



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Kaffee und Tee – Die bedeutendsten Heißgetränke der Neuzeit.
Vom Heilmittel über das Genussmittel zum Massenkonsumartikel“

verfasst von / submitted by

Markus Uhl, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2018 / Vienna 2018

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

A 066 803

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

Masterstudium Geschichte

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Hubert Christian Ehalt

Inhaltsverzeichnis

<u>EINLEITUNG</u>	5
1. Forschungsstand und Forschungsfragen	8
2. Methodisches Vorgehen	12
<u>HAUPTTEIL</u>	15
1. Die neuen Heißgetränke – ihr Ursprung und ihr Weg nach Europa	15
1.1 Tee	17
1.1.1 Sein Ursprung, seine Verarbeitung, seine Arten	17
1.1.2 Sein Weg nach Europa	19
1.2 Kaffee	22
1.2.1 Sein Ursprung, seine Verarbeitung, seine Arten	22
1.2.2 Sein Weg nach Europa	24
2. Kaffee und Tee – ihre Anfänge als Heilmittel	26
2.1 Die europäische Schulmedizin als Wegbereiterin	27
2.2 Kaffee und Tee als Heilmittel	29
3. Die neuen Heißgetränke als Luxusgüter der Ober- und Mittelschicht	30
3.1 Definition des Begriffs „Genussmittel“	31
3.2 Unterschiede Kaffee und Tee – Mengen, Zubereitung, Wirkung	33
3.3 Höfisch-aristokratische Statussymbole	37
4. Der Zucker – ein unverzichtbarer „Begleiter“ der neuen Heißgetränke	38
4.1 Rohrzucker	39
4.2 Rübenzucker	41
5. Veränderung der Alltagskultur – Kaffee und Tee in der Privatheit	42
5.1 Bürgerliche Wachmacher	42
5.2 Kaffee- und Teekonsumverbote	43
5.3 Kaffee und Tee im privaten Bereich – bürgerliche Besuchskultur	45
6. Die beiden Heißgetränke in der Öffentlichkeit – Kaffee- und Teehäuser	48
6.1 Entstehung der Kaffeehäuser in Europa	50
6.1.1 Entstehung der Wiener Kaffeehäuser	55
6.2 Die Funktion des Kaffeehauses	58
6.2.1 Das Kaffeehaus als Ort der Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit	65
6.2.2 Das Literaturcafé	69
6.3 Teekulturen und Teehäuser	79
7. Der Weg der neuen Heißgetränke zum Massenkonsumartikel – „Muntermacher für jedermann“	84
7.1 Surrogate für die neuen Heißgetränke	84
7.1.1 Kaffeesurrogate	85
7.1.2 Teesurrogate	88
7.2 Kaffee und Tee als Massenkonsumartikel	89

8. Aufkommen und Verbreitung neuer Utensilien zur Zubereitung und Darreichung der neuen Heißgetränke	92
8.1 Porzellan	94
8.2 Der Röstzylinder, die Kaffeemühle und die Filtertechnik	99
8.3 Zubehör aus Silber, Messing und Edelhölzern	101
8.4 Kaffee- und Teemaschinen	102
9. Revolutionen im 20. Jahrhundert und aktuelle Tendenzen – Kaffee und Tee in neuer Aufmachung	103
9.1 Tee	104
9.2 Kaffee	108
 <u>ERGEBNISSE</u>	 114
 <u>QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS</u>	 119
1. Primärquellen	119
2. Forschungsliteratur	119
3. Internetlinks	122
 <u>ANHANG</u>	 123
Abstract	123

EINLEITUNG

In kaum einem anderen Zeitabschnitt als der Frühen Neuzeit erlebten die Menschen innerhalb kurzer Zeit einen so grundlegenden Wandel ihrer Lebensverhältnisse in kultureller, wirtschaftlicher und religiöser Hinsicht, aber gleichsam auch im Bereich der Ernährung und der Getränke.¹ So war diese Epoche entscheidend von dem Verlangen nach Kolonialwaren geprägt worden, welche das Brockhaus-Konversationslexikon der Ausgabe 1894 als „die rohen Produkte der heißen Zone und besonders der europäischen Kolonien, namentlich Kaffee, Zucker, Thee, Gewürze, Spezereien, Reis, Baumwolle, Farb- und Nutzhölzer, die seit Anfang des 18. Jahrhunderts in Europa eingeführt, anfangs nur dem Luxus dienten, jetzt aber allgemeinen Bedürfnis geworden sind“ definierte. Diese waren wesentlich an der Herausbildung der modernen Gesellschaft beteiligt, an der Entstehung neuer Produktionsmethoden ebenso wie an der Bildung eines neuen Geschmacks.²

Während im Mittelalter und zu Beginn der Frühen Neuzeit Bier und Wein neben Milch, Most, Fruchtsäften und Wasser die vorherrschenden Getränke waren, entwickelte sich mit der Einführung von Tee und Kaffee, aber auch Schokolade im Laufe des 17. und 18. Jahrhunderts eine neue Kultur des Getränkegenusses.³ Im Gegensatz zu den bestehenden Alltagsgetränken, die allesamt kalt konsumiert wurden, kamen mit dem Tee und dem Kaffee Getränke auf, die bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts ausschließlich heiß getrunken wurden. So wurde auch in Zedlers Universallexikon aus dem 18. Jahrhundert unter dem Stichwort „Thee“ der Leser darüber belehrt, dass vor Einführung dieses Heißgetränks „unsere Vorfahren [...] keine warme[n] diätische[n] Träncke gehabt, gebraucht, oder davon etwas gewust“ hätten.⁴ Diese innovativen Genussmittel drängten, wenn auch nicht dauerhaft, alkoholische Getränke zunächst in den Hintergrund,⁵ denn sie stellten und stellen wegen ihrer stimulierend-wachmachenden Wirkstoffe konträre Alternativen zu Europas angestammtem Genussmittel, dem berauschend-betäubenden Alkohol, dar.⁶

Terminologisch sind Tee und Kaffee als Genussmittel klassifizierbar, die sich von Nahrungsmitteln und Gewürzen, aber auch Rauschgiften abgrenzen lassen. Genussmittel werden als „solche konsumierbaren Stoffe“ definiert, „die nicht der Ernährung dienen, sondern die der Mensch aufgrund ihres Wohlgeschmacks, ihrer stimulierenden oder euphorisierenden Wir-

¹ Linnemann, Kaffee, 19.

² Pfeisinger, Kolonialwaren, 11.

³ Linnemann, Kaffee, 19.

⁴ Menninger, Genuss, 93.

⁵ Linnemann, Kaffee, 19.

⁶ Menninger, Genuss, 14.

kung konsumiert“.⁷ Zudem ist die Geschichte der Genussmittel mit der Herausbildung der modernen Industriegesellschaft eng verknüpft, auch wenn ihre Einführung so sehr in den Bereich einer vorindustriellen Welt der höfischen Gesellschaft hineinzuweisen scheint.⁸

Welchen Einfluss übte damit der Konsum der beiden Heißgetränke Kaffee und Tee auf die Geschichte des neuzeitlichen Menschen aus?

Kein einziges Gewächs, dessen Produkt als Kolonialware gehandelt wurde, ist ausschließlich in seinem Herkunftsgebiet in seiner ursprünglichen Form anzutreffen. Wenn es den Kolonialherren vorkam, dass diese oder jene Frucht gewinnbringender in einem anderen Gebiet ihres Einflusses und mit anderen Methoden angebaut werden könnte, wurde nicht gezögert, deren Anbau zu verlegen. Besonders England war in Sachen Pflanzentransfer am erfolgreichsten und forcierte beispielsweise den Anbau von Tee in Indien, während Zucker sowie Kaffee aus Äthiopien in Amerika eine neue Heimat bekamen. Der Geist der „Machbarkeit“ durchzog auch die Tendenz, die tropischen Produkte durch andere natürliche oder künstliche zu ersetzen, beispielsweise war der natürliche Ersatz für das Zuckerrohr die heimische Runkelrübe und für den Kaffee die Zichorie.⁹ Welche Rolle und Funktion übernahmen daher die Kolonialmächte in Bezug auf die globale Verbreitung und die Erweiterung der Anbauggebiete der Rohprodukte?

Als vor mehr als 300 Jahren der Tee aus China und Japan und der Kaffee aus Arabien nach Europa kamen und hier misstrauische Neugierde und heftigen Streit der Meinungen erregten, konnte wohl selbst ihr begeistertster Fürsprecher nicht voraussehen, in welchem Umfang sich die Getränke einbürgern und zum Lebensbedürfnis der Allgemeinheit werden sollten.¹⁰ Im Zuge des Entdeckungszeitalters rückten sie nacheinander ins Bewusstsein der EuropäerInnen und nach einer über das 16. Jahrhundert hinweg erfolgten Phase der Wahrnehmung begann ab dem 17. Jahrhundert ihr unaufhaltsamer Siegeszug in Europa.¹¹ Tee und Kaffee waren zunächst vorwiegend als Arzneimittel bekannt,¹² haben also als Medizin und Apothekerware in die Kultur Eingang gefunden.¹³ Daneben galten sie aber auch als besondere, exotische Luxusgüter. Die beiden Heißgetränke waren jedoch nur für kurze Zeit während der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts ein Privileg des Adels und des gehobenen Bürgertums. Denn bereits im 18. Jahrhundert sorgten sinkende Preise und die Gründung von Kaffeehäusern in den großen

⁷ Menninger, Genuss, 13.

⁸ Sandgruber, Einleitung, 8.

⁹ Pfeisinger, Kolonialwaren, 17.

¹⁰ Schiedlausky, Tee, 5.

¹¹ Menninger, Genuss, 14.

¹² Linnemann, Kaffee, 19.

¹³ Sandgruber, Einleitung, 7.

Handelsmetropolen für eine schnelle Verbreitung vor allem des Kaffeetrinkens auch in bürgerliche Schichten. Tee und Kaffee hatten sich am Ende des 18. Jahrhunderts und am Anfang des 19. Jahrhunderts endgültig auch in der ländlichen Bevölkerung durchgesetzt und damit waren diese Genussmittel in allen Schichten der Bevölkerung verbreitet. Die schnelle Aufnahme von Tee und Kaffee erstaunt umso mehr, wenn man bedankt, dass einerseits der Geschmack beider Heißgetränke für die damaligen KonsumentInnen völlig neu und ungewohnt und andererseits die Anschaffung von diversen Gerätschaften zur Zubereitung von Tee und Kaffee kostspielig war.¹⁴ Das Porzellan ist die wohl wichtigste Geräteinnovation, die im Zusammenhang mit der Einführung der Heißgetränke in Europa entstanden ist.¹⁵ Welche Faktoren waren dafür ausschlaggebend, dass Kaffee und Tee von Luxusgetränken der Ober- und Mittelschicht zu Massenkonsumartikeln wurden und welche Innovationen begleiteten sie dabei?

Mit den Heißgetränken kamen auch neue Kommunikationsformen, neue Gerätschaften, neue Treffpunkte, neue Geschäftsmöglichkeiten und neue Lebensstile auf.¹⁶ Neue Formen von Kannen und Tassen für den Tee und den Kaffee, das Ambiente, die kleinen und großen Zeremonien des Zubereitens und des Zu-Sich-Nehmens, eine neue Form der bürgerlichen Besuchskultur, vor allem aber die Kaffeehäuser als literarische, politische und künstlerische Mittelpunkte bilden die ereignisreiche Kulturgeschichte von Tee und Kaffee.¹⁷ Die beiden Heißgetränke selbst zu trinken oder anderen anbieten zu können war statusbestimmend. Vor allem der Tee war ein Getränk, wo Exquisitität und Noblesse im feinen Design der Gerätschaften und im Zeremoniell des Konsums besonders zum Ausdruck kamen.¹⁸ Welche gesellschaftlich-kulturelle Bedeutung kam den beiden Heißgetränken im Zusammenhang mit der Entstehung der Kaffeehäuser zu?

Kaffee war zu Beginn des 20. Jahrhunderts zum weltweit drittwichtigsten Handelsgut aufgestiegen, übertroffen nur von Getreide und Zucker,¹⁹ und ist heute nach Erdöl das zweitwichtigste Welthandelsprodukt.²⁰ Beim Lifestylegetränk Kaffee werden die geschmackliche Bandbreite der gerösteten Bohnen, die sich aus mehr als 800 Aromen zusammensetzt, und die Duftnote geschätzt. Dabei steht eine umfangreiche Auswahl an Produkten – vom klassischen gerösteten Bohnenkaffee über den Löslichen und zahllose Mischgetränke bis hin zu den

¹⁴ Linnemann, Kaffee, 19 – 22.

¹⁵ Krueger, Porzellan, 33.

¹⁶ Sandgruber, Einleitung, 6.

¹⁷ Schiedlausky, Tee, 5.

¹⁸ Sandgruber, Einleitung, 3.

¹⁹ Krieger, Kaffee, 203.

²⁰ Heise, Kaffee, 10.

Kaffeepads und -kapseln – zur Verfügung.²¹

Tee stellt nach Wasser das heute weltweit am häufigsten konsumierte Getränk dar und ist auch hierzulande zum täglichen Bestandteil unseres Lebens geworden.²² So ist der Tee ab dem 20. Jahrhundert in Form des Eistees auch zu einem Mode- und Lifestylegetränk avanciert, wenngleich der Hauptbestandteil dieses Softdrinks heute kein Schwarztee mehr ist.

Auch die Kräuter- und Früchteteemischungen mit meist vielversprechenden Namen haben mit „echtem“ Tee nichts mehr zu tun, haben dem Tee aber ein junges und modernes Image verpasst. Wie präsentieren sich Kaffee und Tee den KonsumentInnen in der Gegenwart?

Die Luxusgetränke von einst, die aufwändig auf dem Seeweg zu beschaffen waren und als Symbole der Zugehörigkeit zu hohen und höchsten gesellschaftlichen Kreisen galten, spielen noch heute eine inzwischen alltäglich gewordene Rolle. Waren es zu Beginn die Behältnisse, Trinkgefäße, Bestecke und Gerätschaften, die den Luxus des Genusses erst perfekt machten, so steht heute meistens der Geschmack des Heißgetränks im Vordergrund. Den Verlust ihres Status als Luxusgetränke bezeugt auch ihre Darreichung im Papp- oder Plastikbecher. Kaffee und Tee sind heutzutage in unserem Alltag ebenso selbstverständlich wie unverzichtbar, sei es als stimulierende Getränke zum Frühstück, nach der Hauptmahlzeit und am Nachmittag, als bevorzugte Getränke beim Besuch eines Cafés oder als Schnellimbiss in einer Arbeitspause.²³ Die beiden Heißgetränke sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken – sie gehören einfach selbstverständlich zu unserem Leben dazu. Sie werden in ihrer Form und ihrem Geschmack auch immer wieder neu interpretiert und weiterentwickelt.

1. Forschungsstand und Forschungsfragen

Kaffee und Tee gehören heutzutage zu den populärsten Getränken der Welt, sie sind Kultgetränke sowie Lieblingsgetränke ganzer Völker und in der Öffentlichkeit verbindet sich mit ihnen vor allem das Kaffeehaus. Diese unverändert große Bedeutung der beiden Heißgetränke in der Gegenwart sowie das Aufkommen neuer Darreichungsformen, Geschmacksvarianten und Geräteinnovationen für deren Zubereitung bedingt eine immense Anzahl an Fachliteratur. Oftmals enthalten bereits deren Titel oder Untertitel Begriffe wie „Kulturgeschichte“ oder „kulturell“ und verweisen damit auf eine kulturgeschichtliche Aufarbeitung der Geschichte des Kaffees und / oder Tees bzw. weiterer Genussmittel. Diese Publikationen in Form von Monographien, Sammelbänden oder Begleitpublikationen aus Ausstellungen zum Thema behandeln entweder nur die Geschichte des Kaffees und / oder des Tees oder legen ihr Augen-

²¹ Krieger, Kaffee, 251.

²² Krieger, Tee, 9.

²³ Menninger, Genuss, 12.

merk auch auf andere Genussmittel, wie die Schokolade, den Zucker, den Tabak und die Gewürze, die allesamt ebenfalls im Zuge des Fernhandels nach Europa kamen.

In den Veröffentlichungen über die Geschichte einzelner oder mehrerer Genussmittel werden meist die Aspekte Herkunft und Verwendung in den Ursprungskulturen und Wahrnehmung durch die Europäer im Zuge der großen Entdeckungsfahrten verfolgt. Daneben wird auch ihre Verbreitung in den spezifischen Konsumtionsformen in Europa behandelt, wobei hier auf die kulturelle Innovation Kaffeehauskultur besonderes Augenmerk gelegt wird. Zum Teil werden auch die politischen Auswirkungen, wie Konsumverbote oder Steuern, und die wirtschaftlichen Folgen, wie die Verarbeitung der Rohgüter und die Gewinnung von Surrogaten in Europa, berücksichtigt. Darüber hinaus werden auch oft die Ausbreitung der Genussmittel über den Erdball und ihr Anbau in den Kolonialreichen bzw. in Übersee thematisiert.²⁴ Nahezu alle Veröffentlichungen verwenden die moderne Definition „Genussmittel“ für die beiden Heißgetränke, während in dem von Gerhard Pfeisinger und Stefan Schennach herausgegebenen Sammelband „Kolonialwaren. Die Schaffung der ungleichen Welt“ Kaffee und Tee als koloniale Produkte bezeichnet werden.

Erfindung und Nutzung dieser Genussmittel gingen auf außereuropäische Kulturen zurück, deren Konsum hier am Vorabend der europäischen Expansion seit Jahrhunderten erprobt war. China ist sowohl die Kultivierung der Teepflanze als auch die Erfindung des grünen und des schwarzen Tees zu verdanken. Der Jemen wiederum hatte das Anbaumonopol für Kaffee inne, einer ursprünglich aus Äthiopien stammenden Pflanze.²⁵ Mit dem Ursprung der neuen Heißgetränke und ihrem Weg nach Europa befasst sich vor allem Annerose Menninger ausführlich in ihrer erstmals im Jahr 2001 erschienenen Monographie „Genuss im kulturellen Wandel. Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16. – 19. Jahrhundert)“. Auch das von Thomas Hengartner und Christoph Maria Merki herausgegebene Handbuch „Genussmittel. Eine Kulturgeschichte“ sowie die beiden Monographien von Martin Krieger „Kaffee. Geschichte eines Genussmittels“ und „Tee. Eine Kulturgeschichte“ behandeln diese Aspekte eingehend.

Während sich im Laufe des 17. Jahrhunderts die Verbreitung der Genussmittel in Europa abzuzeichnen begann, sie aber auch als Drogen galten, erwuchs ihnen in Vertretern der europäischen Schulmedizin eine bedeutende Befürworterschaft für ihre Akzeptanz als Heilmittel im neuen Kulturraum. Die medizinische Autorität mit ihrer Propagandawirkung ist als Wegbereiterin für die erfolgreiche Einführung dieser Genussmittel in Europa zu betrachten, die

²⁴ Menninger, Genuss, 15.

²⁵ Ebd., 411 f.

gerade auch Vorbehalte gegen die bitteren Konsumartikel zu überwinden half.²⁶ Eine umfassende Darstellung zu den Anfängen von Kaffee und Tee als Heilmittel liefert ebenfalls Annerose Menninger in ihrem bereits erwähnten Werk wie auch Thomas Krueger in seinem Beitrag „Neu! Die heißen 3 – Kaffee, Tee und Schokolade“ in einem Begleitbuch zu einer Ausstellung.

Neben ihrer Funktion als Heilmittel waren die beiden Heißgetränke zunächst Luxusgüter der Ober- und Mittelschicht, Statussymbole sowie Genussmittel. Mit dieser Thematik setzen sich neben Annerose Menninger auch Wolfgang Schivelbusch in seinem Werk „Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genussmittel“, Günther Schiedlausky in seinem Buch „Tee, Kaffee, Schokolade. Ihr Eintritt in die europäische Gesellschaft“, aber auch Martin Krieger in seiner Monographie „Tee. Eine Kulturgeschichte“ auseinander. Eine umfassende Definition des Begriffs „Genussmittel“ liefern Thomas Hengartner und Christoph Maria Merki in ihrem Beitrag „Für eine Geschichte der Genussmittel“ in dem von ihnen herausgegebenen Handbuch „Genussmittel. Eine Kulturgeschichte“.

Die frühesten europäischen Quellen bezeugen, dass man sich heftig am bitteren Geschmack der Heißgetränke stieß sowie Aversionen gegen die schwarze Farbe des Kaffees hegte.²⁷ Als europäische Neuerung wurde ihnen deshalb der Zucker, ursprünglich der Rohr- und erst später der Rübenzucker als europäische Erfindung, hinzugefügt und er wurde so zum unverzichtbaren „Begleiter“ der neuen Heißgetränke. Die Veröffentlichungen „Die süße Macht. Kulturgeschichte des Zuckers“ von Sidney W. Mintz, „Zucker – Die süße Macht und die Macht der Gewohnheit“ von Gerhard Pfeisinger, „Die Kommerzialisierung des süßen Geschmacks. Zur Geschichte des Zuckers und seiner Substitute“ von Christoph Maria Merki und „Das Bittere und das Süße – Die heißen 3 und der Zucker“ von Andreas Urban wurden für das Kapitel über den Zucker als Quellen herangezogen.

Das Interesse der BürgerInnen am Kaffee und am Tee galt vor allem deren Wirkung, da sie die geistige Leistungskraft steigerten und damit den Arbeitstag verlängerten. Besonders in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts traten in vielen Ländern Verbote für den Handel und den Konsum dieser beiden Genussmittel in Kraft, meist mit dem vordergründigen Argument, das heimische Braugewerbe schützen zu wollen.²⁸ Die feste Aufnahme von Kaffee und Tee als stimulierende Morgen-, Mittags- und Nachmittagsgetränke im häuslich-familiären Alltag zog auch neue Formen bürgerlicher Besuchssitten nach sich bzw. bildete überhaupt erst die Vor-

²⁶ Menninger, Genuss, 418 – 420.

²⁷ Ebd., 413.

²⁸ Krieger, Kaffee, 151.

aussetzungen dafür.²⁹ Neben den bereits erwähnten Monographien von Annerose Menninger und Günther Schiedlausky befassen sich auch die Publikationen „Kaffee und Kaffeehaus. Eine Bohne macht Kulturgeschichte“ von Ulla Heise sowie „Tee. Eine Kulturgeschichte“ von Martin Krieger mit diesen Aspekten.

Das Kaffeehaus war von Anfang an eine bürgerliche Angelegenheit, sowohl was seine Betreiber als auch sein Publikum anging.³⁰ Es wirkte als sozialer Ort, als Ort der Kommunikation und Diskussion,³¹ fungierte als Wegbereiter für die Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit und der Literaturcafés. Mit diesen Themen setzen sich vor allem Ulla Heise in ihrem bereits erwähnten Werk sowie Roman Sandgruber in seiner Monographie „Bittersüße Genüsse. Kulturgeschichte der Genußmittel“ auseinander. Daneben befassen sich auch die Monographien „Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre“ von Birgit Schwaner und „Europäische Kaffeehauskultur“ von Klaus Thiele-Dohrmann ausführlich mit dieser Thematik. Zum Aspekt der bürgerlichen Öffentlichkeit wurden vor allem das von Jürgen Habermas edierte Handbuch mit dem Titel „Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft“, Wolfgang Schivelbuschs bereits erwähntes Werk sowie die Monographie „Der Klatsch, die Frauen und das Sprechen bei der Arbeit“ von Birgit Althans herangezogen. Die beiden von Hans Veigl bzw. Ulrike Lehner herausgegebenen Sammelbände „Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur“ bzw. „Anton Kuh. Zeitgeist im Literatur-Café“ wie auch der von Kurt-Jürgen Heering herausgegebene Sammelband „Das Wiener Kaffeehaus“ mit Beiträgen von Wiener Kaffeehausliteraten sind als zeitgenössische Quellen im Kapitel über das Kaffeehaus herangezogen worden.

Zum Massenkonsumartikel wurde der Tee im späten 19. Jahrhundert in Großbritannien, während dies dem Kaffee auf dem europäischen Kontinent erst im 20. Jahrhundert gelang. Es waren jedoch die Kaffee- und Teesurrogate, die den neuen Heißgetränken ihren Weg zum Volksgetränk ebneten. Zu diesen Aspekten haben Hans-Jürgen Teuteberg bzw. Dietmar Rothermund die Aufsätze „Kaffee“ bzw. „Tee“ sowie Hilko Linnemann „Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland – Ein Überblick“ und Roman Sandgruber die bereits erwähnte Monographie verfasst.

Mit dem Aufkommen des Kaffees und des Tees in Europa traten hier auch neue Utensilien zur Zubereitung und zur Darreichung der beiden Heißgetränke auf. Das Porzellan, das aus China importiert wurde, diente zunächst zur Ausbalancierung des Ladegewichts der Handelsschiffe, stellte in der Folge jedoch einen wichtigen Handelsartikel dar. Damit einher ging die Ent-

²⁹ Heise, Kaffee, 130.

³⁰ Menninger, Genuss, 423.

³¹ Schivelbusch, Paradies, 73.

wicklung technischer Innovationen. Neben den beiden Aufsätzen „Geräte zur Zubereitung“ und „Die heißen 3 und Porzellan – eine Symbiose“ von Thomas Krueger befassen sich vor allem auch die bereits erwähnten Monographien von Martin Krieger über den Tee sowie jene von Günther Schiedlausky und von Ulla Heise mit dieser Thematik.

Die beiden Heißgetränke haben im Laufe des 20. Jahrhunderts Veränderungen hinsichtlich ihrer Zubereitungsarten und ihrer Darreichungsformen, aber auch in Bezug auf die Lokaltypen, in denen sie konsumiert werden, durchlaufen. In der trendigen Café-Bar serviert, von Coffeeshops im Papp- oder Plastikbecher angeboten, als Softdrink genossen oder in Kaffee- und Teeportionsmaschinen schnell und ohne großen Aufwand zubereitet, treten sie heute in Erscheinung. Diesen Veränderungen und Neuerungen, den Konsum des Kaffees und des Tees betreffend, widmen sich vor allem Martin Krieger in seinen beiden bereits erwähnten Publikationen über den Kaffee und den Tee, Thomas Krueger in seinem Aufsatz „Nie ohne! Die heißen 3 in der Konsumgesellschaft“ sowie Louise Cheadle und Nick Kilby in ihrem Werk „Tee. Sorten, Anbau, Geschichte, Zubereitung, Rezepte und vieles mehr“.

Im Fokus der vorliegenden Masterarbeit stehen die folgenden Forschungsfragen:

- 1. Wie haben sich die Motive für den Konsum von Kaffee und Tee im Laufe der Neuzeit in Europa verändert und die beiden Heißgetränke damit zu idealen Symbolen der Gastfreundschaft gemacht?**
- 2. Wie hat sich das Kaffeehaus in Europa von seiner Entstehung bis heute hinsichtlich seiner Funktionen, seiner Gäste und seiner Ausstattung verändert?**
- 3. Welchen Bedeutungs- und Imagewandel haben Kaffee und Tee in den letzten Jahrzehnten erfahren?**
- 4. Haben Kaffee und Tee heute noch einen Luxuscharakter?**

2. Methodisches Vorgehen

Mit Ausnahme von Wolfgang Schivelbuschs Studie „Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genußmittel“ wurde seit dem frühen 20. Jahrhundert allem Anschein nach keine Monographie zur Geschichte der Genussmittel Kaffee und Tee, aber auch Schokolade und Tabak in Europa verfasst.³² Annerose Menninger hat im Jahr 2001 mit ihrer Habilitationsschrift „Genuss im kulturellen Wandel. Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16. – 19. Jahrhundert)“ die Geschichte dieser vier Genussmittel untersucht. Seit der Publikation dieses Werks wurden zur Geschichte der beiden Heißgetränke Kaffee und Tee noch die zwei Monographien von Martin Krieger mit den Titeln „Tee. Eine Kulturgeschichte“

³² Menninger, Genuss, 26.

im Jahr 2009 und „Kaffee. Geschichte eines Genussmittels“ im Jahr 2011 sowie das von Thomas Krueger und Andreas Urban im Jahr 2010 herausgegebene Begleitbuch zur gleichnamigen Ausstellung „Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland“ veröffentlicht.

Zum Thema „Geschichte der Genussmittel“ wurde bereits eine Fülle an Fachliteratur publiziert, die die Ergebnisse der Forschung zu bestimmten und teils unterschiedlichen Aspekten umfassend darstellen. Dieses Material bildet die Basis für die vorliegende Arbeit, deren Ziel eine – wenn auch kleine – Geschichte des Kaffees und des Tees in vergleichender und chronologischer Aufarbeitung, von ihrem Ursprung bis zu ihrer Funktion in der Gegenwart, ist. Darüber hinaus findet jene Institution, die maßgeblichen Anteil an der Verbreitung dieser beiden Heißgetränke in alle Gesellschaftsschichten hatte – das Kaffeehaus – besondere Berücksichtigung. In diesem Zusammenhang wird seine Funktion für die Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit sowie als Literaturcafé behandelt. Des Weiteren werden die Innovationen, die mit der Etablierung der Heißgetränke in Europa einhergingen, thematisiert.

Der Untersuchungsraum und -zeitraum dieser Arbeit beschränkt sich auf die Westhälfte Europas, im weiteren Verlauf vereinfacht „Europa“ genannt, vom 16. Jahrhundert bis zur Gegenwart. Denn für die Verbreitung der Genussmittel im östlichen Teil Europas liegt kaum Literatur vor.³³ Beim Unterkapitel „Das Literaturcafé“ liegt der Schwerpunkt der Untersuchungen jedoch auf den Wiener Kaffeehäusern. Das erste Jahrhundert des Untersuchungszeitraums stellt die Phase der Wahrnehmung des Kaffees und des Tees durch die Europäer dar und das laufende Jahrhundert ist gekennzeichnet durch Innovationen in den Konsumtionsformen und Zubereitungsarten der beiden Heißgetränke.

Der Hauptteil dieser Arbeit gliedert sich in neun Kapitel, die einerseits eine chronologische Aufarbeitung der Geschichte des Kaffees und des Tees von ihrem Eintritt in die europäische Gesellschaft bis zu ihrer Konsumtion in der Gegenwart darlegen. Andererseits werden jene Aspekte und Innovationen behandelt, die mit der Einführung der beiden Heißgetränke in Europa einhergingen. Das erste Kapitel umfasst eine Darstellung der beiden Genussmittel in vergleichender Form. Hierin finden ihre Herkunft, Produktion, Arten und wie sie nach Europa gelangten Berücksichtigung. Das Themenfeld des folgenden Abschnitts setzt sich mit ihrem ursprünglichen und ersten Verwendungszweck in Europa, nämlich als Heilmittel, auseinander. Das dritte und das vierte Kapitel befassen sich mit dem Wandel der neuen Heißgetränke zum Luxusgut und Genussmittel, zu denen ein weiteres dieser Güter, der Zucker, als notwen-

³³ Menninger, Genuss, 27.

dige Ergänzung und die Produktion von Rübenzucker als europäische Innovation hinzukamen. Als zentrales Thema wird im fünften und sechsten Abschnitt der Eintritt des Kaffees und des Tees in die bürgerlichen Haushalte, verbunden mit der Entstehung der Kaffeehäuser als Orte der Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit, aber auch der Literaturcafés, behandelt. Damit die beiden Heißgetränke schließlich zum Massenkonsumartikel werden konnten, bedurfte es neuer Innovationen in Form von Surrogaten von Kaffee und Tee. Der vorletzte Abschnitt widmet sich den Gerätschaften, die dazu dien(t)en, den Genuss der Heißgetränke zu perfektionieren. Wie sich Kaffee und Tee im 20. und beginnenden 21. Jahrhundert präsentieren und konsumiert werden, wird im abschließenden Kapitel der Arbeit behandelt.

Anhand der genannten Themenfelder ist erkennbar, welche historischen Teildisziplinen bei der Untersuchung der Geschichte der beiden Genussmittel in dieser Arbeit berücksichtigt werden: die Expansions- und Kolonialgeschichte, die Medizingeschichte, die Politik- und Wirtschaftsgeschichte, in erster Linie jedoch die Kultur- und Sozialgeschichte.

Als Titel der Arbeit wurde „Kaffee und Tee – Die bedeutendsten Heißgetränke der Neuzeit.“ gewählt, da das dritte Heißgetränk, die Schokolade, weder von breiten Kreisen der europäischen Gesellschaft angenommen wurde noch eine Konkurrenz zu den beiden anderen Genussmitteln darstellte. Der zweite Teil des Titels, „Vom Heilmittel über das Genussmittel zum Massenkonsumartikel“, verweist auf den Wandel in Bezug auf ihre Verwendung und ihre Bedeutung im Laufe der Neuzeit. Haben die beiden Heißgetränke ihre Funktion als Heilmittel bereits innerhalb des ersten Jahrhunderts nach ihrer Einführung in Europa verloren, so haben sie im 19. Jahrhundert auf ihrem Weg zur Veralltäglichung auch ihren Status als Luxusgüter, den die Genussmittel in der Frühen Neuzeit aufgrund ihres hohen Preises und ihrer exotischen Herkunft innehatten, eingebüßt. Kaffee und Tee wurden in ihrer Anfangszeit in Europa in edlem Porzellan und exotischem Ambiente genossen, wobei hier nicht die Heißgetränke im Vordergrund standen, sondern das Zeremoniell. Ab der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts war jedoch die stimulierende Wirkung des Koffeins für die Arbeiterschaft im Zuge der Industriellen Revolution das entscheidende Kriterium für ihren Konsum. In unserer schnelllebigen Zeit werden Kaffee und Tee auch im Papp- und Plastikbecher zwischendurch konsumiert, denn der Geschmack und die Wirkung der Getränke sind nun das Wesentliche. Damit trifft die Definition für „Genussmittel“, die als „solche konsumierbaren Stoffe“ definiert werden, „die nicht der Ernährung dienen, sondern die der Mensch aufgrund ihres Wohlgeschmacks, ihrer stimulierenden oder euphorisierenden Wirkung konsumiert“,³⁴ auf den Kaffee und den Tee heutzutage mehr denn je zu.

³⁴ Menninger, Genuss, 13.

HAUPTTEIL

1. Die neuen Heißgetränke – ihr Ursprung und ihr Weg nach Europa

Für die ersten Europäer, die mit den beiden Genussmitteln Kaffee und Tee in Berührung kamen, waren es eher nicht ihre ungewohnten Wirkstoffe und Konsumtionsformen, die ihnen erhebliche Akzeptanzschwierigkeiten bereiteten, sondern bezeichnenderweise ihr Geschmack. Wirft man einen Blick auf die ersten, aus dem späten 16. und frühen 17. Jahrhundert stammenden Eindrücke europäischer Reisender über den Kaffee, begegnet man diesbezüglich harschen Urteilen, wie etwa „es ist ein schwarzes Wasser, ähnlich wie Tinte, von bitterem Geschmack“ oder „es fehlt nicht an Leuten, die die Bitterkeit dieses Getränks mit Zucker vermindern“. Obwohl die schwarze Farbe des Kaffees die geschmackliche Aversion verstärkt haben wird, schnitt auch der Tee im europäischen Urteil wegen seines ebenfalls bitteren Geschmacks nicht viel besser ab. Schienen Geschmack und Geschmacksurteile über diese beiden Genussmittel schon wenig dazu beigetragen zu haben, dass die ersten europäischen Testpersonen und LeserInnen ihrer Berichte diese Barriere spontan überwandern bzw. überwinden wollten, um ihren Genusswert – ihre anregende Wirkung – zu erfahren, stand ihnen als zweiter Grund für eine reibungslose Einführung in Europa das Argument im Weg, sie seien schlechterdings überflüssig. Denn Generationen zuvor seien auch ohne diesen Luxus ausgekommen. Zudem zählte die Suche nach neuen Genuss- wie auch Nahrungsmitteln nicht zu den Schlüsselmotiven der europäischen Expansion und Europa hatte Innovationen aus den Kategorien „Genuss- und Nahrungsmittel“ gar nicht erwartet und war dementsprechend kaum auf sie vorbereitet.³⁵

Ausgerechnet dort, wo keines dieser zwei Genussmittel wuchs oder in Gebrauch war, sollten sie erstmals zusammen bekannt und konsumiert werden, nämlich in Europa.³⁶ So verschieden auch der Charakter der Getränke ist, gemeinsam ist ihnen die exotische Herkunft. Zudem kam jedes aus einer anderen Region der Welt, wo es bereits seit Jahrhunderten in Gebrauch war. Sie trafen in verhältnismäßig geringem zeitlichen Abstand in Europa ein, wo sie erst gegen Widerstände ihre gesellige Wirkung entfalten konnten. Die Heißgetränke wurden von solchen Europäern bekannt gemacht, die sie in ihren fernen Ursprungsländern schätzen gelernt hatten. Als Genussmittel mussten sie erst in den öffentlichen Lokalen bekannt werden, bevor sie sich auch die private Sphäre eroberten.³⁷

Vergleicht man Kaffee und Tee mit dem Nahrungs- und Genussmittelangebot im spätmittel-

³⁵ Menninger, Genuss, 96 – 98.

³⁶ Ebd., 91.

³⁷ Schiedlausky, Tee, 5, 12 f.

alterlichen und frühneuzeitlichen Europa, darf man mit Recht behaupten, dass mit ihnen zwei Konsumartikel auf diesen Kontinent zukamen, die kaum oder gar nicht an heimische Erfahrungswerte anknüpfen konnten. Ungewohnt war ihr Geschmack, unbekannt waren ihre Wirkstoffe und unvertraut ihre Konsumtionsformen. Da sich der Wirkstoff Koffein neben der Schokolade nur im Kaffee und im Tee findet, bedeuteten sie für Europa eine ganz neue Erfahrung. Darüber hinaus kontrastieren ihre anregenden Effekte scharf mit der berauschend-beruhigenden Wirkung des Alkohols. Dieser war jedoch das traditionelle europäische Genussmittel, dessen Konsum sich bis in die Antike zurückverfolgen lässt. Im Mittelalter kannte Europa aus dieser Kategorie das Bier, den Met, den Wein aus Weintrauben, den Obstwein und auch schon den Branntwein. Sie waren Alltagsgetränke der urbanen wie auch der ländlichen Bevölkerung, die man privat zu den Mahlzeiten oder öffentlich in Wirtshäusern und Schenken zu sich nahm und mit denen man Gäste willkommen hieß – eine Funktion, die dem Kaffee und Tee im Nahen und Fernen Osten entsprach.³⁸

Auf dem europäischen Kontinent fand zunächst eher der Kaffee als der Tee weite Verbreitung. Zumindest wurde der Tee dort kein Volksgetränk, sondern blieb den adeligen und bürgerlichen Kreisen vorbehalten, eine Ausnahme bildete Ostfriesland.³⁹ Beide Heißgetränke verdankten ihren Zuspruch letztlich der stimulierenden, die Leistungskraft steigernden und den Arbeitstag verlängernden Wirkung, die scheinbar besonders dem Arbeitsethos des aufstrebenden Bürgertums entgegenkam.⁴⁰

Der Tee erlangte im Zuge des Amerikanischen Unabhängigkeitskrieges auch als politisches Symbol große Bedeutung. Ähnlich wie in Großbritannien selbst hatte der Tee auch in den britischen Besitzungen jenseits des Atlantiks eine immer größere Beliebtheit gewonnen und dessen Genuss breitete sich bald auch unter den anderen europäischen Nationalitäten in der Neuen Welt aus. Den Höhepunkt des Konflikts um die von den Briten erhobenen Teezölle und Einfuhrbestimmungen bildete die berühmte „Boston Tea Party“ am 16. Dezember 1773,⁴¹ im Zuge derer die Teeladung dreier englischer Frachtschiffe von englischen Kolonisten ins Meer geworfen wurde.⁴² Dies ist der wahrscheinlich bekannteste historische Moment, bei dem Tee eine Rolle spielte. Letztlich führte dieses Ereignis zum Amerikanischen Unabhängigkeitskrieg und zur Unabhängigkeitserklärung im Juli 1776.⁴³

³⁸ Menninger, Genuss, 92.

³⁹ Rothermund, Tee, 165.

⁴⁰ Menninger, Genuss, 346.

⁴¹ Krieger, Tee, 134.

⁴² Pilz / Schennach, Tee, 44.

⁴³ Cheadle / Kilby, Tee, 84.

1.1 Tee

„[...] kraut was die Chineser thee nennen [...] das daraus durch aufgusz heissen wassers bereitete getränk [...]“⁴⁴

Das in Europa verbreitete Wort „Tee“ (tea, thé, etc.) stammt von dem chinesischen Wort „tu“, daneben existiert die Bezeichnung „cha“, die von Japan bis Indien und darüber hinaus bekannt ist.⁴⁵

1.1.1 Sein Ursprung, seine Verarbeitung, seine Arten

Die Teekultur gilt als eine der ältesten der Welt, denn bereits vor 5000 Jahren dürften die Chinesen den Tee als Heil- und Genussmittel verwendet haben.⁴⁶ Von dort brachten ihn um 552 n. Chr. buddhistische Mönche nach Japan und nach Europa kam die erste Kunde aus China um 900 n. Chr. durch arabische Seidenhändler.⁴⁷

Der Tee ist eine subtropische, immergrüne Pflanze, die zur Bewirtschaftung auf etwa 1,20 m buschig zurückgeschnitten wird.⁴⁸ Man unterscheidet zwei Hauptvarietäten: die ursprünglich aus China stammende „Camellia sinensis var. sinensis“ und die erst im 19. Jahrhundert entdeckte „Camellia sinensis var. assamica“ aus dem indischen Assam.⁴⁹ Nur die Blattknospe und die beiden darunterliegenden, noch zarten Blätter werden mehrmals jährlich von Hand gepflückt,⁵⁰ denn jedes weitere, bereits härtere Blatt beeinträchtigt wesentlich die Qualität des Tees. Für ein Kilogramm aufgussfertigen Tee benötigt man vier Kilogramm frische Blätter, welche innerhalb von Stunden der weiteren Verarbeitung zugeführt werden müssen.⁵¹ Zwar werden alle „echten“ Tees aus Grünblatt hergestellt, aber je nach Endprodukt unterscheiden sich die Arbeitsschritte zum Teil deutlich. Grüner Tee wird gewelkt und gerollt und mithilfe von Hitze wird der Oxidationsprozess gestoppt, weshalb die Blätter grün bleiben.⁵² Durch das Welken werden die Teeblätter geschmeidig gemacht und durch das Rollen werden sie zerquetscht, damit der Zellstoff austritt.⁵³ Danach wird der Tee entweder gedämpft oder in einem heißen Wok erhitzt und zum Abschluss werden die Blätter getrocknet. Grüner Tee ist in der Tasse grün und kann ganz unterschiedlich schmecken. Schwarzer Tee durchläuft alle Arbeitsschritte, wobei die wichtigste Etappe die Fermentation ist, bei der das charakteristische

⁴⁴ *Grimm-Wörterbuch*, thee [online].

⁴⁵ *Rothermund*, Tee, 161.

⁴⁶ *Pilz / Schennach*, Tee, 41.

⁴⁷ *Öst. Kaffee- und Tee-Verband*, China [online].

⁴⁸ *Krueger*, Kaffee, 13.

⁴⁹ *Cheadle / Kilby*, Tee, 90.

⁵⁰ *Krueger*, Kaffee, 13.

⁵¹ *Pilz / Schennach*, Tee, 47 f.

⁵² *Cheadle / Kilby*, Tee, 102.

⁵³ *Pilz / Schennach*, Tee, 48.

