. 14:	Beispiele für die Bildvermittlung von „Kennerschaft“	192
Abb. 15:	„Betörender Glyzinienduft“ und „Frühling im Olivenhain“: Beispiele für Sinnbilder des „Fein-Aromatischen“	197
Abb. 16:	„Metzgerei in Greve: Der Himmel hängt voller Schinken...“ und „Pecorino-Käse aus Pienza“: Beispiele für die Bildvermittlung des „Echten“, „Unverfälschten“ und „Handgemachten“	202
Abb. 17:	„Leben in Freiheit – das Cinta-Senese-Schwein“ & „Fiera del Cacio – das Käsefest von Pienza“: Darstellungsbeispiele für die Vermittlung eines sozio-historisch angehauchten Nahrungsfolklorismus'	207
Abb. 18:	Cover und Rückseite des Bucheinbandes des Polyglott Reiseführers „Kroatien“	217

Abb. 19: Ausschnitt aus dem Vorwort des Polyglott Reiseführers „Kroatien“	219
Abb. 20: Cover und Rückseite des Bucheinbandes des Polyglott Reiseführers „Jugoslawien“	222
Abb. 21: „Speisen und Getränke“: Das Essenskapitel im Polyglott Reiseführer „Jugoslawien“	226
Abb. 22: Inhaltliche Gliederung des Polyglott Reiseführers „Kroatien“ von 2015 ...	227
Abb. 23: „Wenn ich Olivenöl kaufe, dann meist das Bio-Öl von Oma Jola’s“: Bildbeispiel für das Ausdrücken moralischen Handelns, welches hier mit dem Bio-Diskurs verknüpft wird.....	238
Abb. 24: Beispiele für die visuelle Darstellung des „Naturhaften“, „Reinen“ und „Unverfälschten“	242
Abb. 25: Das Kapitel „Essen & Trinken“ im Polyglott Reiseführer „Kroatien“ von 2015	247
Abb. 26: Ein „(kunter)buntes“ Treiben in und vor Fischhallen: Bilddarstellungen von Marktszenen im Polyglott Reiseführer „Kroatien“ von 2015	254
Abb. 27: „Konoba beim Trüffelort Motovun“ und „Abends in Stari Grad auf Hvar“: Beispiel für die Visualisierung einer als „fein“ geltenden Konoba (links) sowie von kroatischer „Urigkeit“ (rechts)	258
Abb. 28: „Weinlese auf Korčula (...)“: Beispiel für die visuelle Darstellung des Weinthemas	262
Abb. 29: Cover und Seite 1 von Baedekers Reisehandbuch Nordbayern/Ostbayern von 1962	278
Abb. 30: Cover und Klappentext von Baedekers „Franken“-Guide von 2014	283
Abb. 31: „Unterkunft und Verpflegung“: Darstellung der „Speisekarte“ Nord- und Ostbayerns in Baedekers Reisehandbuch von 1962	285
Abb. 32: Das Inhaltsverzeichnis von Baedekers „Franken“-Reiseführer von 2014	287
Abb. 33: „Nachtwächter“-Motiv und Kneipen-Szene als Ausdruck erlebnisreicher Unterhaltung und fränkischer Geselligkeit	297
Abb. 34: „Rokoko-Festspiele im Ansbacher Hofgarten“: Beispiel für die Einbindung folkloristischer Motive in Baedekers „Franken“-Guide von 2014	299

Abb. 35: „Typischer fränkisch geht es kaum“: Der Biergarten als Inbegriff fränkischer Lebensart (links) sowie verschiedene Webseiten zum fränkischen Biertourismus	306
Abb. 36: „Typische fränkische Gerichte“: Die visuelle Darstellung der fränkischen Speisen orientiert sich überwiegend an Motiven einer als „bäuerlich-bodenständig“ etikettierten Kost	313
Abb. 37: „Fränkische Spezialität: Bratwürste mit Sauerkraut, dazu ein Bier“: Beispiel für die Visualisierung fränkischer Lebensart, die beim Essen sehr stark mit Motiven des „Archaisch-Bäuerlichen“ spielt	317
Abb. 38: Eine Bierrunde als weiteres Sinnbild fränkischer Gemütlichkeit	333