Aroma entsteht.⁵⁴ Dabei wird zusätzliches Koffein freigesetzt und ein Großteil der Gerbstoffe im Blatt umgewandelt. Dies ist auch der Grund, warum schwarzer Tee weniger bitter schmeckt als grüner,⁵⁵ der wiederum koffeinreicher ist.⁵⁶ Danach wird das Blatt in einem riesigen Ofen getrocknet, um den Geschmack zu konservieren. Weißer Tee ist im Grunde unbehandelter Tee, seinen Namen hat er von dem weißen Flaum, der die Knospen umhüllt. Er wird nach dem Pflücken einfach nur an der Luft bis zu 24 Stunden lang getrocknet. Dabei kommt es in sehr geringem Maße zu einer Fermentation, die der Grund dafür ist, dass die Blätter unterschiedlich gefärbt sind – von weiß bis grün. Weißer Tee sollte in der Tasse blassgrün oder gelb sein und ist ein sehr leichter Tee.⁵⁷ Der sog. „Oolong-Tee“, ein halb-fermentierter Tee, bildet mit heller Farbe und erfrischendem, blumigem Geschmack ein Mittelding zwischen grünem und schwarzem Tee.⁵⁸ Seine Herstellung umfasst die üblichen Schritte, allerdings mit der Besonderheit, dass das Rollen und die Fermentation wiederholt werden. Der Fermentationsgrad liegt bei 10 bis 80 %, zu erkennen am Braunanteil der Blätter.⁵⁹ Durch Beifügen von Blüten, Blättern, Gewürzen oder Trockenschalen, von aromatischen Ölen oder naturidentischen und natürlichen Essenzen, erhält der Tee unterschiedliche Aromanoten.⁶⁰

Der Tee ist ein anregendes Getränk, das sich von seiner ostasiatischen Heimat aus weltweit verbreitet hat. Das gilt nicht nur für den Konsum, sondern auch für die Produktion, die nach China und Japan im 19. Jahrhundert auch Indonesien, Indien und Sri Lanka und im 20. Jahrhundert Afrika und Südamerika einbezog. Der internationale Teehandel, der zunächst von der niederländischen und der britischen Ostindiengesellschaft vorangetrieben wurde, ist heute zum großen Teil in den Händen multinationaler Konzerne, die selbst die Vermarktung des Tees in den Erzeugerländern kontrollieren.⁶¹

Bei uns bedeutet „Tee“ neben dem „echten“ Tee auch eine Fülle von Früchte- und Kräutertees,⁶² die mit dem Schwarztee nur gemeinsam haben, dass sie heiße Aufgussgetränke sind,⁶³ die aber mit „echtem“ Tee nichts zu tun haben. „Echter“ Tee ist nur alles, was von einer „*Camellia sinensis*“ kommt.⁶⁴ Am Ende des 17. Jahrhunderts trank man in Europa fast aus-

⁵⁴ *Cheadle / Kilby*, Tee, 102.

⁵⁵ *Pilz / Schennach*, Tee, 48.

⁵⁶ *Sandgruber*, Tee, 50.

⁵⁷ *Cheadle / Kilby*, Tee, 102.

⁵⁸ *Sandgruber*, Tee, 50.

⁵⁹ *Cheadle / Kilby*, Tee, 102.

⁶⁰ *Sandgruber*, Tee, 52.

⁶¹ *Rothermund*, Tee, 161.

⁶² Ebd., 161.

⁶³ *Sandgruber*, Tee, 50.

⁶⁴ *Cheadle / Kilby*, Tee, 134.

schließlich grünen Tee, mit dem die Europäer zuerst bekannt geworden waren. Seit der Mitte des 19. Jahrhunderts vereinheitlichte sich der europäische Teegeschmack hin zum schwarzen Tee in Form des starken, kräftig bernsteinfarbigen Ceylon- oder des dunklen, kräftigen Assamtees, der von englischen Teefirmen vertrieben wurde. In Europa haben sich verschiedene Varianten hinsichtlich der Beigaben zum Tee ausgebildet, wobei man sich heute keineswegs darüber einig ist, wie der wahre Teekenner dieses Getränk zubereiten und trinken solle. Neben dem Zucker werden dem Tee nach regionalen Präferenzen beispielsweise Zitrone, Milch, Rum, Salz, Butter, Marmelade oder Kandis zugefügt.⁶⁵

1.1.2 Sein Weg nach Europa

Der Tee, das ältere der beiden Heißgetränke, wurde bereits 1284 vom berühmten Weltreisenden Marco Polo erstmals in Europa erwähnt.⁶⁶ Tee, der bis ins 19. Jahrhundert nur in China angebaut wurde, gelangte erstmals Mitte des 16. Jahrhunderts nach Europa.⁶⁷ Der damals zweite und sehr viel kleinere Teeerzeuger, Japan, blieb dagegen für Europa bedeutungslos.⁶⁸ Die ersten Europäer, die zu Beginn der Frühen Neuzeit Kontakt mit den Chinesen aufnahmen, waren die Portugiesen, die offenbar schon wussten, dass die Chinesen begeisterte Teetrinker waren. So exportierten sie seit den 1580er Jahren Tee in geringem Umfang über ihre Niederlassung auf der Halbinsel von Macao⁶⁹ und am portugiesischen Königshof avancierte der Tee aus Asien bald zum Lieblingsgetränk.⁷⁰

Als erste Teehändler in Europa, die kommerziell relevante Mengen importierten, müssen jedoch die Holländer angesehen werden und ihre 1602 gegründete Vereinigte Ostindische Compagnie (VOC) mit dem Hauptquartier in Amsterdam und der asiatischen Außenstelle in Batavia auf Java trug zum Siegeszug des Tees in Europa bei.⁷¹ Bereits 1610 kam die erste bezeugte Teelieferung, allerdings in unbekannter Höhe und übrigens eingekauft im japanischen Hirado, durch die VOC nach Europa⁷² – in dieser frühen Zeit zweifellos eher als Kuriosität denn als Handelsgut. Erst im Jahr 1637 beauftragten die Direktoren der VOC ihre Untergebenen in Batavia, Tee als reguläres Handelsgut zu erwerben und mit den von Java absegelnden Kompanieschiffen ins Mutterland zu senden.⁷³ 1644 lieferten die Holländer die

⁶⁵ Sandgruber, Tee, 52.

⁶⁶ Schiedlausky, Tee, 6.

⁶⁷ Krueger, Kaffee, 13.

⁶⁸ Menninger, Genuss, 192.

⁶⁹ Krieger, Tee, 116 f.

⁷⁰ Cheadle / Kilby, Tee, 83.

⁷¹ Pilz / Schennach, Tee, 42.

⁷² Menninger, Genuss, 193.

⁷³ Krieger, Tee, 119 f.

ersten 100 Pfund Tee nach England aus. Zur gleichen Zeit profitierte Ostfriesland von der Nähe und den engen wirtschaftlichen Kontakten mit den Niederlanden und entwickelte eine ausgeprägte Teekultur.⁷⁴ 1667 wurde in Amsterdam schließlich die erste reguläre Teeauktion abgehalten.⁷⁵

Der Teehandel mit China gestaltete sich sowohl für die niederländische VOC als auch für die 1600 in London gegründete britische East India Company (EIC) in der Folge schwierig, denn China beschränkte seinen Handel mit der Außenwelt auf die Enklave Kanton.⁷⁶ Neben den machtvollen Konkurrenten der Niederländer und der Engländer etablierten sich auch kleinere europäische Handelskompanien sehr erfolgreich im Chinageschäft, wie etwa für kurze Zeit die Ostende-Kompanie sowie die Schweden und die Dänen.⁷⁷ 250 Jahre lang sollte man in Europa nichts Genaues über jene Pflanze erfahren, mit deren Handel ganze Imperien gegründet wurden. Man kannte sie nicht und wusste nicht, wie sie geerntet und behandelt wurde. Der Tee wurde von chinesischen Händlern im ganzen Land aufgekauft und in Kanton verpackt den Europäern übergeben. So konnten die Chinesen das Geheimnis lange Zeit vor den Augen der Europäer bewahren.⁷⁸

Laut der Londoner Zeitung „Mercurius Politicus“ wurde bereits 1658 in einem Kaffeehaus der Stadt ein „China-Getränk“, der damals sicher nicht sehr bekannte Tee, verkauft. Eine echte Breitenwirkung in England entfaltete der Tee aber erst, als die portugiesische Prinzessin Katharina von Braganza 1662 den englischen König Karl II. ehelichte. Ihre Leidenschaft für den Tee, die sie schon in Portugal entwickelt hatte, übertrug sich bald auf den Hof ihres Mannes. Wollte man in jener Zeit als modern gelten, musste man Tee trinken!⁷⁹

Aus europäischer Sicht war der Chinahandel in erster Linie ein Geld- und kein Güterverkehr, zumindest bis in die 1760er Jahre nicht. Die Mutterländer der Handelskompanien mussten wegen des zunehmend lukrativen Chinageschäfts immer stattlichere Edelmetallmengen, vorzugsweise in Silber, locker machen,⁸⁰ weil die Chinesen sich so gut wie nicht für europäische Gewerbeprodukte interessierten. Im Tausch gegen eigene Landesprodukte wurde von den Teehandelsnationen in den spanischen Häfen Cadix und Sevilla das begehrte Edelmetall erworben, das man aber gleich wieder in China loswurde. Für die Briten ergab sich mit dem Opiumhandel eine Möglichkeit, dem immer teurer werdenden Silberankauf zu begegnen.

⁷⁴ Ziegler, Tee, 57.

⁷⁵ Krieger, Tee, 120.

⁷⁶ Pilz / Schennach, Tee, 42.

⁷⁷ Krieger, Tee, 124 – 126.

⁷⁸ Pilz / Schennach, Tee, 42.

⁷⁹ Cheadle / Kilby, Tee, 83.

⁸⁰ Menninger, Genuss, 208.

Wenngleich die EIC offiziell nicht an diesem illegalen Handel mit China beteiligt war, duldete sie ihn stillschweigend aber doch.⁸¹ Dies war der Grund, weshalb sich China im Jahr 1833 weigerte, die Handelsverträge mit England zu verlängern, wodurch die EIC das Monopol über den gesamten Teehandel verlor.⁸² Die sich verstärkenden Maßnahmen der Chinesen gegen diese schädliche Handlungspraxis führten schließlich zum Opiumkrieg von 1840 bis 1842, mit dem die Briten gewaltsam die Öffnung des chinesischen Marktes erzwangen.⁸³ Die Briten unternahmen daraufhin, um sich von China unabhängig zu machen, eigene Anbauversuche in ihren indischen Kolonien, nachdem Versuche auf heimischem Boden unter englischem Klima kläglich gescheitert waren. 1840 kamen die ersten Teeproben aus Indien in London an und die neuen Teesorten Assam und Darjeeling konnten sich durchsetzen⁸⁴ und vor allem in Liverpool und Dublin kam es zur Gründung freier Teehandelshäuser.⁸⁵ Nachdem eine verheerende Kaffeepest alle Kaffeeplantagen auf Ceylon zerstört hatte, forcierten die Briten auch in dieser Kolonie den Anbau und die Herstellung von schwarzem Tee.⁸⁶ Dass sich Britisch-Indien und das benachbarte, 1815 ebenfalls britisch gewordene Ceylon im Laufe des 19. Jahrhunderts tatsächlich als neue Teeanbauländer erfolgreich etablieren konnten, hatte einen triftigen wirtschaftlichen Grund: die hier zur Verfügung stehende billige Arbeitskraft Einheimischer. Dadurch vermochte der britische Kolonialtee überhaupt erst mit dem chinesischen Massenprodukt zu konkurrieren, wobei zudem die Verkürzung der Transportdistanz zum Verbrauchermarkt Europa von Vorteil war.⁸⁷ Durch die Dominanz der EIC im Teehandel im 18. Jahrhundert wurde der Tee in Großbritannien günstig und verdrängte hier den arabischen Kaffee.⁸⁸ Der Tee wurde zum Volksgetränk der Briten und London damit zum Zentrum des Weltteehandels.⁸⁹

Der überwiegende Teil des Tees, der Westeuropa erreichte, kam auf dem Seeweg dort an. Ab dem späten 17. Jahrhundert aber brachten Händler den Tee über die mehr als 17.000 km lange Seidenstraße nach Russland, in Karawanen aus bis zu 300 Kamelen, die oft 16 Monate lang unterwegs waren.⁹⁰ Der sog. „Karawanentee“ garantierte beste Qualität, weil die Kamelrücken besser für den Teetransport geeignet waren, und er war entsprechend teuer. Die hölzernen Schiffsrümpfe der großen Handelsschiffe des 17. und 18. Jahrhunderts mit ihren unge-

⁸¹ Krieger, Tee, 144 – 146.

⁸² Pilz / Schennach, Tee, 44.

⁸³ Krieger, Tee, 146.

⁸⁴ Ziegler, Tee, 57.

⁸⁵ Pilz / Schennach, Tee, 45.

⁸⁶ Ziegler, Tee, 57.

⁸⁷ Menninger, Genuss, 217.

⁸⁸ Krueger, Kaffee, 14.

⁸⁹ Rothermund, Tee, 165, 178.

⁹⁰ Cheadle / Kilby, Tee, 84.

lüfteten Laderäumen waren feucht und voll dumpfer Luft. Das übertrug sich auch auf den Tee, der in London nach einer Reisedauer von sechs bis neun Monaten in bedauernswertem Zustand ankam. Erst als der freie Teehandel ab 1834 die Konkurrenz unter den europäischen Ländern verstärkte, entwickelten die Reedereien schnellere Schiffe, sog. „Klipper“, und reduzierten die Frachtzeiten aus dem Fernen Osten auf drei Monate. Ab 1866 dauerte die Reise durch den Suezkanal nur noch 100 Tage.⁹¹

1.2 Kaffee

„[...] eins der letzten culturgeschenke des orientes an den occident [...] ein aus beeren gekochter trank [...]“⁹²

In Arabien fand der „Wein des Islam“ auch seinen Namen.⁹³ Das arabische Wort für „Wein“ ist „qawah“, wovon sich die türkische Bezeichnung „kaweh“ ableitet, aus der letztlich der deutsche Name „Kaffee“ für das Heißgetränk wurde.⁹⁴ Der jemenitische Ausfuhrhafen am Roten Meer, al-Mocha, war der Namensgeber für die Kaffeevariation Mokka. Den portugiesischen Händlern war es schwergefallen, das arabische „ch“ auszusprechen und darüber hinaus ließen sie auch bald den Artikel weg.⁹⁵

1.2.1 Sein Ursprung, seine Verarbeitung, seine Arten

Der Kaffee stammt ursprünglich aus den feuchten Bergwäldern Äthiopiens, wo die meist auf Buschhöhe gestutzten Kaffeebäume nach der kurzen, schneeweißen Blüte glänzend rote Steinfrüchte bilden. Diese „Kaffeekeirsche“ enthält die gesuchte Kaffeebohne.⁹⁶ Die Krieger der hier lebenden Oromo, dem größten Volk Äthiopiens, waren die ersten, die die Pflanze als Muntermacher nutzten. Sie zerstießen die Bohnen, vermischten sie dann mit Fett und formten aus der klebrigen Masse kleine Bällchen, die sie besonders vor sich ankündigenden Kämpfen zur Stärkung aßen.⁹⁷ Von Äthiopien ist die Kaffeeepflanze bei kriegerischen Einfällen in die klimatisch ähnlichen Hochlande Südjemens auf der gegenüberliegenden Küste des Roten Meeres etwa im späten 14. Jahrhundert gelangt und dort erstmals gartenmäßig angebaut worden.⁹⁸

Den Arabern ist es zu verdanken, dass die Kaffeeepflanzen in größerem Umfang kultiviert

⁹¹ Ziegler, Tee, 57.

⁹² Grimm-Wörterbuch, kaffee [online].

⁹³ Kemptner, Kaffee, 61.

⁹⁴ Schwaner, Kaffeehaus, 16.

⁹⁵ Kemptner, Kaffee, 61.

⁹⁶ Krueger, Kaffee, 12.

⁹⁷ Schwaner, Kaffeehaus, 15.

⁹⁸ Teuteberg, Kaffee, 93.

wurden mit dem Ziel, nicht die Kirsche, sondern deren Kerne zu ernten.⁹⁹ Durch die türkische Eroberung der jemenitischen Tiefebene Timana im Jahr 1536 gelangte der Kaffee aus dem Südjemen zu den islamischen Wallfahrtszentren Mekka und Medina, von dort unter anderem nach Kairo, Damaskus, Bagdad sowie schließlich nach Istanbul, wo 1554 zwei Kaffeehändler erste öffentliche Kaffeestuben errichteten.¹⁰⁰ 20 Jahre später schenkten schon an die 600 Kaffeehäuser am Bosphorus den „Türkentrunk“ aus.¹⁰¹ Die Kaffeehäuser lagen zuerst in und dann neben den Moscheen und dienten recht bald nicht mehr nur religiösen Exerzitien wie anfangs. Das öffentliche Kaffeetrinken wurde etwa seit dem frühen 16. Jahrhundert für die Männer zugleich eine Gelegenheit, um Bekanntschaften und Geschäfte zu machen sowie die Zeit mit Rauchen, Brett- und Glücksspiel sowie bei Tanz- und Musikdarbietungen zuzubringen.¹⁰² Gänzlich neu war auch die Möglichkeit, Fremden oder Freunden außerhalb der Privatsphäre auf anständige Art und Weise Gastfreundschaft zu gewähren.¹⁰³ Daneben betrieben auch fliegende Straßenhändler den Kaffeeausschank.¹⁰⁴ Um 1600 war der Kaffeetrunk im gesamten Osmanischen Reich bekannt und nach und nach lernten ihn hier, an verschiedenen Orten, unabhängig voneinander, die europäischen Reisenden kennen. Sie brachten die ersten Bohnen aus unterschiedlichen Beweggründen – sei es als mehr oder weniger exotisches Mitbringsel, gelehrtes Interesse oder scharf kalkulierter Handelstest – nach Europa mit.¹⁰⁵ Heute sind etwa 70 Sorten der Kaffeepflanze bekannt.¹⁰⁶ Unter den Arten mit koffeinhaltigen Samen konzentriert sich der Anbau auf „*Coffea arabica* L.“ (Bergkaffee) aus Äthiopien, „*Coffea canephora*“ (Robustakaffee) aus West- und Zentralafrika bzw. „*Coffea liberica*“ aus Westafrika.¹⁰⁷ In vielen Ländern der subtropischen und tropischen Zone rund um den Äquator – dem „Kaffeegürtel“ – und ausschließlich dort, wird Kaffee kultiviert,¹⁰⁸ und zwar zu 75 % „*Coffea arabica*“ und damit diejenige Art mit der ältesten Tradition. Der größte Teil kommt als graugrüner Rohkaffee, nach Sorten und Bohnengrößen in Handelsklassen eingeteilt, in den Welthandel und stammt zu 95 % aus Entwicklungsländern. Mit Ausnahme einiger Röstanstalten in europäischen Metropolen blieb bis weit ins 19. Jahrhundert hinein das Brennen und Mahlen von Rohkaffee noch eine Domäne privater Haushalte.¹⁰⁹ Diese gerösteten Kaffee-

⁹⁹ Heise, Kaffee, 11.

¹⁰⁰ Teuteberg, Kaffee, 95.

¹⁰¹ Kemptner, Kaffee, 61.

¹⁰² Teuteberg, Kaffee, 95.

¹⁰³ Heise, Kaffee, 21.

¹⁰⁴ Teuteberg, Kaffee, 96.

¹⁰⁵ Heise, Kaffee, 19 f., 41.

¹⁰⁶ Krieger, Kaffee, 25.

¹⁰⁷ Menninger, Genuss, 50.

¹⁰⁸ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Lieblingsgetränk [online].

¹⁰⁹ Menninger, Genuss, 50 – 52, 405.

samen enthalten als wichtigsten chemischen Wirkstoff das zu den Purinbasen gehörende Koffein. In kleinen Mengen wirkt es vorwiegend auf das zentrale Nervensystem des Menschen, wodurch sein geistiges Aufnahme- und Erinnerungsvermögen gesteigert und aufkommende Müdigkeit verringert werden. Kaffeegenuss in größeren Dosierungen kann aber zu innerer Unruhe und Schlafstörungen führen.¹¹⁰

Neben dem meist getrunkenen Bohnenkaffee, der häufig aus einer Mischung verschiedener Kaffeesorten besteht, sind zwei weitere Kaffeeprodukte im Handel: löslicher und entkoffeinierter bzw. koffeinfreier Kaffee. Löslicher Bohnenkaffee, sog. „Instant Coffee“, ist ein feines Pulver, das aus einem getrockneten Konzentrat aus geröstetem, gemahlenem und gebrühtem Kaffee industriell erzeugt wird. Zur Herstellung von entkoffeiniertem Kaffee werden den Zellen der Rohkaffeebohnen Lösungsmittel zugeführt, die ihnen Koffein entziehen, ohne dabei die geschmacklichen und aromatischen Eigenschaften des Genussmittels zu verändern. Dabei sinkt der Koffeinanteil, der im Bohnenkaffee bis zu 2,5 % betragen kann, auf 0,05 %.¹¹¹

1.2.2 Sein Weg nach Europa

Ab der Mitte des 16. Jahrhunderts trafen in Europa erst vereinzelt, dann immer häufiger Nachrichten von einem bemerkenswerten „schwarzen Getränk“ aus dem Orient ein, das ganz außerordentlich „klare“ Wirkungen im Kopf hervorbringen sollte.¹¹² Die früheste in Europa gedruckte Kunde vom Kaffee enthielt die Beschreibung der Reise des Augsburger Arztes Leonhard Rauwolf nach Jerusalem und den Vorderen Orient, die 1582 in Lauingen erschien. Sein Lob als ein „guet Getränk“ bezog sich aber nur auf dessen Heilwirkung als Medizin¹¹³ und er nannte es so, wie er es von den Einwohnern in Aleppo gehört hatte: „Chaube“.¹¹⁴ Schon ein Jahrhundert, bevor die nordwesteuropäischen Handelskompanien um das Kap der Guten Hoffnung herum in größerem Umfang Kaffee aus Mocha einführten, zirkulierten in Europa kleinere Partien an Bohnen, die in der Regel über die Levante eingeführt worden waren. Im Jahr 1624 gelangte die erste größere Kaffeelieferung aus dem Orient nach Venedig, von wo das Gut einige Zeit später auch in das Heilige Römische Reich kam. Im Jahr 1657 galt der Kaffee auch im Süden Frankreichs als alltägliches Handelsgut und wurde über den Hafen von Marseille eingeführt. Die Direktimporte auf europäischen Schiffen über den Indischen

¹¹⁰ Teuteberg, Kaffee, 91.

¹¹¹ Menninger, Genuss, 53.

¹¹² Heise, Kaffee, 9.

¹¹³ Schiedlausky, Tee, 7.

¹¹⁴ Heise, Kaffee, 9.

und den Atlantischen Ozean dürften hingegen in der Anfangszeit verschwindend gering gewesen sein.¹¹⁵ In den ersten Jahren des 18. Jahrhunderts avancierte der Kaffee, der nun aus den beiden jemenitischen Städten Mocha und Beit-el-Faki bezogen wurde – ab dem Beginn des 17. Jahrhunderts kam er noch aus Mocha und Aden – zu einem der wichtigsten Exportgüter für die im arabisch-asiatischen Handelsraum operierenden Expansionsmächte.¹¹⁶

In weiser Voraussicht hatte die VOC bereits in den 1690er Jahren – kurz vor dem großen Boom im Kaffeegeschäft – über ein eigenes Quasi-Monopol nachgedacht, durch das sie sich von den Kaffeemärkten der arabischen Welt, wo sich „Franzosen, Venetianer, Sizilianer und andere Christen“ wie Engländer und Dänen zusammen mit Nicht-Europäern um die profitable Handelsware stritten, unabhängig machen könne. Als sich um 1690 eine deutliche Nachfrage nach Kaffee in Europa abgezeichnet hatte, drängte der Kompanievorstand auf einen Transfer von Kaffeepflanzen auf die Insel Java, wo sich nach Rückschlägen durch Erdbeben und Überschwemmungen 1699 erste Erfolge im Kaffeeanbau abzeichneten. Damit war nicht nur das jemenitische Kaffeemonopol gebrochen, sondern dies war auch der Auftakt zur Kolonialkaffeeproduktion in großem Stil unter der Regie der VOC. Nach 1720 kursierten Kaffeebohnen von drei Inseln, nämlich neben Java auch von der Molukken-Insel Ambon und Ceylon, im VOC-Handel. Die Kaffeeerträge Javas florierten im Gegensatz zu den beiden anderen Anbaugebieten fabelhaft und bescherten letztlich der VOC die Marktführung im europäischen Kaffeegeschäft während der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts.¹¹⁷

1706 gelangten einige Pflanzen von Java nach Amsterdam, wo sie in einem Gewächshaus mühsam kultiviert wurden, und 1714 von dort nach Südamerika, genauer nach Surinam, wo bald darauf holländische Kolonisten große Plantagen anlegten und die Kaffeeproduktion alsbald „rasant florierte“, und damit war das arabische Kaffeemonopol gebrochen.¹¹⁸ Bereits in den 1720er Jahren war Kaffee nach Zucker zum zweitwichtigsten Exporterzeugnis Surinams aufgerückt. Bald nachdem hier die ersten Kaffeepflanzen gediehen, begann ihre Verbreitung im tropischen Amerika, und zwar durch die Franzosen, die Spanier und die Engländer. In der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts schwang sich die Karibik zum wichtigsten Kaffeeanbieter für Europa auf, womit der Niedergang des Mocha-Handels einherging.¹¹⁹

Im 19. Jahrhundert verlagerte sich die Kaffeeerzeugung auf drei andere dominierende Produktionsstandorte. Das galt zunächst für Ceylon, wo zwar der Kaffeeanbau bereits unter den

¹¹⁵ *Krieger*, Kaffee, 139 f.

¹¹⁶ *Menninger*, Genuss, 173.

¹¹⁷ Ebd., 174 – 176.

¹¹⁸ *Krueger*, Kaffee, 12 f.

¹¹⁹ *Menninger*, Genuss, 179 f.

Niederländern im frühen 18. Jahrhundert erprobt worden war, aber erst unter britischer Herrschaft zu Blüte gelangte. Das zweite – wesentlich ergiebiger – Kaffeeproduktionszentrum des 19. Jahrhunderts entwickelte sich unter niederländischer Herrschaft in jenem Gebiet, in dem der Anbau von Kolonialkaffee einst begonnen hatte: in Indonesien mit Java als Kernproduzent. Auf der anderen Erdhälfte schwang sich unterdessen Brasilien in rasantem Tempo zum unangefochtenen Marktführer auf, der die großen internationalen Kaffeebörsen London, Hamburg und New York gleichermaßen bediente.¹²⁰

Schon im Laufe der Frühen Neuzeit war Kolonialkaffee auf dem europäischen Markt erheblich günstiger als das jemenitische Originalprodukt, was nicht nur mit der für Kolonialkaffee geltenden Massenproduktion, sondern auch mit dessen Produktionsbedingungen, vor allem der Bewirtschaftung der amerikanischen Kaffeeplantagen mittels Sklaven aus Schwarzafrika, zusammenhing. Als zu Beginn des 18. Jahrhunderts der Kaffee in der Karibik Einzug hielt, wurde auf dessen Erzeugung das bereits eingespielte Erwirtschaftungsprinzip mittels schwarzer Sklaven ausgedehnt. Auch ihm sollte die Karibik ihre Marktführung als größter Kaffeeproduzent der Frühen Neuzeit verdanken.¹²¹ Über 70 kaffeeproduzierende Länder bzw. selbstständige Territorien gibt es heute, einige bauen ausschließlich für den Export an, die überwiegende Anzahl jedoch für den Eigenbedarf.¹²²

2. Kaffee und Tee – ihre Anfänge als Heilmittel

Krankheiten, die im frühneuzeitlichen Europa Besorgnis erregten, lassen sich in zwei Kategorien unterteilen. Die erste Gruppe waren Infektionskrankheiten, wie Fieber oder Schnupfen, vor allem aber organische Beschwerden und Leiden. Man könnte sie als „individuelle Krankheiten“ bezeichnen, um sie von der zweiten Gruppe, für die plötzliche Massenerkrankungen charakteristisch waren, abzuheben, nämlich den Epidemien.¹²³

Die europäische Heilkunde war bis über die Frühe Neuzeit hinweg gekennzeichnet von einem Pluralismus an Behandlungskonzepten. Zunächst gab es keine strikte Trennung zwischen der „Elite- oder Schulmedizin“ und der „Volksmedizin“. Im Laufe des 18. Jahrhunderts lässt sich das Angebot an Heilern auf dem Gesundheitsmarkt in drei Hauptgruppen unterteilen. Eine kleine Elite bestand aus akademisch gebildeten Ärzten, die sich vor allem auf die größeren Städte konzentrierten. Die zweite, weitaus größere Gruppe, repräsentierten handwerklich ausgebildete Chirurgen, Bader oder Barbieri, die vielfach die gesamte Medizin ausübten und für

¹²⁰ Menninger, Genuss, 181 – 184.

¹²¹ Ebd., 185 – 187.

¹²² Heise, Kaffee, 53.

¹²³ Menninger, Genuss, 116.

die Bevölkerungsmehrheit wichtiger waren als die studierte Mehrheit. Die dritte Gruppe bestand aus gelegentlich, nebenberuflich oder hauptberuflich arbeitenden Laienheilern, worunter das Spektrum von Scharfrichtern oder Abdeckern bis hin zu Kräuterfrauen, Sympathieheilern und Exorzisten reichte. Hinzu kamen gelehrte oder gebildete Apotheker, die von Ärzten verschriebene Rezepte zubereiteten, aber auch selbstständig Drogen anboten und empfahlen. Gedruckte Kräuterbücher spielten während der Frühen Neuzeit an den medizinischen Fakultäten, in der ärztlichen Praxis und schließlich auch in wohlhabenden Haushalten eine bedeutende Rolle. Bis ins 19. Jahrhundert hinein beruhte die Schmerzbehandlung vor allem auf Opiaten, deren Einnahme von unangenehmen Nebenwirkungen, wie Übelkeit und Brechreiz, begleitet wurde. Ein Mangel an zuverlässigen medikamentösen und chirurgischen Therapieverfahren sowie an verträglichen Schmerzmitteln war signifikant.¹²⁴

Epidemien wurden meist erst im 19. oder gar 20. Jahrhundert aus Europa verbannt und hatten hier zuvor epidemische oder pandemische Ausmaße erreicht. Die gefürchtetste Seuche war und blieb wohl die Pest wegen ihrer hohen Ansteckungsgefahr und ihrer demographischen Folgen. Daneben gab es Ruhr und Typhus, die Malaria, die Pocken sowie die Syphilis. Sowohl für das Mittelalter als auch für die Frühe Neuzeit lässt sich ein dramatisches Reaktionsmuster der Zeitgenossen beobachten, das vor allem bei Seuchenausbrüchen mit hoher und rascher Mortalitätsrate ablief, denn es fehlte eine wichtige Komponente: wirksame Therapeutika. Ähnlich den für die „individuellen Krankheiten“ gängigen Konzepten riet die mittelalterliche und frühneuzeitliche Medizin auch bei Epidemien, und zwar prophylaktisch wie auch nach der Ansteckung, obligatorisch zu Aderlassen oder drastischen Abführ- und Brechmitteln, um die mutmaßliche Krankheitsmaterie auszutreiben.¹²⁵

2.1 Die europäische Schulmedizin als Wegbereiterin

Schon seit der Phase, als man in Europa auf die neuen Genussmittel aufmerksam wurde und sie hier ihre ersten KonsumentInnen fanden – mithin Jahrzehnte vor ihrem Produktions- und Importboom – zeigte eine europäische Autorität ein bemerkenswertes Interesse an der Eignung der Genussmittel als Drogen, nämlich die Medizin. Dabei wurde die Diskussion über die Heilkraft der Genussmittel öffentlich, über das Medium Druck, geführt und mündete in ein üppiges Schrifttum. Zwar gab es unter den Autoren dieser Schriften auch solche, die in ihren Zeugnissen die Heilkraft der Genussmittel anzweifeln oder schroff negierten. Allerdings stand ihnen eine Flut von Veröffentlichungen gegenüber, die mit einem einmütigen eupho-

¹²⁴ Menninger, Genuss, 119 – 121.

¹²⁵ Ebd., 125 – 135.

rischen Urteil nicht sparten, und das europaweit über die Frühe Neuzeit hinweg. Ein endgültiger Bruch mit dieser Tradition erfolgte erst im 19. Jahrhundert, wenngleich sich der Bedeutungswandel vom Heil- hin zum Genussmittel bereits in der Frühen Neuzeit abzeichnen begann. Wirft man einen Blick in die Schriften selbst, fällt auf, dass die Autoren sichtlich bemüht waren, ihr Publikum mit der Herkunft, der Herstellung und dem Gebrauch der neuen Konsummittel vertraut zu machen, bevor deren medizinischer Nutzen geschildert und mehr oder weniger ausführlich begründet wurde. Damit verraten diese Schriften aber auch als wichtige Quellengattung, wie die Genussmittel im damaligen Europa konsumiert werden sollten bzw. konsumiert wurden: nämlich im Wesentlichen genau so, wie das in den Ursprungskulturen der Fall war.¹²⁶

Entscheidend für diese Empfehlungen der Mediziner hinsichtlich der Heilwirkung von Kaffee und Tee war der Umstand, dass die damalige Medizin nur wenig gegen die zahlreichen organischen und Infektionskrankheiten ausrichten konnte. Auf der Grundlage antiker Lehren bestand hier nach dem Konzept der Humoralpathologie die Anschauung, dass der menschliche Körper durch das Gleichgewicht von vier Körpersäften gesteuert sei. Krankheit bedeutete jeweils eine Störung dieses Gleichgewichts von Blut, Schleim, gelber und schwarzer Galle. Die Säfte steuerten wiederum die „vier Organe Herz, Hirn, Leber und Nieren und die Qualitäten Wärme, Kälte, Feuchtigkeit und Trockenheit“. Eine bestimmte Ernährung sowie Heilkräuter, Mineralien, Brechmittel, Klistiere und Aderlass konnten die Säfte wieder in Ordnung bringen. Die neuen Getränke mussten nun in ihrer Bewertung in dieses Schema eingeordnet werden, wobei neben ihrer eigentlichen, substanziellen Wirkung zu klären war, ob und wie der völlig fremde, heiße Genuss sich auf den Organismus auswirkte. Die meisten Mediziner schließlich bewerteten nach langer Diskussion sowohl die Wirkung als auch die Trinktemperatur von Tee und Kaffee als sehr bekömmlich für den Säftehaushalt. So verbesserten sie die Zirkulation der Körpersäfte, „denn alle Krankheiten sind ein Stillstand der Säfte des Leibes“. Da Kaffee und Tee anregend wirkten, ist zurecht festzustellen: „Die frühneuzeitliche Medizin dürfte *der* Wegbereiter für die Integration der aufgrund ihres bitteren Geschmacks gewöhnungsbedürftigen Genussmittel in die europäische Kultur gewesen sein.“ Darüber hinaus wurde der bittere Geschmack in Europa alsbald mit Zucker und Milch überdeckt.¹²⁷ Diese beiden Zusätze galten und gelten als europäische Innovationen, da sie in den Ursprungskulturen der Heißgetränke unüblich, jedoch nicht völlig unbekannt waren.¹²⁸

¹²⁶ Menninger, Genuss, 237, 243.

¹²⁷ Krueger, Kaffee, 11 f.

¹²⁸ Menninger, Genuss, 244.

2.2 Kaffee und Tee als Heilmittel

Kaffee und Tee können gemeinsam betrachtet werden, zumal sie ganz ähnlich beurteilt wurden, was auch ihren tatsächlich vergleichbaren physiologischen Eigenschaften entspricht. Beide Getränke wurden in die Bestandteile Flüssigkeit, Wärme und „flüchtige ölichte / alcalische Saltz[e]“ zerlegt, die in dieser spezifischen Kombinationsformel ihre Wirkung über jenes Organ im gesamten Organismus entfalteten, das bei der Nahrungsaufnahme zunächst erreicht wird: über den Magen. Hier bewirkten nach zeitgenössischer Interpretation alle drei Bestandteile zusammen eine Verdünnung des dort befindlichen zähen und kalten Phlegmas und Nahrungsbreies. Aus der Verdünnung des Nahrungsbreies durch die beiden Heißgetränke zog man zwei entscheidende Schlussfolgerungen. Zum einen verband man damit eine vorteilhafte Entleerung des Magens, die sich in einer funktionierenden Verdauung über den Darmtrakt fortpflanzte und sich in einem Appetit anregenden Effekt niederschlug. Zum anderen drang ein dank der Heißgetränke verdünnter und mit ihren Bestandteilen versehener „Nahrungs=Safft / so aus den Speisen elaboriret wird“, über die Magenporen ins Blut und erreichte mit ihm die übrigen Körperteile, so dass „das Blut / und folglich der gantze Leib mehr Nahrung bekommt als wenn dieser Safft allzu dicke“ wäre. Die Liste positiver Folgen, die man wiederum daraus ableitete, war stattlich. Die im Blut transportierten Wirkstoffe der Heißgetränke bewirkten im Kopf eine Schärfung des Verstandes wie auch der benachbarten Sinnesorgane Augen und Ohren und weiter zum Vorteil für Menschen, die geistig viel und intensiv zu arbeiten hatten, eine Reduzierung des Schlafs. Darüber hinaus machten beide Heißgetränke nach einem „Rausch“ den Konsumenten „wiederum ganz nüchtern“. Im Mundraum schließlich behoben ihre Bestandteile beim Trinken eine Verstopfung der „Speicheldrüsen“ und förderten den Speichelfluss. Daraus folgerte man eine Reinigung der Mundhöhle, eine Festigung des Zahnfleisches und der Zähne und einen Schutz vor Zahnfäule, zumal die die Zähne angreifenden scharfen Anteile der Mundfeuchtigkeit durch den vermehrten Speichelfluss hinweggespült würden.¹²⁹

Bereits in publizierten Reisezeugnissen wurde der Gebrauch der Genussmittel auch als Heilmittel in den außereuropäischen Ursprungskulturen betont. Aber erst gelehrte Repräsentanten der Schulmedizin machten die Genussmittel mit Hilfe des breitenwirksamen Druckmediums in Europa populär und deren Versprechungen waren mehr als verlockend. Dies zeigt schon die imposante Liste jener Krankheiten, die man mit den gerade einmal zwei neuen Drogen neben der Schokolade und dem Tabak kurieren bzw. durch deren prophylaktischen Konsum vermeiden zu können glaubte. Kaffee und Tee deckten als wirksam eingeschätzte Drogen

¹²⁹ Menninger, Genuss, 253 – 255.

wahlweise das komplette Arsenal der Krankheitsgruppe Infektionskrankheiten und organische Leiden ab – und machten zudem als Drogen, die dem Laien zur Selbstmedikation zur Verfügung standen, die herkömmlichen qualvollen Aderlass- und Laxativkuren professioneller Heiler überflüssig. Dem Kaffee und dem Tee traute man ferner zu, schützend gegen gefährdete Massenerkrankungen aus der zweiten Krankheitskategorie, den Epidemien, zu wirken bzw. diese sogar nach ihrem Ausbruch bekämpfen zu können.¹³⁰

Darüber hinaus war die Einnahme dieser Heilmittel mit einem angenehmen Nebeneffekt verbunden, denn wenn man sie in Gesellschaft konsumieren würde, tue man auch seiner Psyche etwas Gutes. So empfahl ein Londoner Arzt seinen PatientInnen, wenn sie unter Kopfschmerzen oder Katarrh litten, zur Kaffeekur in ein Kaffeehaus zu gehen anstatt eine Apotheke aufzusuchen. Die fachkundigen Propagandisten aus der zeitgenössischen Heilkunde schienen somit auch die Funktion der neuen Drogen als Genussmittel ebenso sanktioniert wie gefördert zu haben. Das galt nicht minder für die neue öffentliche Begegnungsstätte namens Kaffeehaus, die ab dem 17. Jahrhundert in Europa aufkam und die neben dem Angebot der vier Drogen – Kaffee und Tee sowie Schokolade und Tabak – auch die der Gesundheit förderliche Geselligkeit bot. Und das galt ebenso für die ärztlichen Vorgaben bezüglich der Verwendung der Genussmittel zu bestimmten Tageszeiten. Diese begannen sich innerhalb der europäischen Gesellschaft schon im Laufe der Frühen Neuzeit herauszuschälen – Kaffee und Tee zum Frühstück, nach dem Mittagessen und am Nachmittag. Schließlich half das Protektorat der Medizin, geschmackliche Ressentiments den neuen Drogen bzw. zukünftigen Genussmitteln gegenüber zu überwinden. Damit vollzog sich bei ihrer Einführung im neuen Kulturkreis Europa dieselbe Genese, die nachweislich auch der Tee in China oder das Opium in Europa und in Asien durchlaufen haben: aus Heilmitteln entwickelten sich Genuss- respektive Suchtmittel.¹³¹

3. Die neuen Heißgetränke als Luxusgüter der Ober- und Mittelschicht

Nachdem sich die „Medizinen“ zu Luxusgetränken wohlhabender Kreise gewandelt und der Hof von Versailles, der tonangebend für Europa wurde, diese Getränke goutiert hatte, fanden Kaffee und Tee in Hofkreisen und Salons Aufnahme.¹³² Obwohl sich von Anfang an die höfische Gesellschaft diesen beiden Modegetränken verschrieben hat, stellte sie nicht ausschließlich die erste Konsumentenschaft. Aus der Sicht des zeitgenössischen potenziellen Verbrauchers war die Konsummöglichkeit der neuen Heißgetränke eher eine Frage des Geldes als

¹³⁰ Menninger, Genuss, 273 f.

¹³¹ Ebd., 274 f.

¹³² Schiedlausky, Tee, 8 f.

eine Frage des Standes.¹³³ Denn der Schritt, Kaffee auch im eigenen Haus zu trinken, bedeutete nicht unbeträchtliche Auslagen: Röstapparaturen, Kaffeemühlen, Kaffeekannen und Tassen aus Porzellan. Solche Aufwendungen konnten sich zuerst der Adel, die Klöster oder die Pfarrgeistlichkeit leisten.¹³⁴ Wer welche Getränke in der Frühen Neuzeit konsumierte, hing neben den finanziellen Möglichkeiten auch vom Zugang zu sauberem Trinkwasser ab, da Wasser ohne Aufbereitung häufig nicht genießbar war. Deshalb gab es schon im 18. Jahrhundert besondere Brunnenwasser in gesiegelten Glasflaschen, deren Konsum jedoch nur zur Alltagskultur der gehobenen Gesellschaft gehörte.¹³⁵ Spätestens im Laufe des 18. Jahrhunderts setzte sich der Kaffee dann aber auch beim gehobenen Bürgertum anstelle der sonst üblichen Mehl- und Biersuppen allmählich als Morgengetränk durch.¹³⁶

Ebenso wie beim Kaffee lässt sich auch beim Konsum des Tees ein „Diffusionsgefälle“ beobachten, wobei sich das Getränk von den Kolonialmächten zu den Nicht-Kolonialmächten sowie parallel hierzu von der Stadt in Richtung Land ausbreitete und in einem gesellschaftlichen Diffusionsprozess von den höheren zu den niederen sozialen Schichten wanderte. So stellten Tee und Kaffee um 1800 schon vielerorts Bestandteil der Alltagskost unterer gesellschaftlicher Schichten dar,¹³⁷ denn sie hatten aufgrund fallender Preise ihren exklusiven Charakter bereits verloren. Es ist neben dem gesundheitlichen auch der aufmunternde, gesellige Aspekt, der dem fernöstlichen Tee wie auch dem Kaffee von seinen Befürwortern zugesprochen wurde und zur Verbreitung und Etablierung der Heißgetränke beigetragen hat.¹³⁸

3.1 Definition des Begriffs „Genussmittel“

Das deutsche Wort „*Genussmittel*“ ist ein wenig irreführend, wohingegen die englische und die französische Sprache mit ihren Bezeichnungen für diese Konsumgüter der geschichtlichen Wahrheit etwas näher kommen.¹³⁹ Auf Englisch entspricht dem Begriff „Genussmittel“ am ehesten die Sammelbezeichnung „*luxury food*“, auf Französisch würde man von „*excitants*“ und / oder „*stimulants*“ sprechen. Jede der erwähnten Bezeichnungen stellt einen ganz bestimmten Aspekt der Genussmittel und ihres Konsums in den Vordergrund. So verweist der deutsche Begriff primär auf die soziokulturelle Komponente der durch ihn bezeichneten Lebensmittel, der englische auf die sozioökonomische und der französische auf die pharma-

¹³³ Menninger, Genuss, 313.

¹³⁴ Sandgruber, Genüsse, 75.

¹³⁵ Linnemann, Kaffee, 19.

¹³⁶ Krieger, Kaffee, 143.

¹³⁷ Krieger, Tee, 149.

¹³⁸ Ziegan, Tee, 64 f.

¹³⁹ Schivelbusch, Paradies, 11.

kologisch-physiologische.¹⁴⁰

Wie die englische Bezeichnung „*luxury food*“ zum Ausdruck bringt, handelt es sich um knappe oder teure Güter, deren Gebrauch als Luxus angesehen wird. Tatsächlich wurden Genussmittel immer wieder als Verschwendung, als überflüssig und unnötig eingestuft. In der Frühen Neuzeit hatten sie unter anderem den Rang wichtiger Statussymbole und noch heute dienen sie hin und wieder der sozialen Distinktion. Hervorgebracht wurde die Wertschätzung der Genussmittel sowohl durch einen hohen Preis als auch durch die exotische Herkunft, welche viele von ihnen auszeichnete. Als „*luxury food*“ boten sich die Genussmittel für eine steuerliche Erfassung an, versprachen sie doch Einnahmen, welche lediglich jene trafen, die es sich sowieso leisten konnten.¹⁴¹

Im Gegensatz zur englischen verweisen die französischen Bezeichnungen „*excitants*“ und / oder „*stimulants*“ in erster Linie auf die pharmakologisch-physiologische Komponente der Genussmittel, also auf die körperlich anregende, mitunter auch dämpfende Wirkung, die sie haben können. Sie regen jedoch nicht nur den Körper, sondern vor allem auch den Geist an. Darüber hinaus weisen diese beiden Begriffe Überschneidungen mit dem herkömmlichen Drogenbegriff auf, der in einem weiten Sinn alle Substanzen einschließt, „die dazu benutzt werden, einen veränderten Zustand des Bewußtseins oder der Körperempfindlichkeit und damit ein subjektiv verändertes Erleben von Wirklichkeit herbeizuführen“.¹⁴²

In der deutschen Bezeichnung „*Genussmittel*“ steckt das Verb „genießen“, das auch bei der Schöpfung eines anderen Wortes Pate gestanden hat: Genosse. „Genossen“ sind – sprachgeschichtlich gesehen – die Angehörigen einer Gruppe, die einen bestimmten Genuss (oder Nutzen) teilen, die gewissermaßen gemeinsam genießen. Eine solche Bedeutung verbirgt sich auch in der Bezeichnung „*Genussmittel*“. Immer wieder wurden und werden sie zum Ausdruck gemeinschaftsbildender Prozesse, bekräftigt ihr gemeinsamer Konsum die (temporäre) Kohärenz einer sozialen Gruppe, die verschiedenste Formen annehmen kann: vom Kaffeekränzchen über den Stammtisch und die biertrinkende Runde bis hin zum Kreisen-Lassen eines joints.¹⁴³

In der Zusammenfassung der Begriffsbestimmungen der „*Genussmittel*“ sind sie also Lebensmittel, die – je nach Angebot und soziokulturellem Kontext – einmal als Nahrungs-, ein anderes Mal als Sucht- oder Heilmittel bewertet bzw. gedeutet werden. In der Regel allerdings dominiert der Genusswert über den Nähr- und den Heilwert, denn viele Genussmittel besitzen

¹⁴⁰ Hengartner / Merki, *Genußmittel*, 11.

¹⁴¹ Ebd., 11 f.

¹⁴² Ebd., 13.

¹⁴³ Ebd., 15.

überhaupt keinen Nährwert.¹⁴⁴ So findet sich bereits im Deutschen Wörterbuch der Gebrüder Grimm für „genuszmittel“ die Definition „*lebensmittel, das weniger zur ernährung als vielmehr zum genusz dient, wie gewürze, thee u. dgl.*“.¹⁴⁵ Konsumiert werden sie wegen ihrer als angenehm empfundenen anregenden oder dämpfenden Wirkung auf das Nervensystem, die Geschmacksorgane, das Gefäßsystem und die Verdauungsdrüsen. Genussmittel werden eingenommen und verschluckt, d.h. gekaut, geraucht, gegessen oder getrunken. Sie sind sowohl geographisch als auch historisch omnipräsent.¹⁴⁶

In einer Gesellschaft, die sich selbst als Überfluggesellschaft bezeichnet, ist der Begriff des „luxury food“ dabei, seinen Sinn einzubüßen: die Veralltäglicung der damit bezeichneten Genüsse bringt deren luxuriösen Nimbus zwangsläufig zum Verschwinden.¹⁴⁷ Der steigende Wohlstand der Weltbevölkerung, eine ausreichende Kaffee- und Teeproduktion sowie geringere Transport- und Verarbeitungskosten sind die Hauptgründe dafür, dass diese beiden Genussmittel heutzutage für jedermann erschwinglich sind. Was den Kaffee betrifft, kamen die Anbauländer der steigenden Nachfrage in jüngster Vergangenheit nur schwer nach, bedingt durch den Klimawandel und die damit verbundene Verknappung der Anbauflächen. Obwohl viele asiatische Länder in den Kaffeeanbau eingestiegen sind, wächst das Angebot langsamer als die Nachfrage.¹⁴⁸ Spätestens wenn die Nachfrage nach Kaffee oder Tee wesentlich höher als das Angebot ist, wie beispielsweise aufgrund von kriegerischen Auseinandersetzungen, Schädlingsbefall der Kulturpflanzen oder Lieferboykotts der Anbauländer, könnten diese Genussmittel wieder von der Veralltäglicung zum Luxusgut werden. Überhaupt kann die Zuordnung zum Luxus sowohl räumlich als auch zeitlich stark schwanken.¹⁴⁹

3.2 Unterschiede Kaffee und Tee – Mengen, Zubereitung, Wirkung

Bei einem Vergleich zwischen Tee und Kaffee ist zu berücksichtigen, dass allein der Tee als trinkfertiges Produkt in Europa ankam, während Kaffee erst weiterverarbeitet werden musste, wobei es zu Gewichtsverlusten kam. Allein durch das Rösten verliert der Kaffee beinahe ein Fünftel seines ursprünglichen Gewichts, während beim Tee ein signifikanter Gewichtsverlust nicht erst in den Abnehmerländern, sondern bereits beim Produzenten, wo das frische Blatt durch den Trocknungsprozess etwa drei Viertel seines Gewichts einbüßt, eintritt. In Hamburg und zweifellos auch andernorts waren gute Teequalitäten in den 1730er Jahren etwa drei Mal

¹⁴⁴ Hengartner / Merki, Genußmittel, 15.

¹⁴⁵ Grimm-Wörterbuch, genuszmittel [online].

¹⁴⁶ Hengartner / Merki, Genußmittel, 15 f.

¹⁴⁷ Ebd., 12.

¹⁴⁸ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Popularität [online].

¹⁴⁹ Hengartner / Merki, Genußmittel, 12.

so teuer wie Kaffee und der Tee dürfte zu dieser Zeit daher noch stärker die Rolle eines Luxusprodukts innegehabt haben. In den darauffolgenden Jahrzehnten fiel der Teepreis aber beträchtlich und erreichte gegen Ende des 18. Jahrhunderts das Niveau des Kaffeepreises.¹⁵⁰ Im 17. Jahrhundert bewegten sich die nach Europa gelangten Importe von Kaffee und Tee noch auf vergleichsweise bescheidenem Niveau, um dann erst ab dem 18. Jahrhundert massiv anzuziehen. Zudem fehlte die Anbaumöglichkeit in Europa selbst. Eine Streckung der für den Konsum aus Übersee gelieferten Mengen war hier bestenfalls durch eine heimische Erzeugung von Surrogaten, nicht aber durch die Originalprodukte möglich. Europa kopierte den Gebrauch der beiden Heißgetränke von den Ursprungskulturen, ohne markante Innovationen beizusteuern, von den Zutaten Milch und Zucker einmal abgesehen. Kaffee und Tee sind von ihren Eigenschaften her eng miteinander verwandt, denn ihre hohen Koffeinanteile machen sie zu spürbar wirksameren Psychoaktiva als die Schokolade, während ihnen im Gegensatz zu dieser der Nährwert fehlt. Vielleicht hing auch damit der letztlich größere Erfolg der beiden Wachmacher im Europa der Frühen Neuzeit zusammen.¹⁵¹

Dass der Tee im Vergleich zum Kaffee trotzdem sehr viel vornehmer war bzw. der Kaffee insgesamt immer noch am besten abschnitt, gründete allein in dessen mit Abstand höchstem Importvolumen. Zur Verdeutlichung: die Importmengen beliefen sich auf 55.000 t Rohkaffee (im Spitzenjahr 1788) und 1.579 t Tee (Jahresmittel 1792-98). Während die Importmenge des Tees auch identisch mit der für den Konsum verbleibenden Menge war, reduzierten sich die Importmengen an Rohkaffee durch den Röstvorgang um 20 % auf 44.000 t Kaffee. Zeitgenössischen Quellen zufolge wurde auch praktiziert, den bereits verwendeten Kaffeesatz und Tee mehrmals wieder aufzubrühen. Die Wiederverwendung gebrauchten Tees war aus Sparsamkeitsgründen übrigens selbst schon unter der armen Bevölkerung Chinas geläufig. Aber auch in Europa wurde bereits während des Teekonsums immer wieder kochendes Wasser in die Kanne nachgegossen, um die Teeblätter gründlich auszulaugen.¹⁵²

Wirft man schließlich einen Blick auf den Zubereitungsaufwand der beiden Heißgetränke, muss man konstatieren, dass sich diesbezüglich der Kaffee vom Tee noch beträchtlich unterschieden hat, was jedoch seine wachsende Nachfrage nicht zu bremsen vermochte, wie dessen Produktionszahlen lehren. Während der Endverbraucher den Tee nur noch in einem Gefäß mit kochendem Wasser aufbrühen musste, waren im Falle des Kaffees mehrere Arbeitsschritte notwendig. Die Rohbohnen mussten zunächst über dem Feuer geröstet und danach zu Pulver zerstoßen werden. Erst nach diesen Vorbereitungen konnte das Heißgetränk zubereitet wer-

¹⁵⁰ *Krieger*, Tee, 150 f.

¹⁵¹ *Menninger*, Genuss, 313 f.

¹⁵² Ebd., 316 f.

den. Dem Endverbraucher standen hierfür drei Kaufalternativen zur Verfügung. Er konnte Rohkaffee, geröstete Kaffeebohnen als Halbfertigprodukt oder geröstete und gemahlene Kaffeebohnen als Fertigprodukt erwerben. Dass besonders von den ersten beiden Möglichkeiten Gebrauch gemacht wurde, hing damit zusammen, dass sich aus frisch gerösteten Bohnen der aromatischste Kaffee zubereiten ließ und während der Frühen Neuzeit Rohkaffee die günstigste Handelseofferte darstellte. Einen weiteren und vielleicht entscheidenden Grund für den Kauf ganzer Bohnen, ob geröstet oder nicht, erschließt die Tatsache, dass der Konsument nur hier auch wirklich sicher gehen konnte, „echten“ Kaffee erstanden zu haben.¹⁵³ Erst in den 1880er Jahren begann sich das Kauf- und Konsumverhalten zu verändern. Die Kaffeehändler schafften sich Kaffeebrenner an und boten ihren KundInnen auch geröstete Kaffeebohnen, die vor dem Aufbrühen nur noch gemahlen werden mussten. Mit der Gründung von Kaffeegrößröstereien setzte um 1890 die gewerbliche Röstung von Kaffee im großen Stil ein.¹⁵⁴

Eine bzw. zwei Zutaten besaßen für den Kaffee- bzw. Teegenuss in Europa bereits in der Anfangsphase Bedeutung: so hatten die frühen Chinareisenden aus dem Reich der Mitte die Sitte mitgebracht, Tee mit Milch zu trinken. Ebenso führte die wachsende Bedeutung der Plantagenwirtschaft auf den karibischen Inseln im Kontext des Atlantischen Dreieckshandels dazu, dass auch schon bald die Verwendung von Zucker in den europäischen Kaffee- und Teetassen nicht mehr wegzudenken war. Auf diese Weise veränderte sich nicht nur der Geschmack, sondern auch der Nährwert des Kaffees und des Tees erlebte damit eine beträchtliche Aufwertung, was jenen als Ergänzung der Mahlzeiten eine immer größere Bedeutung zumaß.¹⁵⁵

Die Substanz, auf die die Wirkung und damit Beliebtheit der Genussmittel zurückzuführen ist, ist bei Tee wie auch bei Kaffee das Koffein.¹⁵⁶ Der Koffeingehalt der Teeblätter (bis zu 4 % oder 5 %) ist höher als der von Kaffeebohnen (ca. 1 %). Da der Tee aber mit vergleichsweise mehr Wasser zubereitet wird als der Kaffee, hat das fertige Getränk nur einen sehr mäßigen Koffeingehalt.¹⁵⁷ Koffein stimuliert das Zentralnervensystem, was trotz individueller Unterschiede tendenziell zur Unterdrückung von Müdigkeit, zur Verkürzung der Reaktionszeit sowie zur Aktivierung der Denkleistung und Steigerung der Konzentrationsfähigkeit führt. Zugleich werden Herz, Kreislauf und Stoffwechsel angeregt, da der Herzschlag beschleunigt,

¹⁵³ Menninger, Genuss, 318 f.

¹⁵⁴ Ziegler, Tee, 61.

¹⁵⁵ Krieger, Tee, 148 f.

¹⁵⁶ Menninger, Genuss, 58.

¹⁵⁷ Rothermund, Tee, 163.

dadurch die Durchblutung wichtiger Organe verbessert und dadurch wiederum Glukose und Fette mobilisiert werden. Damit verbunden sind eine Leistungssteigerung der Skelettmuskeln und eine Aktivierung der Peristaltik, was häufig eine verdauungsfördernde Wirkung bedingt.¹⁵⁸ Zum Abend hin bevorzugte man die anregende Wirkung des Tees gegenüber der „erregenden“ Wirkung des Kaffees, denn beim Kaffee wirkt das Koffein über das Herz vor allem auf den Kreislauf, im Tee hingegen auf das Gehirn und das Zentralnervensystem. Darum fehlt dem Tee zwar die aufputschende Wirkung, jedoch setzt seine belebende Wirkung später ein, hält dafür aber länger.¹⁵⁹

Auf den Konsum von Kaffee und Tee in Form von Heißgetränken ist eine mitunter zu beobachtende schweißtreibende Wirkung zurückzuführen, weshalb sie als reine Durstlöcher nicht geeignet sind. Zudem kann eine ungewohnt hohe Koffeindosis zur Überreizung des Zentralnervensystems und damit zu Nervosität und Schlaflosigkeit bis hin zu Muskelkrämpfen, Herzrasen und Herzrhythmusstörungen führen. Im Urteil der modernen Medizin schneiden die zwei Genussmittel höchst unterschiedlich ab, nicht zuletzt aufgrund der höheren Koffeinemenge des Kaffees im Vergleich zum Tee. Allerdings gilt der tägliche Konsum von drei bis fünf Tassen Kaffee, d.h. einer Menge von etwa 300 mg Koffein, gesundheitlich als unbedenklich. Tee, und zwar – ungesüßter – schwarzer wie auch grüner Tee, gilt dagegen als den Magen und Darm schonendes Genussmittel, das eine reizmildernde Wirkung auf den Organismus ausübt. Er ist reich an für den Organismus notwendigen Mineralstoffen wie Kalium, Spurenelementen wie Kupfer und das Immunsystem stärkenden Vitaminen. Darüber hinaus ist speziell der hohe Gehalt an Fluor zu betonen und daher wird der Genuss von Tee als Kariesprophylaxe empfohlen.¹⁶⁰

Unleugbar besitzt der Kaffee Eigenschaften, die ihn für die europäische Zivilisation, wie sie sich seit dem 17. Jahrhundert entwickelte, so geeignet und ihn zu *dem* Getränk der bürgerlichen Neuzeit machten. Der Zeitpunkt seiner Einspeisung in die europäische Kultur ist eine Bestätigung dieser Rolle, denn das 17. Jahrhundert war das Jahrhundert des Rationalismus. Der bürgerliche Mensch dieser Zeit unterschied sich sowohl in seiner geistigen wie auch in seiner körperlichen Haltung von den Menschen der vorangegangenen Jahrhunderte. Der Bürger war zunehmend Kopfarbeiter, sein Arbeitsplatz war das Kontor und seine Körperhaltung das Sitzen. Für die bürgerlichen Fortschrittsoptimisten war die Eigenschaft des Kaffees, den Geist anzuregen und künstlich wachzuhalten, höchst willkommen. Denn das bedeutete schließlich nichts weniger als die Verlängerung und Intensivierung der zur Arbeit

¹⁵⁸ Menninger, Genuss, 60.

¹⁵⁹ Ziegler, Tee, 63.

¹⁶⁰ Menninger, Genuss, 61 – 67.

zur Verfügung stehenden Zeit.¹⁶¹

Was die moderne Medizin beweisen kann, formulierte ohne medizinische Absicherung schon im 19. Jahrhundert der französische Historiker Jules Michelet: *„Der Kaffee, dieses nüchterne Getränk, wirkt machtvoll auf das Denken ein und erhöht, im Gegensatz zu Spirituosen, die Klarheit und Prägnanz des Geistes; [...]“*¹⁶²

3.3 Höfisch-aristokratische Statussymbole

Als frühe Konsumentenschaft kam aufgrund der Rarität beider Genussmittel noch im 17. Jahrhundert lediglich eine schmale privilegierte Klientel in Frage: die soziale Elite, denn die Preise waren exorbitant hoch.¹⁶³ Jedoch waren die ersten KaffeetrinkerInnen in Europa nicht in den Kreisen des Adels und der verschiedenen Höfe zu suchen, denn diese lernten den Kaffee erst kennen, nachdem ihn Kaufleute, Reisende und Ausländer in ihren Territorien bereits eingeführt hatten. Kaffee wurde zuerst von aufgeschlossen-neugierigen, mode- oder gesundheitsbewussten Leuten getrunken. Neben Angehörigen des Hofes waren das ebenso Gelehrte, Ärzte, Handwerker und Studenten. Was Mode war und werden sollte, diktierten üblicherweise die herrschenden Oberschichten, und das neue Getränk machte in den aristokratischen Salons ebenso viel Furore wie in den bürgerlichen Haushalten.¹⁶⁴ Für die höfisch-aristokratische Gesellschaft war das Kaffeetrinken bloß ein weiterer Schnörkel ihres luxuriösen Nichtstuns¹⁶⁵ und die jungen, auf Privilegierte beschränkten, exotischen Getränke waren für die Höflinge ein modisches Accessoire, ein exklusiver Genuss aus einer unbekannten, fernen Welt.¹⁶⁶ In den beiden modischen Prestigegetränken sah der Adel willkommene Statussymbole, die er seiner demonstrativen Luxuskultur hinzufügen konnte, um sich vom Rest der Bevölkerung abzugrenzen.¹⁶⁷

Das Zeremoniell, also die Art und Weise, wie die neuen Heißgetränke konsumiert wurden, das Porzellangeschirr, in dem es serviert wurde und der damit zur Schau gestellte Reichtum waren jedoch wichtiger als die Getränke selbst.¹⁶⁸ An den europäischen Höfen war in dieser Zeit der Chinamode die „maladie de porcelaine“, die „Porzellankrankheit“, ausgebrochen. Es war chic, sich ein Porzellankabinett einzurichten, in dem vielerlei Porzellan bis unter die

¹⁶¹ Schivelbusch, Paradies, 50 – 52.

¹⁶² Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 10.

¹⁶³ Menninger, Genuss, 320.

¹⁶⁴ Heise, Kaffee, 67 f.

¹⁶⁵ Kemptner, Kaffee, 61 f.

¹⁶⁶ Krueger / Urban, Einführung, 9.

¹⁶⁷ Menninger, Genuss, 320.

¹⁶⁸ Kemptner, Kaffee, 62.

Decke arrangiert wurde,¹⁶⁹ wobei auch hier besonders der Versailler Hof als Trendsetter fungierte. Mitgetragen und begleitet wurde die höfische Vorliebe für Kaffee und Tee von der im 17. Jahrhundert einsetzenden Orientbegeisterung, die sich weit ins 18. Jahrhundert hinein fortpflanzte.¹⁷⁰ In dieser Atmosphäre eines heiteren Luxus bewegten sich die Reichen und Vornehmen, in seidenen Kleidern, deren Schnitt und Stoffmuster den Einfluss des Orients verrieten. Im Kaffeesalon wurde von Mohren Kaffee in porzellanenen Gefäßen serviert.¹⁷¹ Zum frühen Teekonsum an den europäischen Höfen gehörte das exotische Ambiente mit importiertem Teeservice im chinesischen Teepavillon mit passender chinesischer Bedienung.¹⁷²

4. Der Zucker – ein unverzichtbarer „Begleiter“ der neuen Heißgetränke

Die beiden wichtigsten Quellen für das Endprodukt Sucrose – jenes veredelte Kohlehydraterzeugnis, das wir unter dem Namen „Zucker“ kennen und genießen – sind das Zuckerrohr und die Zuckerrübe. Während aber die Zuckerrübe als Quelle für Sucrose wirtschaftlich gesehen bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts kaum ins Gewicht fiel, diente das Zuckerrohr mehr als tausend Jahre – vielleicht sogar noch viel länger – als erste und wichtigste Quelle für Sucrose.¹⁷³ Das deutsche Wort „Zucker“ stammt vom griechischen „Saccharon“ (lateinisch: „saccharum“) ab.¹⁷⁴

Zucker trat in seiner Rezeptionsgeschichte in vielen Funktionen auf: als Medizin und Gewürz im Mittelalter, in der Folge als Tafeldekoration und Statussymbol, später als Konservierungshilfe und zuletzt als wesentliches Grundnahrungsmittel.¹⁷⁵ Man genoss Tee und Kaffee im Regelfall mit Zucker, und zwar aus doppeltem Grund. Er half einerseits, den bitteren Geschmack des Kaffees und Tees zu kaschieren – und unterstützte damit ganz sicher die Etablierung beider Heißgetränke im neuen Kulturkreis Europa, deren Nachfrage wiederum die überseeische Zuckerproduktion mit stimulierte. Andererseits stellte er aber ebenso eine weitere Luxusware der Zeit dar.¹⁷⁶ So demonstrierten Adel und Bürgertum noch um 1800 mit besonders aufwändig gefertigten Zuckerstreuern und -dosen ihren herausgehobenen Stand, während das einfache Volk den echten Rohrzucker nur in seltenen Ausnahmefällen probieren konnte.

¹⁶⁹ Krueger, Porzellan, 33.

¹⁷⁰ Menninger, Genuss, 321 – 323.

¹⁷¹ Schiedlausky, Tee, 11.

¹⁷² Ziegler, Tee, 58.

¹⁷³ Mintz, Macht, 47.

¹⁷⁴ Pfeisinger, Zucker, 34.

¹⁷⁵ Sandgruber, Einleitung, 3.

¹⁷⁶ Menninger, Genuss, 320.

Der Konsum von Zucker war noch ein Maßstab für die Bestimmung der sozialen Stellung des Menschen.¹⁷⁷

Im Laufe des 18. Jahrhunderts konnte er sich aufgrund weiter gestiegener Importe und im Gegenzug gesunkener Preise auch in der Mittelschicht einbürgern und erreichte bestenfalls partiell auch schon die städtischen Unterschichten, besonders in den urbanen Zentren der Expansionsmächte. Europaweit setzte ein nennenswerter und regelmäßiger Verbrauch erst im 19. Jahrhundert ein,¹⁷⁸ als für den Arbeiter Brot und ein warmes, gezuckertes Getränk oft die tagtägliche Nahrung waren, die nur selten durch Fleisch aufge bessert werden konnte.¹⁷⁹ Der steigende Konsum der Heißgetränke Kaffee und Tee führte dazu, dass „der Zucker bürgerlichen und selbst ländlichen Schichten nicht ganz fremd bleiben“ konnte.¹⁸⁰ Mit Hilfe des Zuckers gelang es den sozialen Unterschichten, den energetischen Wert ihrer Ernährung markant zu erhöhen.¹⁸¹

Im Unterschied zu den beiden Heißgetränken Tee und Kaffee, die sich wie der Zucker zunächst zu Heil- und später zu Genussmitteln entwickelten, wurde jener letztendlich zu einem Grundnahrungsmittel. Die besondere Eigenschaft des Zuckers besteht zum einen darin, dass er die Attraktivität der Nahrungsmittel steigert. Zum anderen – und das macht seinen Wert für industrialisierte Gesellschaften aus – ruft er durch seinen Kalorienreichtum auch ein Sättigungsgefühl hervor und trägt zur Ernährung insbesondere ärmerer Bevölkerungsschichten bei.¹⁸² Weltweit betrachtet liefern Zuckerrohr und Zuckerrübe größere Mengen verwertbarer Kalorien pro Bodeneinheit in einem gegebenen Zeitraum als jede andere Kulturpflanze in ihrer jeweiligen Klimazone dies zu tun vermag.¹⁸³

4.1 Rohrzucker

Es war in Neuguinea, wo in alter Zeit das Zuckerrohr („*Saccharum officinarum* L.“) erstmals als Kulturpflanze angebaut wurde. Dabei handelt es sich um eine tropische bzw. subtropische Pflanze, deren Wachstum bis zur Reife mehr als zwölf Monate dauert. Das Zuckerrohr dürfte sich in drei Wellen, deren erste ungefähr 8000 v. Chr. anzusetzen wäre, von Neuguinea aus über die Welt verbreitet haben. Etwa 2000 Jahre später sei es auf die Philippinen und nach

¹⁷⁷ Urban, Das Bittere, 88.

¹⁷⁸ Menninger, Genuss, 321.

¹⁷⁹ Pfeisinger, Zucker, 38.

¹⁸⁰ Urban, Das Bittere, 88.

¹⁸¹ Merki, Kommerzialisierung, 85.

¹⁸² Urban, Das Bittere, 89.

¹⁸³ Mintz, Macht, 225.

Indien und vermutlich auch nach Indonesien gelangt.¹⁸⁴ In Indien entstand die erste nachweisbare Zuckerkultur, die ein weißes, süßes Pulver hervorbrachte, das „shakar“ genannt wurde. Über Persien, wo kristallisierter Zucker zu einem kostbaren Handelsgut entwickelt wurde, gelangte das süße Rohr in den Mittelmeerraum.¹⁸⁵ Erst die arabische Expansion markierte einen Wendepunkt in der europäischen Erfahrung mit Zucker. Die Zuckerherstellung, in Ägypten möglicherweise auch schon vor der arabischen Eroberung gängige Praxis, breitete sich nach dieser im gesamten Mittelmeerraum aus. Auf Sizilien, Zypern, Malta, kurzfristig auch auf Rhodos, in großen Teilen des Maghreb (vor allem in Marokko) sowie in Südspanien führten die Araber das Zuckerrohr ein und lehrten diesen Ländern seinen Anbau, die Kunst der Zuckerherstellung und den Geschmack an der neuartigen Süße.¹⁸⁶ Die Handelsmetropole Venedig kontrollierte bereits im 13. Jahrhundert den Anbau auf Zypern und die Portugiesen und Spanier begannen im 15. Jahrhundert auf ihren Atlantikinseln mit dem systematischen Aufbau von Zuckerplantagen, die, bereits von afrikanischen Sklaven betrieben, den gesamten europäischen Markt beliefern sollten. Die Geschichte des Zuckers begann erst mit der weiteren Expansion der europäischen Seemächte nach Westen, im Zuge derer Columbus im Jahr 1494 Zuckerrohrstecklinge in die Neue Welt einführte und innerhalb weniger Jahrzehnte die Karibik (Kuba, Haiti, Jamaica, Puerto Rico) und vor allem Brasilien zu den größten Zuckerproduzenten der Welt wurden.¹⁸⁷

Der erste Rohrzucker, der um die Jahrtausendwende über die Republik Venedig aus dem Orient nach Mittel- und Nordeuropa kam, diente als Gewürz und Medikament¹⁸⁸ und war ausschließlich in Apotheken zu hohen Preisen erhältlich.¹⁸⁹ Er galt als eine Art Allheilmittel gegen Fieber, Durchfall und Husten und half außerdem, abscheuliche Mixturen genießbar zu machen. In seiner Funktion als Gewürz fand er allmählich Eingang in die herrschaftliche Küche, wo man ihn neben dem vergleichsweise billigen Honig zum Würzen von Fleisch, Fisch und Gemüse verwendete.¹⁹⁰

Mit der allmählichen Verlagerung der Produktion aus dem östlichen Mittelmeerraum nach Westen (Sizilien, Spanien, Portugal) begannen die Preise zu sinken. Bedingt durch den Preissturz in der zweiten Hälfte des 15. Jahrhunderts gelang es dem Zucker im 16. Jahrhundert, das traditionelle Süßungsmittel Honig aus der herrschaftlichen Küche zu verdrängen. Darüber

¹⁸⁴ *Mintz, Macht*, 47, 54.

¹⁸⁵ *Pfeisinger, Zucker*, 34.

¹⁸⁶ *Mintz, Macht*, 51 f.

¹⁸⁷ *Pfeisinger, Zucker*, 35.

¹⁸⁸ *Merki, Kommerzialisierung*, 84.

¹⁸⁹ *Urban, Das Bittere*, 87.

¹⁹⁰ *Merki, Kommerzialisierung*, 84.

hinaus weitete sich das Angebot noch einmal kräftig aus, denn der Zucker wurde zum wichtigsten Exportartikel der neuen Kolonien in Übersee. Die auf Großgrundbesitz und Sklavenarbeit beruhende Plantagenwirtschaft Mittel- und Südamerikas dominierte zwischen dem 16. und dem 19. Jahrhundert den internationalen Zuckermarkt. Schon bald kam der bekannte und oft beschriebene interkontinentale Dreieckshandel in Gang: von Europa aus fuhren die Schiffe zunächst nach Afrika, wo die mitgebrachte Ladung, wie Gewehre und Textilien, gegen Sklaven eingetauscht wurde. Nach der Überfahrt und dem Verkauf füllte man die Schiffe mit Waren aus den westindischen Kolonien, wie Zucker, Kaffee und Baumwolle, die dann zum Schluss der Reise in den europäischen Heimathäfen mit großem Gewinn abgesetzt werden konnten.¹⁹¹

Rohrzucker wurde in unterschiedlicher Form gehandelt: als flüssiger Sirup oder als kristalliner Feststoff in einer Farbskala von dunkelbraun bis elfenbeinweiß und in unterschiedlichen Reinheitsgraden. Der höfische Adel und das wohlhabende Bürgertum hatten eine Vorliebe für den feinen, weißen Zucker. Die „süße Droge“ wurde im Rahmen prunkvoller, festlicher Zeremonien konsumiert und war ein Statussymbol der Wohlhabenden.¹⁹²

4.2 Rübenzucker

Noch in der Frühen Neuzeit galt der aus dem tropischen Zuckerrohr extrahierte Stoff als exotische Kostbarkeit, die einer dünnen Schicht Begüterter vorbehalten blieb, aber erst die Entstehung einer kontinentaleuropäischen Rübenzuckerindustrie machte den Durchbruch zum Massenkonsum möglich.¹⁹³ Die preußischen Chemiker Marggraf und Achard entdeckten im 18. Jahrhundert, dass man aus Runkelrüben „wirklichen“ Zucker gewinnen konnte. Bereits 1802 lief die Produktion von Rübenzucker an, verbreitete sich rasch in ganz Mitteleuropa und konnte nun schneller und billiger Zucker für den Massenkonsum liefern.¹⁹⁴ Eine landeseigene Rübenzuckerindustrie bedeutete Unabhängigkeit vom Kolonialzucker, bescherte dem Staat neue Akziseeinnahmen und garantierte nicht nur den Gewinn von Zucker aus eigenem Anbau, sondern auch noch die Erzeugung von Branntwein und Essig aus dem Abfallprodukt Melasse.¹⁹⁵ Während der Kontinentalsperre Napoleons, die den Import von kolonialem Zucker unterbrach oder verteuerte, entstanden auf dem europäischen Kontinent hunderte von oft sehr kleinen Zuckerfabriken.¹⁹⁶

¹⁹¹ Merki, Kommerzialisierung, 84 – 87.

¹⁹² Urban, Das Bittere, 87.

¹⁹³ Merki, Kommerzialisierung, 84.

¹⁹⁴ Pfeisinger, Zucker, 38.

¹⁹⁵ Menninger, Genuss, 399.

¹⁹⁶ Merki, Kommerzialisierung, 87.

Mit der Züchtung der Zuckerrübe aus der Runkelrübe gab es Mitte des 19. Jahrhunderts eine qualitätsvolle und billige Alternative zum Rohrzucker und erst jetzt wurde in nennenswertem Maße und regelmäßig Zucker auch von weniger wohlhabenden Schichten der Bevölkerung konsumiert. Er wurde zu einem Grundnahrungsmittel für die breite Masse des Volkes, wurde billiger, war in großen Mengen verfügbar und verlor damit seinen Status als Symbol von Macht und Reichtum. Der Zucker wurde nun gewöhnlich und alltäglich.¹⁹⁷

5. Veränderung der Alltagskultur – Kaffee und Tee in der Privatheit

Zwar spielte in der Anfangszeit das Kaffeehaus eine zentrale Rolle als Multiplikator des neuen Getränks, doch fand der Kaffeekonsum nicht allein dort statt, sondern in immer größerem Maße auch in den eigenen vier Wänden.¹⁹⁸ So wurde beispielsweise in Wien mindestens 20 Jahre, bevor die erste Kaffeeschankstätte im Jahr 1683 bzw. 1685 eröffnet wurde, in Privatkreisen Kaffee getrunken.¹⁹⁹ Neben dem Kaffeehaus war der Salon als neuer Mittelpunkt des geselligen Lebens entstanden. An beiden Orten begegneten sich Menschen unterschiedlicher sozialer Herkunft in einer neuen Atmosphäre der Öffentlichkeit. Undenkbar wäre ein „bureau d’esprit“, wie man den Salon auch nannte, ohne die beiden Getränke. Für die Konversation, die man auf diesen gesellschaftlichen Zusammenkünften führte, wären alkoholische Getränke so ungeeignet gewesen wie andererseits Kaffee und Tee angemessen waren, denn sie vermittelten in Verbindung mit gesteigerter Wachheit einen Zustand des Behagens und Wohlbefindens, und sie förderten die Entstehung einer von Geist und Bildung getragenen Geselligkeit.²⁰⁰

5.1 Bürgerliche Wachmacher

Wenn auch sicherlich nicht ganz ohne den Hintergedanken des Prestiges, wohl aber nüchterner und zweckorientierter, begrüßte den Genuss beider Heißgetränke die zweite frühe Konsumentenschaft: die bürgerliche Elite. Sie war eher fokussiert auf den anregenden und konzentrationsfördernden Tasseninhalt selbst, was jedoch Formen des intellektuellen und kulturellen Vergnügens keineswegs ausschloss.²⁰¹ Zur bürgerlichen Haupttugend avancierte der nüchterne, klare Verstand, und den konnte man mit Hilfe des Kaffees nach Belieben zu höheren Leistungen anregen. Zeitmangel und städtische Lebensweise waren Ursachen der

¹⁹⁷ Urban, Das Bittere, 89.

¹⁹⁸ Krieger, Kaffee, 143.

¹⁹⁹ Heise, Kaffee, 44.

²⁰⁰ Schiedlausky, Tee, 12.

²⁰¹ Menninger, Genuss, 323.

sich vollziehenden Änderung der Nahrungsgewohnheiten, wofür die Bereitstellung von Kaffee und Tee eine wesentliche Rolle spielte.²⁰² Als die Heißgetränke im Laufe des 17. und 18. Jahrhunderts über die Kaffeehäuser in die bürgerlichen Haushalte eindringen, bereicherten sie nicht nur die dortigen Ernährungsgewohnheiten, sondern modifizierten diese auch, nicht zuletzt die Frühstückssitte. Mittelalterlicher Tradition gemäß, wurde noch in der Frühen Neuzeit der Tag, je nach Kulturraum und Region, entweder mit einer Morgensuppe, die aus einem Gemisch aus Brot und Bier bestand, oder mit Brot, Eiern, Käse und Bier bzw. Wein begonnen. Den Bruch mit dieser Tradition stimulierten die neuen Heißgetränke. Als munter machende und warm genossene Frühstücksgetränke verdrängten sie die Morgensuppe bzw. den Alkohol, ergänzt mit einer Brotschnitte oder Gebäck. Ähnliches galt für die Nachmittagsvesper bzw. den im Familienverband am Nachmittag, nicht zuletzt an Sonn- und Feiertagen, getrunkenen Kaffee oder Tee mit Kuchen.²⁰³ In den vornehmen Häusern wurde auch um sieben oder halb acht Uhr abends Kaffee getrunken und dazu Obst, Milch, Früchte, leichtes Backwerk oder eine kleine kalte Mahlzeit serviert. Die bürgerliche Küche kannte zahlreiche Kaffeemahlzeiten, wie den Frühstückskaffee und die Kaffeepause, aber auch den Mokka als Abschluss einer Mahlzeit. Um 1800 war der Kaffee *das* bürgerliche Getränk schlechthin.²⁰⁴

5.2 Kaffee- und Teekonsumverbote

Im 18. Jahrhundert versuchte man mit Kaffee- und Teekonsumverboten, den Handel mit den teuren Importgütern zu unterbinden, da vor allem der Verbrauch des heimischen Biers zugunsten dieser Getränke zurückgegangen war.²⁰⁵ Der Begründungskatalog für die Konsumbeschränkungen wegen der zunehmenden Verbreitung vor allem des Kaffees, offenbar aber auch des Tees und des Zuckers, war umfangreich. So definierten die Landesherren diese Waren als „Luxusartikel“ und mithin verzichtbare Konsumgüter, die „mehr zum bloßen Wohlgeschmack, als zur unentbehrlichen Bedürfnis gehörige Species“ und obendrein von einer angeblich „der Gesundheit schädlichen Qualität“ seien.²⁰⁶ Da man Adel und Bürgertum aber aus standespolitischen Gründen keine Vorschriften machen konnte, beschränkte man die Verbote auf das „platte Land“ und ließ den Handel in den Städten zu.²⁰⁷ Im Ausnahmefall durften solche Untertanen höchstens noch den von einem Arzt „wegen ihrer kränklichen

²⁰² Heise, Kaffee, 124.

²⁰³ Menninger, Genuss, 348 – 350.

²⁰⁴ Sandgruber, Genüsse, 76.

²⁰⁵ Ziegler, Tee, 59 f.

²⁰⁶ Menninger, Genuss, 390.

²⁰⁷ Ziegler, Tee, 60.

Leibesconstitution“ verschriebenen Tee oder Kaffee konsumieren.²⁰⁸ Zudem wurden von „den niedern Ständen“ der Bevölkerung Kaffee und Tee nur grammweise gekauft und mit Kräutern und Ersatzstoffen gestreckt.²⁰⁹ Derartige Regelungen führten aber meist zu einem sprunghaften Anstieg des Schmuggels und zur Entwicklung von Kaffeesurrogaten, die nicht aus importierten Bohnen, sondern aus heimischen Produkten hergestellt wurden.²¹⁰

Neben dem vorher genannten Begründungskatalog waren aber noch weitere Aspekte für die Konsumverbote der beiden Heißgetränke ausschlaggebend: das 1675 in England verfügte königliche Dekret zur Schließung der Kaffeehäuser wurde mit zwei Argumenten, nämlich einem ökonomischen und einem politischen, begründet. Erstens würden die Besucher in den Kaffeehäusern ihre Zeit verschwenden und zweitens würden „scandalous reports“ in Umlauf gebracht, die zur „defamation of his Majestie’s Government“ beitragen würden. Dies war eine Anspielung darauf, dass im neuen Etablissement Kaffeehaus aufgrund des internationalen und intellektuellen Publikums auch politisiert wurde, und die obrigkeitliche Sorge war auch nicht ganz unberechtigt. Denn die Kaffeehauskultur spielte sogar für die Französische Revolution eine Rolle, denn bestimmte Kaffeehäuser der Metropole fungierten während dieser als informelle Hauptquartiere entscheidender Gruppen. Darüber hinaus missfiel den Obrigkeiten, dass in Kaffeehäusern die Spielleidenschaft und angeblich ebenso die getarnte Prostitution blühten. Vor diesem Hintergrund dürfte sich die Ausgrenzung der ehrbaren Frau als Besucherin der Kaffeehäuser erklären.²¹¹

In der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts folgten in deutschen Territorien obrigkeitliche Kaffeekonsumverbote, die mitunter auch den Tee- und Zuckerkonsum einschlossen, wobei letzterer als ein Indiz für die Bedeutung des Süßstoffs für den Genuss der Heißgetränke gewertet werden darf. Erst im ausgehenden 18. Jahrhundert wurden in Österreich Konsumverbote für Kaffee erörtert, die in Verbotserlasse mündeten, welche jedoch nur kurzfristig zwischen 1810 und 1813 wegen der Kontinentalsperre bestanden.²¹² Kaffee wurde so knapp und kostspielig, dass an seiner Stelle Ersatzmittel ausgeschenkt wurden, die aber den kaffeeverwöhnten WienerInnen nicht schmeckten.²¹³ Die gegen den Kaffee bzw. mitunter auch den Tee gerichtete Prohibitionspolitik auf europäischer Ebene verlor sich jedoch entweder stillschweigend gegen Ende des 18. Jahrhunderts oder wurde ausdrücklich widerrufen.²¹⁴

²⁰⁸ Menninger, Genuss, 388.

²⁰⁹ Ziegler, Tee, 60.

²¹⁰ Krieger, Kaffee, 151.

²¹¹ Menninger, Genuss, 384 f.

²¹² Ebd., 386 – 388.

²¹³ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 99.

²¹⁴ Menninger, Genuss, 392.