Zusammenfassung

Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem zunehmenden Wandel von Ausdrücklichkeiten rund um unser Essen. Denn es zeigt sich, dass sich Speisen und ihre Zutaten immer öfter weg von selbstverständlichen und nicht weiter hinterfragten Dingen des Alltages hin zu Ausdrucksmitteln persönlicher Einstellungen und Bekenntnissen entwickeln. Dieses Phänomen lässt sich maßgeblich darauf zurückführen, dass Menschen aufgrund von schwindenden übergeordneten Moralinstanzen zunehmend aus sich selbst heraus entscheiden müssen, was richtig oder falsch, gut oder schlecht ist. In dieser Situation erscheinen unsere Speisen immer öfter als geeignete Symbolträger, da sich über sie individuelle Einstellungen und Werthaltungen ausdrucksstark zur Schau stellen lassen. Was dabei zu Präferenzen und Tabus erhoben werden kann, hängt allerdings auch zu einem großen Teil von verschiedenen öffentlichen Diskursen ab. Denn durch die Wirkmächtigkeit der in ihnen ausverhandelten Sinnzusammenhänge beeinflussen sie ebenso unsere Erfahrungsweise von Wirklichkeit und tragen so wesentlich dazu bei, unsere Wahrnehmung von Welt zu konstituieren. In Bezug auf den veränderten Stellenwert unseres Essens kommt hier auch dem Reise- bzw. Tourismusdiskurs eine maßgebliche Rolle zu. So ist es unbestritten, dass unsere Vorstellung von einer vermeintlich guten Küche auch durch unsere Urlaubstage im Süden, etwa in Italien oder Kroatien, mitgeprägt ist. Die vorliegende Arbeit will daher u.a. untersuchen, auf welche Art und Weise das moderne Reisen die oben dargestellten Veränderungen in der Küche beeinflusst hat und wie dabei die Verknüpfungen mit bestimmten Nahrungsbildern aussehen. Zusätzlich soll in diesem Zusammenhang auch herausgearbeitet werden, wie die neue Moral rund ums Essen argumentiert und mit dem Genussbegriff in Verbindung gebracht wird. Zur besseren Anschaulichkeit geschieht dies anhand von ausgewählten Reiseführern, deren Speisendarstellungen analysiert und miteinander verglichen werden. Damit will die Arbeit zu einem besseren Verständnis hinsichtlich des Wandels von Essdiskursen im Tourismus-Kontext beitragen, der in der ethnologischen Nahrungsforschung seit Alois Wierlachers Essay „Verfehlte Alterität: Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen“ bisweilen nur wenig Beachtung fand.

Abstract

This work examines the growing change in how we view our food. Instead of meals and their ingredients being seen as an everyday necessity barely worthy of any deeper consideration, what we eat is instead becoming an expression of our personal attitudes and beliefs. This phenomenon can largely be traced to the retreat of moral frameworks imposed from above, resulting in people having to decide for themselves what is good or bad, what is right or wrong. In such a situation, our food is increasingly being seen as a means through which we can powerfully express our personal values and attitudes to the outside world. Identifying new preferences and taboos largely depends on the varied public discourse being held around us. After all, the strength of the contextual scenarios built through such discourse combined with our experiences from reality are strong contributory factors in how we perceive our environment. In relation to the changing value we assign our food, the nature of travel and tourism also plays an important role. It is undeniable that our impression of what we believe to be fine cuisine is also shaped by holidays spent in the south of Europe, such as in Italy or Croatia. This study will therefore seek to examine how and to what extent modern travel has influenced the changing perspectives towards food and cuisine as outlined above, and what form these associations to certain dietary viewpoints take. Furthermore, this work will also outline how the new moral framework surrounding food is argued and supported, and linked to the concept of pleasure. Selected travel guides will be used to lend context to the themes discussed here, whereby their representations of food and cuisine will be analysed and compared. It is the purpose of this essay to contribute to a better understanding of the current change in gourmet attitudes within a tourism context, which has to date been largely neglected in the field of ethnological nutrition research since Alois Wierlacher's essay "Verfehlte Alterität: Zum Diskurs deutschsprachiger Reiseführer über fremde Speisen" [Misguided Alterity: On the Language of German Tourist Guides on Foreign Cuisine].