5.3 Kaffee und Tee im privaten Bereich – bürgerliche Besuchskultur

Die neuen Heißgetränke führten auch im privaten Alltag zu markanten Innovationen, die sich hier noch in der Frühen Neuzeit einzubürgern begannen und sich längerfristig in der gesamten Bevölkerung durchsetzten. Als stimulierende Muntermacher am Morgen genossen, führten sie zu einer neuen Frühstückssitte. Dasselbe galt auch für die familiäre Heißgetränkepause am Nachmittag an Werk-, Sonn- und Feiertagen.²¹⁵ Man pflegte in reichen Häusern die Heißgetränke, die oft wahlweise serviert wurden, in besonderen, reich ausgestatteten Salons einzunehmen, die mitunter auch mit Darstellungen geschmückt waren, welche auf Herkunft, Ernte, Verarbeitung und Genuss der fremdartigen Anregungsmittel Bezug nahmen.²¹⁶

Mit dem Einzug der Heißgetränke in die häusliche Privatsphäre wurde auch eine Freizeitkomponente im Kreis der Familie – beim Frühstücks-, Mittags- oder Nachmittagskaffee bzw. -tee – wirksam, wobei auch Freunde und Bekannte integriert sein konnten. Ein signifikantes Beispiel hierfür ist die noch im 17. Jahrhundert aufgekommene Institution des Kaffeekränzchens als Vergnügungsdomäne der Frau. Sehr wahrscheinlich hing das Aufkommen dieser Sitte damit zusammen, dass für die ehrbare Frau der Besuch öffentlicher Kaffeehäuser zunächst als skandalös galt.²¹⁷ Denn Frauen waren gemäß ihrer Geschlechtsrollenzuweisung von der bürgerlichen Öffentlichkeit, folglich auch von den Kaffeehäusern, ausgeschlossen.²¹⁸ Als eine Form bürgerlicher Geselligkeit gab es Kränzchen bereits seit dem 16. Jahrhundert, die als Musik-, Spiel- und Kartenkränzchen gleichermaßen von Damen und Herren besucht wurden.²¹⁹ Im Unterschied zu diesen bot sich das Kaffeekränzchen unter Frauen als willkommene Antwort auf die Männerzirkel des Kaffeehauses an. Selbst als Frauen seit dem späten 18. Jahrhundert als zunehmend akzeptierte Gäste Kaffeehäuser aufsuchen konnten und dies mitunter sogar ohne Begleitung taten, blieb das Kaffeekränzchen Tradition und wurde nun auch von Frauen aus einfachen Schichten imitiert.²²⁰

Die Frauen, denen im 18. Jahrhundert eine besondere Neigung für den Kaffee nachgesagt wurde, schufen sich in den Kränzchen auch eine Gelegenheit, um in häuslicher Sphäre ausgiebigem Kaffeegenuss zu huldigen. Es kennzeichnete sich durch den geschlossenen Kreis der Teilnehmerinnen sowie durch die regelmäßigen, bei den einzelnen Mitgliedern abwechselnd stattfindenden Zusammenkünfte.²²¹ Auch dieser Prozess strahlte von der

²¹⁵ Menninger, Genuss, 424.

²¹⁶ Schiedlausky, Tee, 38.

²¹⁷ Menninger, Genuss, 350.

²¹⁸ Urban, Lehrstätten, 47.

²¹⁹ Heise, Kaffee, 130 f.

²²⁰ Menninger, Genuss, 351.

²²¹ Schiedlausky, Tee, 36.

bürgerlichen Oberschicht in die Mittelschicht aus, für die in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts die Genussmittel dank sinkender Preise infolge der Massenimporte erschwinglicher wurden, was ebenso für den mit den Heißgetränken kombinierten Zucker galt. Während sich jedoch die bürgerliche Oberschicht neben Kaffee und Tee auch Schokolade leistete, wie etwa Geschirrinventare belegen, hatte die Mittelschicht mit meist einem der Heißgetränke Vorlieb zu nehmen, nämlich dem länderspezifisch jeweils günstigsten.²²² Wenn auch bekannt ist, dass Kaffeekränzchen vom Adel bis zum Vierten Stand gegeben wurden, so sind sie doch eine bis heute gepflegte Begegnung, die sich vor allem im Klein- und Mittelbürgertum ansiedelte. Das Niveau der kaffeetrinkenden Zirkel bewegte sich auf unterschiedlicher Höhe. Gab es solche, bei denen künstlerische Ambitionen, wie etwa Literatur und Musik, oder Zeitvertreib, wie Kartenspiele, im Vordergrund standen, so beschäftigte man sich wohl in der Mehrzahl ausschließlich mit dem neuesten Stadtklatsch. Der Ruf des Kränzchens verlor merklich an Ansehen und geriet in die Nähe eines unverbindlichen Zusammenseins von Klatsch- und Kaffeeschwestern. Auf dem Land, in bäuerlichen Schichten, gab es solche Kaffeekränzchen kaum. Gedankenaustausch fand im Dorfgasthaus oder abends vor dem Hoftor statt, ansonsten beschränkten sich Einladungen auf Festtage und Familienfeiern. Kaffeekränzchen führten nur die Gebildeten eines Ortes zusammen: den Lehrer, den Pfarrer, den Arzt, mehr aber noch deren Frauen, denn die Herren zogen wohl das Dorfgasthaus vor.²²³

Daneben kam – wie in den Adelskreisen auch in der bürgerlichen Oberschicht – dem Salon eine bedeutende Rolle für die Emanzipation der Frau zu, deren Aufgabe und Dasein sich bis dahin fast ausschließlich auf die häuslichen Obliegenheiten beschränkte: Leitung des Hausstands, Beaufsichtigung des Gesindes und Erziehung der Kinder. Der Salon bot ihr nun Gelegenheit zur Entfaltung der Persönlichkeit. Hier konnte sie, noch im häuslichen Bereich und den Gang der Konversation bestimmend, an den geistigen und künstlerischen Strömungen ihrer Zeit teilnehmen. Die klassischen Literaturepochen Frankreichs und Deutschlands sind undenkbar ohne die Salons, in denen die Frau von Geist und Bildung immer den Ton angab.²²⁴

Auch der Teegenuss verlagerte sich im Laufe des 18. Jahrhunderts von der öffentlichen Institution des Kaffeehauses verstärkt in die Privatsphäre und im gehobenen Bürgertum war es eine Prestigesache, daheim Tee zu trinken. Aus dem Tee wurde zunächst in Großbritannien ein „homely drink“, ein Status, den jener bis in jüngste Zeit beibehalten sollte.²²⁵ In Deutsch-

²²² Menninger, Genuss, 424.

²²³ Heise, Kaffee, 132 f.

²²⁴ Schiedlausky, Tee, 12.

²²⁵ Krieger, Tee, 167 f.

land war es nach 1800 für einige Jahrzehnte gewiss der Tee, der in den gehobenen Schichten zum Modetrunk avancierte. Die etwas plötzlich und vordergründig erklärte Exklusivität des Tees in Deutschlands „höheren Kreisen“ war der Europa beherrschenden „mode à l’anglaise“ verpflichtet und rührte nach 1806 gewiss auch von den Folgen der Kontinentalsperre her. In erster Linie aber hatte sie etwas mit der „Gemeinheit“ des langsam zum Volksgetränk „herabgesunkenen“ Kaffees zu tun.²²⁶ Gleichwohl wurde der Teegenuss immer noch mit einer bestimmten Lebenshaltung assoziiert – mit einem höflichen und aufmerksamen Verhalten ebenso wie mit Geschäftstüchtigkeit und Intelligenz.²²⁷ In der privaten Teegesellschaft ging es um Unterhaltung in gepflegter Atmosphäre, um kulturellen und politischen Austausch, um das Vergnügen an Gespräch und Debatte über die alten Standesgrenzen hinweg. Im Gegensatz zu den Clubs und Kaffeehäusern konnten an den Teegesellschaften im häuslichen Umfeld auch die Frauen teilnehmen,²²⁸ die sich im Laufe der Zeit zu den Organisatorinnen und Schirmherrinnen des Teetisches aufschwangen. Wie schon im Alten China und in Japan blieb auch noch im Europa des 19. Jahrhunderts das Zeremonielle am geselligen Teegenuss daheim gewahrt. So wurde der Tee bevorzugt von der Dame des Hauses zubereitet, was der ganzen Zeremonie einen Hauch des Sakralen verlieh, während das Hauspersonal von der Teezeremonie ausgeschlossen blieb. Begründet wurde diese Exklusivität mit der Möglichkeit, ohne Beisein des Personals offener sprechen zu können, ohne dass Gefahr bestand, dass allzu offene Worte über die Bediensteten nach außen gelangen. Daheim hatten die Gäste in zunehmendem Maße Teil an der Privatheit, indem die traditionellen Empfangsräume der Oberschichten ihre Bedeutung verloren und Teeempfang im 19. Jahrhundert zunehmend in den privaten Wohnräumen des Gastgebers ausgerichtet wurden. Der Gast partizipierte auf diese Weise symbolisch und real am privaten Leben des Gastgebers, was der Zusammenkunft oftmals einen eher informellen Charakter gab.²²⁹

Besonders unter den kulturell einflussreichen Schichten der Gebildeten wurde es im Laufe des 18. Jahrhunderts üblich, Gäste zur Morgenvisite oder zum Morgenkaffee zu empfangen. Da zu den Gebildeten vor allem die Angehörigen der Intelligenz, also freier oder akademischer Berufe, ebenso Teile des verbürgerlichten Adels und Angehörige des Groß- und Mittelbürgertums gehörten, waren die äußeren Formen des sich herausbildenden morgendlichen Kaffeezeremoniells entsprechend verschieden, vom einfachen Kaffeeimbiss bis zu den berühmten

²²⁶ Heise, Kaffee, 134.

²²⁷ Krieger, Tee, 168.

²²⁸ Ziegler, Tee, 64.

²²⁹ Krieger, Tee, 168 f.

raffiniert-lukullischen „déseuners philosophiques“.²³⁰

Neben den bereits genannten ritualisierten Kaffee- und Teegesellschaften, zu denen geladene Gäste erschienen, spielte die Traktierung mit Kaffee oder Tee, aber auch mit Schokolade, innerhalb der sonstigen Besuchsformen in zunehmendem Maße eine dominierende Rolle. Aufwartungen machen, kleine oder größere Gesellschaften geben usw. bildeten wesentliche Elemente bürgerlicher Besuchskultur des 18. und 19. Jahrhunderts. Kaffee zu reichen, wenn Gäste – angemeldet oder unangemeldet – kamen, wurde in dieser Zeit zur Gewohnheit. Der ehemalige überschwängliche Aufwand bei der Bewirtung von Gästen im vorindustriellen Zeitalter mündete in der modernen bürgerlichen Gesellschaft in die mit unterschiedlichem Zeremoniell verbundene Geste, jemandem zur Begrüßung, zum Abschied oder zur Zeitüberbrückung Kaffee anzubieten. Die bürgerliche Jugend, die sich auf der Grand Tour befand oder studienhalber in Europa reiste, Dichter und Gelehrte, Maler und Musiker, Lehrer und Pastoren – wer immer aus den Kreisen des humanistisch gebildeten Bürgertums, zu dem auch Teile des Adels gestoßen waren, unterwegs war, wurde von seinesgleichen empfangen, gastlich aufgenommen und zumindest mit Kaffee oder Tee bewirtet, was Briefe und Reisetagebücher aus dem 18. und 19. Jahrhundert belegen.²³¹

Für die BesucherInnen wurde ein anderer Kaffee gekocht als für den gewöhnlichen intimen Gebrauch. Sowohl die Wertigkeit als auch die Zubereitungsart unterschieden den „Besuchskaffee“ vom alltäglichen bis in das 20. Jahrhundert hinein. Daneben wurde das gute Porzellan benutzt und der Anteil des Kaffeeersatzstoffs Zichorie ging zurück. „Besuchskaffee“ musste „guter“ Kaffee sein, an den in jedem Fall höhere Qualitätsanforderungen gestellt wurden. Obwohl der Kaffee heute ein alltägliches Getränk und der Begriff „Besuchskaffee“ nicht mehr bekannt sind, so ist die Einladung „auf eine Tasse Kaffee“ nach wie vor in allen kaffeetrinkenden Nationen an ein mit Prestigewerten ausgestattetes Zeremoniell gebunden. Fast scheint es, als ob mit dessen Herausbildung in der bürgerlichen Besuchskultur ein wesentliches Element der Lebensweise vergangener Jahrhunderte in stark verkleinerter Form in die moderne Zeit herübergerettet worden ist.²³²

6. Die beiden Heißgetränke in der Öffentlichkeit – Kaffee- und Teehäuser

Der Siegeszug des Kaffeehauses war anfänglich ein beschwerlicher. Verbote, die zu verschiedenen Zeiten bis weit in das 18. Jahrhundert hinein administrativ verfügt wurden,

²³⁰ Heise, Kaffee, 130.

²³¹ Ebd., 133 f.

²³² Ebd., 134 f.

konnten ihn aber letztlich nicht aufhalten.²³³ Das Kaffeehaus brach die Vorherrschaft der Trinkstube und für seine Entstehung waren ähnliche soziale Kräfte wie für die Bildung der Salons wirksam, nur waren es diesmal ausschließlich Männer, die zur Öffentlichkeit und Beseitigung gesellschaftlicher Schranken strebten.²³⁴ Eine ruhige, entspannte und gleichzeitig demokratische Atmosphäre waren programmatisch, auf jeden Fall wollte man sich von den Wirtshäusern mit ihrem breiteren und auch einfacheren Publikum abgrenzen.²³⁵

In den deutschen Ländern wurden um 1700 die offiziellen Namen „Caffee-Gewölbe“, „Coffeestube“ und „Caffeeschäncke“ verwendet, was als Indiz für die bescheidene Ausstattung der damaligen Kaffeehäuser gewertet werden kann.²³⁶ Die anfangs noch recht provisorisch eingerichteten Lokale wurden von der besseren Gesellschaft zunächst gemieden und für Damen galt der Besuch als unschicklich. Das Verdienst, das Kaffeehaus gesellschaftsfähig gemacht zu haben, gebührt dem Sizilianer Francesco Procopio Coltelli, der 1689 sein Café Procope in Paris eröffnete. Seine verschwenderische Ausstattung, die großes Aufsehen in ganz Europa erregte und die vornehmste Gesellschaft herbeilockte, ist mit ihren Spiegeln, Kristalllüstern, Tapisserien und Marmortischen über Jahrhunderte hinweg vorbildlich für alle Kaffeehäuser geworden.²³⁷ Im Laufe des 18. Jahrhunderts, vor allem aber zu Beginn des 19. Jahrhunderts entstanden dann weitere „Kaffeehausgesichter“. Als Gegenpol zur Kaffeetaverne in verrufenen Gassen wurde das wohlausgestattete „ideale“ Kaffeehaus in besserer Lage eingerichtet. Ein Kaffeehaus – nun tatsächlich das ganze Erdgeschoss, eine ganze Etage oder gar ein Haus mit mehreren Etagen, Freisitzen, Terrassen und Freibalkonen – nach dem anderen wurde eröffnet. Der Raum wurde für diesen Zweck gemietet oder gar neu gebaut. Paris und Wien wurden ab der Mitte des 19. Jahrhunderts mit ihren Kaffeehauseinrichtungen, so verschieden sie auch waren, führend und prägten mehr namengebend als stilbildend das sog. „Französische Café“ und das sog. „Wiener Café“.²³⁸

In Anlehnung an die französische Kultur bürgerte sich zu Beginn des 19. Jahrhunderts das prägnantere Wort „Café“ ein und verdrängte weitgehend das ältere „Kaffeehaus“.²³⁹ „Kaffeehaus“ im Deutschen und „coffee-house“ im Englischen waren wiederum Angleichungen an die vorhandenen Begriffe „Wirtshaus“ / „Gasthaus“ bzw. „ale“ / „gin“ / „beer-house“.²⁴⁰

Hinsichtlich der Trinkrituale konnte jedoch nicht von einer Angleichung des Kaffees und des

²³³ Heise, Kaffee, 171.

²³⁴ Schiedlausky, Tee, 12.

²³⁵ Krieger, Tee, 166 f.

²³⁶ Heise, Kaffee, 143.

²³⁷ Schiedlausky, Tee, 14.

²³⁸ Heise, Kaffee, 144, 153 f.

²³⁹ Urban, Lehrstätten, 48.

²⁴⁰ Heise, Kaffee, 143.

Tees an die alkoholischen Getränke die Rede sein. Denn die neuzeitlichen Heißgetränke konnten etwas dem Gemeinschaftsritual des Alkoholgenusses Vergleichbares nicht. So erwiesen sich Kaffee und Tee auch darin als genuin bürgerliche Getränke, dass sie von aller archaischen Bedeutung des Trinkens vollkommen emanzipiert waren. Mit Kaffee und Tee stößt man nicht an, man trinkt sich nicht zu und man lädt einander nicht zu einer Runde ein. Kaffee- und Teetrinker bilden keine innerlich verbundene Gemeinschaft, sondern eine Ansammlung betonter Individuen. Für den Kaffeehaus-Besucher ist es durchaus normal, allein an einem Tisch zu sitzen und Zeitung zu lesen, und Billard und Schach, die klassischen Kaffeehaus-Spiele, erfordern Ich-Konzentration. Kurz, alle Rituale im Wirts- bzw. Gasthaus gehen aufs „Wir“ aus, im Kaffeehaus steht hingegen das „Ich“ im Zentrum.²⁴¹

Nur zwei Kriterien können für eine Tendenzdefinition gelten, wenn auf die Geschichte der europäischen Kaffeelokale uneingeschränkt und vorbehaltlos geblickt wird: 1. Das Kaffeehaus / Café ist eine öffentliche, in erster Linie gastgewerbliche Institution, die diese oder eine mit ihr kombinierte Bezeichnung, wie „Café-Konditorei“, „Café-Restaurant“, „Hotelcafé“, trägt. 2. Unter den ausgeschenkten Getränken befindet sich Kaffee.²⁴²

Das Kaffeehaus stellte die öffentlich-heroische Phase des Kaffees dar. Die öffentliche Phase einer Innovation kann man heroisch nennen, weil sie die Wirklichkeit verändert, und der Kaffee wirkte als eine energisch verändernde, neue Wirklichkeit schaffende Macht. Denn als er nach Europa gelangte, trank das Bürgertum ihn zunächst nur im Kaffeehaus. Er begann seinen Weg also in der Öffentlichkeit, als ein *öffentliches* Getränk, und erst später wanderte er in die Privatsphäre ab und wurde ein *häusliches* Getränk.²⁴³

6.1 Entstehung der Kaffeehäuser in Europa

Die ersten europäischen Kaffeehäuser wurden um die Mitte des 17. Jahrhunderts in jenen Ländern gegründet, die am Levantehandel partizipierten oder über direkte Seeverbindungen nach Übersee verfügten, und hier wiederum dort, wo auch ein betuchtes Publikum zu erwarten war, nämlich in den fortschrittlichen Hafen- und Handelsmetropolen Italiens, Englands, der niederländischen Republik und Frankreichs. Mit einer Zeitverzögerung von einigen Jahren folgte die nächste Gründungswelle in Handelszentren und Residenzstädten Mitteleuropas. Im Jahrhundert der Aufklärung breitete sich die Kaffeehauskultur weiter aus und setzte sich auch in Klein- und Provinzstädten durch.²⁴⁴ Vor allem in den Küstenregionen Nordwesteuropas

²⁴¹ Schivelbusch, Paradies, 187.

²⁴² Heise, Kaffee, 141.

²⁴³ Schivelbusch, Paradies, 73, 78.

²⁴⁴ Menninger, Genuss, 324.

dürfte es sich bei den Kaffeehäusern eigentlich eher um Teehäuser gehandelt haben, da der Tee in diesen Regionen wesentlich weiter verbreitet war als im Hinterland des europäischen Kontinents.²⁴⁵

Die ersten „Kaffeehäuser“ waren jedoch keine Häuser, sondern eine oder mehrere Stuben oder Tavernen der üblichen Art, in denen Kaffee serviert wurde.²⁴⁶ Schon im 17. Jahrhundert kristallisierten sich verschiedene Kaffeehaustypen heraus, die vom verschwenderisch eingerichteten Nobeletablisement mit verspiegelten Wänden, Kristalllüstern und Marmortischen über das gepflegte Kaffeehaus mit gediegener Einrichtung bis hin zur spartanischen Kaffeestube ohne Separees oder Einzeltische reichten. Dass auch hierbei eine deutliche Parallele zu den Pendants der arabisch-türkischen Welt aufscheint, ist kein Zufall. Denn die Betreiber der ersten europäischen Kaffeehäuser kamen aus dem Nahen Osten, entweder als gebürtige Orientalen oder als Reisende, die mit der dort üblichen Zubereitung des Kaffees und der dort heimischen Kaffeehauskultur vertraut waren.²⁴⁷ So waren es Griechen, Armenier, Türken, Libanesen, Ägypter, Syrer und Menschen vom Balkan, die ihr Glück mit öffentlichem Kaffeeausschank versuchten und neben Kaffee auch Tee, Schokolade und allerlei Erfrischungen anboten. Viele der genannten ausländischen Kaffeesieder trugen aus Reputationsgründen ihre malerischen Nationaltrachten, was die Attraktivität der teilweise noch wenig anziehenden Gewölbe aufzubessern half. Aber auch englische und deutsche Kaffeewirte beflößigten sich im eigenen Land dieses ungewöhnlichen Aussehens und kredenzten den modischen Trank im Türkengewand. Engländer, Holländer und Franzosen, die außerhalb ihrer Heimatländer um 1700 herum Kaffeehäuser begründeten, taten dies für reisende Landsleute, damit diese auf ihren Gang ins Kaffeehaus und die gewohnte Zeitungslektüre nicht zu verzichten brauchten. Meistens waren es im Ausland gebliebene Fremde, die sich hier eine Existenzgrundlage schaffen mussten. Das Kaffeehausgewerbe mit seinen „englischen“ Kaffeeschenken in Frankreich, Italien oder Deutschland, seinen „französischen“ und „holländischen“ in England usw. avancierte zum Treffpunkt reisender Geschäftsleute und des reisenden Bildungsbürgertums.²⁴⁸ Dort, wo in den europäischen Großstädten Ausländer die ersten Kaffeehäuser führten, waren diese so eingerichtet, wie die Kaffeeschenker sie aus ihrer Heimat kannten.²⁴⁹ Seit dem Aufkommen der Cafés machten diese auch im Straßenbild durch Schilder auf sich aufmerksam. Türken- und Mohrenköpfe, Kakaobäume und messingene Kaffeekannen spielten

²⁴⁵ Krieger, Tee, 165.

²⁴⁶ Heise, Kaffee, 141.

²⁴⁷ Menninger, Genuss, 325.

²⁴⁸ Heise, Kaffee, 167 – 171.

²⁴⁹ Ebd., 141.

dabei eine Hauptrolle.²⁵⁰

Daneben etablierte sich von Anfang an nach osmanischem Vorbild auch ein Straßenverkauf für das einfache Volk.²⁵¹ Dieser ambulante Ausschank, die sog. „Coffeeambulancen“, fand sich im 18. und 19. Jahrhundert auf Märkten und Messen und „fliegende Kaffeestände“ wurden überall dort aufgebaut, wo sich genügend KundInnen einfanden.²⁵² Dazu gesellten sich schon früh Kaffeezelt und -pavillon, die je nach Ort, vom öffentlichen Grün bis hin zum Schlosspark, einfach oder luxuriös ausgestattet waren und eine vermeintlich orientalische Atmosphäre ausstrahlen sollten. Zu der oft beobachteten Schlichtheit der Einrichtung mag in der Anfangszeit vielerorts auch ein eher spartanischer Service gehört haben.²⁵³

Es stellt keinen Zufall dar, dass die ersten Kaffeehäuser im nicht-islamischen Europa auf italienischem und französischem Boden gegründet wurden. Das lag nicht allein an der räumlichen Nähe zum Osmanischen Reich, denn gerade in Italien dürfte für jene Institution auch aus sozio-kulturellen Gründen ein besonders fruchtbarer Nährboden existiert haben. So galt der Kaffee als Luxusgut, und Luxus wurde hier im Zeitalter des Barocks großgeschrieben. Mit großer Wahrscheinlichkeit wurde das erste europäische Kaffeehaus im Jahr 1647 in Venedig gegründet, was kaum verwundert, verfügte die Stadt doch seit langem über hervorragende Handelskontakte in das Osmanische Reich. Jenes Haus lag in prominenter Lage direkt am Markusplatz und erfreute sich schon bald nach der Gründung einer großen Beliebtheit.²⁵⁴

Frankreich wurde zunächst im Süden vom Kaffee erreicht. Der Handel mit den Bohnen zwischen der Levante und Südfrankreich führte hier zu einer frühen Akzeptanz des Getränks und zur Gründung von Kaffeehäusern früher als in Paris. Ein erstes entstand um die Mitte des 17. Jahrhunderts in Marseille in der Nähe des städtischen Marktes und fand in der Folgezeit mehrere Nachahmer. Im Jahr 1672 soll erstmals ein armenischer Kaufmann namens Pascal Kaffeebohnen offiziell in Paris verkauft haben und dieser ließ auf dem Jahrmarkt von Saint Germain außerhalb der französischen Hauptstadt ein erstes Kaffeehaus – oder vielmehr eine Kaffeebude – errichten. Aufgrund des großen Erfolgs entschloss sich der Betreiber, am Quai de l'École in der Nähe des Pont Neuf ein dauerhaftes Kaffeehaus zu errichten, welches trotz aller Bemühungen jedoch einging. Der italienischstämmige Francesco Procopio Coltelli gründete 1689 gegenüber der Comédie Française in bester Lage ein Kaffeehaus, welches zwei

²⁵⁰ Schiedlausky, Tee, 38.

²⁵¹ Teuteberg, Kaffee, 99.

²⁵² Heise, Kaffee, 141.

²⁵³ Krieger, Kaffee, 152.

²⁵⁴ Ebd., 155 f.

Jahrhunderte Bestand haben sollte, nämlich das legendäre und tonangebende Café Procope. In seiner langen Geschichte zog dieses vor allem ein gehobenes Publikum an, darunter auch zahllose Musiker und Schauspieler. Das lag in erster Linie daran, dass sich das Café im Laufe der Zeit durch seine luxuriöse Einrichtung erheblich von den damals üblichen schlichten Kaffeehäusern abhob. Schon früh erhielt das Procope Konkurrenz durch ein um 1690 von dem Pariser Kaffeeverkäufer Lefèvre gegründetes weiteres Kaffeehaus. Zu einer ersten Adresse wurde dieses jedoch erst nach 1718, als es umgebaut und zu Ehren des regierenden Herzogs Philipp von Orléans in Café de la Régence umbenannt wurde. Hier traf sich der Adel auf dem Weg vom oder zum Hof, und ebenso wie das Procope avancierte jenes Haus schon bald auch zu einem Magneten für Politiker und Schriftsteller.²⁵⁵ Es folgte eine große Zahl weiterer Gründungen und so florierten im Jahr 1716 in Paris bereits 300 Kaffeehäuser und gegen Ende des Jahrhunderts waren es ungefähr 900.²⁵⁶ Die Pariser Kaffeehäuser waren in gewisser Weise demokratisch, denn hier begegneten Adel und Bürgertum einander, und in zunehmendem Maße tauchte trotz aller Vorbehalte auch eine neue Klientel auf – die Frauen. Zwar verkehrten in Paris wie auch andernorts in Europa Adel und Bürgertum gemeinsam in den gehobenen Kaffeehäusern, diese blieben aber wiederum den unteren gesellschaftlichen Schichten verschlossen. Ebenso dürfte sich kaum je ein Angehöriger der Eliten – außer vielleicht auf Reisen – in ein einfaches Haus unter einfache Menschen begeben haben.²⁵⁷ Ganz neue Gruppen bekamen dann Eingang in die „Großen Kaffeehäuser“, als im Zuge der Aufklärung die ständischen Grenzen eine allmähliche Lockerung erfuhren.²⁵⁸

Karriere als Informationsbörse und Zentrum des kommerziellen Austausches sollte das Kaffeehaus aber vor allem in England machen. Nachdem 1650 in Oxford ein erstes Haus auf englischem Boden gegründet worden war, entstand ein weiteres 1654 in London in der Nähe der Old Exchange. Hier lernte ein breiterer gesellschaftlicher Kreis das neue Getränk aus dem Orient erstmals aus eigener Anschauung kennen und schätzen. Innerhalb kürzester Zeit stieg die Zahl der Kaffeehäuser in der Stadt beträchtlich an²⁵⁹ und um 1700 florierten in London bereits rund 300 Kaffeehäuser.²⁶⁰ Anfangs mögen die Londoner Häuser noch kaum die später so charakteristische gediegene Atmosphäre ausgestrahlt haben und dürften von ihrer Einrichtung her eher dem traditionellen „alehouse“ geglichen haben. Von London aus erreichte das Kaffeehaus bald nicht nur das englische Hinterland, sondern auch die englischen

²⁵⁵ *Krieger*, Kaffee, 157 – 159.

²⁵⁶ *Schiedlausky*, Tee, 14.

²⁵⁷ *Krieger*, Kaffee, 159.

²⁵⁸ *Zey*, Café, 195.

²⁵⁹ *Krieger*, Kaffee, 160.

²⁶⁰ *Kemptner*, Kaffee, 61.

Kolonien in der Neuen Welt.²⁶¹

In den Niederlanden wurden zeitlich parallel mit den ersten Amsterdamer Kaffeeauktionen in jener Stadt 1652, in Den Haag 1664 sowie in Leiden die ersten Kaffeehäuser gegründet. Insgesamt scheint es jedoch, dass die Zahl der niederländischen Kaffeehäuser in dieser frühen Zeit deutlich unter derjenigen in England und Frankreich lag und dass die Niederländer das Kaffeetrinken erst im Laufe der Zeit von den Engländern lernten.²⁶²

Im Heiligen Römischen Reich entwickelte sich die Kaffee-Landkarte seit der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts in zweierlei Weise. So bestanden nach westeuropäischem Vorbild in den deutschen Hafenstädten im Norden sowie in den Messezentren der Mitte jeweils mehrere Kaffeehäuser gleichzeitig, die einander Konkurrenz machten. Auf der anderen Seite standen die fürstlichen Residenzen mit einer einzigen zentralen und multifunktionalen Einrichtung, in der nicht selten auch ein musikalisches Programm angeboten wurde. Allein Wien stellte als kaiserliche Residenz und aufgrund der engen Kontakte in den Orient hinein eine gewisse Ausnahme dar. Insgesamt ist festzustellen, dass sich das Kaffeehaus im Heiligen Römischen Reich im Vergleich zu Westeuropa erst ein Vierteljahrhundert später fest im Lande etablierte. Außerdem stieg dessen Zahl im Laufe des 18. Jahrhunderts wesentlich langsamer an als beispielsweise in England. Durch die engen Handelsverbindungen Londons mit dem norddeutschen Raum verwundert es nicht, dass das Kaffeehaus zunächst in den dortigen Handelsstädten kopiert wurde. Das erste Bremer Kaffeehaus entstand bereits im Jahr 1673 und vor allem Hamburg, das damals bedeutendste Wirtschaftszentrum im nordischen Raum, spielte in dieser Hinsicht eine Vorreiterrolle. Das erste Hamburger Kaffeehaus wurde 1677 von einem Engländer gegründet und um 1700 gab es hier sechs Häuser.²⁶³ In Nürnberg und Frankfurt entstanden die ersten Cafés 1686 bzw. 1689.²⁶⁴ In Leipzig, einem wichtigen Handelsknoten und Messeplatz und schon seit langem einem Ort von beträchtlicher Internationalität, wurde 1694 ein erstes, heute noch existierendes Haus mit dem bezeichnenden Namen „Zum Arabischen Coffe Baum“ gegründet.²⁶⁵ Nach Würzburg im Jahr 1697 etablierten sich auch in den übrigen großen Städten Deutschlands die Kaffeehäuser, wie 1699 in München.²⁶⁶ In Berlin, wo der Hof – vermittelt durch die verwandtschaftlichen Beziehungen zu Holland – schon gegen 1680 die Bekanntschaft mit dem Kaffee machte, wurden Cafés erst seit 1721 üblich.²⁶⁷

²⁶¹ *Krieger*, Kaffee, 160, 163.

²⁶² *Krieger*, Kaffee, 163 / *Krieger*, Tee, 166.

²⁶³ *Krieger*, Kaffee, 163 – 167.

²⁶⁴ *Krieger*, Tee, 166.

²⁶⁵ *Krieger*, Kaffee, 167.

²⁶⁶ *Zey*, Café, 193.

²⁶⁷ *Schiedlausky*, Tee, 15.

6.1.1 Entstehung der Wiener Kaffeehäuser

„Im gesamten Habsburgerreich blühte das Kaffeehaus als kulturelle Institution. Es war eine Art öffentlicher Salon, wo sich Männer und Frauen aller Klassen zusammenfanden, um zu lesen, ihren Überlegungen nachzuhängen oder Konversation zu treiben. Wenngleich die Prager oder die Budapester nicht seltener ins Kaffeehaus gingen als die Wiener, war es doch die Kaiserstadt, die diese Institution berühmt machte.“

William M. Johnston (1974)²⁶⁸

In der Kaiserstadt Wien ging die Etablierung des Kaffeehauses von den direkten Kontakten zwischen dem Heiligen Römischen Reich und den Osmanen aus. Seit den 1660er Jahren gingen hier die Einfuhr der Kaffeebohnen und der Verkauf des fertigen Getränks Hand in Hand. So waren es meist dieselben Unternehmer, die den Kaffee importierten und das zubereitete Getränk dann in ihren eigenen Häusern ausschenkten. Dieses Geschäft scheint sich in den Anfangsjahren in den Händen armenischer Kaufleute befunden zu haben.²⁶⁹ So erhielt der Armenier Johannes Diodato am 17. Jänner 1685 von Kaiser Leopold I. das Privileg zum Ausschank des türkischen Kaffees und er eröffnete das erste Wiener Kaffeehaus auf dem Haarmarkt, in der heutigen Rotenturmstraße. Diodato war damit der erste amtlich beglaubigte Wiener „Kaffeessieder“, wie dieser Beruf damals genannt wurde.²⁷⁰ Anderen Quellen zufolge erhielt jedoch Isaak de Luca im selben Jahr offiziell das Recht, ein erstes Kaffeehaus in Wien zu gründen, obwohl ein solches bereits vor der Belagerung existiert haben mag.²⁷¹

Einer Legende zufolge habe jedoch der 1640 im polnischen Sambor (heute: Sambir, in der Ukraine) geborene Georg Franz Kolschitzky, der sich durch besondere Tapferkeit als Kundschafter bei der Verteidigung während der zweiten Türkenbelagerung Wiens 1683 ausgezeichnet hätte, die Erlaubnis erhalten, Kaffee zu brauen und auszuschenken. Dank der im feindlichen Lager gefundenen Kaffeevorräte habe Kolschitzky das erste Kaffeehaus Wiens mit dem Namen „Zur blauen Flasche“ eröffnet, wo er seine Gäste in türkischer Tracht empfangen habe. Da den verwöhnten Wienern der schwarze Trank zu bitter gewesen sei, habe er ihn als erster mit Milch gemildert, mit Zucker gesüßt sowie ohne Kaffeesatz angeboten.²⁷² Obwohl das Getränk in Wien niemals starken Anfeindungen ausgesetzt war, nahm die Zahl der Kaffeeschenken nur langsam zu und 1688 gab es erst vier Kaffeessieder.²⁷³ Die Zahl der

²⁶⁸ Kuh, Café de l'Europe, 218.

²⁶⁹ Krieger, Kaffee, 169 – 172.

²⁷⁰ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 82.

²⁷¹ Krieger, Kaffee, 172.

²⁷² Schwaner, Kaffeehaus, 10 – 13.

²⁷³ Schiedlausky, Tee, 15.

Wiener Kaffeehäuser wuchs auch nicht so schnell wie in London und um 1730 bestanden in der Stadt schließlich etwa 30 Kaffeehäuser.²⁷⁴ Noch 1747 war der Kaffee ein exklusives Getränk und erst in der zweiten Jahrhunderthälfte lässt die Zahl der Kaffeehäuser auf wachsende Verbreitung schließen, was 68 Cafés im Jahr 1787 in Wien belegen.²⁷⁵ In und nach der Revolution von 1848 kam das Kaffeehaus zu neuer Hochblüte. So wurden 1857 bereits über 140 gezählt und dazu noch 71 Surrogatkaffeehäuser, in denen kein echter Bohnenkaffee bereitet und nicht Billard gespielt werden durfte.²⁷⁶ Mit dem industriellen Aufschwung um die Mitte des 19. Jahrhunderts wurden die Vororte von Wien, die bis dahin noch eher dörflichen Charakter gehabt hatten, in das Stadtzentrum einbezogen und es entstanden zahlreiche neue, geräumige Cafés.²⁷⁷ Bis 1880 war die Zahl der Kaffeehäuser im Wiener Polizeirayon auf über 600 angestiegen.²⁷⁸ In Wien entwickelte sich das Kaffeehaus zu einer aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenkenden Institution.²⁷⁹

Die typische Einrichtung des Wiener Kaffeehauses am Ende des 18. Jahrhunderts bestand aus Spiegeln, Kristalllustern, Uhr, Billardtisch, Porzellan sowie Marmortischen und Sesseln. Die Kaffeehäuser boten all das, was im 18. Jahrhundert Luxus symbolisierte. Man trank nicht bloß Kaffee, sondern nahm Tee, Schokolade, Punsch, Limonade, Mandelmilch, Brautsuppe (Chaudéau), Rosolio, Gefrorenes und Zucker zu sich, also Spezialitäten, die man vor ein paar Jahrhunderten noch nicht einmal dem Namen nach kannte. Nur bei Kaffeehauskonzerten waren auch Frauen anwesend, während sonst bis etwa 1840 die Sitzkassiererin die einzige Frau im Kaffeehaus blieb. Ab der Mitte der 1870er Jahre begann sich der Typus der „Familienkaffees“ zu etablieren. Man versuchte, nicht nur für die männlichen Besucher durch Kegelbahnen, Billardzimmer oder eigene Spielsäle besondere Attraktionen zu schaffen, sondern auch die Frauen mit speziellen Damensalons oder Wintergärten als neue Kundinnen zu gewinnen. Diese als Treffpunkte für Familien konzipierten Lokale erhielten als Konkurrenz zur Wohnwelt eine besonders prächtige Ausstattung mit modernsten Möbeln, Spiegelscheiben, exquisiten Tapeten, Gaslicht und später elektrischer Beleuchtung. Auch Essen wurde nun serviert. Viel Glas und die Sicht auf die Straße durch Platzierung übers Eck kennzeichneten den typischen Wiener Kaffeehausstil. Neben Billard, dem Modespiel des 18. Jahrhunderts, war in den Kaffeehäusern das Kartenspiel, die sog. „Drescherei“, nicht weniger beliebt, wenn auch weniger geistvoll. Noch vor dem Spiel kam zweifellos als des Wieners

²⁷⁴ Krieger, Kaffee, 173.

²⁷⁵ Schiedlausky, Tee, 16.

²⁷⁶ Sandgruber, Genüsse, 62.

²⁷⁷ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 103.

²⁷⁸ Sandgruber, Genüsse, 62.

²⁷⁹ Schiedlausky, Tee, 34.

liebste Kaffeehaustätigkeit der Tratsch. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entstand entlang des Rings ein neuer Kaffeehaustyp, der vornehmer, luxuriöser und weltstädtischer war. Der Kaffeehausbummel auf der Ringstraße gehörte um die Jahrhundertwende zur nachmittäglichen Freizeitgestaltung und die zahlreichen Ringstraßencafés versuchten sich mit ihren Gästen aus den „besten Kreisen der Gesellschaft“ ein besonderes Renommee zu schaffen.²⁸⁰

Ferdinand Kürnberger stellte im Jahr 1873 hinsichtlich der Wiener Kaffeehäuser fest: *„Jedes Kaffeehaus ist eine Leihbibliothek, fast jeder größere Cafetier gibt zwei- bis dreitausend Gulden für seine Zeitungen aus. Welcher Fürst zahlt das für seine Bücher?“*²⁸¹ Denn in einem besseren Wiener Kaffeehaus lagen neben allen Wiener Zeitungen auch jene des gesamten deutschen Sprachraumes sowie französische, englische, italienische und amerikanische, dazu sämtliche wichtigen literarischen und künstlerischen Revuen der Welt auf.²⁸² Die Kaffeesieder setzten auf dieses umfangreiche Zeitungsrepertoire, denn als Faustregel des Kaffeehausdaseins galt: die Vielfalt vorhandener Zeitungen wirkt sich proportional auf die Anzahl vorhandener Literaten, Studenten und geistig interessierter Stammgäste aus. Und falls einer unter diesen – wie Freschot sie nannte – „Zeitungsdoctores“ noch gut informiert war und treffend zu urteilen wusste, wurde er auch zum Magneten für andere Gäste, die sich um ihn scharten und neugierig seinen Kommentaren zum Tage lauschten, um sie gleich ins nächste Lokal zu tragen.²⁸³

Die ersten regelmäßigen drei Zeitungen in Österreich erschienen um 1700, und zwar waren dies „Der Posttägliche Mercurius“, „Corriere ordinario“ und „Das Wienerische Diarium“. Letzteres gibt es noch immer, als älteste Tageszeitung der Welt, allerdings unter dem Namen „Wiener Zeitung“. Nach der ersten Ausgabe vom 8. August 1703 erschien es zunächst jeweils mittwochs und samstags. Die Zeitungen konnte man damals entweder abonnieren oder im Kaffeehaus lesen. Doch zuvor waren sie von der Zensur gelesen worden und dementsprechend schlecht war es um die Pressefreiheit bestellt.²⁸⁴ Nach der kaiserlichen Auffassung waren Schriftsteller und Journalisten berufsmäßige Unruhestifter und in Kaffeehäusern wurden deshalb nur noch Zeitungen geduldet, die als politisch unauffällig galten.²⁸⁵ Eine Folge der Zensur waren auch die „privaten Zeitungen“, also unzensurierte, handgeschriebene Artikel, oft Gegendarstellungen zu offiziellen Meldungen, die, unerlaubterweise, ebenfalls im

²⁸⁰ Sandgruber, Genüsse, 62 – 66.

²⁸¹ Zey, Café, 41.

²⁸² Sandgruber, Genüsse, 67.

²⁸³ Schwaner, Kaffeehaus, 52 f.

²⁸⁴ Ebd., 49 f.

²⁸⁵ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 98 f.

Kaffeehaus auflagen – jedenfalls solange, bis die Obrigkeiten sie verbieten ließen, unter Androhung des Gewerbeentzugs für die Kaffeekocher. Die Kaffeehäuser müssen trotz des repressiven Klimas wie kleine Inseln geistiger Freiheit gewesen sein, erste Domizile der erwachenden bürgerlichen Autonomie. Erst nach dem Tod Maria Theresias erließ ihr Sohn Joseph II. 1781 ein neues, sehr liberales Zensurgesetz und in den nächsten sieben Jahren wurden allein in Wien sieben neue Tageszeitungen neben einer Vielzahl an Journalen gegründet.²⁸⁶

In den 1930er Jahren erlebte das Wiener Kaffeehaus seine letzte Blütezeit und in der Zeit des Nationalsozialismus hörte man auf, dorthin zu gehen, denn das Wesentlichste, nämlich die Freiheit des Wortes, war unterdrückt.²⁸⁷

6.2 Die Funktion des Kaffeehauses

„Im Club, im Vereinslokal muß man gesellige Pflichten erfüllen, im Restaurant muß man essen, im Park ist man von Wind und Wetter abhängig. Was muß man im Café? Nur sein. Man kann fast alles, aber man muß fast nichts. Das Café ist ein Freiheitsraum.“

Hans Weigel (1978)²⁸⁸

Auf dem Programm des Kaffeehauses standen Nüchternheit und Mäßigung und es wurden gesittete Umgangsformen ebenso gefordert wie gedämpftes und überlegtes Sprechen – kurz, in allem präsentierte es sich als Gegenbild zur Schenke.²⁸⁹ Die Besonderheit des Kaffeehauses bestand jedoch darin, dass es sich dabei um einen öffentlichen, bis in die Nacht hinein geöffneten und im Prinzip jedermann zugänglichen gesellschaftlichen Treffpunkt handelte. Zwar gab es hinsichtlich des Publikums soziale Differenzierungen, im Grunde standen die Kaffeewirtschaften aber allen, die es sich leisten konnten, offen. Stammtische und Clubs in gemieteten Hinterzimmern der Kaffeehäuser stellten dieses Grundprinzip keineswegs in Frage, deuteten allenfalls auf das Bedürfnis geschlossener Gesellschaften nach Exklusivität in einem prinzipiell öffentlichen Raum hin.²⁹⁰

Dass man um 1700, wie von vielen AutorInnen beschrieben, im Kaffeehaus mit Leuten aus allen Klassen sitzen konnte, war wohl mehr gewünscht als real festgestellt worden. Denn in keinem Kaffeehaus ist dies der Fall gewesen. Deutlich war lediglich, dass die ansonsten über-

²⁸⁶ Schwaner, Kaffeehaus, 51 f.

²⁸⁷ Sandgruber, Genüsse, 69.

²⁸⁸ Weigel, Kaffeehaus, 284.

²⁸⁹ Schivelbusch, Paradies, 62.

²⁹⁰ Urban, Lehrstätten, 44.

haupt nicht stattfindende gesellschaftliche Begegnung zwischen Adel und Bürgertum im Kaffeehaus leichter möglich wurde. Relativ zwanglos, ohne die Fesseln der Etikette hinderlich zu spüren, konnte man hier bei klarem Verstand miteinander und gegeneinander reden. Waren Stände und Schichten ihren Freizeitvergnügen bisher streng getrennt voneinander nachgegangen, so bot die Kaffeeschenke die Möglichkeit, dass sich Aristokrat und Bürger, Ausländer und Nichtbürger unter Umständen am selben Ort zur selben Zeit versammelten. Praktisch war es aber wohl in den meisten Fällen so – wie es vielfach auch heute noch ist – dass einerseits verschiedene Gruppen unterschiedliche Kaffeehäuser bevorzugten und andererseits verschiedene Gruppen zu unterschiedlichen Tageszeiten ein und dasselbe Kaffeehaus frequentierten, das Stammpublikum sich also tagsüber von dem in den Abend- und Nachtstunden unterschied.²⁹¹ In den „Großen Kaffeehäusern“, die in ihrer Einrichtung die Räume adeliger Stadtpalais nachahmten, waren in den Augen der Zeitgenossen die sich dort einfindenden Gäste eine sehr gemischte Gesellschaft. Sie kamen aus Kreisen der Gebildeten, die in obrigkeitlichen Diensten höhere Positionen bekleideten, aus Hof- und Adelskreisen und jener kleinen Gruppe von Kaufleuten, die es sich erlauben konnten, für gewisse Zeiten ihre Geschäftslokale zu verlassen. Poeten zählten natürlich auch dazu, wenngleich kein Kaffeehaus von deren Umsätzen allein hätte bestehen können. Dazu kamen mit zunehmender Tendenz auch vornehme Reisende,²⁹² die das Angebot der Kaffeehäuser gerne wahrnahmen, um raschen Anschluss an die gesellschaftliche Elite vor Ort zu finden. Nicht zufällig befanden sich jene Lokale meist inmitten der Geschäftszentren der Städte.²⁹³ Kleine, weniger prominent gelegene Kaffeewirtschaften dienten dagegen eher dem einfachen Volk als Treffpunkte. Im 19. Jahrhundert wurden Cafés auch immer mehr zu Zielen für Familienausflüge.²⁹⁴

Das Kaffeehaus war der geeignete Ort für die intellektuelle Form der Geselligkeit, weil dort, im Gegensatz zu den sonstigen Gastwirtschaften, der Bestimmung nach nicht einschläfernde oder die Sinne vernebelnde Getränke, sondern die „historisch bedeutsame Droge“ Kaffee ausgeschenkt wurde. Dieses koffeinhaltige Getränk wirkt ernüchternd, regt die Verstandstätigkeit an und belebt die Sinne – eine hervorragende Voraussetzung für Geschäfte und angeregte Unterhaltungen. Die Wirklichkeit der Kaffeehäuser entsprach dieser Vorstellung allerdings nur bedingt, denn neben dem Kaffee aus Arabien wurden nicht nur chinesischer Tee und zu Schokolade verarbeiteter Kakao angeboten, sondern eben auch Liqueur, Branntwein, Bier und Wein. Das Kaffeehaus galt zwar gemeinhin als Gegenpol zu Tavernen und

²⁹¹ Heise, Kaffee, 175 f.

²⁹² Albrecht, Kaffeetrinken, 32 f.

²⁹³ Krieger, Tee, 167.

²⁹⁴ Urban, Lehrstätten, 45, 50.

Bierschenken, in denen die traditionellen einheimischen Getränke angeboten wurden, aber allein zur Sicherung der wirtschaftlichen Existenz konnten die „Coffeetiers“ nicht darauf verzichten, das Spektrum der ausgeschenkten Getränke möglichst breit zu halten.²⁹⁵ Noch vor der Mitte des 18. Jahrhunderts war der öffentliche Genuss des schwarzen Tranks im Heiligen Römischen Reich keine ausschließliche Domäne der Kaffeehäuser mehr. Denn Kaffee war auch in den gewöhnlichen Gasthäusern in den Städten sowie auf dem platten Land zu haben.²⁹⁶ In den Kaffeehäusern konnte man neben den ausgeschenkten Getränken weiters Tabak, Zucker und in den ersten Jahren auch oft Porzellan, Parfüm und andere Importwaren, die das alte Europa über den Orient erreichten, erwerben.²⁹⁷

Im 17. und 18. Jahrhundert stellten die im Geschäftsleben stehenden Männer die Kundschaft des Kaffeehauses dar und es war primär ein Geschäftslokal. Die Geschäfte mussten aber nicht notwendig kommerzieller Natur sein, denn zu jener Zeit gehörten auch Politik, Kunst und Literatur zum bürgerlichen Verständnis von Geschäftsleben. Damit spielte das Kaffeehaus auch eine wichtige Rolle für zwei andere Bereiche bürgerlicher Aktivität, nämlich für Journalismus und Literatur. Für die Schriftsteller des 18. Jahrhunderts war das Kaffeehaus ebenso zweite Heimat wie für die Journalisten. Beide Berufe waren noch nicht so scharf voneinander getrennt wie heute, ja oft identisch in einer Person. Es lässt sich schwerlich ein Schriftsteller des 18. Jahrhunderts finden, der nicht mehr oder weniger regelmäßiger Kaffeehausbesucher war, zumindest in den Metropolen London und Paris. Die wichtigste unmittelbare Wirkung, die das Kaffeehaus auf die Literatur ausgeübt hat, ist wahrscheinlich die Gesprächskultur, die in ihm entstand und die in die geschriebene Literatur hinüberwanderte. Das Kaffeehaus als Lokal für alle diese Aktivitäten hat sich am längsten in Wien erhalten, wohingegen es in London, wo es seine erste Blüte erlebt hatte, auch am frühesten verschwand. Noch im Verlauf des 18. Jahrhunderts ging es hier in seiner Nachfolgeinstitution, dem Club, auf.²⁹⁸

Das europäische Kaffeehaus diente ebenso wie im Orient bei weitem nicht allein dem Genuss des neuen, exotischen Tranks, sondern avancierte auch zu einem Ort der Sozialisation und der gesellschaftlichen Debatte.²⁹⁹ In einer Zeit, die noch keine Tagespresse im modernen Sinne kannte, wirkte es als eine Art Nachrichtenbörse.³⁰⁰ Vor allem durch die Anwesenheit von Reisenden, Journalisten und Poeten wurde das Kaffeehaus zu einem Umschlagplatz von Neuigkeiten aus nah und fern und zugleich ein Ort freimütiger Gedanken. Jeder Besucher

²⁹⁵ Urban, Lehrstätten, 44 f.

²⁹⁶ Krieger, Kaffee, 174.

²⁹⁷ Albrecht, Kaffeetrinken, 32.

²⁹⁸ Schivelbusch, Paradies, 61 – 68.

²⁹⁹ Krieger, Kaffee, 153.

³⁰⁰ Schivelbusch, Paradies, 67.

konnte mit jedem anderen ohne Verletzung der Ehre, wie man damals sagte, umgehen. Dies alles blieb den Kritikern nicht verborgen und erregte ihren besonderen Zorn, wenn sie auch nach außen mehr das dort gepflegte Glücksspiel, den Müßiggang und die lockeren Sitten anprangerten, und in der Folge entwickelten die Obrigkeiten in ganz Europa Methoden der Überwachung.³⁰¹

Die vorrangige Zweckbestimmung des Kaffeehauses war jedoch, in nicht lauter, sondern moderater und gepflegter Atmosphäre und nicht bei bier- und weinseliger Laune, sondern bei gesteigerter Wachsamkeit dank der neuen Heißgetränke zu debattieren, zu politisieren, Nachrichten auszutauschen, Geschäfte abzuschließen, Zeitungen zu lesen und schließlich auch ein kulturelles Unterhaltungsangebot zu genießen.³⁰² Würfel-, Karten- und Brettspiele sowie musikalische Unterhaltung wurden aus dem herkömmlichen Gastgewerbe in das Kaffeehaus teils übernommen und besonders gepflegt, teils entstanden neue Formen der Unterhaltung bzw. nahmen andere Qualität an.³⁰³ So brachten die Kaffeehäuser das Billard aus der Welt des Adels in die bürgerliche Sphäre und machten es verfügbar, wenn auch für Geld.³⁰⁴ Im Kaffeehaus wurden neueste Kulturtrends ebenso diskutiert wie politische Fragen oder aktuelle Erkenntnisse der Wissenschaft. Daneben trat aber nicht selten der schlichte (Kaffee-) Klatsch, den in den Augen zeitgenössischer englischer Beobachter des 17. Jahrhunderts die Männer ebenso gut beherrschten wie die Frauen, die dort ohnehin als Kundinnen nur selten anzutreffen waren.³⁰⁵ Ganz gleich, in welchen Formen sich Eigen- oder Fremdunterhaltung abspielte – in jedem Fall diente sie als Stimulans zu längerer Verweildauer im Kaffeehaus, an die der Cafetier berechnete Erwartungen höheren Konsums an Speisen und Getränken knüpfen konnte.³⁰⁶ Denn bei all der großen Bedeutung solcher Einrichtungen für das kulturelle Leben der europäischen Städte der Frühen Neuzeit stellten das Kaffeehaus und die anderen öffentlichen Orte des Kaffeegenusses aber in erster Linie gewerbliche Unternehmen dar, mit denen Geld verdient werden sollte. Nicht immer war der kommerzielle Austausch, den jene Häuser anregten, aber legal, und oft muss auch eingeschmuggelter, unverzollter Kaffee angeboten worden sein. Kaffeehäuser waren seit der Zeit um 1700 immer wieder Gegenstand obrigkeitlichen Verordnungsverlangens wie auch Ziele von Patrouillen und Razzien.³⁰⁷

Mit der zunehmenden Verbreitung der Kaffeehäuser und der dadurch steigenden Konkurrenz

³⁰¹ *Albrecht*, Kaffeetrinken, 33.

³⁰² *Menninger*, Genuss, 326.

³⁰³ *Heise*, Kaffee, 191.

³⁰⁴ *Albrecht*, Kaffeetrinken, 32.

³⁰⁵ *Krieger*, Kaffee, 153.

³⁰⁶ *Heise*, Kaffee, 191.

³⁰⁷ *Krieger*, Kaffee, 153 f.

reagierten die Kaffeehausbetreiber auch mit weiteren Kulturangeboten auf ihr Publikum, dessen Ästhetik und Geschmack. Manche spezialisierten sich auf die Einrichtung von Bibliotheken, organisierten Kunstauktionen und Ausstellungen oder luden zu Theateraufführungen und Konzertabenden ein. Diese neuen Zentren der Geselligkeit, des gehobenen Informationsaustausches und Kulturkonsums zogen zumindest in den Metropolen nicht nur die gebildete örtliche Elite, sondern auch ein internationales Publikum an. Im 18. Jahrhundert hatte das Kaffeehaus seine Funktion als Nachrichtenbörse, Konversationsstätte und Ort der Zeitungslektüre zwar keineswegs eingebüßt. Allerdings war es zugleich auch populärer und sein Vergnügungsangebot breiter geworden – und mit ihm das Publikum, und zwar schicht- wie geschlechtsbezogen.³⁰⁸ Scharfe Trennlinien zwischen dem Kaffeehaus und der Konditorei, dem Restaurant, dem Konzertsaal, der Spielhalle, dem Tanzsaal und dem Gartenlokal gab es zunächst nicht. Das Kaffeehaus konnte vielerlei Bedürfnisse seiner Gäste befriedigen und erst im Laufe des 19. Jahrhunderts erfolgte eine räumliche Trennung dieser Geselligkeitsformen.³⁰⁹

Als sich spätestens im 18. Jahrhundert die Kaffeehauskultur überall in Europa entfaltet hatte, übernahmen die Kaffeehäuser als neue und demokratische Foren bürgerlicher Soziabilität eine bildende und emanzipatorische Funktion für ihre Hauptklientel, das aufstrebende Bürgertum. Sie wirkten weiter identitätsstiftend für spezifische Gruppen aus dieser Schicht durch deren Bevorzugung bestimmter Cafés aufgrund gleicher Interessen. Dies traf auf die politischen Kaffeehäuser von Paris vor und während der Französischen Revolution, aber genauso auf die Literatur- und Künstlercafés zu. Diese Tradition blieb über die Frühe Neuzeit hinweg lebendig, nicht zuletzt in Paris. Und bis heute lebt das Kaffeehaus als Erholungs-, Unterhaltungs- und Bildungsstätte an sich fort, wobei sich seine wesentlichen Kennzeichen und Typen bereits in der Frühen Neuzeit ausdifferenziert hatten. Dazu zählen das Getränkesortiment, das reduzierte Speisenangebot, der Zeitungsservice, das einfache bis vornehme Café sowie das Straßen- oder Gartencafé.³¹⁰

Auch die Café-Konditorei, in der zu den Likören und den Heißgetränken feine Backwaren gereicht wurden, wurzelt noch im 18. Jahrhundert.³¹¹ Im Laufe des 19. Jahrhunderts gewann sie mehr und mehr an Bedeutung gegenüber dem schlichten Café. Die Ursache für diese Entwicklung waren die wirtschaftlichen Gefährdungen, denen die Kaffeewirte immer wieder ausgesetzt waren, sei es durch zu hohe Besteuerung von Kaffee, Tee und Schokolade, durch Ver-

³⁰⁸ Menninger, *Genuss*, 328 – 330.

³⁰⁹ Urban, *Lehrstätten*, 47.

³¹⁰ Menninger, *Genuss*, 347 f.

³¹¹ Ebd., 348.

knappung und Preiserhöhung infolge von Missernten und Kriegen oder durch gänzlichliches Ausbleiben, wie zu Zeiten der Kontinentalsperre. Diesen Bedrohungen suchten die Kaffeehausbesitzer dadurch zu begegnen, dass sie die Kuchenbäckerei und Zuckerwarenherstellung hinzunahmen. Ein anderer Weg der Entwicklung führte zum Café-Restaurant, dessen Entstehung wohl auch in Paris zu suchen ist.³¹² Dieser Lokaltypus, der um 1925 auch in Wien aufgekommen war, brachte lange vor dem „Espresso“ die eigentliche, radikale Erschütterung der klassischen Kaffeehausatmosphäre mit sich. Denn bis dahin hatte man – außer den zahllosen Arten von Weißgebäck und sonstigen Bäckereien – im Kaffeehaus nichts „Richtiges“ zu essen bekommen, lediglich belegte Brote, ein Paar Würstel oder eine Eierspeise.³¹³ Die Cafetiers oder Kaffeesieder weiteten mit dem Café-Restaurant ihre Kaffeestuben aus, denn sie boten eine Tafel zum gemeinsamen Speisen sowie Übernachtungsmöglichkeiten an, womit der nächste Schritt zum feinen Restaurant oder Hotel vollzogen wurde. Vor allem gliederten sich viele einen besonderen Saal an, der manchmal den einzigen öffentlichen Versammlungsort darstellte. Hier gab es nun beispielsweise auch Bälle und Auktionen, sodass immer weitere BesucherInnen den Weg ins Kaffeehaus fanden, das zum Treffpunkt der sich herausbildenden bürgerlichen Gesellschaft wurde.³¹⁴ Je mehr das Kaffeehaus den Charakter der Konditorei und des Restaurants annahm, desto mehr schwand auch seine Bedeutung als Stätte des geistigen Lebens. Die zusätzlichen leiblichen Genüsse sättigten den Gast, ohne ihn – wie Kaffee oder Tee – anzuregen. Es fand somit eine Verlagerung von der spirituellen zur materiellen Nahrungsaufnahme statt, die den Kaffeehäusern als Pflegestätten geistigen und geselligen Lebens nicht förderlich war.³¹⁵

„Denn ins Kaffeehaus kam man ja nicht zum, sondern nach dem Essen, nicht um der fleischlichen, sondern um der geistigen Nahrung willen.“ Friedrich Torberg (1959)³¹⁶

Das große Kaffeehaussterben, das nach dem Zweiten Weltkrieg einsetzte, betraf hauptsächlich die Café-Restaurants und ging ohne Zweifel auch darauf zurück, dass für diese Mischform kein Bedarf mehr bestand. Seit der Einführung der Espresso-Maschinen wurde auch im Gasthaus sehr guter Kaffee serviert, wo zugleich auch besser und billiger gegessen werden konnte. Denn wer darauf Wert legte, Zeitungen zu lesen oder mit Freunden beisammen zu

³¹² Schiedlausky, Tee, 35 f.

³¹³ Torberg, Traktat, 24 f.

³¹⁴ Teuteberg, Kaffee, 100 f.

³¹⁵ Schiedlausky, Tee, 36.

³¹⁶ Torberg, Traktat, 25.

sitzen, der bevorzugte die „echten“ Kaffeehäuser, die nach wie vor bestanden.³¹⁷

Die Londoner Cafés schlugen einen anderen Weg der Entwicklung des Kaffeehaustyps ein. Von Anfang an eine rein männliche Angelegenheit,³¹⁸ waren die englischen „coffee houses“ zunächst sogar exklusive Clubs, die nur Mitgliedern Einlass gewährten. Aber auch später blieben sie bei zunehmender Zahl und öffentlichem Zugang Stätten, wo politisch-literarische Fragen erörtert, ärztliche und rechtliche Konsultationen erteilt sowie Versicherungen und Geschäfte geschlossen wurden.³¹⁹ Mit dieser Entwicklung lief innerhalb der Clubs die Umbildung des Kaffeehaustyps in den des Restaurants parallel. Ein Nebenweg der Entwicklung führte im 18. Jahrhundert, als der Tee zum bevorzugten Getränk geworden war, zu den volkstümlichen Londoner Tee-Gärten.³²⁰

Die Bedeutung des Kaffeehauses als Treffpunkt von Menschen der unterschiedlichsten sozialen Herkunft sollte nicht unterschätzt werden, denn die Cafés waren mehr noch als die Theater die einzigen Institutionen, in denen Menschen aller Kreise zusammentrafen und wo sich die öffentliche Meinung Geltung verschaffen konnte. Sie dienten den polizeilichen Überwachungsorganen als Gradmesser der politischen Stimmung im Volk. Von den Kaffeehäusern nahmen dann auch viele politische Bewegungen des 18. und 19. Jahrhunderts ihren Ausgang. Nur in Deutschland spielte das Café als politisches Forum eine recht bescheidene Rolle, während es diese neben Paris auch in London, Wien sowie in Spanien und Italien innehatte.³²¹

In den Cafés des 20. Jahrhunderts spiegelten sich die gesellschaftlichen Entwicklungen, die die Lebenswelt allgemein verändert haben. Bis in die 1950er Jahre blieb die Tradition der Kaffeehäuser weitgehend erhalten. Die prunkvollen Einrichtungen wichen aber bereits in den 1920er Jahren sachlicherem und schlichterem Mobiliar und nach dem Zweiten Weltkrieg wurden die Kaffeehäuser dem neuen Geschmack der Nachkriegszeit entsprechend gestaltet. Seit ihrer Entstehung im 18. Jahrhundert waren Kaffeehäuser Orte der Begegnung und des Durchatmens in der Unübersichtlichkeit und Betriebsamkeit der Stadt. Sie erfüllten das gesellschaftliche Bedürfnis nach einer Unterbrechung des Arbeitsalltags. Das Café war und ist ein Ort der Ruhe, des Gesprächs und der kultivierten Unterhaltung. Es war und ist ein Ort, der eine gewisse Vertrautheit bei grundsätzlicher Anonymität verspricht. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts hat sich dies insofern verändert, als durch internationale Einflüsse

³¹⁷ Torberg, Traktat, 25.

³¹⁸ Schiedlausky, Tee, 36.

³¹⁹ Teuteberg, Kaffee, 100.

³²⁰ Schiedlausky, Tee, 36.

³²¹ Ebd., 31.

moderne Entsprechungen des traditionellen Kaffeehauses an Bedeutung gewonnen haben. Die Cafeteria, ein Selbstbedienungsrestaurant nach US-amerikanischem Muster, die von italienischen „Gastarbeitern“ importierte Espresso-Bar und das Eis-Café, McCafés und vergleichbare Einrichtungen, die den Gedanken des Schnellrestaurants auf die Kaffeekultur übertragen haben, sowie Internet-Cafés haben in den letzten Jahrzehnten den beiläufigen Konsum mit schnellem Genuss kultiviert. Was aus dem ursprünglichen Kaffeehaus bleibt, ist das Bedürfnis nach Ernüchterung und nach einer Schärfung der Sinne, jedoch tritt in diesen modernen Spielarten des Cafés die „feine Geselligkeit“ in den Hintergrund.³²²

6.2.1 Das Kaffeehaus als Ort der Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit

Kauf- und Handelsleute sowie Finanzspezialisten waren Jürgen Habermas zufolge diejenigen, die den Waren- und Nachrichtenverkehr mit dem frühkapitalistischen Fernhandel forciert hatten und in der Folge maßgeblich dazu beitrugen, aus Informationen Waren zu machen.³²³

„Allerdings genügt den Kaufleuten ein berufsständisch sekretiertes [...] Informationssystem. [...] Ihren Interessen entsprechen vielmehr die „geschriebenen Zeitungen“, die von Nachrichtenhändlern gewerbsmäßig organisierten Privatkorrespondenzen. [...] Die gewerbsmäßig vertriebenen Nachrichten werden noch nicht publiziert; die unregelmäßig publizierten Neuigkeiten sind noch nicht zu Nachrichten versachlicht.“³²⁴

Mit dem Aufkommen von gedruckten Zeitungen mit verschiedenen Inhalten und einer großen Verbreitung wurden die Nachrichten, die anfangs dem Warenverkehr dienten, selbst zu Waren. *„Die ersten Zeitungen im strengen Sinne, ironischerweise auch „politische Zeitungen“ heißen, erscheinen zuerst wöchentlich, um die Mitte des 17. Jahrhunderts schon täglich.“³²⁵* Das nun entstandene Publikum aus Privatleuten kam zu dieser Zeit in Kaffeehäusern, Salons und bei Tischgesellschaften, den Institutionen dieser Öffentlichkeit, zusammen, wo zunächst Kunst und Literatur, bald aber auch Wirtschaft und Politik zum Gegenstand permanenter Diskussion wurden.³²⁶ Diese gesellschaftlichen Treffpunkte waren von folgenden Kriterien geprägt: Erstens fand ein sozialer Umgang ohne Statusunterschiede statt und *„gegen das Zeremoniell der Ränge setzt sich tendenziell der Takt der Ebenbürtigkeit durch“*. Dabei stand die Autorität des Arguments über der sozialen Hierarchie. Zweitens konnte hier über sämtliche Themen, die bisher nicht als fragwürdig galten, diskutiert werden, unter der

³²² Urban, Lehrstätten, 52 – 54.

³²³ Althans, Klatsch, 128.

³²⁴ Habermas, Strukturwandel, 71 f.

³²⁵ Ebd., 77 f.

³²⁶ Ebd., 92 – 97.

Bedingung der rationalen Verständigung untereinander. Drittens handelte es sich um kein abgeschlossenes Publikum, sondern um eines, das sich als Teil eines größeren Publikums verstand. „Die diskutablen Fragen werden „allgemein“ nicht nur im Sinne ihrer Bedeutsamkeit, sondern auch der Zugänglichkeit: alle müssen dazugehören können.“ Die Interessen dieses Publikums waren also auch für diejenigen Menschen, die diesem noch nicht angehörten, relevant.³²⁷ Habermas sieht in den demokratischen Regeln die Voraussetzung für die rationale Kommunikation der bürgerlichen Öffentlichkeit, für die die Kaffeehäuser konstitutiv waren. Oft waren an den Wänden der Lokale Regeltafeln angebracht, auf denen die demokratischen Regeln des Umgangs genauestens festgelegt waren.³²⁸

Nach Jürgen Habermas lässt sich bürgerliche Öffentlichkeit „*vorerst als die Sphäre der zum Publikum versammelten Privatleute begreifen; diese beanspruchen die obrigkeitlich reglementierte Öffentlichkeit alsbald gegen die öffentliche Gewalt selbst, um sich mit dieser über die allgemeinen Regeln des Verkehrs in der grundsätzlich privatisierten, aber öffentlich relevanten Sphäre des Warenverkehrs und der gesellschaftlichen Arbeit auseinanderzusetzen. Eigentümlich und geschichtlich ohne Vorbild ist das Medium dieser politischen Auseinandersetzung: das öffentliche Raisonement. [...] Die „Stadt“ ist nicht nur ökonomisch Lebenszentrum der bürgerlichen Gesellschaft; im kulturpolitischen Gegensatz zum „Hof“ bezeichnet sie vor allem eine frühe literarische Öffentlichkeit, die in den coffeehouses, den salons und den Tischgesellschaften ihre Institutionen findet. [...] Die politische Öffentlichkeit geht aus der literarischen hervor; sie vermittelt durch öffentliche Meinung den Staat mit Bedürfnissen der Gesellschaft.*“³²⁹

Die Institution der bürgerlichen Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert, das Kaffeehaus, war ein Ort, an dem das Bürgertum kommerziell wie kulturell neue Formen entwickelte. In dieser Funktion lässt es sich mit drei anderen Institutionen vergleichen, nämlich dem Theater, dem Salon³³⁰ und den gelehrten Tischgesellschaften, den alten Sprachgesellschaften des 17. Jahrhunderts, die jedoch weniger wirksam und verbreitet waren als das Kaffeehaus und der Salon.³³¹ Das Theater, ein wichtiger Ort der Selbstartikulation des Bürgertums, blieb jedoch auf das Ästhetische beschränkt, während das Kaffeehaus mitten und unmittelbar im Leben stand. Der Salon schließlich, der dem Kaffeehaus in seiner sozialen Funktion noch am nächsten kam, war im Unterschied zu diesem eine aristokratisch-elitäre Einrichtung. Zutritt

³²⁷ Habermas, Strukturwandel, 96 – 99.

³²⁸ Althans, Klatsch, 126.

³²⁹ Habermas, Strukturwandel, 86 – 90.

³³⁰ Schivelbusch, Paradies, 72.

³³¹ Habermas, Strukturwandel, 95.

hatten nur die bürgerlichen Geistesgrößen, die von der aristokratischen Gastgeberin eingeladen wurden.³³² Die gelehrten Tischgesellschaften waren von der politischen Praxis eher noch strenger abgeschlossen als die Salons und ihr Publikum rekrutierte sich aus Privatleuten, die produktive Arbeit leisteten und in der Mehrzahl akademisch gebildet waren.³³³ Das Kaffeehaus durfte hingegen jeder betreten, der seine Zeche bezahlen konnte.³³⁴ Es wurde zu dem ersten Ort, an dem sich eine bürgerlich orientierte Öffentlichkeit etablieren konnte und war auch der erste Ort, wo sich die neue Gruppe der Uneingeordneten angemessen respektiert sah, in der sie sich unter Gleichen fühlte. Dabei handelte es sich, um es mit den Worten des Soziologen Gerhard Wurzbacher zu sagen, um eine „gleichgestimmte Menge“, in die man eingetaucht von den Frustrationen einer generell als feindlich gestimmt angesehenen Umwelt neuen Mut schöpfen konnte. Sozusagen eine Flucht aus der Welt mit gleichzeitiger Demonstration, dass es auch eine andere, bessere geben konnte.³³⁵

Die Bedeutung des Kaffeehauses lag vor allem in seiner Rolle als öffentlicher, gesellschaftlicher Treffpunkt, den es in dieser Form bisher nicht gegeben hatte. So wurde das Kaffeehaus zur Geburtsstätte und Heimstatt emanzipatorischer Bewegungen, die durch informelle und formelle Gruppierungen von bestimmten Personenkreisen gekennzeichnet waren. Dies waren einerseits jene, die über kürzere oder längere Zeit an die Öffentlichkeit des Kaffeehauses gebunden waren, wie beispielsweise Künstler oder Literaten. Andererseits solche, die sich mehr oder weniger rasch vom öffentlichen Kaffeehaus lösten, um als selbstständige Institution, Einrichtung oder ähnliches wiederum in der Öffentlichkeit zu erscheinen, wie beispielsweise politische Parteien oder das bürgerliche Konzertwesen. Schließlich waren es noch jene, die sich als selbstständige bürgerliche Institution aus der Öffentlichkeit zurückzogen, nachdem sie sich im Kaffeehaus konstituiert hatten, wie beispielsweise Clubs oder Vereine. Das Kaffeehaus war im Prinzip aller Öffentlichkeit zugänglich, aber bereits bürgerlich-intellektuelle Produktionsstätten in ihm, wie Stammtische oder gemietete Hinterzimmer, waren es schon nicht mehr. Hinter fest verschlossenen Kaffeehaustüren tagende Gesellschaften, Vereine oder Clubs signalisierten damit Nicht-Öffentlichkeit in der Öffentlichkeit.³³⁶

Das Kaffeehaus war auch ein Ort, an dem man beim Konsumieren eines exotischen, die Sinne auf eine neue Art und Weise stimulierenden Getränkes weitgereisten Unbekannten begegnen und Berichte aus fernen Ländern hören konnte.³³⁷ Hier wurden Informationen ausgetauscht,

³³² *Schivelbusch*, *Paradies*, 72 f.

³³³ *Habermas*, *Strukturwandel*, 95.

³³⁴ *Schivelbusch*, *Paradies*, 73.

³³⁵ *Albrecht*, *Kaffeetrinken*, 34.

³³⁶ *Heise*, *Kaffee*, 178 f.

³³⁷ *Althans*, *Klatsch*, 81.

Nachrichten weitergegeben, Gerüchte ausgestreut und privater Klatsch verbreitet.³³⁸ Daneben wurden im Kaffeehaus aber auch Geschäfte gemacht, Probleme der Politik und der Literatur besprochen und man las die hier ausliegenden Zeitungen.³³⁹ Besonders Hamburg, Leipzig und Wien wurden Ende des 18. bzw. Anfang des 19. Jahrhunderts bekannt durch die Vielzahl der in den Kaffeehäusern aufliegenden Zeitungen.³⁴⁰ Kein Wunder, dass mancher Regierung diese Orte, wo sich offenbar eine kritische Öffentlichkeit zu artikulieren begann, ein Dorn im Auge waren.³⁴¹ Das Publikum, das sich in den Kaffeehäusern versammelte, bestand einerseits aus den „politischen Kannegießern“, die sich eifrig nach allen Neuigkeiten dieser Welt erkundigten und sie noch eifriger kommentierten.³⁴² Andererseits begegnete man hier der, wie Birgit Althans es formulierte, illustren Klientel der „men of credit“,³⁴³ also Gelehrten, Literaten, Philosophen usw., durch die das Kaffeehaus zum öffentlichen Ort der gelehrten Diskurse avancierte, in dem sich das universitäre Wissen mit den praktischen Erfahrungen der Händler und Geschäftsleute, aber auch denen der Künstler mischte. Damit wurden die Kaffeehäuser zu Institutionen, die Diskurse produzieren konnten, die einerseits die angenehmen Möglichkeiten des nüchternen Gesprächs über Tagesneuigkeiten boten, zum anderen durch eine spezifische Klientel von Gleichgesinnten und Experten in der Öffentlichkeit zu bekannten Orten des Expertenwissens wurden, wo sich Interessierte bei ausgewiesenen „men of credit“ über deren Einschätzung von aktuellen Informationen erkundigen konnten. Im Kaffeehaus konnte man somit immer jemanden finden, der sich in der Sache, die man wissen wollte, bestens auskannte, und einem Gespräch – so wollten es die Umgangsregeln – nicht ausweichen durfte. Man konnte dort aber auch eigene Leistungen beurteilen lassen, so wie sich beispielsweise junge Poeten zum Vortrag ihrer Kreationen zu anerkannten Literatengrößen begaben.³⁴⁴ Aus den Reihen dieser Experten gingen die Zeitungen hervor³⁴⁵ und die engen Beziehungen zwischen Kaffeehaus und Presse haben sich über die Jahrhunderte erhalten.³⁴⁶ „*Kaffeehaus und Zeitungen, Kaffeehaus und Journalismus, Kaffeehaus und Literaten – das sind alte, bis ins 20. Jahrhundert lebendige Verbindungen.*“³⁴⁷ Durch diese Verschriftlichung und Vervielfältigung der dort zirkulierenden Nachrichten für eine sich konstituierende bürgerliche Öffentlichkeit etablierte sich das Kaffeehaus zur Arbeitsöffentlichkeit derjenigen, die ihren

³³⁸ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 83.

³³⁹ Schivelbusch, Paradies, 68.

³⁴⁰ Heise, Kaffee, 187.

³⁴¹ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 83.

³⁴² Heise, Kaffee, 181.

³⁴³ Glaubwürdige Männer im Sinne von glaubwürdigen Zeugen (John Locke, 1690).

³⁴⁴ Althans, Klatsch, 129 – 132.

³⁴⁵ Heise, Kaffee, 181.

³⁴⁶ Ebd., 187.

³⁴⁷ Schivelbusch, Paradies, 68.

Lebensunterhalt mit dem Requirieren und Präsentieren von Neuigkeiten verdienten.³⁴⁸ Damit erlangte das Kaffeehaus als öffentlicher Ort für die Entstehung des Pressewesens, für die Verbürgerlichung von Wissenschaft, Literatur und Kunst, für die Entstehung einer eigenen Musikkultur und nicht zuletzt für die Entwicklung des politischen Verstands eine große Bedeutung. Es begann als Keimzelle bürgerlicher öffentlicher Meinungsbildung seinen festen Platz in den Städten einzunehmen.³⁴⁹ Schon im frühen 18. Jahrhundert war auch das Wiener Kaffeehaus zum sozialen Zentrum, zum Ort bürgerlicher Öffentlichkeit geworden.³⁵⁰ Handwerker, Kaufleute und Beamte, daneben der neue Mittelstand, vertreten durch die Angestellten in Handel und Industrie, sowie das Kleinbürgertum machten das Kaffeehaus des 19. Jahrhunderts zu ihrem bevorzugten Aufenthaltsort. Es ist daher nicht übertrieben, vom Kaffeehaus als „Palais des Bürgers“ zu sprechen.³⁵¹

6.2.2 Das Literaturcafé

Die Literatur-, Kunst- und Musikgeschichte aller Nationen kennt seit 1700 Kaffeehäuser, die von Künstlern und Literaten zu Orten künstlerischer Produktion und Kommunikation gemacht wurden.³⁵² Sie waren die Kampfstätten, auf denen die geistigen Auseinandersetzungen stattfanden, die künstlerischen Entwicklungen voranzutreiben pflegten. Den Schriftstellern boten hier die Menschen verschiedenster Herkunft ein willkommenes Studienmaterial. Vielen Künstlern wurde das Kaffeehaus zum Nährboden ihres Schaffens, zur geistigen Heimat und außerdem dienten diese Lokale der geistigen Entspannung.³⁵³

„Denn die Produktivkraft des einstigen Literatencafés, im engeren wie im weitern Sinn verstanden, war enorm. Im Kaffeehaus wurden literarische Schulen und Stile geboren und verworfen, vom Kaffeehaus nahmen neue Richtungen der Malerei, der Musik, der Architektur ihren Ausgang.“

Friedrich Torberg (1959)³⁵⁴

Es gibt Kaffeehäuser, die seit mehr als 200 Jahren als internationale Künstlertreffpunkte gelten.³⁵⁵ Das berühmteste dieser Künstlercafés überhaupt war wohl das Café Greco in Rom, das 1760 von einem Griechen gegründet wurde. Weltweit hat kein Lokal 200 Jahre hindurch so

³⁴⁸ Althans, Klatsch, 81.

³⁴⁹ Heise, Kaffee, 178 – 182.

³⁵⁰ Veigl, Literaten, 11.

³⁵¹ Zey, Café, 197 f.

³⁵² Heise, Kaffee, 215.

³⁵³ Schiedlausky, Tee, 32.

³⁵⁴ Torberg, Traktat, 29.

³⁵⁵ Heise, Kaffee, 216.

viele bedeutende Künstler, Dichter und Gelehrte gesehen wie dieses. In Paris galt das Café Procope als das berühmteste Literaturcafé und während seiner 200-jährigen Geschichte waren die hervorragendsten Zeitgenossen seine Gäste.³⁵⁶ Andere beherbergten nur vorübergehend einen kleinen Künstlerstammtisch, nahmen aber keinen geringeren kulturellen Stellenwert ein, wie beispielsweise das Café Guerbois in Paris. Künstler und Literaten verkehren seit über 300 Jahren im Kaffeehaus und ziehen häufig ein sympathisierendes Publikum nach sich. Trotzdem dürfte es so gut wie kein Café gegeben haben, dessen Gäste nur aus Malern, Literaten, Musikern und entsprechendem Anhang bestanden. So war das Café Central in Wien, das als das führende österreichische Literaturcafé galt, auch gleichzeitig täglicher Treffpunkt der hohen und höchsten Beamtschaft der umliegenden Ministerien sowie Anziehungspunkt für Geburts- und Finanzaristokratie, für Politiker und Börsenfachleute.³⁵⁷

Von den insgesamt 600 Wiener Kaffeehäusern um 1900 waren mindestens zwei Dutzend als Treffpunkte für die Kunst- und Literatenwelt bedeutsam.³⁵⁸ So bot das Kaffeehaus die beste Bildungsstätte für alles Neue, eine Art von demokratischem, jedem für eine billige Schale Kaffee zugänglichen Club, wo jeder Gast für diesen kleinen Obolus stundenlang sitzen konnte.³⁵⁹ Denn Zeithaben war die wichtigste, die unerlässliche Voraussetzung jeglicher Kaffeehauskultur. Die Stammgäste der Literaturcafés waren beschäftigt – zum Teil eben damit, im Kaffeehaus zu sitzen, zum Teil mit Dingen, die sie im Kaffeehaus erledigen konnten und wollten.³⁶⁰ Hier schrieben und dichteten sie und hier entwickelte sich ein lokal-bedingtes, literarisches Genre – die Kaffeehausliteratur. Zwischen Feuilleton und Literatur handelte es sich dabei um Texte, die, oft kurz, den Bonmots, geistreichen Beobachtungen, Reflexionen und Anekdoten im Kaffeehaus entsprachen. Es waren scharfsinnige Miniaturen, die praktischerweise auch gut in Zeitungen und Zeitschriften veröffentlicht, also verkauft, werden konnten.³⁶¹

Das Kaffeehaus war der Mikrokosmos, in dem und über den die Meister des Genres, wie Alfred Polgar, Anton Kuh oder Peter Altenberg, schrieben.³⁶² Außerdem empfangen und beantworteten die Literaten hier ihre Post und waren auch telefonisch erreichbar. An diesem Ort trafen sie auch ihre Freunde und Feinde, dort musste man hingehen, wenn man mit ihnen

³⁵⁶ Schiedlausky, Tee, 32 – 35.

³⁵⁷ Heise, Kaffee, 216 f.

³⁵⁸ Ebd., 224.

³⁵⁹ Sandgruber, Genüsse, 67.

³⁶⁰ Torberg, Traktat, 27.

³⁶¹ Schwaner, Kaffeehaus, 145.

³⁶² Ebd., 145.

sprechen wollte, dort lasen sie ihre Zeitungen, diskutierten sie und dort lebten sie.³⁶³ Die unübertreffliche Bedeutung der Kaffeehäuser für das Leben der Wiener Intellektuellen beruhte nicht zuletzt auf sozialen und ökonomischen Voraussetzungen. Das Kaffeehaus stellte ihr wirkliches Zuhause dar, also ihr Wohn-, Empfangs- und Arbeitszimmer. Für ihr Auftreten konnten die Literaten nicht an der hochstaplerischen Kleidung sparen, daher mussten sie sich mit billigen, oft schäbigen Unterkünften und mit Mahlzeiten in den bescheidensten Wirtschaftshäusern abfinden. In ihrer Wohnung schliefen sie nur, denn hierher konnte man niemanden einladen und daher bot das Kaffeehaus die einzige, somit auch ideale Lösung, denn jedes, auch das bescheidenste, war unvergleichlich eleganter als die Logis der Stammgäste. Das Café war der einzige Ort, an dem sie sich so gehaben konnten, als wäre der Luxus der ihre und wo sie mit Gefälligkeit und Dienstfertigkeit behandelt wurden, und hier empfing man seine Freunde wie im exklusiven Salon.³⁶⁴ Man kam hier besser zueinander und besser zu sich. Es war, in Alfred Polgars klassischer Formulierung, der rechte Ort „für Leute, die allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen“.³⁶⁵

Den Kaffeehaustyp des Literaturcafés fand man neben Wien und Paris ebenso in Venedig, Berlin und Budapest.³⁶⁶ Den schriftstellernden Gästen der Cafés galt wahrscheinlich auch das abschätzige Wort vom „Kaffeehausliteraten“.³⁶⁷ „Was ist ein Kaffeehausliterat?“, fragte Anton Kuh einmal rhetorisch und in eigener Sache: „Ein Mensch, der Zeit hat, im Kaffeehaus darüber nachzudenken, was die anderen draußen nicht erleben.“³⁶⁸ Heimito von Doderer wiederum meinte: „Caféhausliterat ist ein Schimpfname, den jene gebrauchen, die sich selbst als erhabene Geister unter dem freien Himmel meinen.“³⁶⁹

Als Literaturcafés in Wien traten in chronologischer Reihenfolge diese Kaffeehäuser auf:

- Das Kramersche Kaffeehaus

Den Typus des literarischen Kaffeehauses begründete in Wien das Kramersche Kaffeehaus in der ehemaligen Schlosseingasse, in der Nähe des Grabens, das im Jahr 1719 von Jakob Kramer gegründet wurde und dessen Namen es durch mehrere Besitzerwechsel behielt. Verantwortlich für diesen Ruf war aber erst Kramers Nachfolger Michael Hertl, der bereits in den 1770er Jahren neben den österreichischen auch ausländische Zeitungen abonnierte, und zwar mehrere

³⁶³ Torberg, Traktat, 27 f.

³⁶⁴ Sandgruber, Genüsse, 68.

³⁶⁵ Weigel, Kaffeehaus, 304.

³⁶⁶ Sandgruber, Genüsse, 68.

³⁶⁷ Schiedlausky, Tee, 34.

³⁶⁸ Veigl, Literaten, 9.

³⁶⁹ Doderer, Caféhäuser, 299.

deutsche und eine englische.³⁷⁰ Die meisten Gäste hier waren Literaten, Künstler und Professoren, die in diesem Café, das schon bald nach seiner Gründung als „gelehrtes Kaffeehaus“ bezeichnet wurde, vor allem lesen wollten.³⁷¹ Die Zeitungen lagen aber nicht einfach zusammengefaltet auf einem oder mehreren Tischen, sondern waren auf Zeitungshaltern, auch Zeitungsspannern genannt, montiert.³⁷² Unter ihnen fanden sich das „Wienerische Diarium“, die „Augsburgische Ordinari-Post-Zeitung“ und die „Neuwieder Zeitung“.^{373 374}

Das Innere des Kramerschen Kaffeehauses wirkte eher höhlenartig, ein wenig düster und bot mit seinen sechs Tischen von verschiedener Größe bis zu 20 Personen Platz. Die Literaten, die hier einander trafen, stellten das „literarische Wien“ der Aufklärungszeit dar und hatten das kleine Kaffeehaus zu ihrem „Conversationszimmer“ erklärt. Zu ihnen gehörten die Schriftsteller Aloys Blumauer und Josef Franz Ratschky sowie der Satiriker Johann Rautenstrauch, deren Namen oft nicht mehr geläufig sind.³⁷⁵ Im Jahr 1797 starb der Café-Besitzer Hertl und seine Witwe verkaufte den Betrieb an den Gastwirt Anton List, dessen schummrige Lokal auch weiterhin Treffpunkt der Wiener Dichter und Denker war. Unter Lists Nachfolger verlor das Kaffeehaus ab 1804 seinen höhlenartigen Reiz und wurde ein ganz gewöhnliches Café mit gemischtem Publikum, bis es im Jahr 1866 durch Abbruch gänzlich von der Bildfläche verschwand.³⁷⁶

- Das Neunersche Kaffeehaus

Das Neunersche Kaffeehaus wurde im Jahr 1808 von Ignaz Neuner in der Plankengasse / Ecke Spiegelgasse eröffnet.³⁷⁷ 1820 übernahm es vom Kramerschen Etablissement den Ruhm eines literarischen Kaffeehauses³⁷⁸ und wurde nach einer Renovierung im Jahr 1823 wegen seiner aufwändigen Ausstattung auch „Silbernes Kaffeehaus“ genannt. Es wurde zum wichtigsten Literaturcafé im Vormärz,³⁷⁹ in dem die Stammgäste ihre Opposition zum Metternichschen Absolutismus betrieben.³⁸⁰ Der dänische Theologe Hans Lars Martensen, der in diesem Lokal auch gelegentlich zu Gast war, berichtete in seinen Erinnerungen: „[...] denn das Neunersche Café selbst war von der Regierung nicht wohl angesehen, weil man ein

³⁷⁰ Schwaner, Kaffeehaus, 53.

³⁷¹ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 88.

³⁷² Schwaner, Kaffeehaus, 53.

³⁷³ Eigentlich „Politische Gespräche der Todten“, erschien von 1786 bis 1810.

³⁷⁴ Gräffer, Kaffeehaus, 27.

³⁷⁵ Schwaner, Kaffeehaus, 53 f.

³⁷⁶ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 89 f.

³⁷⁷ Schwaner, Kaffeehaus, 106.

³⁷⁸ Veigl, Literaten, 13.

³⁷⁹ Schwaner, Kaffeehaus, 106.

³⁸⁰ Veigl, Literaten, 14.

Gefühl davon hatte, hier rege sich ein Geist, welcher für das Bestehende bedrohlich werden könne. Und man darf allerdings auch sagen, daß das Neunersche Café in ziemlich starkem Grade dazu beigetragen hat, die Begebenheiten des Jahres 1848 vorzubereiten.“³⁸¹

Hier saß das „literarische Wien“ jener Tage, zu dem Franz Grillparzer, Nikolaus Lenau, Ferdinand Raimund und Anastasius Grün gehörten, die Zeitung lasen, diskutierten und sich amüsierten. Doch auch Maler, Schauspieler und Musiker, wie Josef Lanner und Johann Strauß Vater oder Franz Schubert samt seinem Freundeskreis, besuchten das Neunersche Kaffeehaus.³⁸² Neben diesen, die den größten Kundenstamm bildeten, kamen viele liberal gesonnene Wiener Bürger und Fremde hinzu.³⁸³ Der Literatenkreis im „Silbernen Kaffeehaus“ löste sich allerdings nach dem Tod Ferdinand Raimunds im Jahr 1836 langsam auf und erst Anfang der 1840er Jahre wurde Adalbert Stifter hier Gast.³⁸⁴ Bald nach dem Tod von Ignaz Neuner junior im Jahr 1846, der das Kaffeehaus von seinem Vater übernommen hatte, verlor dieses seine Bedeutung als literarisches Zentrum³⁸⁵ und im Jahr 1855, somit sieben Jahre nach der Revolution, wurde es geschlossen.³⁸⁶

Drei nahe beieinander gelegene Cafés in der Wiener Innenstadt teilten sich den Ruf, während der Blütezeit des Literaturcafés von 1890 bis 1938 nicht nur die Literaten täglich mit Mokka und Inspirationen zu versorgen, sondern überhaupt die Protagonisten der Wiener Moderne zu beherbergen. Im Griensteidl, wo alles begann, im Central und im Herrenhof, deren Namen heute aufgrund ihrer damaligen Gäste berühmt sind und die einen festen Platz in der Kulturgeschichte haben, trafen sich die hellsten Köpfe und begabtesten Künstler ihrer Zeit, unter denen auch immer mehr Frauen waren.³⁸⁷

- Das Café Griensteidl

Heinrich Griensteidl, der vom Apotheker zum Kaffeehauswirt umgesattelt hatte, eröffnete sein Lokal im Jahr 1847 im Herbersteinschen Palais, an der Ecke des Michaelerplatzes, wo die Schauflergasse und die Herrengasse aufeinandertreffen. Hier lagen so viele in- und ausländische Zeitungen wie in keinem anderen Wiener Kaffeehaus auf und darüber hinaus stand

³⁸¹ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 101 f.

³⁸² Schwaner, Kaffeehaus, 106.

³⁸³ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 101.

³⁸⁴ Schwaner, Kaffeehaus, 116.

³⁸⁵ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 102.

³⁸⁶ Schwaner, Kaffeehaus, 116.

³⁸⁷ Ebd., 145.

„Meyers Conversationslexikon“ zur Lektüre bereit.³⁸⁸ Des Weiteren war stets reichlich Schreibmaterial für spontane Einfälle vorhanden.³⁸⁹ Wie bei Neuner wurden hier nicht nur literarische, sondern auch antimonarchistische Ideen diskutiert³⁹⁰ und wegen seiner politischen Rolle im Jahr 1848 erhielt das Griensteidl auch den Beinamen „Café National“.³⁹¹ Gewölbedecken und nischenartig gelegene Räume prägten das Innere des Etablissements, das zunächst durch seine politisch engagierten Stammgäste und später durch die Protagonisten der Arbeiterbewegung bekannt war.³⁹² So hatte ein Sozialisten-Stammtisch mit Victor Adler an der Spitze seit den 1880er Jahren im Griensteidl seinen Sitz.³⁹³ Ab 1890 trat dieses Lokal die Nachfolge des Neunerschen Kaffeehauses als bedeutendstes Literaturcafé Wiens an und ab diesem Jahr traf sich hier die Autorengruppe „Jung Wien“. Die vielversprechenden Talente, die zu dieser Gruppe gehörten, waren Arthur Schnitzler, Richard Beer-Hofmann, Felix Salten und Hermann Bahr. Diese nicht einmal 30-jährigen Autoren wiesen bereits erste schriftstellerische Erfolge auf und es mangelte ihnen offensichtlich nicht an Selbstbewusstsein – was dem Griensteidl nun den Spitznamen „Café Größenwahn“ einbrachte.³⁹⁴ Daneben hatten Peter Altenberg, Hugo von Hofmannsthal, Karl Kraus und viele andere hier ebenfalls ihren täglichen Treffpunkt, wo es auch durchaus handgreiflich zugehen konnte.³⁹⁵ Doch nicht nur die Literaten, sondern auch die Musiker wurden von der Atmosphäre in diesem Etablissement inspiriert.³⁹⁶ Im letzten, in Richtung des Ballhausplatzes gelegenen Stübchen, im „Sanktissimum“, versammelten sich täglich die Mitglieder des nahe gelegenen Burgtheaters und dorthin kamen alle, die mit Kunst zu tun hatten. Vor allem die Gerichtsreporter fanden sich in den Nachmittagsstunden im Griensteidl ein und warteten hier auf die gerichtlichen Urteile, die ihnen von den befreundeten Advokaten nachgetragen wurden.³⁹⁷ In den letzten Jahren des Cafés sah man hier *„geschniegelte Dichter und Dichterlinge, die schon in ihrer blühenden Jugend Proben seltener Talentlosigkeit geliefert haben.“*³⁹⁸ Die große Zeit des Griensteidl endete im Jahr 1897 mit dem Abbruch des Gebäudes am Michaelerplatz.³⁹⁹ „Wien wird jetzt zur Grossstadt demolirt.“, schrieb Karl Kraus. „Mit den

³⁸⁸ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 104 f.

³⁸⁹ Kraus, Obdachlosigkeit, 90.

³⁹⁰ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 104.

³⁹¹ Wilhelm, Kaffeehaus, 64.

³⁹² Schwaner, Kaffeehaus, 146.

³⁹³ Sandgruber, Genüsse, 67.

³⁹⁴ Schwaner, Kaffeehaus, 146 f.

³⁹⁵ Sandgruber, Genüsse, 66 f.

³⁹⁶ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 106.

³⁹⁷ Wilhelm, Kaffeehaus, 66 – 70.

³⁹⁸ Ebd., 72.

³⁹⁹ Zey, Café, 80.

*alten Häusern fallen die letzten Pfeiler unserer Erinnerungen, [...] Ein hausherrlicher Entschluss, dessen Folgen gar nicht abzusehen sind. Unsere Literatur sieht einer Periode der Obdachlosigkeit entgegen, der Faden der dichterischen Production wird grausam abgeschnitten. [...]*⁴⁰⁰ Knapp 100 Jahre später, im Jahr 1990, eröffnete an der gleichen Adresse in renovierter Gestalt ein anderes Café Griensteidl.⁴⁰¹

- Das Café Central

Nach der Schließung des Café Griensteidl fand die Literaturszene im nahe gelegenen, 1876 eröffneten Café Central eine neue literarische Heimat. Dieses mit seinen sehr hohen Räumen und Säulen⁴⁰² im Palais Ferstel in der Herrengasse / Ecke Strauchgasse gelegene Kaffeehaus gilt als Urbild und Krone aller Wiener Kaffeehäuser im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts und wurde von Peter Altenberg und Alfred Polgar literarisch verewigt.⁴⁰³ Bald nach seiner Eröffnung galt es als *das* Literaturcafé schlechthin und als intellektuelle Werkstatt der Wiener Moderne.⁴⁰⁴ Hier trafen sich Künstler jeder Art, nämlich Dichter, Schriftsteller, Maler, Bildhauer und zugleich jene kunstbegeisterten bürgerlichen Kreise, die sich für alles Neue und Außergewöhnliche interessierten. Es gab hier verschiedene Tische, die streng voneinander getrennt waren. Zum Kreis Peter Altenbergs gehörten Egon Friedell und Adolf Loos.⁴⁰⁵ Auch Alfred Polgar, Egon Erwin Kisch und Franz Werfel, sowie Lina Loos, Schauspielerin, Autorin und Ex-Frau von Adolf Loos, waren im Café Central Stammgäste. Einige weitere Persönlichkeiten, durch die dieses Etablissement so berühmt wurde, waren die Schriftsteller Hugo von Hofmannsthal, Arthur Schnitzler, Stefan Zweig, Robert Musil, Anton Kuh, Albert Paris Gütersloh und Gina Kaus.⁴⁰⁶ Ein Tisch im Café Central war der Jugend gewidmet, an dem der hochbegabte Karl Adler, der Sohn des Arbeiterführers Victor Adler, den Vorsitz hatte. Der Satiriker Karl Kraus tauschte seinen Tisch im Central, wo ihn die lebhafteste Atmosphäre störte, später mit einem Tisch im Imperial.⁴⁰⁷

Den Gästen wurden von den Cafetiers, den Brüdern Pach, im Jahr 1913 251 Zeitungen und Zeitschriften, aus allen Ländern der Monarchie und dem Ausland, angeboten.⁴⁰⁸ Nach dem Ende des Ersten Weltkriegs und nach dem Tod Peter Altenbergs, der dieses Kaffeehaus stets

⁴⁰⁰ Kraus, Obdachlosigkeit, 90.

⁴⁰¹ Schwaner, Kaffeehaus, 149.

⁴⁰² Ebd., 150 – 152.

⁴⁰³ Weigel, Kaffeehaus, 282.

⁴⁰⁴ Schwaner, Kaffeehaus, 151.

⁴⁰⁵ Malmberg, Café, 131 f.

⁴⁰⁶ Schwaner, Kaffeehaus, 153 – 161.

⁴⁰⁷ Malmberg, Café, 132.

⁴⁰⁸ Schwaner, Kaffeehaus, 151.

als seine Wohnadresse anzugeben pflegte, sank die Bedeutung des Café Central als Literaturcafé, wenn auch nicht in dem Maße, wie Anton Kuh dies vermeinte, der sich mit seinem Kreis 1918 im Café Herrenhof etablierte.⁴⁰⁹ Nachdem Kuh von jenem neu eröffneten Lokal Kenntnis genommen hatte, schrieb er: „*Denn kurz und gut, zwei Tage später saß alles, was politisch und erotisch revolutionär gesinnt war, drüben im Café – die Mumien blieben im alten.*“⁴¹⁰ 1947 wurde das Café Central geschlossen, nach einer Renovierung Mitte der 1980er Jahre – jedoch ohne den Arkadenhof, das ehemalige Terrain der Literaten und Künstler – aber wiedereröffnet.⁴¹¹

- Das Café Herrenhof

Im November 1918 trat das Café Herrenhof in der Herrengasse das Erbe des ihm unmittelbar benachbarten Café Central an.⁴¹² Nun gaben die jüngeren Literaten, die für eine neue Künstlergeneration standen, diesem durchaus bürgerlich-noblen Kaffeehaus den Vorzug.⁴¹³ Dazu zählten Robert Musil, Franz Werfel, Joseph Roth und Anton Kuh.⁴¹⁴ Zu den „alten Hasen“ der Kaffeehausszene kamen wiederum jüngere Autoren, wie Friedrich Torberg, Alexander Lernet-Holenia und Heimito von Doderer. Auch die an Literatur interessierte Schülerin Hilde Spiel war Ende der 1920er Jahre wiederholt gesehener Gast im Herrenhof.⁴¹⁵

Dieses Kaffeehaus teilte sich in zwei annähernd gleich große Räume, für die eine strikte Zeit- und Sitzordnung bestand. An den Fenstertischen im vorderen Saal saßen die prominenten Stammgäste schon während der frühen Nachmittagsstunden, aber erst zwischen 17 und 18 Uhr entfaltete sich in den Logen des hinteren Saals das eigentliche literarische Leben, sodass manche seiner Repräsentanten zwei Stammtische im selben Lokal beanspruchten.⁴¹⁶ Am 12. März 1938, unmittelbar nach dem Einmarsch der deutschen Nationalsozialisten, wurde die blühende Kaffeehauskultur zerstört. Zahlreiche Künstler, die das Geistes- und Kulturleben im Wien der Zwischenkriegszeit geprägt hatten, unter ihnen auch einige Literaten im Herrenhof, besaßen jüdische Wurzeln und wurden nun unterdrückt, misshandelt, zur Emigration gezwungen oder sie wurden sofort aus politischen Gründen verhaftet. Auch das Café Herrenhof wurde seinem Besitzer Bela Waldmann weggenommen und „arisiert“, wie viele der Wiener Kaffeehäuser. Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs blieben die Gäste aus, die den Herrenhof

⁴⁰⁹ Veigl, Literaten, 15.

⁴¹⁰ Kuh, Central, 225.

⁴¹¹ Schwaner, Kaffeehaus, 163 f.

⁴¹² Torberg, Requiem, 292.

⁴¹³ Schwaner, Kaffeehaus, 165.

⁴¹⁴ Sandgruber, Genüsse, 67.

⁴¹⁵ Schwaner, Kaffeehaus, 168, 176.

⁴¹⁶ Torberg, Cafés, 247.

berühmt gemacht hatten, weil sie entweder emigriert oder tot waren. Nur einzelne, frühere Stammgäste saßen im halbleeren Lokal oder versuchten initiativ zu werden, wie Friedrich Torberg, der einen kleinen Stammtisch mit Milan Dubrovic und Alexander Lernet-Holenia begründete.⁴¹⁷ In der letzten Existenzphase des Herrenhofs war nur noch der vordere Saal im Betrieb und 1960 wurde das gesamte Lokal endgültig geschlossen.⁴¹⁸

Jedoch war das Café Herrenhof nicht alleiniger Nachfolger des Literaturcafés Central.⁴¹⁹ Im weiteren Sinn entsprachen der gängigen Vorstellung, die sich mit der Bezeichnung „Literaturcafé“ verband, mehr oder weniger alle Kaffeehäuser, in denen sich eine gewisse Anzahl geistig und künstlerisch interessierter Menschen – das, was man heute „Intellektuelle“ nennt – regelmäßig einfand.⁴²⁰ So ging Karl Kraus, der als Einzelgänger galt, ins Café des Hotel Imperial und ins Parsifal und las hier die Zeitungen, die er hasste.⁴²¹ Daneben pflegten viele Maler und Autoren, wie Gustav Klimt und Egon Schiele sowie Heimito von Doderer, Robert Musil und sogar Peter Altenberg, zur Abwechslung von Herrenhof und Central in das 1899 eröffnete, von Adolf Loos entworfene Café Museum zu „pendeln“.⁴²² Noch bis Anfang der 1970er Jahre saß auch Albert Paris Gütersloh regelmäßig in seiner Stammnische gleich neben der Küche im mittlerweile bejahrten Café Museum. Schon ab 1900 war somit in Wien eine Dezentralisierung der Literaturcafés zu beobachten, die einst geschlossene Opposition gegen das Bürgertum, zerfallen in einander befehdende Kleingruppen, war in der urbanen Welt der modernen Ringstraßencafés aufgegangen. Erst in den 1920er Jahren entdeckten Literaten, wie Heimito von Doderer und Elias Canetti, den bedrohlichen Reiz der Vorstadtcafés.⁴²³ In seinem 1916 veröffentlichten Aufsatz „Zeitgeist im Literatur-Café“ beklagte Anton Kuh: *„Alle Aufstrebenden, Unbekannten, Dynamischen sind weg. Und damit fehlt dem Literatur-Café seine Heizung, sein Grundstock. [...] Ja, das Literatur-Café ist einfach ein Bürger-Café geworden – das ist die Sache, [...]“* Offenbar war also bereits zu jener Zeit die Anzahl der Literaten und Künstler in den Literaturcafés deutlich zurückgegangen, wenngleich Anton Kuh hoffte, dass *„die Krieger wiederkehren“*.⁴²⁴ Dennoch existierte das Literaturcafé auch weiterhin, was die Tatsache beweist, dass Anton Kuh und sein Kreis zwei Jahre später im neu gegründeten Café Herrenhof Einzug hielten.

⁴¹⁷ *Schwaner*, Kaffeehaus, 177 – 182.

⁴¹⁸ *Torberg*, Cafés, 247.

⁴¹⁹ *Veigl*, Literaten, 15.

⁴²⁰ *Torberg*, Traktat, 26 f.

⁴²¹ *Weigel*, Kaffeehaus, 284.

⁴²² *Schwaner*, Kaffeehaus, 197 f.

⁴²³ *Veigl*, Literaten, 15 f.

⁴²⁴ *Kuh*, Zeitgeist, 10 – 12.

Nachdem das Stammpublikum der Wiener Literaturcafés, wie das geistig und künstlerisch interessierte Publikum insgesamt, zum großen Teil jüdisch war⁴²⁵ und aufgrund der Ereignisse im März 1938 den Weg ins Exil wählte, war es in den Literaturcafés von einst recht trist geworden. Allzu viele Literaten kamen nicht mehr nach Wien und in seine einstigen Literaturkaffeehäuser zurück und die verbliebenen Lokale wurden in den 1950er Jahren endgültig geschlossen.⁴²⁶ Eine Ausnahme in diesem Zusammenhang stellt das Café Hawelka dar.

- *Das Café Hawelka*

1938 wurde in der Dorotheergasse ein Kaffeehaus von Leopold Hawelka eröffnet, der in seinem kleinen Lokal eine große Zahl von Zeitungen auflegte, um es als Literaturcafé zu etablieren.⁴²⁷ Das Hawelka entwickelte sich in den 1950er Jahren vom Kleinbürger- zum Künstlercafé.⁴²⁸ Es verwaltete damit das Erbe des Café Herrenhof und anderer gleichartiger Kaffeehäuser, denn hier saß Wiens Literatur, bildende Kunst, Bühnenwelt und Boheme. Bald nach dem Zweiten Weltkrieg wurde es zum Stammlokal des Kabarettiers Hans Weigel.⁴²⁹ Daneben waren auch Hilde Spiel, Friedrich Torberg, Heimito von Doderer und Milo Dor oft im Hawelka.⁴³⁰ Auch eine neue Künstlergeneration entdeckte nun das schummrige Kaffeehaus für sich. Hierher kamen die Schriftsteller der „Wiener Gruppe“, wie H. C. Artmann, André Heller, Helmut Qualtinger und Oskar Werner, sowie die jungen Maler, Bildhauer und Schauspieler, von denen viele heute berühmt sind.⁴³¹ So schwärmte H. C. Artmann noch im Jahr 1958: *„Das schönste Stadtcafé [...] von frischem Nußbeugel und duftender Melange ist und bleibt für mich das Café Hawelka in der Dorotheergasse. Dort [...] scheint mir all das erhalten geblieben zu sein, was wir Jungen eigentlich nur mehr aus Büchern, Zeitungen oder den Erzählungen älterer Jahrgänge kennen: das Künstler- und Literatencafé ...“*⁴³² Allmählich zogen sich jedoch die Künstler mehr oder weniger zurück und überließen das Lokal den vielen Zivilisten, die vormalig „Künstler schauen“ gingen. In der nächsten Phase kamen Menschen ins Hawelka, die sich wünschten, dass man sie als Künstler anschaute,⁴³³ und heute ist dieses klassische Wiener Kaffeehaus ein Anziehungspunkt vor allem für TouristInnen.

⁴²⁵ Torberg, Traktat, 27.

⁴²⁶ Veigl, Literaten, 16.

⁴²⁷ Spiel, Literaturcafé, 302.

⁴²⁸ Schwaner, Kaffeehaus, 183.

⁴²⁹ Spiel, Literaturcafé, 302.

⁴³⁰ Weigel, Hawelka-Saga, 306 f.

⁴³¹ Schwaner, Kaffeehaus, 192.

⁴³² Artmann, Nußbeugeln, 250.

⁴³³ Weigel, Hawelka-Saga, 306.

Friedrich Torberg hielt in seinem Nachruf das für ihn Wesentliche des Literaturcafés fest:

*„Das ausgestorbene Wiener Literatencafé – nicht zu verwechseln mit dem nach wie vor lebendigen Wiener Kaffeehaus – bezog seine unverwechselbare Eigenart zum Großteil daher, daß seine Insassen nichts anderes zu sein begehrten als eben dies: Insassen eines Literaturcafés. Das war ihr Adel, ihre Arriviertheit und ihre Arroganz.“*⁴³⁴

6.3 Teekulturen und Teehäuser

Europa ist zweifelsohne fest in der Hand von Kaffeekulturen. Lediglich in Großbritannien, in Irland und in einer Region von Deutschland, nämlich in Ostfriesland, haben die landestypischen Teekulturen einen höheren Stellenwert als die dortigen Kaffeekulturen inne. Die Bedeutung der „europäischen Teezeremonien“ – vielmehr sind es Traditionen und Gewohnheiten – liegt in einer Auszeit und Pause vom Alltagsgeschäft und sie sind wesentlich einfacher in den Alltag einzubinden als etwa die chinesischen oder die japanischen.

Wohl kaum ein europäisches Land wird so automatisch und selbstverständlich mit Tee in Verbindung gebracht wie Großbritannien, denn hier gilt er als *das* Nationalgetränk schlechthin. Bereits am Beginn des 18. Jahrhunderts popularisierte Queen Anne das Teetrinken zum Frühstück und damit war der „early morning tea“ geboren. Auch an öffentlichen Plätzen kam Tee in Mode⁴³⁵ und damit war es auch den Frauen möglich, in der Öffentlichkeit Tee zu trinken. Denn die Kaffeehäuser, die diesen ebenfalls anboten, durften sie nicht betreten, diese sog. „Teegärten“ hingegen schon. Die Ursprünge des Nachmittagstees, des „afternoon tea“, liegen in den 1840er Jahren, als die gesellschaftlich einflussreiche Duchess of Bedford dazu überging, gegen 16 Uhr einen Tee und einen leichten Snack zu sich zu nehmen, um die lange Zeit bis zum „supper“ zu überbrücken. Und sie kam auf die Idee, ihre Freundinnen zu dieser Zwischenmahlzeit in ihr Haus in Woburn Abbey in Bedfordshire einzuladen. Die Gewohnheit sprach sich herum und setzte sich in den Salons im ganzen Land und in den britischen Kolonien durch. Der früher eher am späten Nachmittag zelebrierte „afternoon tea“ findet heute meist zwischen 14 und 17 Uhr statt und kann Mittagessen oder Abendessen ersetzen. Der Nachmittagstee ist so tief in der britischen Kultur verwurzelt, dass jeder seine eigene Vorstellung vom richtigen Ablauf hat. Traditionell trinkt man dabei einen kräftigen Darjeeling oder Assam, daneben sind auch klassische Blends, wie „Earl Grey“, sehr beliebt. Der Tee wird immer mit Milch oder Zitronensaft und Zucker gereicht und dazu serviert man eine Auswahl

⁴³⁴ Torberg, Requiem, 295.

⁴³⁵ Demmers Teehaus, Teekulturen [online].

krustenloser Sandwiches, die unter anderem mit Gurke oder Räucherlachs und Frischkäse belegt sind, sowie „scones“, ein typisch britisches Gebäck, das mit Konfitüre und „clotted cream“, also dickem Rahm, bestrichen wird, und zusätzlich Kleingebäck auf einer Etage.⁴³⁶ Traditionellerweise wird dieser „afternoon tea“ auf einem niedrigen Tisch gereicht und deshalb auch „low tea“ genannt. Die einfachste Variante des „afternoon tea“ ist der „cream tea“, bei dem nur „scones“ mit „clotted cream“ und Erdbeermarmelade gereicht werden.⁴³⁷ Mittlerweile ist es durchaus nicht unüblich, den Nachmittagstee mit einem Glas Champagner einzuläuten⁴³⁸ oder auch Sherry anzubieten, und diese Steigerung des „afternoon tea“ wird als „royal tea“ bezeichnet. Der „high tea“ ist eigentlich bereits ein frühes, kaltes Abendessen und wird zwischen 18 und 19 Uhr am Esstisch serviert.⁴³⁹ Etwas, worüber sich die Briten bei ihrem „afternoon tea“ nicht einig sind, ist die Frage, was als Erstes in die Tasse gegossen werden sollte. Sowohl die „milk-in-first“-TrinkerInnen als auch die „tea-in-first“-TrinkerInnen sind davon überzeugt, dass die jeweilige Vorgangsweise einen geschmacklichen Unterschied macht. Der Beweis, ob der „mif“- oder der „tif“-Teegenuss der bessere ist, steht also noch aus! In jüngerer Zeit erlebte der klassische „afternoon tea“ ein Revival in Hotels, Cafés und Teestuben,⁴⁴⁰ nicht nur in Großbritannien, sondern auch in anderen Ländern Europas.

Während der Tee noch im 18. Jahrhundert in der britischen Hauptstadt oftmals in den großen Vergnügungsparks, wie den Vauxhall Gardens, konsumiert wurde, verlagerte sich dessen Genuss mit deren Verschwinden in moderne Kaffee- und Teehäuser, die nichts mehr mit den Kaffeehäusern des 17. Jahrhunderts gemein hatten. Der erste moderne „teashop“ oder „tearoom“ soll seit etwa 1870 in einem Bäckereigeschäft am Bahnhof London Bridge existiert haben. Weitere Etablissements folgten, von denen Lockharts, Express Daily und das 1894 im Londoner Stadtteil Piccadilly gegründete Lyons die weitaus größte Berühmtheit erlangen sollten. Neben diesen Teehäusern, die sich oft an ein breiteres Publikum richteten, entstanden wahre Tempel des Teegenusses im luxuriösen Ambiente, wie die heute noch bestehenden Willow Tea Rooms in Glasgow.⁴⁴¹

Irland ist die größte Teetrinkernation Europas und hatte im Jahr 2013 einen Pro-Kopf-Verbrauch von rund 2,2 kg.⁴⁴² Die Vorliebe der Iren für den Tee wird zum einen mit dem stets

⁴³⁶ Gaylard, Teebuch, 72.

⁴³⁷ Demmers Teehaus, Teekulturen [online].

⁴³⁸ Gaylard, Teebuch, 72.

⁴³⁹ Demmers Teehaus, Teekulturen [online].

⁴⁴⁰ Gaylard, Teebuch, 72.

⁴⁴¹ Krieger, Tee, 255 f.

⁴⁴² Cheadle / Kilby, Tee, 16 f.

regnerischen Wetter, aber auch mit der im ganzen Land verbreiteten Geselligkeit begründet. Aufgrund seiner Zugehörigkeit zum Vereinigten Britischen Königreich bis zum Jahr 1924 ist sowohl die Entwicklung der Teekultur als auch die Art der Zubereitung und Darreichung des Tees an die britische stark angeglichen. Bereits in der Mitte des 19. Jahrhunderts begannen in den Teehäusern Dublins Intellektuelle dafür zu kämpfen, dass Irland sowohl politisch als auch kulturell unabhängig wurde. Der „afternoon tea“ wird grundsätzlich mit Sahne, manchmal auch mit Milch und Zucker, und mit den traditionellen „scones“ genossen. Auf ein strenges Protokoll zum Ablauf der Teestunde verzichten die meist als locker und leger geltenden Iren gerne, denn Geselligkeit und Gastfreundschaft stehen beim Tee Genuss an erster Stelle. Ziel und Zweck des täglichen Rituals ist eine gemütliche Runde, in der anregende Gespräche geführt werden können. Geschmacklich unterscheiden sich die irischen Mischungen von ihren britischen Vorbildern eindeutig. Denn die Iren mögen es würziger und kreieren Aromen, die vor allem in Verbindung mit Sahne ein empfehlenswertes Erlebnis sind.⁴⁴³

Auch die an der Nordseeküste von Deutschland gelegene Region Ostfriesland hat eine einzigartige Teekultur entwickelt. In diesem Landstrich trinkt man bereits Tee, seit er im 17. Jahrhundert in Europa eingeführt wurde und ab dem 19. Jahrhundert stellten die Ostfriesen ihre eigene Mischung her.⁴⁴⁴ Diese sollte mindestens zu 80 % aus Assamtee bestehen und die restlichen 20 % sollten indonesischer oder ceylonesischer Herkunft sein. Ein Drittel aller nach Deutschland importierten Tees wird in Ostfriesland getrunken.⁴⁴⁵ Institutionalisiert ist schon lange die ostfriesische „Teetied“, die meist am frühen Nachmittag stattfindet.⁴⁴⁶ Sie ist ein Teil der ostfriesischen Identität, Immaterielles Kulturerbe und prägt nicht nur den Tagesablauf und familiäres wie berufliches Miteinander, sondern auch die Sprache und die materielle Lebenswelt.⁴⁴⁷ Bei der Teestunde wird der aufgebrühte und in die Servierkanne abgessene Tee in die Tasse gegossen, in die zuvor ein Stück Kandiszucker, der sog. „Kluntje“, gelegt wurde, der mit einem kurzen Knistern auf das heiße Getränk reagiert. Behutsam wird anschließend ein Teelöffel Sahne am Rand der Tasse auf den Tee gehoben, sodass sich die für den Ostfriesentee charakteristische Sahnwolke, die sog. „Wulkje“, bildet. Vor dem Genuss wird in der Regel auf das Umrühren verzichtet, damit der angenehme Kontrast zwischen der Sahne, dem Tee und dem süßen Bodensatz beim Trinken erhalten bleibt.⁴⁴⁸ In den Wintermonaten wird dem Tee mit seinem kräftig malzigen Aroma noch ein ordentlicher Schuss Rum

⁴⁴³ *Tee-Magazin*, Teekultur [online].

⁴⁴⁴ Gaylard, Teebuch, 94.

⁴⁴⁵ Schmidt, Teebuch, 119, 125.

⁴⁴⁶ Krieger, Tee, 158.

⁴⁴⁷ *Deutscher Teeverband*, Teekultur [online].

⁴⁴⁸ Krieger, Tee, 158.

beigefügt.⁴⁴⁹ Die Hauptzeit des Teetrinkens ist nachmittags um 15 Uhr, also die „Teetied“, wenn auch eine kurze Teepause von manchen bereits um 11 Uhr eingehalten wird, der sog. „Elführtje“. Abends gegen 21 Uhr gibt es in vielen Familien dann noch den letzten Tee des Tages.⁴⁵⁰ Die Ostfriesen haben bei ihrem Ritual ausgesprochen gerne Gäste dabei, denn die „Teetied“ verbindet und ist ein wichtiger Ausdruck der Gastfreundschaft.⁴⁵¹ Als Gast weniger als drei Tassen Tee zu trinken gilt als unhöflich oder gar beleidigend.⁴⁵² Zur Zeit des Zweiten Weltkriegs, als auch Tee rationiert war, wurden neben den Lebensmittelkarten gesonderte „Teekarten“ ausgegeben, damit die Ostfriesen auch in dieser Hinsicht ihre Grundbedürfnisse decken konnten⁴⁵³ – ein Beweis dafür, welchen hohen Stellenwert der Tee in Ostfriesland innehat.

Österreich kann auf keine traditionsreichen oder feierlichen Rituale der Zubereitung und des Teetrinkens zurückblicken, dennoch besteht die Teekultur hierzulande schon seit langer Zeit.⁴⁵⁴ Denn bereits seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gibt es in Wien Teefachgeschäfte, wie die Firma JägerTEE und die Theehandlung Schönbichler, die nicht nur Tee verkaufen, sondern auch einen Verkostungsbereich für ihre KundInnen eingerichtet haben. Demmers Teehaus und Haas & Haas Teehaus versorgen seit rund 40 Jahren TeeliebhaberInnen mit losen Tees sowie Tee-Accessoires und ihre „tearooms“ gelten als Treffpunkte für TeegenießerInnen. Daneben entstanden und entstehen weitere Teefachgeschäfte in Wien, wie Tastea und Sir Harly's Tea, die ebenfalls kostbare Teespezialitäten anbieten.

In den 1990er Jahren nahm die Beliebtheit von Tee rapide zu und heute trinkt durchschnittlich jede(r) dritte ÖsterreicherIn 1 Tasse Tee pro Tag.⁴⁵⁵ So hat Tee in den vergangenen Jahren, auch aufgrund des allgemeinen Wellness- und Gesundheitstrends, einen höheren Stellenwert erlangt, denn immer mehr Menschen schätzen seine wohltuende Kraft und Wirkung. Dennoch gilt die Teekultur nach wie vor als eine Alternativkultur und stellt in weiten Teilen Europas etwas Innovatives dar. Der Tee gehört heute wieder zur Lebensart und sein Genuss wird zusehends inszeniert, denn hochwertige Teeschalen und -kannen sowie Utensilien für seine Zubereitung, wie sie die Teehäuser neben vielen verschiedenen Teesorten anbieten, verfeinern den Genuss. Zu den kleinen Teewelten, den Teestübchen und Teehäusern, kamen in den letzten Jahren Tealounges in luxuriösen Hotels und spezielle Teebars im schicken Spa. Die hier

⁴⁴⁹ Gaylard, Teebuch, 94.

⁴⁵⁰ Schmidt, Teebuch, 120.

⁴⁵¹ Deutscher Teeverband, Teekultur [online].

⁴⁵² Schmidt, Teebuch, 120.

⁴⁵³ Cheadle / Kilby, Tee, 31.

⁴⁵⁴ Demmers Teehaus, Teekulturen [online].

⁴⁵⁵ Demmers Teehaus, Teekulturen [online].

beworbene gesunde Lebensweise, oft verbunden mit vegetarischer oder veganer Ernährung, kann Tee sehr gut unterstützen, denn er wirkt besonders gegen geistige Erschöpfung, wenn er in ruhiger und entspannter Atmosphäre getrunken wird.

Bereits zum Zeitpunkt der Entstehung der Kaffeehäuser in Europa wurde in diesen sowohl Kaffee als auch Tee konsumiert. Lediglich in jenen Ländern und Regionen, in denen sich der Tee stärker als der Kaffee etablierte, entstanden auch vermehrt Teehäuser und Teegärten. So konnte sich der Tee in Wien und Österreich nicht durchsetzen, denn vor allem die ausländischen Teesorten wollten den ÖsterreicherInnen gar nicht und die inländischen, also Teesurrogate, nur als Arznei behagen. Auch die „Teevisiten“, welche einige Damen der Gesellschaft im Zeichen der englischen Mode einzuführen versuchten, fanden nicht viele Anhängerinnen. Dass nach 1800 für einige Jahrzehnte der Tee in den gehobenen Schichten zum Modegetränk avancierte, war der herrschenden „mode à l’anglaise“ zu verdanken, aber auch der „Gemeinheit“ des zum Volksgetränk „herabgesunkenen“ Kaffees. Die Damen der höheren Wiener Stände gaben dem Trend der Zeit entsprechend sonntags um 19 Uhr exquisite Teegesellschaften.⁴⁵⁶

In den meisten europäischen Ländern wurde und wird der Tee neben dem Kaffee hauptsächlich in Kaffeehäusern konsumiert, während vielerorts bis heute Teefachgeschäfte den Handel mit Tee für die Zubereitung zuhause betreiben und auch einen eigenen Verkostungsbereich für ihre KundInnen anbieten. Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entstanden in Wien Teehäuser, die die Gäste mit erlesenen Teespezialitäten verwöhnen. Aber auch in den Kaffeehäusern hat sich in den letzten Jahrzehnten die Teekarte erweitert, wenngleich sie damit keine echte Konkurrenz zu den Teehäusern darstellen. Das Teehaus bietet im Vergleich zum Kaffeehaus eine Vielzahl unterschiedlicher Teesorten an, die in ruhiger und entspannter Atmosphäre und ohne Zeitdruck – ganz dem britischen Stil entsprechend – von wahren Tee- LiebhaberInnen ausgiebig genossen werden können. Gestalterisch folgen die Teehäuser oft der asiatischen oder der englischen Teetradition mit einer meist überschaubaren Anzahl an Sitzplätzen. Ihr Ziel ist es, einen noch kleinen Kreis von TeegenießerInnen mit erlesenen Teespezialitäten aus verschiedenen Regionen der Welt im stilvollen Ambiente zu bedienen und so dem Teetrinken einen ähnlichen Stellenwert wie dem Konsum von Kaffee zu verschaffen.

⁴⁵⁶ Sandgruber, Tee, 55.

7. Der Weg der neuen Heißgetränke zum Massenkonsumartikel – „Muntermacher für jedermann“

Um die Mitte des 18. Jahrhunderts war der Kaffee erst wenig über die Oberschichten hinausgekommen⁴⁵⁷ und für die Masse der Bevölkerung, also Arbeiter und Bauern, wurde er erst im 19. Jahrhundert erschwinglich.⁴⁵⁸ Gleichwohl versuchten sie bereits, das Genussverhalten der bürgerlichen Mittelschicht zu imitieren, wobei Surrogaten als Verbreitungskatalysatoren eine äußerst wichtige Rolle zukam.⁴⁵⁹

Die Sitte des Kaffeetrinkens breitete sich seit dem Beginn des 18. Jahrhunderts regional wie nach Sozialschichten ganz verschieden aus. Großbauern griffen eher zu Kaffee und auch bei den sich seit dem späten 18. Jahrhundert ausbreitenden Heimarbeiterfamilien auf dem Land, die mit städtischen Märkten Kontakt hatten, nahm das Kaffeetrinken schneller zu. Im Gegensatz dazu hielten die Kleinbauern, Tagelöhner und das Gesinde an der altüberlieferten morgendlichen Breikost und dem Dünnbier fest. Regional gesehen erfreute sich der Kaffee in den städtischen Bürgerhäusern bereits am Beginn des 18. Jahrhunderts einer zunehmenden Beliebtheit, während seine Verbreitung auf dem Land erst in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts erfolgte. Das Tempo der Kaffeerezeption wurde durch örtlich unterschiedliche Preise oder auch staatliche Verbote sowie das Maß der Nachahmungssucht mitbestimmt. Die Einführung des Kaffeetrinkens bedeutete überall eine Neugestaltung der Mahlzeitenordnungen. Am Ausgang des 19. Jahrhunderts war der tägliche Kaffee nahezu in allen Gegenden und Sozialschichten üblich geworden.⁴⁶⁰ Damit begann sein eigentlicher Siegeszug als globales Alltagsgetränk und sein weltweiter Verbrauch steigerte sich um das 15-fache. Die Gründe für die wachsende Nachfrage nach dem Getränk waren vielfältig. Neben die Industrialisierung, die mit ihren geregelten Arbeitsabläufen den Konsum des koffeinhaltigen Muntermachers begünstigte, und die allgemeine Akzeptanz des Kaffees als weithin goutiertes Kulturgut kam die Tatsache hinzu, dass der Kaffee immer billiger wurde.⁴⁶¹

7.1 Surrogate für die neuen Heißgetränke

Für die Frühe Neuzeit kann noch keine Rede davon sein, dass in den Ländern der Expansionsmächte, geschweige denn im übrigen Europa Tee und Kaffee gewöhnliche und beliebig oft genossene Volksgetränke gewesen wären. Zahlreiche Belege deuten darauf hin, dass sie von

⁴⁵⁷ Sandgruber, *Genüsse*, 76.

⁴⁵⁸ Kemptner, *Kaffee*, 61.

⁴⁵⁹ Menninger, *Genuss*, 425.

⁴⁶⁰ Teuteberg, *Kaffee*, 102 f.

⁴⁶¹ Krieger, *Kaffee*, 199 f.

der einfacheren Bevölkerung nur im Ausnahmefall, etwa an Sonn- und Feiertagen, genossen wurden und hier vor allem unser gewohntes Mengenverhältnis für die Zubereitung nicht als Maßstab dienen kann. Ferner spielten sog. „Surrogate“, also Ersatzstoffe, bei beiden Getränken nicht zuletzt für ihren beginnenden Konsum in den Unterschichten eine maßgebliche Rolle. Noch 1820 wurde selbst aus der Teenation Großbritannien berichtet, dass bereits gebrauchter Tee von der Masse mehrmals aufgebriht und Ersatztee aus Eschenlaub, Schlehen- und Holunderblättern hergestellt wurde. Surrogatkaffee, beispielsweise Gerste, Kastanien, Roggen, Weizen oder Brot in gerösteter und gemahlener Form, lässt sich schon im 17. Jahrhundert fassen – und zwar in Schriften ärztlicher Genussmittelbefürworter.⁴⁶²

Durch diese Getränke von ähnlichem Geschmack und Aussehen wie Kaffee und Tee wurde es der ärmeren Bevölkerung möglich, die Gewohnheit der Oberschicht zumindest der äußeren Form nach zu imitieren.⁴⁶³ Entscheidende Bedeutung erlangte der Surrogatkaffee jedoch bereits im vorangeschrittenen 18. Jahrhundert, als der Bohnenkaffee auch in die Mittelschicht vorgedrungen war und jetzt wohl entsprechende Begehrlichkeiten in der breiten Bevölkerung zu wecken begann.⁴⁶⁴ Solche Surrogate waren nicht nur wesentlich billiger, sondern auch von den Behörden lieber gesehen, da sie die Handelsbilanz nicht belasteten.⁴⁶⁵ Die Bedeutung der Kaffeesurrogate für den Siegeszug des Kaffees auch in durchschnittlichen Haushalten lag nicht nur in ihrem reinen Konsum, sondern auch darin, dass sie mitunter mit Bohnenkaffee vermischt getrunken wurden.⁴⁶⁶

7.1.1 Kaffeesurrogate

Der Kaffeeegenuss war schon zur Regierungszeit Maria Theresias nicht auf die wohlhabenden Schichten begrenzt geblieben. Auch die Bauern, die frühmorgens ihre Lebensmittel auf die Märkte brachten, wärmten sich mit Kaffee auf. Sie taten dies allerdings nicht in Kaffeehäusern, sondern bei den sog. „Fratschlerweibern“, die an den Stadttoren die Schale Kaffee sehr preiswert anboten, was meistens jedoch nur ein billiger Kaffeeersatz war.⁴⁶⁷

„Auch in Wien ist der Durst nach Kaffee bis unter die Tagelöhner und Marktweiber gekommen. Darum stehen in allen Vorstädten bis gegen Mittag hölzerne Ständchen, wo man für die Liebhaber aus dem Pöbel die Schale samt einem Kipfel für 1 Kreuzer

⁴⁶² Menninger, Genuss, 338 – 340.

⁴⁶³ Sandgruber, Genüsse, 79.

⁴⁶⁴ Menninger, Genuss, 340.

⁴⁶⁵ Sandgruber, Genüsse, 79 f.

⁴⁶⁶ Menninger, Genuss, 343.

⁴⁶⁷ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 92.

ausschenkt. Allein dies ist nicht wahrer Kaffee, sondern geröstete Gerste mit etwas Sirup versüßt, und jenes geringe Volk trinkt dieses Dekokt, weil es sich für 1 Kreuzer kein anderes so wohlschmeckendes und magenwärmendes Frühstück verschaffen kann.“

Johann Pezzl (zwischen 1786 und 1790)⁴⁶⁸

Im 19. Jahrhundert stellten noch die billigen Kaffeesurrogate das vorherrschende Kaffeegetränk für die Masse der Bevölkerung auf dem europäischen Kontinent dar. Vor allem für das Industrieproletariat, aber auch für die Landbevölkerung bildete der mit Zucker und Milch genossene Surrogatkaffee ein rasch konsumierbares Energiepaket.⁴⁶⁹ Aber auch bei einer Verknappung von Rohkaffee in Folge von Kriegen, wirtschaftlichen Notzeiten oder anderen Reglementierungen wurde vielfach, insbesondere in den weniger begüterten Schichten der Bevölkerung, auf Ersatzstoffe zurückgegriffen.⁴⁷⁰ Zudem setzte frühzeitig die Suche nach einem einheimischen Kaffeeersatz ein, nachdem auch durch hohe Einfuhrzölle, zeitweilige Konsumverbote und zusätzliche Verbrauchssteuern die wachsende Beliebtheit des Kaffeetrinkens nicht verhindert werden konnte. Diese Surrogate bildeten damit auch Genussmittel eigener Art, für die der Begriff „Kaffee“ streng genommen eigentlich nicht zutraf.⁴⁷¹ Die Kaffeesurrogate stellten einen wichtigen internationalen wie nationalen Handelsartikel dar und substituierten besonders während der beiden Weltkriege den echten Kaffee fast vollständig. Der Bohnenkaffee ist somit erst seit dem Übergang zur Wohlstandsgesellschaft zum wirklichen Alltagsgetränk aufgestiegen und hat seitdem den Surrogatkaffee nach mehr als hundert Jahren aus seiner Führungsposition verdrängt.⁴⁷²

Beim Kaffee wurde immer wieder versucht, diesen durch Ersatzstoffe zu kopieren oder die Menge durch Zusatzstoffe zu strecken.⁴⁷³ Die größte Rolle als deutscher Kaffeestellvertreter spielte die Wurzel der meist wild wachsenden, regional unterschiedlich benannten Zichorienpflanze oder Wegwarte,⁴⁷⁴ einer seit der Antike in Europa bekannten Pflanze, die als Arznei- und Salatpflanze verwendet wurde.⁴⁷⁵ Der neue „Cichorien-Caffee“ wurde von einem Hofgärtner in der Nähe von Erfurt in Thüringen erstmals systematisch gezüchtet und 1757 als Heilmittel ausdrücklich von ihm empfohlen, denn es rieche und schmecke wie echter Kaffee,

⁴⁶⁸ Pezzl, Kaffeehäuser, 21.

⁴⁶⁹ Menninger, Genuss, 342.

⁴⁷⁰ Linnemann, Kaffee, 25 – 27.

⁴⁷¹ Teuteberg, Kaffee, 122 – 125.

⁴⁷² Ebd., 127.

⁴⁷³ Linnemann, Kaffee, 27.

⁴⁷⁴ Teuteberg, Kaffee, 123.

⁴⁷⁵ Menninger, Genuss, 340.

sei aber wesentlich gesünder.⁴⁷⁶ Seit den 1770er Jahren wurde zudem im nördlichen Reichsgebiet, aber auch schon in der niederländischen Republik die Zichorie systematisch angebaut und in Betrieben zu Ersatzkaffeepulver verarbeitet. Für eine Getränkeportion an Zichorienpulver brauchte man nur die Hälfte von dem Gewicht aufzuwenden, die für die gleiche an geröstetem und gemahlenem Bohnenkaffee benötigt wurde.⁴⁷⁷

Daneben wurden aber auch Kerne und Samen von Pfirsichen, Kirschen, Datteln, Linsen, Erbsen, Kichererbsen, Feldbohnen, Saubohnen, Eicheln, Ross- und Esskastanien, Bucheckern, Haselnüsse, Wallnüsse, Sonnenblumenkerne, Johannisbeerkerne, Wasserschwertliliensamen, Spargelsamen, Klebkraut, Lupinen, Mandeln und Wicken verwendet. Auch viele Getreidesorten, wie Roggen, Gerste, Hafer, Reis, Mais, Hirse oder Dinkel, wurden genutzt. An Früchten kamen noch Hagebutten, Feigen, Birnen, Äpfel, Wacholderbeeren, Berbisbeeren, Vogelbeeren und Weißdornbeeren vor. An Wurzeln und Knollen benutzte man Schwarzwurzel, Mohrrübe, Zuckerrübe, Mangold, Runkelrübe, Rote Rübe, Kartoffeln, Erdmandeln, Quecken oder Löwenzahn.⁴⁷⁸ Dabei handelte es sich mithin um Produkte, die man problemlos selbst sammeln und gewinnen konnte, vor allem auf dem Land.⁴⁷⁹ Die Verbreitung dieser Ersatzstoffe war regional sehr unterschiedlich, größere Bedeutung als Kaffeeersatz besaßen lediglich Zichorienkaffee und Getreidemalz. Alle Kaffeeersatzstoffe wurden während der Verarbeitung wie „richtige“ Kaffeebohnen geröstet und gemahlen, wodurch sich bitterer Geschmack mit der Süße aus der Umwandlung von Stärke in Zucker kombinierte. Neben dem Aroma fehlte allen auch der für den Bohnenkaffee wesentliche Bestandteil Koffein.⁴⁸⁰ Die vielen Sorten des Ersatzkaffees dienten einerseits dazu, den teuren „echten“ Bohnenkaffee zu strecken und als Essenz auch geschmacklich zu verbessern, andererseits dazu, ein an Farbe, Geruch und Geschmack kaffeeähnliches Getränk herzustellen.⁴⁸¹ In vielen Haushalten wurde aber auch zwischen Feiertagskaffee, also „echtem“ Bohnenkaffee, und Alltagskaffee, bei dem es sich entweder um Ersatzkaffee oder eine Mischung aus „echtem“ und Ersatzkaffee handelte, unterschieden.⁴⁸² Medizinische Argumente für den Ersatzkaffee, die von magenschonend bis blutreinigend reichten, lieferten Ärzte oder Volksgesundheitsverantwortliche auf Bestellung oder aus Überzeugung zwischen 1700 und 1950 immer dann, wenn irgendwo der „echte“

⁴⁷⁶ Teuteberg, Kaffee, 123.

⁴⁷⁷ Menninger, Genuss, 340 – 342.

⁴⁷⁸ Linnemann, Kaffee, 27.

⁴⁷⁹ Menninger, Genuss, 341.

⁴⁸⁰ Linnemann, Kaffee, 27.

⁴⁸¹ Teuteberg, Kaffee, 125.

⁴⁸² Linnemann, Kaffee, 29.

Kaffee knapp war.⁴⁸³

Seit 1892 begann der Kathreiner Malzkaffee, ein aus Roggen und Gerste gemälztes Surrogat, dem Zichorienkaffee den Rang abzulaufen, denn dieser kam dem Bohnenkaffee geschmacklich näher und seine Herstellung war weniger aufwändig als sein Pendant aus der Zichorienwurzel.⁴⁸⁴ Weitere wichtige Marken, die heute ebenso wie Kathreiner zum Nestlé-Konzern gehören, sind Linde's Kornkaffee, Kneipp Malzkaffee und seit 1954 der Caro-Kaffee. Letzterer, der aus Gerste, Malz, Zichorie und Roggen hergestellt wird, war der erste sofortlösliche Surrogatkaffee und verdrängte allmählich nicht-lösliche Marken.⁴⁸⁵

7.1.2 Teesurrogate

Wenn man die vom Koffeingehalt abhängige anregende Wirkung des Tees als maßgebend betrachtet, dann kann nur der Matetee als Teesurrogat im eigentlichen Sinne bezeichnet werden, der aus Südamerika stammt und auch „Paraguaytee“ genannt wird. Diese zur Familie der Stechpalmengewächse zählende Pflanze hat eine anregende Wirkung, soll sich bei Schlankheitskuren bewähren und ihr Anbau wird heute auch in Asien betrieben.⁴⁸⁶

Es wird aber auch eine große Zahl von Aufgüssen von Früchten und Kräutern aller Art langläufig als „Tee“ bezeichnet und kann daher in einem erweiterten Sinne als Teesurrogat gelten.⁴⁸⁷ Denn nur Teesorten, die aus Blättern des Teestrauchs, lateinisch „*Camellia sinensis*“, bestehen, sind „echte“.⁴⁸⁸ Von „Kräutertee“, in Anlehnung an sein Original hergestellt aus getrockneten, altvertrauten Arzneipflanzen Europas, ist bereits im 17. Jahrhundert die Rede, nämlich als Ersatzmedizin für das Volk, dem der fernöstliche Tee unerschwinglich war.⁴⁸⁹

Einige dieser Tees werden nur zu Heilzwecken aufgrund ihrer jeweils besonderen Wirkung getrunken, so etwa der Kamillentee, der entzündungshemmend und krampflösend wirkt, oder der Brennnesseltee, der harntreibend wirkt. Der Pfefferminztee, der auch bei Magenbeschwerden hilft, wird oft auch von gesunden Menschen als Ersatz für den schwarzen Tee getrunken. Der aus der roten Malve zubereitete Tee mit seinem erfrischenden Geschmack und lebhaft roter Farbe wird als „Karkade“ bezeichnet und enthält außer den fleischigen Kelchblättern des Hibiskus noch andere Früchte.⁴⁹⁰

⁴⁸³ Heise, Kaffee, 84.

⁴⁸⁴ Menninger, Genuss, 342.

⁴⁸⁵ Linnemann, Kaffee, 29.

⁴⁸⁶ Rothermund, Tee, 187.

⁴⁸⁷ Ebd., 187.

⁴⁸⁸ Cheadle / Kilby, Tee, 90.

⁴⁸⁹ Menninger, Genuss, 340.

⁴⁹⁰ Rothermund, Tee, 187 f.

Die handelsüblichen Früchte- und Kräutertees bestehen meist nicht aus den Bestandteilen einer Pflanzenart, sondern sind Mischungen und es wird ihnen eher eine beruhigende als eine anregende Wirkung zugeschrieben. Einige werden besonders wegen ihres hohen Vitamin C-Gehalts empfohlen und manche Teemischungen enthalten auch Gewürze, wie Ingwer, Kardamom, Kümmel und Zimt, die allesamt verdauungsfördernd wirken. Zumeist geht es bei den Früchte- und Kräutertees auch nicht darum, den Genuss des „echten“ Tees zu ersetzen. Sie werden um ihrer selbst willen getrunken und sind dann keine Surrogate.⁴⁹¹

7.2 Kaffee und Tee als Massenkonsumartikel

Durch stetig steigende Importe wurde der Kaffee im Laufe der Zeit immer billiger und gewann damit auch für mittlere und untere gesellschaftliche Schichten an Attraktivität. Die stimulierende Wirkung des Koffeins prädestinierte das Getränk seit der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts dann vor allem als Genussmittel für die sich allmählich im Zuge der Industriellen Revolution herausbildende Arbeiterschicht.⁴⁹² So mehrten sich Stimmen, die behaupteten, dass Tee oder Kaffee in Nordwest-, West- und Mitteleuropa auch schon die Unterschichten, sogar auf dem platten Land, erfasst hätten.⁴⁹³ Anfang des 19. Jahrhunderts scheint der Preis von Kaffee und Tee im Vergleich mit dem vormals genutzten Hauptgetränk, dem Bier, nicht überdurchschnittlich hoch gewesen zu sein. Hieraus wird deutlich, dass Kaffee und Tee eigentlich keine Luxusgetränke mehr waren, was auch die große Verbreitung in den unteren Schichten der Bevölkerung erklärt und mit dem auch ein grundlegender Wandel der Ernährungsgewohnheiten einherging. Es ist festzuhalten, dass sich die damalige Zubereitung des Bohnenkaffees deutlich von der heutigen Praxis unterschied, denn es wurde wenig Kaffeepulver mit sehr viel Wasser aufgesetzt. Somit kann man davon ausgehen, dass große Quantitäten bei schlechter Qualität getrunken wurden.⁴⁹⁴

Im 19. Jahrhundert war der Kaffee zum wichtigsten Getränk und Nahrungsmittel der Arbeiter und vor allem auch der Arbeiterinnen geworden. Er war rasch zuzubereiten, konnte in den Fabriken und bei der Heimarbeit schnell zwischendurch getrunken werden und unterdrückte den Hunger und die Müdigkeit. In ländlichen Industrieregionen wurde der Kaffee viel früher als in rein bäuerlichen Landschaften aufgegriffen. Regelmäßig diente er zum Frühstück und für die Kinder wurde der Malzkaffee mit Milch ergänzt. Eine Tasse Kaffee oder Tee verwandelte eine kalte Mahlzeit in eine warme und war nicht nur billiger, sondern vor allem auch

⁴⁹¹ Rothermund, Tee, 188.

⁴⁹² Krieger, Kaffee, 145.

⁴⁹³ Menninger, Genuss, 337.

⁴⁹⁴ Linnemann, Kaffee, 23 f.

zeitsparender. Kaffee war die Beigabe, die zum Brot die Abwechslung und Anregung bot. Für die Bauern blieb der Kaffee bis ins 20. Jahrhundert ein meist vergeblich begehrtes Luxusgetränk. Nur sehr reiche Bauern konnten oder wollten sich ihn auch im Alltag leisten. Bei den meisten Bauern wurde der Kaffee nur zu ganz besonderen Anlässen aufgetischt. Von den Städten und Märkten aus verbreitete sich das Kaffeetrinken auf das Land. Aber nur in stadtnahen und sehr verkehrsoffenen Gebieten wurde der Kaffee schon im 19. Jahrhundert auch bäuerliches Alltagsgetränk und ersetzte die Suppen und Breie als Frühstücksspeisen. Im Allgemeinen blieb es die Regel, dass bis ins 20. Jahrhundert der Kaffee zum Frühstück den armen Bauern vom wohlhabenden trennte.⁴⁹⁵

Seinen endgültigen Durchbruch als alltägliches Konsumgut für jedermann in Europa erlebte der Bohnenkaffee aber erst nach dem Zweiten Weltkrieg, in der Zeit des „Wirtschaftswunders“ der 1950er Jahre. Mit vorbereitet hat diesen Prozess allerdings die Etablierung seiner Surrogatvorläufer besonders innerhalb der breiten Bevölkerung, ohne die sich womöglich der Bohnenkaffee gar nicht zum beliebten Alltagsgetränk hätte entwickeln können. Wie die Produktionsmengen für Rohkaffee und allein Zichorienpulver belegen, ist davon auszugehen, dass zwischen 1800 und 1950 Ersatzkaffee noch vor „echtem“ Kaffee unter den europäischen KonsumentInnen die größere Rolle spielte.⁴⁹⁶ Das Kaffeeservice wurde zum Statussymbol der 1950er Jahre, das in keiner bäuerlichen Aussteuer mehr fehlen durfte und vorerst einmal den Ehrenplatz im Gläserkasten der hohen Stube erhielt, als äußeres Zeichen, dass mit dem Kaffee auch im Bauernhaus der Anschluss an das städtische Vorbild und die Zivilisation der Industriegesellschaft hergestellt war.⁴⁹⁷

Dem vorangegangen entwickelten sich bereits im 18. Jahrhundert die den alten Wein- und Bierschenken nicht unähnlichen kleinen Kaffeewirtschaften, die das neue Genussmittel beim „einfachen Volk“ populär machten, die sich jedoch keines so guten Rufes erfreuten, weil in diesen Lokalen Prostitution und Glücksspiel betrieben wurden. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entstanden in vielen deutschen Städten auch sog. „Kaffeestuben“, meist in der Nähe von Bahnhöfen und Marktplätzen, in denen sich bereits die Form des billigen Kaffeetrinkens im Stehen entwickelte. Damit sollte im Verein mit der kommunal überall geförderten Volkskaffeehallenbewegung dem Missbrauch des Alkohols entgegengewirkt werden.⁴⁹⁸

Der bedeutendste Teeverbraucher Europas im 17. Jahrhundert waren die Niederlande, wo der Tee in einer Zeit, als er noch als Heilmittel und Luxusgut galt, in Apotheken verkauft wurde.

⁴⁹⁵ Sandgruber, *Genüsse*, 81 – 85.

⁴⁹⁶ Menninger, *Genuss*, 343.

⁴⁹⁷ Sandgruber, *Genüsse*, 86.

⁴⁹⁸ Teuteberg, *Kaffee*, 100, 116.

In der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts entstanden dort zunächst in den größeren und später auch in kleineren Städten die ersten speziellen Teefachgeschäfte. Schließlich lief England den Niederlanden den Rang als wichtigster Teekonsument ab und der Teekonsum erlebte hier im 18. Jahrhundert einen unvergleichlichen Aufstieg. Stellte der Tee hier anfangs das Getränk des Hofes und der gesellschaftlichen Eliten dar, so waren es um 1800 auch einfache Untertanen, denen der Tee eine wertvolle Ergänzung der täglichen Ernährung darstellte. Schon im ausgehenden 18. Jahrhundert war der Tee in England auch unter der Arbeiterbevölkerung stark verbreitet, während er in Schottland bei den unteren gesellschaftlichen Schichten erst seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts seinen Siegeszug erlebte.⁴⁹⁹ Im 19. Jahrhundert schließlich spielte der mit Zucker und Milch genossene Energielieferant Tee unter der englischen Arbeiterschaft eine ähnliche Rolle wie der auf dem Festland mit Zucker und Milch getrunkene Ersatzkaffee. Dass der Tee in England sogar schon im Laufe dieses Jahrhunderts tatsächlich zum Volksgetränk avancieren konnte, lag nicht nur an der britischen Dominanz im Chinahandel, sondern ebenso am schnellen Aufstieg der Teeproduzenten Britisch-Indien und Britisch-Ceylon, wo bald auf Kosten des Kaffeeanbaus die Teeerzeugung vorherrschte.⁵⁰⁰ Im Alten Reich hatte der Tee, anders als in Großbritannien, mit dem Kaffee die ganze Zeit hindurch einen übermächtigen Konkurrenten. Mitte des 18. Jahrhunderts scheint es, dass sich der Tee hauptsächlich im norddeutschen Raum mit seinen engen Kultur- und Handelskontakten zu den britischen Inseln und den Niederlanden durchsetzen konnte, was vor allem auf Hamburg zutraf.⁵⁰¹ Gegen Ende dieses Jahrhunderts konnte der Tee hier, wo er in Friesland bis heute das Volksgetränk bildet, weiter an Boden gewinnen. Die Kontinentalsperre von 1806 bis 1814 trug ebenfalls dazu bei, den Tee Genuss zu fördern, weil der sog. „Russische Tee“ oder „Karawanentee“ auf dem Landweg unkontrolliert eindringen konnte. Aber auch in den Berliner Salons der Biedermeierzeit wurde der Tee das bevorzugte Getränk.⁵⁰² Je weiter man in Deutschland hingegen nach Süden kam, umso unbedeutender wurde der Teekonsum und dementsprechend blieb hier auch die rechte Zubereitung des Tees oft unbekannt.⁵⁰³

⁴⁹⁹ Krieger, Tee, 152 – 156.

⁵⁰⁰ Menninger, Genuss, 344 f.

⁵⁰¹ Krieger, Tee, 156.

⁵⁰² Schiedlausky, Tee, 42 f.

⁵⁰³ Krieger, Tee, 156.

8. Aufkommen und Verbreitung neuer Utensilien zur Zubereitung und Darreichung der neuen Heißgetränke

Tee wie auch Kaffee stimulierte die Produktion von Geschirr bezüglich eines spezifischen, auf die neuen Heißgetränke hin abgestimmten Formensortiments nebst diversem Zubereitungszubehör. Wie frühneuzeitliche Lexika und Nachlassinventare belegen, gehörte hierfür, zumindest in wohlhabenden Kreisen, folgende Ausstattung zum guten Ton: Kessel, Kanne, Tassen, Untertassen, Löffel, Milchkanne, Zuckertopf, Zuckerzange, Servierbrett, Kaffee-, Tee- und Zuckerbüchsen sowie ein Brenner zum Rösten und eine Kaffeemühle zum Mahlen der Kaffeebohnen. Aber nicht allein zu deren Herstellung aus den traditionellen Materialien Silber, Zinn, Messing, Keramik und Fayence animierten die Heißgetränke. Sie motivierten auch die Erfindung eines neuen Produkts dieser Sparte, nämlich des Porzellans in Europa. Dabei führte die feine Trinkutensilie, in deren Kombination die Europäer den Tee in Fernost kennen gelernt hatten, zu dieser Innovation.⁵⁰⁴

Mit dem Konsumverhalten der Menschen vollzog sich auch ein Wandel der materiellen Kultur,⁵⁰⁵ denn für den Genuss von Kaffee und Tee gab es zunächst keine geeigneten Gefäße. Doch zusammen mit dem Tee wurden Porzellantassen ohne Henkel aus China importiert. Bis um 1750 gelangten hunderttausende dieser sog. „Koppchen“ nach Europa, deren Form die spätere europäische Geschirrproduktion für die neuen Heißgetränke prägte.⁵⁰⁶ Aufgrund der wachsenden Vorliebe für exotische Getränke tauchten Tee- und Kaffeeutensilien bereits im ausgehenden 17. Jahrhundert in einzelnen Haushalten adeliger oder fürstlicher Amtsträger auf.⁵⁰⁷ Spätestens im Laufe des 18. Jahrhunderts, als sich der Kaffee beim gehobenen Bürgertum durchsetzte, verfügten die wohlhabenden Haushalte der Stadt über eine angemessene Ausstattung zur Zubereitung und zum Servieren der Heißgetränke. Kaffee und Kaffeegeschirr gerieten einmal mehr zu einem Statussymbol, das man seinen Gästen gerne präsentierte. Der „coffée topf“ oder die „coffee kanne“ gehörte in jeweils unterschiedlicher Ausführung und Qualität bald zur Standardausstattung eines adeligen oder gutbürgerlichen Haushalts. Bald schon gehörte auch das Meißner Kaffeesevice ebenso zum gepflegten Kaffeegenuss wie zuvor das „ostindische porcellan“ aus China. Hinzu kamen Kaffeekessel sowie der mit Wachstuch bedeckte „Caffeetisch“, auf dem der „Türkentrunk“ angerichtet wurde. Selbst ärmere Handwerker konnten sich einen Kaffeetisch, Kessel und zwei oder drei Kaffeekannen

⁵⁰⁴ Menninger, Genuss, 408.

⁵⁰⁵ Krieger, Tee, 15.

⁵⁰⁶ Linnemann, Kaffee, 20.

⁵⁰⁷ Krieger, Tee, 159.

leisten, auch wenn diese dann nicht aus Silber, sondern lediglich aus Zinn waren.⁵⁰⁸ Auch die Zubereitung des Tees brachte das Aufkommen ganz neuer, bis dahin kaum bekannter Utensilien mit sich: Teekannen, Teeschalen und -tassen, Untertassen, Tee- und Zuckerdosen, Teemaschinen und vielerlei mehr. In immer größerem Umfang spielte auch Porzellan in Form von Teetassen, Teebehältern, Zuckerdosen und Milchkännchen eine Rolle.⁵⁰⁹

Daneben benötigte man auch spezielle Geräte zur Zubereitung des Tees, vor allem aber des Kaffees. Offenbar haben die Lust am Genuss der beiden Heißgetränke und ihre anregende Wirkung auch die technischen Phantasien beflügelt, wie man denn den Geschmack vor allem von Kaffee durch verbesserte Herstellungsmethoden noch verstärken könnte. Tee wurde von Beginn an fertig aufbereitet gehandelt und brauchte lediglich noch aufgebrüht werden. Einfache Siebe, entweder in die Kannentülle integriert oder extra bereitgehalten, waren praktisch und Filtertüten oder Einsatzsiebe aus Metall leisteten ebenfalls Hilfe. Kaffee dagegen wurde bis ins 20. Jahrhundert roh gehandelt, musste also selbst zuhause mit Hilfe von Kaffeetrommeln geröstet werden, bis geeignete Verpackungen auch den kurzfristigen Verkauf von Röstkaffee ermöglichten. Vor dem Kochen musste er noch mittels Kaffeemühlen gemahlen werden, entweder gleich in der Rösterei zum alsbaldigen Gebrauch oder wiederum zuhause unmittelbar vor dem Kochen. Erst die Vakuumverpackungen, die seit etwa 40 Jahren verbreitet sind, ermöglichen den Handel mit gemahlenem Kaffee.⁵¹⁰

Auch wenn sich der Tee- und Kaffeekonsum im Laufe des 18. Jahrhunderts immer stärker unter allen gesellschaftlichen Schichten verbreitete, war damit eine beträchtliche soziale Differenzierung verbunden. Obwohl der einfache Handwerker zwar Tee und Kaffee konsumiert haben mag, war der Besitz an einschlägigen Utensilien sehr begrenzt und beschränkte sich oft auf wenige Tee- und Kaffeekannen und ein Porzellan-Service, die meist den alleinigen Reichtum solcher Haushalte darstellten. Hingegen besaßen wohlhabende Tee- oder Kaffeetrinker meist mehrere Services, Teetische und Teemaschinen, hinter denen sich meist ein beträchtlicher materieller Wert verbarg.⁵¹¹

Die Formen des Kaffee- und Teetrinkens, wie wir sie heute kennen, entstanden im frühen 18. Jahrhundert. Ihre Geschichte ist im Grunde die Geschichte des Trinkgeschirrs, das eigens für die neuen Getränke entwickelt wurde. Das Service lässt sich als vergegenständlichtes Trinkritual bezeichnen, denn die Kaffee- oder Teetasse war im 18. Jahrhundert nicht einfach ein Gebrauchsgegenstand, den man so kurz angebunden wie möglich benutzte. Die Art und

⁵⁰⁸ *Krieger*, Kaffee, 143 f., 150.

⁵⁰⁹ *Krieger*, Tee, 15, 159.

⁵¹⁰ *Krueger*, Geräte, 79.

⁵¹¹ *Krieger*, Tee, 159.

Weise, wie man die Tasse, die Untertasse, den Löffel hielt, zum Mund führte, absetzte usw., wurde zu einem sozialen und kulturellen Erkennungszeichen. Die Genussmittel hatten einen wesentlichen Anteil an der Entdeckung der menschlichen Hand für die Mode und die Selbstdarstellung des Menschen. Die einzelnen Finger erhielten bestimmte praktische und ästhetische Funktionen. Daumen und Zeigefinger dienten dazu, die Tasse zu halten und zum Mund zu führen. Der kleine Finger wurde abgespreizt und seine Funktion war rein ästhetischer Art. Dies sind nur einige Beispiele der neuen gestischen Kultur, die bis heute nachwirkt.⁵¹²

An der Formenentwicklung des Trinkgeschirrs im 18. Jahrhundert lässt sich ablesen, welche gestischen Bedürfnisse hier Befriedigung suchten und wie sie sich gegebenenfalls die Formen selbst schufen. Die Tasse kam zusammen mit dem Kaffee und dem Tee aus dem Orient. Die arabische Kaffeeschale kannte jedoch weder den Henkel noch die Untertasse,⁵¹³ wohingegen bei der chinesischen Teetasse nur der Henkel fehlte. Denn die Chinesen und nach deren Vorbild ebenso die Japaner genossen und genießen bis heute ihren Tee aus henkellosen Porzellanschalen mit Untertasse, die Europa zunächst auch übernahm.⁵¹⁴ Die europäischen Innovationen des 18. Jahrhunderts – Henkel und Untertasse bei der Kaffeeschale sowie Henkel bei der Teetasse – erfüllten ursprünglich einen ganz praktischen Zweck. So sollte der Henkel die Hand des Trinkenden vor der Hitze des Getränks schützen und die Untertasse hatte die Funktion, das Getränk abzukühlen. Bis ins 18. Jahrhundert war es selbst in den besseren Kreisen der Gesellschaft üblich, aus der Untertasse zu trinken, die aus diesem Grund tiefer und bauchiger war als heute. Die ursprüngliche Funktion von Henkel und Untertasse geriet jedoch bald außer Gebrauch und in Vergessenheit. Das Ensemble von Tasse und Untertasse erforderte mehr Aufmerksamkeit und eröffnete reichere Möglichkeiten der Selbstdarstellung als die Tasse oder die Schale allein. Aus dem Becher getrunkenen Kaffee ist heutzutage Alltagskaffee, Küchenkaffee, also Kaffee ohne Ritual. Erst mit der Untertasse beginnt das Kaffeeritual, und es wird umso zwingender, je mehr weitere Serviceteile im Spiel sind. Der Genuss ist nicht nur eine Folge des Getränks, sondern ebenso der Geräte, die dazu entwickelt worden sind.⁵¹⁵

8.1 Porzellan

Eine Zeit, die zur Verfeinerung des Lebensstils so viel Kraft aufwandte, wusste sich auch die Gefäße zu verschaffen, in denen die neuartigen Getränke verwahrt, zubereitet, mit denen sie

⁵¹² *Schivelbusch*, *Paradies*, 187 – 191.

⁵¹³ *Ebd.*, 191.

⁵¹⁴ *Menninger*, *Genuss*, 220.

⁵¹⁵ *Schivelbusch*, *Paradies*, 191, 197.

ausgeschenkt und aus denen sie getrunken wurden. Es gab in Europa kein Material und keine Form, die ihnen angemessen erachtet wurden. Die Becher und Pokale aus verschiedenen Metallen eigneten sich nicht, weil man sich beim Trinken des heißen Inhalts die Lippen verbrennen konnte. Glas war wegen der Gefahr des Zerspringens ebenso ungeeignet wie Holz, das den Geschmack beeinflusste, oder keramische Erzeugnisse, die zu unansehnlich oder zu dickwandig und überdies schlecht zu reinigen waren. Die neuen Getränke verlangten nach Gefäßen, die in Material und Form ihrer Eigenart entsprachen. Da kamen aus dem Fernen Osten Gebilde aus einem Material, das in idealer Vollkommenheit den beliebten Getränken gemäß erschien – das Porzellan.⁵¹⁶

Mit dem in Europa erwachten Interesse an dem Exportgut Tee begann das Porzellan als zweiter wichtiger Handelsartikel hier eine Rolle zu spielen.⁵¹⁷ Dieses dünne, fast durchscheinende Material war schon in Fernost eng mit dem Teegenuss verknüpft und eine Kostbarkeit, die den Teekonsum auch optisch zum Statussymbol erhob. Frühes Teegeschirr in Europa kam ausschließlich aus China und wurde dort eigens für den hiesigen Markt produziert. Zu einem Teeservice gehörten neben den Schälchen oder „Koppchen“ die Teekanne, eine Teedose, Untertassen und ein Spülkumpf, ein tiefes Gefäß zum Spülen der Teeschälchen.⁵¹⁸

In Europa aber sollte das Porzellan nicht nur den Tee, sondern auch die beiden anderen modischen Heißgetränke Kaffee und Schokolade, optisch gut wahrnehmbar, in den Rang von Statussymbolen heben. Für die Ostindienkompanien ging dabei der Tee mit dem Porzellan eine zweckdienliche Absatzallianz auf den heimischen Märkten, aber auch eine vorteilhafte Transportsymbiose ein. Denn die Chinafahrer benötigten für die Verschiffung des leichten Tees erheblichen Ballast, schätzungsweise ein Viertel der Teeladung, wozu sich das schwere Porzellan bestens eignete. Es war damit eine echte Alternative zu herkömmlichen Ballaststoffen, wie Indigo, Salpeter oder Holz, und dank der guten Verpackung in Kisten zwischen Reisstroh gingen im Regelfall nur, wie speziell für die VOC-Exporte bekannt, fünf bis sieben Prozent der Porzellanware pro Schiffsladung zu Bruch. So war die EIC ab 1717, mittlerweile in Kanton engagiert, nicht nur zu einem regelmäßigen Tee-, sondern auch Porzellanhandel übergegangen. Europas Nachfrage galt einem beachtlich breiten Sortiment, das von dekorativen Einzelstücken, die hier schon im 17. und noch mehr im 18. Jahrhundert als schmückende Einrichtungsgegenstände beliebt wurden, über exquisite Gedecke bis hin zu grobem Gebrauchsporzellan reichte.⁵¹⁹

⁵¹⁶ Schiedlausky, Tee, 18.

⁵¹⁷ Menninger, Genuss, 218.

⁵¹⁸ Ziegler, Tee, 57.

⁵¹⁹ Menninger, Genuss, 218 – 220.

Die breiten Trinkschalen nach chinesischem Modell und die kleinen, halbkugelförmigen Tassen nach orientalischem Modell wurden bereits vor 1700 auf die Unterschale oder Untertasse gestellt und danach zunehmend mit einem Henkel versehen.⁵²⁰ Sowohl die Kaffee- als auch die Teekannen aus Porzellan, die im 18. Jahrhundert in Europa aufkamen und zuvor verwendete Metall- und Keramikgefäße zu verdrängen begannen,⁵²¹ können ihre orientalische Herkunft nicht verleugnen.⁵²² Teekannen aus Porzellan waren in Ostasien allerdings nicht gebräuchlich, denn man verwendete zum Ausschenken des Getränks nur verhältnismäßig kleine, niedrige, bauchige Kannen aus braunem Steinzeug. So wurden zunächst chinesische Vasen durch Hinzufügung eines silbernen Ausgusses und Henkels zu Kannen umgearbeitet. Zusehends wurde versucht, eine dem europäischen Geschmack entsprechende Form des Trinkgeschirrs zu schaffen.⁵²³ Dass Teekannen eine niedrige, gedrückte Apfelform haben und Kaffee Kannen hochgestreckt und birnenförmig sind, liegt nicht an der Beschaffenheit der Getränke, sondern an ihrer Herkunft.⁵²⁴ So war die Teekanne dem pfirsichförmigen chinesischen Reisweingefäß und die Kaffee Kanne dem schlanken Metallgefäß, in dem in der arabischen Welt der Kaffee aufgebrüht wurde, nachempfunden.⁵²⁵ Die Kaffee Kanne könnte auch eine eigene europäische Erfindung gewesen sein, für deren Form vermutlich Weinkannen, die China in den Nahen Osten exportierte, nicht ohne Einfluss waren. Da Porzellan ein schlechter Wärmeleiter ist, konnten auch die Henkel der Kannen aus dem gleichen Material sein.⁵²⁶ Hoch angesetzte Schnäpauen verhinderten, dass Kaffeesatz vom Boden der Kanne in die Tasse kam und eine tief angesetzte Tülle hinderte die oben schwimmenden Teeblätter daran, in die Tasse zu laufen.⁵²⁷ Die damals für die einzelnen Getränke geschaffenen Formen haben sich mit nur geringfügigen Abweichungen bis auf den heutigen Tag gehalten.⁵²⁸

Die steigende Porzellannachfrage in Europa erklärt sich nicht nur aus der zeitgenössischen Chinabegeisterung und der Schönheit des dünnen, durchscheinenden Materials, sondern auch aus dem Qualitätsvorteil des Porzellans gegenüber den in Europa verfügbaren Pendants.⁵²⁹ Die Europäer nahmen den Chinesen nur zu Beginn ihrer Handelsbeziehungen das Porzellan wahl- und kritiklos ab, denn schon ab 1620 gaben die Holländer genau spezifizierte Bestellungen auf, die auch die Formen vorschrieben. Hatte man im Porzellan fernöstlicher Herkunft ein

⁵²⁰ Heise, Kaffee, 107.

⁵²¹ Menninger, Genuss, 220.

⁵²² Heise, Kaffee, 108.

⁵²³ Schiedlausky, Tee, 23.

⁵²⁴ Heise, Kaffee, 108.

⁵²⁵ Menninger, Genuss, 220.

⁵²⁶ Schiedlausky, Tee, 24.

⁵²⁷ Krueger, Porzellan, 35.

⁵²⁸ Schiedlausky, Tee, 23.

⁵²⁹ Menninger, Genuss, 221.

für den Genuss von Tee und Kaffee ideales Material gefunden, so genügten die importierten Gefäßformen auf die Dauer nicht den europäischen Ansprüchen und sie wurden nun mehr und mehr dem europäischen Geschmack angepasst.⁵³⁰ Die europäischen Einkäufer reagierten auch durch gezielte Bestellungen sensibel auf den heimischen Bedarf – und zugleich die chinesischen Produzenten flexibel auf die Wünsche ihrer Kunden. Erst ab 1780, nach dem Höhepunkt der europäischen Chinabegeisterung, begann der Porzellanabsatz aus Fernost zu stagnieren, wobei hier auch schon die seit dem frühen 18. Jahrhundert in Europa selbst beginnende Porzellanherstellung hinein spielte.⁵³¹

Johann Friedrich Böttger, der in den Diensten des sächsischen Kurfürsten Friedrich August I. stand, war es 1709 nach jahrelangen Versuchen gelungen, Porzellan nach fernöstlichem Vorbild zu erzeugen und 1710 wurde die erste Porzellanmanufaktur auf europäischem Boden in Dresden gegründet und noch im selben Jahr nach Meißen verlegt. Damit war es erstmals gelungen, sich von der Importware der bis dahin weltweit einzigen Porzellanproduzenten, nämlich Chinas und Japans, unabhängig zu machen. Sachsen konnte sein Porzellanmonopol innerhalb Europas jedoch nicht lange wahren, denn das Geheimnis der Porzellanherstellung breitete sich über die Landesgrenzen hinaus aus. Seit der Mitte des 18. Jahrhunderts setzte in Europa ein regelrechter Gründungsboom an Porzellanmanufakturen ein, und zwar im Reich – Preußen und Österreich – wie auch in Frankreich, Großbritannien, Italien, der niederländischen Republik, Schweden und Dänemark. Teils gingen aus diesen Gründungen bis heute traditionsreiche Porzellanfirmen hervor, wie etwa Meißen, Fürstenberg oder Nymphenburg. Die berühmte Wiener Porzellanmanufaktur – nach Meißen die zweitälteste Europas – war im Jahr 1718 entstanden. Diese Gründungen beruhten nicht nur auf privater Initiative, sondern wurden auch durch Könige und Fürsten forciert. Denn die landeseigene Herstellung des feinen Porzellans bedeutete nicht zuletzt einen Prestigegewinn für die Höfe Europas.⁵³²

Doch bereits im 17. Jahrhundert kopierten die Delfter Fayence-Hersteller⁵³³ sowohl die Formen als auch die Dekore der kleinen henkellosen „Koppchen“. Denn die Form der Porzellantassen aus China prägte die europäische Geschirrproduktion für die neuen Getränke. Diese Gestaltung entsprach der damaligen Mode der Chinoiserien, der Vorliebe für Kunstwerke im exotisch-fernöstlichen Stil, sodass sich die europäischen Porzellanmanufakturen noch lange

⁵³⁰ Schiedlausky, Tee, 22.

⁵³¹ Menninger, Genuss, 221.

⁵³² Ebd., 408 f.

⁵³³ Fayence, auch Majolika genannt, diente dem Bürgertum als „Porzellanersatz“. Dieses helle Steinzeug erhielt eine weiße Zinnglasur und sieht daher Porzellan ähnlich, ist aber undurchsichtig und durch die dicke Glasur grober in den Formen. Krueger, Porzellan, 39.

nach der Erfindung des Hartporzellans an dieser Gestaltung orientierten.⁵³⁴ Rasch erweiterte sich das Porzellansortiment dieser Manufakturen über die für die Heißgetränke bestimmten Gefäß- und Formtypen hinaus und führte, auch aufgrund der vorteilhaften Geschmacksneutralität, der Hitzeresistenz⁵³⁵ und der leichten Reinigung des Materials dank seiner glatten, dauerhaften Glasur, zur Produktion ganzer Tafelservice. Das Angebot an Formen und Dekoren war in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, als die europäischen Manufakturen zur vollen Entfaltung gekommen waren, von nicht zu überbietender Reichhaltigkeit. Trotzdem wurde auch weiterhin asiatisches Porzellan von Holland, England und Schweden importiert.⁵³⁶ In den heimischen Porzellanmanufakturen wurde seit dem letzten Drittel des 18. Jahrhunderts vermehrt einfacheres und billigeres Porzellan für die Bürger hergestellt und um 1800 gebrauchten schließlich auch auf dem Land Beamte, Pastoren, Kaufleute, Akademiker und größere Vollerwerbslandwirte Porzellan in ihren Haushalten, und zwar Kaffee- und Teegeschirr, vor allem Tassen, aber nur selten Tafelgeschirr. Die Industrialisierung im 19. Jahrhundert machte auch vor der Porzellanherstellung nicht halt. Neue Techniken ermöglichten neben der hochwertigen Manufakturherstellung eine billige Massenfertigung dekorierten Porzellans. Stahl- und später Buntdruck lösten vielfach die Handmalerei ab und seitdem ist Porzellan in nahezu allen Haushalten zu finden.⁵³⁷ Somit löste das Porzellangeschirr, unterstützt durch die industrielle Massenerzeugung, die Metall- und Keramikwaren, aus denen man speiste, in allen Bevölkerungsschichten Europas ab.⁵³⁸

Daneben erwuchs dem Porzellan für die Darreichung der beiden Heißgetränke mit alternativen Materialien eine große Konkurrenz. Neben das europäische Porzellan – welches bereits in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts auf Kosten des chinesischen eine immer größere Bedeutung erlangt hatte – traten nun andere, keramische Materialien, die mit dem Aufstieg vor allem englischer Geschirrfabriken, wie Wedgwood, in Verbindung standen. Unter den wohlhabenderen KonsumentInnen erlangten neben Porzellan und Keramik in zunehmendem Maße auch silberne Tee-Utensilien aus englischer Produktion Bedeutung. Wurde in der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts oftmals noch das porzellanene Original aus dem Reich der Mitte imitiert, gingen später vor allem die in Großbritannien ansässigen Hersteller zu eigenen Designs über.⁵³⁹

⁵³⁴ Krueger, Porzellan, 33.

⁵³⁵ Menninger, Genuss, 409.

⁵³⁶ Schiedlausky, Tee, 18 – 20, 28.

⁵³⁷ Krueger, Porzellan, 36 f.

⁵³⁸ Menninger, Genuss, 409.

⁵³⁹ Krieger, Tee, 161.

8.2 Der Röstzylinder, die Kaffeemühle und die Filtertechnik

Im Gegensatz zum Tee, der vom Endverbraucher nur noch in einem Gefäß mit kochendem Wasser aufgebrüht werden musste, waren im Falle des Kaffees mehrere Arbeitsschritte notwendig. Erst nach den Vorbereitungen Rösten und Mahlen konnte dieses Heißgetränk zubereitet werden.⁵⁴⁰ Das Rösten der Rohbohnen geschah zunächst in offenen Pfannen über Feuer, wobei die Bohnen ständig bewegt werden mussten, damit sie gleichmäßig geröstet wurden und nicht anbrannten.⁵⁴¹ Aus Arabien kannte man den Trommelröster oder Röstzylinder, ein handliches, zylinderförmiges Gerät mit Löchern,⁵⁴² das, auf zwei Gabeln liegend, mit einer Kurbel über dem offenen Feuer gedreht wurde. Bald kamen spezielle Schüttelröster auf, bei denen die Bohnen in zwei zusammengeklappten Blechkästen im offenen Herdfeuer beim Rösten aufgeschüttelt werden konnten. Am Ende des 19. Jahrhunderts ersetzten die geschlossenen „Sparherde“ oder „Kochmaschinen“ die offenen Herdfeuer in den Küchen und die Schüttel- und Trommelröster wurden von Einsatzröstern abgelöst. Diese konnten auf der Herdplatte passend eingesetzt werden und erhielten die nötige Hitze direkt aus der Herdflamme.⁵⁴³ Bereits seit etwa 1800 röstete die Hausfrau ihre Kaffeebohnen aber immer seltener auf dem heimischen Herd. Stattdessen verließ sie sich auf die Röstkünste des Kaffeehändlers bzw. auf die des „Kaffeemanns“, der in Deutschland nachweisbar seit 1710 auf Straßen und Gassen das Röstgewerbe betrieb. Ab der Mitte des 19. Jahrhunderts gab es in jeder Stadt mehr oder weniger große Kaffeeröstereien, die auf Maschinen rösteten. Damit können unterschiedliche Rösttiefen erzielt werden, die von mittelhell in Deutschland bis sehr dunkel in Italien und Frankreich reichen und sich im Geschmack bemerkbar machen.⁵⁴⁴

Das Zerkleinern der Kaffeebohnen nach dem Rösten geschah zunächst in Mörsern, die in jeder Küche zum Zerstampfen von Drogen und Gewürzen vorhanden waren. Bald aber wurde eigens für den Kaffee ein besonderer Mörser benutzt, der aus geschmacks- und geruchsneutralem Material, wie Stein oder Metall, war. Trotz der möglichen geschmacklichen Vorteile des gestoßenen Kaffees waren die Stunden des Kaffeemörser in den europäischen Ländern gezählt.⁵⁴⁵ Denn seit dem 17. Jahrhundert kam auch in Europa ein schon in der Ursprungskultur des Kaffeekonsums entwickeltes Gerät, nämlich die Kaffeemühle, in Form eines schlanken Gefäßes zum Einsatz. Aus diesem Prototyp, der den heute verwendeten Pfeffermühlen ähnlich war, ging rasch die klassische, aus einem quadratischen Holzkasten mit

⁵⁴⁰ Menninger, Genuss, 318.

⁵⁴¹ Krueger, Geräte, 79.

⁵⁴² Menninger, Genuss, 318.

⁵⁴³ Krueger, Geräte, 79, 83.

⁵⁴⁴ Heise, Kaffee, 64 f.

⁵⁴⁵ Ebd., 99.

Schubfach bestehende Kaffeemühle hervor.⁵⁴⁶ Trotz vieler Unterschiede der äußeren Form, aber auch des Materials – Holz, Metall, Keramik – und des Antriebs mittels Kurbel oder Schwungrad, hat sich der Zerkleinerungsmechanismus, das Mahlwerk aus Metall, im Laufe der Jahrhunderte nicht verändert. Abgesehen von den wenigen Luxusausführungen war die Kaffeemühle überwiegend einfach und zweckmäßig. Spätestens seit 1850 gehörte sie zu den unentbehrlichen Küchengeräten aller sozialen Schichten und man fand sie in herrschaftlichen Haushalten ebenso wie im proletarischen Milieu, häufig in derselben Ausführung.⁵⁴⁷ Die in den 1950er und 1960er Jahren weit verbreiteten elektrischen Schlagwerk-Mühlen erhitzten das Kaffeemehl jedoch so sehr, dass das Aroma litt. Sie wurden von Maschinen mit Kegel- oder Scheibenmahlwerken abgelöst, die dem Mahl-Prinzip der alten Handkurbelmühlen nachempfunden sind.⁵⁴⁸

Kaffeersatz wird im Getränk als störend empfunden, weshalb es bereits seit dem 18. Jahrhundert immer wieder Versuche gab, ihn schon beim Aufbrühen herauszufiltern. Kaffee wurde entweder aufgekocht oder direkt aufgebrüht, doch der Kaffeesatz blieb bei beiden Verfahren in der Kanne. Um diesen oder die Teeblätter vom Getränk zu trennen, goss man jenes von der Kanne zunächst in die Tasse und von dieser vorsichtig in die Unterschale und schlürfte das Getränk aus der hochbordigen Schale, wodurch Satz oder Blätter teilweise in der Tasse und in der Unterschale zurückblieben.⁵⁴⁹ Noch um 1800 gehörte daher zu einem Kaffeesevice eine Spülkumme, in der man diese beiden Teile zwischendurch ausspülen konnte.⁵⁵⁰ Erst am Anfang des 19. Jahrhunderts kam diese Sitte außer Mode, vielleicht im Zusammenhang mit der Entwicklung der Kaffeemaschinen.⁵⁵¹

Erfolgreiche Verfahren des Filterns von Kaffee oder Tee kamen erst am Anfang des 20. Jahrhunderts auf. Die Infusionsmethode ist die früheste Filtertechnik und sie ist seit dem Beginn des 18. Jahrhunderts bekannt. Dabei wurde ein Leinensäckchen mit Kaffeepulver oder Tee gefüllt und zum Überbrühen in die Kanne gehängt. Der große Nachteil dieser Technik war jedoch, dass das Leinen nicht geschmacksneutral war und schnell unansehnlich wurde. Auch andere Versuche zum Kaffeefiltern waren nicht recht befriedigend, weshalb an der alten Technik des einfachen Überbrühens und des Durchlaufens des Getränks durch einen Filter weitergearbeitet wurde. Weit verbreitet war der „Hamburger Spitzfilter“, ein Kaffeefilter aus emailliertem Weißblech, in den eine gefaltete Papiertüte gesteckt wurde. Beim heute noch

⁵⁴⁶ Menninger, Genuss, 318.

⁵⁴⁷ Heise, Kaffee, 100 f.

⁵⁴⁸ Krueger, Geräte, 85.

⁵⁴⁹ Linnemann, Kaffee, 23.

⁵⁵⁰ Krueger, Geräte, 80.

⁵⁵¹ Linnemann, Kaffee, 23.

erhältlichen „Karlsbader Filter“, den es seit dem Ende des 19. Jahrhunderts in verschiedenen Varianten gibt, besteht das Sieb aus feinen Keramikstreben. Da Porzellan geschmacksneutral ist, gilt diese Filtermethode als die beste. Die wichtigste Neuheit war aber sicherlich der Kaffeefilter von Melitta Bentz aus Dresden, denn dieser aus Papier mit einem hohen Reinheitsgrad hergestellte Kaffeefilter blieb auch unter großer Hitze geschmacksneutral und weichte sich weder auf noch durch. Das neue Material Aluminium, aus dem der Behälter mit dem Bodensieb bestand, verhinderte die Korrosion des Filters. 1908 hatte Melitta Bentz das Prinzip erfunden, das heute nach wie vor in Verwendung ist. Lediglich der Stammsitz des Unternehmens wurde im Jahr 1929 von Dresden nach Minden verlegt.⁵⁵²

8.3 Zubehör aus Silber, Messing und Edelhölzern

Da die Importprodukte Kaffee, Tee und Schokolade bis ins 18. Jahrhundert hinein kostspielige Luxusartikel waren, sollte auch das passende Geschirr aus wertvollen Materialien bestehen. Silber diente schon seit langem als edler Werkstoff für Luxusgeschirr, aber für Tassen kam es nicht in Frage, denn man hätte sich dabei die Lippen verbrüht.⁵⁵³ Das vierteilige Frühstücksservice aus Silber kam nach 1800 mit der endgültigen Etablierung des Kaffees als bürgerliches Morgengetränk mehr und mehr in Gebrauch. Es stammte ursprünglich aus England und bestand aus Kaffeekanne, Teekanne, Sahnekännchen und Zuckerdose.⁵⁵⁴ Damit man sich nicht die Finger verbrennen konnte, applizierte man den Kannen Griffe aus Bein oder edlen Hölzern.⁵⁵⁵ Daneben wurden auch Messing, Kupfer und Zinn zu Kannen für die neuen Getränke verarbeitet, wobei anfangs Kaffee-, Tee- oder Schokoladekannen in der Form nicht unterschieden wurden.⁵⁵⁶

Zucker war ebenfalls ein Luxusprodukt, dessen Genuss Arm und Reich unterschied, denn die Wohlhabenden tranken Kaffee und Tee gesüßt und mit Milch. Adel und Bürgertum demonstrierten noch um 1800 mit besonders aufwändig gefertigten Zuckerbehältern ihren herausgehobenen Stand und häufig waren diese silbernen Dosen abschließbar, um zu verhindern, dass die Dienstboten dem Reiz des kostbaren Zuckers erlagen.⁵⁵⁷

Das Tee-Ensemble aus Porzellan, Keramik und / oder Silber wurde idealerweise durch edle Teetische aus Mahagoni oder in anderen Ausführungen komplettiert.⁵⁵⁸ Die Teebüchse, ein

⁵⁵² Krueger, Geräte, 80 – 84.

⁵⁵³ Krueger, Porzellan, 39.

⁵⁵⁴ Heise, Kaffee, 109.

⁵⁵⁵ Krueger, Porzellan, 39.

⁵⁵⁶ Schiedlausky, Tee, 23.

⁵⁵⁷ Krueger, Porzellan, 39.

⁵⁵⁸ Krieger, Tee, 163 f.

meist kantiges Behältnis mit kurzer, enger Öffnung, nicht immer aus Porzellan, sondern gelegentlich auch aus Fayence oder Metall, bemalt, lackiert oder mit Seide bezogen, fand ebenfalls ihren Platz auf dem Tisch. Diese in England „caddy“ genannte Teedose war in den Jahrzehnten um 1800 noch aus kostbarem Mahagoni- oder Rosenholz, für mehrere Teesorten eingerichtet, beliebt.⁵⁵⁹

Alle diese Gegenstände waren aber nicht allein Gebrauchsutensilien, sondern sie vermittelten in Verbindung mit dem Genuss teurer, exotischer Getränke gleichzeitig in höchstem Maße gesellschaftliches Prestige sowie Geschmack, und das Design der Utensilien für die Heißgetränke ging seit dem 18. Jahrhundert mit der Mode der Zeit.⁵⁶⁰

8.4 Kaffee- und Teemaschinen

Unter den Maschinen ist die „Dröppelminna“ sicherlich die älteste, die bereits 1678 schriftlich erwähnt wurde. Eigentlich war sie nur ein Gerät zum Warmhalten, gleich ob Tee oder Kaffee, bei dem unter einem Metallbehälter, in der Luxusausführung auch aus Porzellan, ein Kohlenbecken, eine Kerze oder ein Spiritusbrenner stand. Ihr Name leitete sich davon ab, dass die Hähne dieser Spender oder Warmhaltekanen nicht ganz dicht schlossen und die Kannen daher leicht tropften. Als technische Weiterentwicklung erhielt die „Dröppelminna“ zur besseren Hitzeverteilung mittig eine Art Schornstein eingesetzt, durch den die heiße Luft zog, sodass das Getränk nicht nur von unten erhitzt wurde.⁵⁶¹

Als „echte“ Kaffeemaschinen werden die Geräte bezeichnet, in die kaltes Wasser und gemahlenes Kaffeepulver in getrennte Sektoren gefüllt werden, die so angeordnet sind, dass nach Wärmezufuhr ein gefilterter Kaffee zur Verfügung steht.⁵⁶² Die Kombination von Erhitzen und Filtern führte zur Entwicklung der zweistufigen Seihkannen, die ab 1795 aufkamen. Die Kippkanne und die „Napoletana“ arbeiteten beide nach dem gleichen Prinzip. Zunächst wurde das Wasser mit dem Brenner zum Kochen gebracht und anschließend die Kanne von Hand gekippt oder umgedreht, damit das heiße Wasser durch den Kaffee laufen konnte. Das mechanische Umdrehen von Hand erübrigte der um 1820 entwickelte Dampfdruck-Perkolator. Dabei wurde das in der Kanne erhitzte, unter Druck stehende Wasser durch ein Steigrohr über das auf einem Filter liegende Kaffeemehl geleitet und brühte so den Kaffee auf, der in den Wasserbehälter zurücklief. Diese sog. „Wiener Kanne“ oder „Doppelglasballonmaschine“ kochte zwar alleine, doch musste der Filterkreislauf zur rechten Zeit unter-

⁵⁵⁹ Schiedlausky, Tee, 26.

⁵⁶⁰ Krieger, Tee, 164.

⁵⁶¹ Krueger, Geräte, 81 f.

⁵⁶² Heise, Kaffee, 103.

brochen werden, damit der Kaffee nicht immer wieder durchlief. Die technische Weiterentwicklung war die waageförmige Maschine der Firma Eicke aus Berlin, die einen Löschmechanismus für die Flamme hatte, der den Filterkreislauf automatisch unterbrach.⁵⁶³

Seit den 1760er Jahren erlangte auf dem Kontinent die Teemaschine oder „Tee-Urne“, ein Wasserbehälter im klassizistischen Design, in dem das Teewasser zum Kochen gebracht und warm gehalten werden konnte, eine immer größere Bedeutung. Sie hatte sich aus dem sog. „Tee-Brunnen“ entwickelt, war aber nicht mehr wie dieser mit einer Tülle als Ausgießer, sondern mit einem Hahn versehen. Anfangs wurde das Wasser im Inneren durch glühende Holzkohlen erhitzt, seit 1774 kam zunehmend ein patentiertes Bolzeneisen zum Einsatz. Dieses dem Samowar ähnelnde Gerät, das seinen Ursprung in England hatte, bildete durch sein repräsentatives Äußeres den Mittelpunkt des Teetisches und wurde dekorativ von den übrigen silbernen oder porzellanenen Utensilien umgeben. In den ersten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts waren diese Teemaschinen schon in verschiedenen Materialien, Designs und Qualitäten erhältlich.⁵⁶⁴

Die Elektrifizierung seit dem Anfang des 20. Jahrhunderts wandelte auch die Haushaltsgeräte zur Zubereitung von Kaffee und Tee. Der Tauchsieder erleichterte das Wasserkochen und in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts etablierten sich elektrische Kaffeemaschinen und -mühlen. Die Kaffeemaschinen setzen im Grunde bis heute das Prinzip der Perkulatormaschinen aus dem beginnenden 19. Jahrhundert durch die Beheizung des Steigrohres fort.⁵⁶⁵

9. Revolutionen im 20. Jahrhundert und aktuelle Tendenzen – Kaffee und Tee in neuer Aufmachung

Kaffee und Tee erfinden sich immer wieder neu – sei es in Bezug auf ihre Zubereitungsmethoden, das technische Equipment und vor allem ihre Sortenvielfalt. Neue Trends bei der Zubereitung der beiden Heißgetränke durch Aufgießen der gerösteten Bohnen bzw. der Teeblätter mit kaltem Wasser machen aus ihnen moderne Erfrischungsgetränke. Der legendäre indonesische „Kopi Luwak“, der aus dem Kot von Schleichkatzen, die mit Vorliebe Kaffeekirschen verzehren, hergestellt wird und chinesische Teepflanzen, die mit Panda-Kot gedüngt werden, gelten bei Connaisseurs als Edelprodukte und sind entsprechend teuer.⁵⁶⁶ Dies sind nur einige Beispiele, denn angesichts der großen Zahl von modernen Kaffee- und Teetrends ist es in der vorliegenden Arbeit nicht möglich, auf alle einzugehen.

⁵⁶³ Krueger, Geräte, 82 f.

⁵⁶⁴ Krieger, Tee, 162 f.

⁵⁶⁵ Krueger, Geräte, 84.

⁵⁶⁶ Krieger, Kaffee, 251.

9.1 Tee

Großbritannien und insbesondere London besaßen nicht nur beim Teehandel eine weltweite Führungsrolle, sondern auch bei der Vermarktung dieses Getränks. Vor allem Lyons avancierte zum Prototypen der Teehauskette, welches im Jahr 1900 bereits 250 Tea-Shops im ganzen Land betrieb. Seit 1904 vertrieb das Unternehmen neben dem Geschäft mit den Teehäusern über ein weitgefasstes Distributionsnetz auch abgepackte Tees für den Konsum daheim. Aus einigen der frühen Teehandelsgesellschaften entwickelten sich im Laufe des 20. Jahrhunderts bedeutende Konzerne, die den britischen und kontinentaleuropäischen Markt bis heute dominieren.⁵⁶⁷ Besonderes Gewicht hat der Unilever-Konzern, der zunächst die traditionsreiche Firma Lipton und 1984 auch Brooke Bond erwarb. Thomas Lipton war ein Revolutionär der Teevermarktung und er lieferte seit 1889 den Tee in haushaltsgerechten kleinen Päckchen an den Einzelhandel, während dieser zuvor den Tee lose verkauft hatte. Mit Liptons Packungen wurde der Tee zum Markenartikel.⁵⁶⁸

Der Erfolg der großen Teehandelsunternehmen gründete sich vor allem auf die Etablierung bekannter Markenprodukte. Schon in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts hatte in Großbritannien ein mit Bergamotte-Öl aromatisierter Tee unter der Bezeichnung „Earl Grey Tea“ besondere Aufmerksamkeit erlangt, der vom Londoner Unternehmen Jacksons of Piccadilly erstmals verkauft wurde. Sein Name leitete sich von Charles Grey ab, dem zweiten Earl Grey, der zwischen 1830 und 1834 das Amt des britischen Premierministers bekleidete. Einige Zeit nach dem „Earl Grey Tea“ wurde die Sorte „Lady Grey“ als Konkurrenzprodukt von dem Hause Twinings erfunden, ein mit dem Aroma von Zitrone und Sevilla-Orangen versetzter Tee. Ebenso ließ sich Twinings in Konkurrenz zu Jacksons von einem Nachfahren des legendären Earls auch Namensrechte am „Earl Grey Tea“ zusichern. Heute ist diese Sortenbezeichnung Allgemeingut und nicht mehr an bestimmte, besonders privilegierte Produzenten gebunden.⁵⁶⁹

Unsere moderne Vorstellung vom Tee ist geprägt vom schnellen Aufguss eines Teebeutels, vom modisch aromatisierten Tee oder gar vom Instantgetränk, die alle mit dem ursprünglichen Produkt, wie es seit Jahrtausenden im Reich der Mitte und seit dem 17. Jahrhundert auch bei uns in Europa getrunken wird, kaum mehr etwas zu tun haben.⁵⁷⁰ Der Aufgussbeutel erleichterte den Massenkonsum des Tees wesentlich, weil er die Zubereitung und Handhab-

⁵⁶⁷ Krieger, Tee, 255 f.

⁵⁶⁸ Rothermund, Tee, 179.

⁵⁶⁹ Krieger, Tee, 257 f.

⁵⁷⁰ Ebd., 11.

barkeit entsprechend beschleunigte.⁵⁷¹ Er wurde um 1908 zufällig vom New Yorker Teehändler Thomas Sullivan erfunden und erhöhte die Beliebtheit des Tees in den USA. Sullivan verschickte seine Teeproben in kleinen Seidensäckchen, die von seinen KundInnen irrtümlicherweise zum Aufbrühen des Tees verwendet wurden. Als er das Potenzial erkannte, machte er sich daran, die Beutel zu optimieren und verwendete schließlich Papier. Nach einem schwierigen Start des Teebeutels in Großbritannien in den 1950er Jahren wurden auch die britischen Teetrinker große Teebeutelfans und in Deutschland war bereits ab 1949 Tee im Doppelkammerbeutel von der Firma Teekanne auf dem Markt. In den 1980er Jahren wurde von einer japanischen Firma der pyramidenförmige Kunstfaserbeutel für losen grünen Tee aus ganzen Blättern entwickelt. In der großvolumigen Pyramide können sich die Großblätter ausdehnen und alle ihre Aromen freisetzen. Diese Teebeutel werden nun auch aus Maisstärke hergestellt und sind daher auch biologisch abbaubar. Dennoch spielt loser Tee in vielen Teekulturen immer noch eine große Rolle. So wäre die chinesische Teezeremonie „Gong Fu Cha“ – „die Zeit für Tee“ oder „das Teemachen meistern“ – wohl kaum vorstellbar, würde hierbei lediglich ein Teebeutel verwendet werden. Die der Kunst der Teezubereitung innewohnende Symbolik und der rituelle Charakter zeigen, welche bedeutsame Rolle der Tee in der chinesischen Kultur nach wie vor spielt.⁵⁷²

Die neue Art des Teegenusses in Form von Eistee war keineswegs eine Erfindung während der Weltausstellung 1904 in St. Louis. Der englische Kaufmann Richard Blechynden war damals nämlich für den Teepavillon zuständig und servierte aufgrund der sommerlichen Hitze den Tee auf Eis und im Glas. Dies soll zwar der Anfang der Erfolgsgeschichte des Eistees gewesen sein, die Ursprünge liegen jedoch etwas weiter in der Vergangenheit. Denn bereits im frühen 19. Jahrhundert genehmigte man sich in den Südstaaten den einen oder anderen „punch“, einen alkoholischen Cocktail auf Grüntee-Basis, der heiß oder kalt serviert werden konnte. Später wurde für den klassischen Eistee der grüne Tee durch schwarzen Tee ersetzt und mit Zucker und Zitrone auf Eis serviert.⁵⁷³ Daraus wurde ein industriell gefertigtes Dosengetränk, das Nestlé und Lipton seit den 1970er Jahren vor allem auf dem amerikanischen Markt vertreiben. Oft ist in den Dosen aber nicht einmal Tee, sondern ein Aromastoff, der den Teegeschmack vortäuscht.⁵⁷⁴ Daneben hat Nestea in den USA ab 1947 ein Instant-Teepulver vertrieben, das zunächst in heißem Wasser aufgelöst, warm getrunken und ab den 1950er Jahren hier bereits mit kaltem Wasser zubereitet als Eistee konsumiert wurde. In

⁵⁷¹ Sandgruber, Tee, 57.

⁵⁷² Cheadle / Kilby, Tee, 62 f., 86 f., 151.

⁵⁷³ Ebd., 73.

⁵⁷⁴ Rothermund, Tee, 168.

Europa wurde das Teepulver hingegen noch als Basis für ein Heißgetränk verwendet.⁵⁷⁵

In einem Land, wo sich alles um Tee dreht, nämlich Großbritannien, war es nur eine Frage der Zeit, wann jemand ein Gerät erfindet, welches seinen Besitzer morgens mit frisch gebrühtem Tee weckt. Die ersten Patente für eine entsprechende Maschine wurden bereits im späten 19. Jahrhundert eingereicht, aber erst Mitte der 1930er Jahre kamen in Großbritannien die ersten kommerziellen Geräte zur Teezubereitung auf den Markt. Die sog. „Teasmade“ – „der Tee ist fertig“ – durfte Mitte der 1960er Jahre auf keiner britischen Hochzeitsliste fehlen. Am Vorabend musste lediglich die Kanne mit Teeblättern und der Kessel mit Wasser befüllt sowie die gewünschte Weckzeit eingestellt werden. Per Zeitschaltuhr wurde das Wasser zum Kochen gebracht und der Tee aufgebrüht. Nachdem er drei Minuten lang gezogen hatte, ertönte der Weckton und der fertige Tee stand bereit.⁵⁷⁶

Der Schweizer Lebensmittelgigant Nestlé revolutionierte 2010 den Teemarkt mit der Einführung der neu entwickelten Teekapseln und einer dafür entwickelten Teezubereitungsmaschine, die von der Form her an einen stilisierten japanischen Fächer erinnert.⁵⁷⁷ Unter dem Markennamen „SPECIAL.T“ werden das Gerät und die dazu gehörigen Kapseln seit September 2012 auch in Österreich vertrieben.⁵⁷⁸ Damit jeder Duft und jedes Aroma erhalten bleiben, werden die Teeblätter in hermetisch versiegelten Aluminiumkapseln geschützt und aufbewahrt. Die Maschine wählt die optimale Temperatur und Ziehzeit für jede einzelne Teesorte, genau berechnet auf das Grad und die Sekunde. Das Gerät ist zudem mit einem Wasserfilter ausgestattet, der das im Leitungswasser enthaltene Chlor und den Kalk größtenteils herausfiltert, sodass nur der Geschmack des puren Tees erhalten bleiben soll. Tropfende Teebeutel oder gar loser Tee sollen damit der Vergangenheit angehören. Derzeit werden über 25 der besten Teemischungen aus renommierten Plantagen Indiens, Chinas, Sri Lankas, Japans und Südafrikas angeboten. Das Ziel von „SPECIAL.T“ ist, TeeliebhaberInnen in aller Einfachheit das Beste des Tees zu bieten.⁵⁷⁹ Die meisten VerbraucherInnen kaufen ihren Tee jedoch nach wie vor in günstiger Beutelform im Supermarkt und der im Luxussegment angebotene „SPECIAL.T“-Tee nimmt wohl noch eine Außenseiterrolle ein, denn der Teemarkt ist fest in den Händen anderer Großkonzerne.⁵⁸⁰

In den letzten Jahren sollen vor allem junge KonsumentInnen als Zielgruppe gewonnen werden, denn „der Teemarkt altert tendenziell“, wie KonsumforscherInnen feststellen. Tee soll zu

⁵⁷⁵ Nestlé, Nestea [online].

⁵⁷⁶ Cheadle / Kilby, Tee, 24.

⁵⁷⁷ Welt, Nestlé [online].

⁵⁷⁸ Nestlé, Special.T [online].

⁵⁷⁹ Special.T, Unternehmen [online].

⁵⁸⁰ Welt, Nestlé [online].

einem „In-Getränk“ junger Menschen werden, weshalb die Teebeutelpäckchen mit trendigen Aromen versetzt und mit verheißungsvollen Namen versehen werden. Andere Sorten greifen wiederum den Wellness-Trend auf, der für Harmonie und Entspannung steht. Wer den schnellen Konsum liebt, nimmt den Pappbecher in die Hand. Die durchsichtigen Teebeutel mit Pappflasche hängen in bis zu 0,4 Liter großen Bechern und nach der Ziehzeit des Tees wird an der Pappflasche gezogen. Der Beutel bleibt in einer Kammer im Deckel stecken und der Tee kann durch eine Öffnung im Deckel wie beim „Coffee-to-go“-Becher getrunken werden.⁵⁸¹

Der Tee steht in Konkurrenz zu einer großen Zahl von Getränken und der Teemarkt stellt sich dabei als einer der dynamischsten Bereiche dar: subtile Geschmacksnuancen, traditionelle Qualitäten und neue Moden geben dem Tee ein Image gehobener Kultur und Lebensfreude⁵⁸² und vergrößern den Kreis der Teeliebhaber. Wenn es darum geht, wer sich die meisten Tassen Tee genehmigt, lag die Türkei im Jahr 2013 beim Pro-Kopf-Verbrauch weltweit an erster Stelle, während das klassische europäische Teeland, nämlich Großbritannien, den vierten Platz belegte.⁵⁸³ Regional betrachtet war Ostfriesland mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von rund 300 Litern Weltmeister im Teetrinken. Österreich hält seit Jahren relativ stabil bei rund 33 Litern und liegt damit noch vor Deutschland mit 28 Litern, aber auch vor Frankreich und der Schweiz, im Mittelfeld des jährlichen Pro-Kopf-Verbrauchs von Tee.⁵⁸⁴ Der Spitzenplatz unter den Teenationen gebührte 2013 eindeutig China – kein Land konsumierte größere Mengen an Tee pro Jahr, was in Anbetracht der enormen Bevölkerungszahl aber auch nicht verwunderlich ist. Auf dem zweiten Platz der Top-20-Teenationen fand sich Indien und erst auf Platz 8 bzw. 13 dieser Statistik reihten sich Großbritannien bzw. Deutschland ein. Das Land, in dem die Geschichte des Tees einst ihren Anfang nahm, also China, produzierte im Jahr 2013 mehr Tee als jede andere Nation, als zweitgrößter Teeproduzent fungierte Indien vor Kenia und Sri Lanka.⁵⁸⁵ 2015 wurde mit 5,2 Millionen Tonnen Tee ein neuer Rekord in der Weltproduktion erreicht und auch in jenem Jahr wurde der Großteil des produzierten Tees in den Anbauländern konsumiert, während nur rund ein Drittel der Weltproduktion exportiert wurde.⁵⁸⁶

Tee ist längst kein Getränk mehr nur für die kalte Jahreszeit, sondern wird entsprechend seiner Vielfalt ganzjährig konsumiert. Rund 700 Millionen Teebeutel werden jährlich in

⁵⁸¹ Ziegler, Tee, 68.

⁵⁸² Sandgruber, Tee, 57.

⁵⁸³ Cheadle / Kilby, Tee, 16 f.

⁵⁸⁴ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Europameister [online].

⁵⁸⁵ Cheadle / Kilby, Tee, 18 f., 96 f.

⁵⁸⁶ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Europameister [online].

Österreich verkauft, wobei Tees in Teebeuteln 95 % des gesamten Teemarkts ausmachen. Die ÖsterreicherInnen sind jedenfalls EuropameisterInnen im Konsum von Kräuter- und Früchte-tees, denn rund 80 % des hierzulande verkauften Tees entfallen auf diese Produkte.⁵⁸⁷

9.2 Kaffee

Zu Recht kann das 20. Jahrhundert als das Zeitalter der Kaffeerevolutionen bezeichnet werden, denn diese Epoche zeitigte gleich mehrere fundamentale Wandlungsprozesse. Dabei ging es nicht nur um die Einführung neuer Produkte, sondern auch um beträchtliche soziale Veränderungen, die den Kaffee zu dem machten, wie er heute bekannt ist. Nicht nur das Getränk selbst wurde in Form von Dampfdruck, Schaum, Milch und chemischen Verfahren neu interpretiert, sondern auch das räumliche und gesellschaftliche Umfeld, in dem es genossen wurde. Vier Entwicklungen erwiesen sich dabei als besonders nachhaltig: zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Erfindung des koffeinfreien Kaffees im Kontext der Lebensreformbewegung, seit dem Ende der 1930er Jahre der Siegeszug des löslichen Kaffees, nach dem Zweiten Weltkrieg die „Espresso-Revolution“ und in den vergangenen drei Jahrzehnten die Globalisierung und die damit verbundene Entstehung weltumspannender Kaffeebar-Ketten.⁵⁸⁸

Die erste Kaffeerevolution ging vom wilhelminischen Deutschland aus. Einerseits sollte die bahnbrechende Entwicklung des koffeinfreien Kaffees später dem frühen Tod des Vaters von Ludwig Roselius aufgrund von überreichlichem Kaffeekonsum zugeschrieben werden. Noch eher ist aber die wachsende Bedeutung der Lebensreformbewegung um die Jahrhundertwende, mit der Ersatzkaffees aus Malz, Getreide oder Zichorien hoch im Kurs standen, als Impuls zu sehen. Das Koffein wurde damals als Ausdruck für ein allgemein verbreitetes Übel der Zeit verstanden, nämlich die Nervosität. Ludwig Roselius sammelte ein kleines Team aus Kaffeespezialisten und Chemikern um sich, die es sich zum Ziel gesetzt hatten, auf chemischem Weg der Kaffeebohne das Koffein zu entziehen, jene anschließend von sämtlichen chemischen Rückständen wieder zu befreien und dabei auch noch das charakteristische Aroma des Getränks zu erhalten. 1905 war dieses Verfahren zur Patentreife gelangt und schon im Juni 1906 gründete sich auf Roselius' Initiative in Bremen die „Kaffee-Handels-Aktiengesellschaft“ unter dem bekannten Kürzel „HAG“.⁵⁸⁹

Die zweite Kaffeerevolution nahm im Jahr 1939 in den Nestlé-Labors im schweizerischen Vevey ihren Anfang.⁵⁹⁰ Laut eigener Angabe des Unternehmens waren die Kaffeeüberschüsse

⁵⁸⁷ *Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Europameister* [online].

⁵⁸⁸ *Krieger, Kaffee*, 226.

⁵⁸⁹ *Ebd.*, 226 – 230.

⁵⁹⁰ *Ebd.*, 233.

der Anstoß zum ersten sofortlöslichen Kaffeepulver.⁵⁹¹ Beim Instantkaffee „Nescafé“ handelt es sich nicht etwa um die festen Bestandteile der gemahlenen Kaffeebohne, sondern um einen hochkonzentrierten, getrockneten Extrakt aus aufgebrühtem Kaffee. Ein solcher wurde zwar schon in den 1860er Jahren entwickelt, aber erst der „Nescafé“ begründete seit den Jahren des Zweiten Weltkriegs den unvergleichlichen Siegeszug dieses Produkts.⁵⁹² 1965 kam „Nescafé Gold“ in den Handel, der erste gefriergetrocknete, lösliche Bohnenkaffee.⁵⁹³

Während der Lösliche vor allem schnellen Kaffeegenuss versprach, ging es in der dritten Kaffeerevolution um eine Verfeinerung und ein gehobenes Ambiente. Schon Jahrzehnte vor der Erfindung des „Nescafé“ war in Italien der Grundstein für eine weitere nachhaltige Veränderung gelegt worden, die aber erst in den 1950er Jahren ihre volle Kraft entfalten sollte, nämlich die Entwicklung der Espressomaschine und der damit einhergehende Aufstieg der Kaffeebar. Diese Innovation vermittelte ein ganz neues Lebensgefühl in der westlichen Welt,⁵⁹⁴ im Gegensatz zum Café als Ort der gemütlichen, nüchternen Kommunikation.⁵⁹⁵

Schon in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurden in England und Frankreich Filtrierautomaten für Kaffee erfunden, die mit Wasserdampf und Überdruck funktionierten. Der Vorteil dieser Apparate bestand darin, dass der Kaffee tassenweise und jeweils frisch aufgebrüht werden konnte, was ihn aromatischer und insgesamt hochwertiger machte. Bedeutung erlangten jene Geräte aber erst nach der Jahrhundertwende in Italien. Dort meldete der Unternehmer Luigi Bezzerra das Patent auf eine von ihm entwickelte Dampfdruckmaschine an und bald wurde im Lande ein neues Getränk unter der Bezeichnung „caffè espresso“ populär. Das Funktionsprinzip seines Geräts bestand darin, dass Wasser bis weit über den Siedepunkt erhitzt und dann der Dampf durch eine Schicht gemahlene Kaffees und einen Filter gepresst wurde.⁵⁹⁶

1946 gelang dem italienischen Anbieter Archille Gaggia eine patentfähige Verbesserung, mit der das Wasser nur noch auf etwa 90°C erhitzt wurde, was den Espresso deutlich milder machte und schließlich die Grundlage für die Espressorevolution der 1950er Jahre bildete. Bald schon zogen andere Firmen mit eigenen Maschinen nach. In die Metropolen der westlichen Welt hielt mit dem Espresso, einer neuen Form des Kaffeehauses, ein neues Lebensgefühl Einzug.⁵⁹⁷ Es schien dem schnelleren, zunehmend motorisierten Lebensstil der 1950er

⁵⁹¹ *Kemptoner*, Kaffee, 68.

⁵⁹² *Krieger*, Kaffee, 233.

⁵⁹³ *Krueger*, Konsumgesellschaft, 92.

⁵⁹⁴ *Krieger*, Kaffee, 18, 241.

⁵⁹⁵ *Krueger*, Konsumgesellschaft, 92.

⁵⁹⁶ *Krieger*, Kaffee, 241 f.

⁵⁹⁷ Ebd., 242 – 245.

Jahre zu entsprechen: vergleichsweise schmucklos eingerichtet, ohne Zeitungen und ohne Spiele, war das Espresso, ähnlich der italienischen Caffè-Bar, als Ort zum kurzen Verweilen gedacht.⁵⁹⁸ Kaum etwas erinnerte mehr an das gediegene Understatement des traditionellen Kaffee- oder Teehauses, ebenso fühlte sich der Besucher wohl meilenweit von der rauchigen, gedämpften Atmosphäre gewöhnlicher Bars und Gaststätten entfernt.⁵⁹⁹ Die Bars und Cafeterien der Nachkriegszeit waren Stätten des raschen Konsums und damit den klassischen Cafés diametral entgegengesetzt, zumal Zeithaben eine wichtige Voraussetzung des Kaffeehausbesuches war.⁶⁰⁰ So stellte Hans Weigel fest: „*Das Espresso ist ein dehydriertes Kaffeehaus. [...] Die Eiligkeit seines Namens färbt auf die Atmosphäre ab. Gemütlich ist es nicht, das Espresso!*“⁶⁰¹

Die Kaffeebar-Revolution bildete den Nährboden für eine weitere epochale Veränderung, die den Konsum der vergangenen Jahrzehnte prägte, nämlich den Aufstieg der global operierenden Kaffeehaus-Ketten, welcher die vierte Kaffeerevolution darstellt. Kaum ein Name verdeutlicht diesen Wandel mehr als Starbucks, dessen Geschichte auf die Mitte der 1960er Jahre zurückgeht. Der Kaffee im Pappbecher mit dem Firmenlogo einer aus dem Wasser aufsteigenden Meerjungfrau führte nochmals zur Revolutionierung unseres Verhältnisses zum Kaffee.⁶⁰² Auch wenn andere Ketten in der Folgezeit ebenfalls stark expandierten, ist keine so groß und mächtig wie Starbucks, das im Jahr 2015 in 70 Ländern seine Cafés betrieb und auch in Österreich seit 2001 rund 20 Filialen eröffnet hat.⁶⁰³ ⁶⁰⁴ Daneben hat McDonald's zwischen 2006 und 2015 173 seiner Restaurants in Österreich mit dem „Shop-in-Shop“-Konzept McCafé ausgestattet.⁶⁰⁵ Diese Kaffeehaus-Ketten sind in erster Linie auf ein jüngeres Publikum ausgerichtet und auch hier können sich die Gäste mit Informationen versorgen. Liegen in den klassischen Kaffeehäusern nach wie vor in- und ausländische Zeitungen – wenn auch in reduziertem Umfang – sowie ein breites Spektrum von Illustrierten, die zumeist über einen Lesezirkel vertrieben werden, auf, so verfügen diese Lokale oft auch schon über WLAN. In den Coffeeshops hingegen fungiert dieses weitgehend stellvertretend für das Zeitungs- und Zeitschriftenangebot.

Starbucks, der „weltweit führende Anbieter, Röster und Vermarkter von Spezialitätenkaffee“, bietet auch trinkfertigen Kaffee, der im Kunststoffbecher mit Deckel angeboten wird, in ver-

⁵⁹⁸ *Schwaner*, Kaffeehaus, 183.

⁵⁹⁹ *Krieger*, Kaffee, 245.

⁶⁰⁰ *Sandgruber*, Genüsse, 69.

⁶⁰¹ *Weigel*, Kaffeehaus, 301.

⁶⁰² *Krieger*, Kaffee, 18, 246.

⁶⁰³ *Starbucks*, Story [online].

⁶⁰⁴ *Starbucks*, Zeittafel [online].

⁶⁰⁵ *APA*, McCafé [online].

schiedenen Sorten in den Kühlregalen der Lebensmittelgeschäfte an. Auch der Schweizer Molkereikonzern Emmi vertreibt seine Produktlinie „Caffè Latte“ in verschiedenen Geschmacksrichtungen im Lebensmittelfachhandel, neben einigen anderen Herstellern. Kaffeespezialitäten zum Mitnehmen, sog. „Coffee-to-go“, haben sich als Symbol und Wegbegleiter der modernen Gesellschaft etabliert.⁶⁰⁶ Diese Art des Kaffeekonsums entspricht dem heutigen Lebensgefühl – auf dem Weg zur Arbeit, in der Mittagspause oder einfach mal zwischendurch, wenn es schnell gehen muss. 21 % aller ÖsterreicherInnen genießen ihren Kaffee gerne unterwegs, zumeist im Einweg-Pappbecher. Wer jedoch die Umwelt schonen und Kaffee unterwegs trinken möchte, kann auch auf den Mehrwegbecher, wie etwa von Tchibo, in unterschiedlichen Designs zurückgreifen. Der Deckel dieses Bechers verfügt über einen tropfsicheren Verschluss zum Schutz vor Auslaufen und hält das Heißgetränk im Vergleich zum Pappbecher deutlich länger warm.⁶⁰⁷ Neben den zahlreichen Coffeeshops von Starbucks und McCafé bieten heutzutage aber auch schon Café-Konditoreien, Bäckereien und Lebensmittelketten diesen Service an.

Die Kaffeemaschine spielt aber auch in der heimischen Küche eine zentrale Rolle. Zum klassischen Filterkaffee gesellten sich ungefähr seit der Jahrtausendwende unter anderem Espresso, Cappuccino und Latte Macchiato.⁶⁰⁸ Parallel dazu entwickelte sich auch die Technik. Vollautomatische Kaffeemaschinen, die das Mahlen der Bohnen, die Zubereitung der gewünschten Kaffeespezialität und das Aufschäumen der Milch übernehmen, bis hin zu Maschinen für die portionsweise Zubereitung mittels Pads und Kapseln werden heutzutage vom kostengünstigen Modell bis zum Hightech-Gerät angeboten. Sowohl Einzelportionsysteme als auch Vollautomaten erlauben der Konsumentin bzw. dem Konsumenten die Zubereitung einer perfekten Tasse Kaffee mit vollem Aroma und nach eigenen Vorlieben – und das rasch und unkompliziert auf Knopfdruck. Im Jahr 2017 war der Kaffeenvollautomat mit Mahlwerk in mehr als einem Drittel aller österreichischen Haushalte präsent. Noch beliebter war nur die Zubereitung mit Kaffeekapselsystemen und Padmaschinen, die in jenem Jahr in mehr als der Hälfte aller österreichischen Haushalte vertreten waren. Weiterhin rückläufig ist hingegen der Besitz von elektrischen Kaffeemaschinen mit Filter, der sich seit 2003 auf weniger als die Hälfte, nämlich 32,9 %, reduziert hat. Immerhin 21,7 % aller ÖsterreicherInnen vertrauen hingegen bei der Zubereitung ihres Lieblingsgetränks auf nicht-elektrische Mokkamaschinen bzw. Kaffeefilter.⁶⁰⁹

⁶⁰⁶ Krueger, Konsumgesellschaft, 93.

⁶⁰⁷ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Coffee To Go [online].

⁶⁰⁸ Krueger, Konsumgesellschaft, 93.

⁶⁰⁹ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Popularität [online].

Völlig veränderte Arbeitsbedingungen in der sich seit 1900 enorm vergrößernden Geschäfts- und Bürowelt, die Bildung einer regelrechten Angestelltenkultur mit kleinen Kaffeepausen, Verbot von Alkohol am Arbeitsplatz und im öffentlichen Verkehr, und nicht zuletzt ständig neue Angebote von Erzeugnissen der Kaffeeindustrie, selbst die Aufstellung von Kaffeeautomaten in Kantinen, Tankstellen, Supermärkten oder einfach an der nächsten Straßenecke, sind unter vielen anderen Gesichtspunkten Gründe für den ansteigenden Verbrauch. Die ständige Anwesenheit des Kaffees löst in vielen Bereichen unmittelbar Kommunikationsprozesse aus. So hat sich beispielsweise ein ähnliches Zeremoniell wie in privaten Kreisen auch innerhalb der Arbeitswelt mit der gemeinsamen Kaffeepause herausgebildet, die hier eine wichtige und häufig fehleingeschätzte Rolle spielt. Ihre Bedeutung entspricht der Funktion gemeinsamer Trinkrunden – dem Bedürfnis nach sozialem Kontakt.⁶¹⁰ Eine „Tasse Kaffee“ wird angeboten, um Wartezeiten zu überbrücken und eine angenehme Atmosphäre am Beginn eines Gesprächs zu schaffen. Sich „auf einen Kaffee treffen“ stellt den Konsum des Heißgetränks in den Hintergrund, denn das persönliche Gespräch mit dem Gegenüber – sei es privat oder geschäftlich – steht eigentlich im Mittelpunkt.

Auch der seit dem 18. Jahrhundert in Arbeiterkreisen benutzte Kaffeebecher hat eine erstaunliche Aufwertung erfahren. Dieser, aus Keramik und später Emaille und ohne Untertasse, ist in seinem sozialen Gebrauch seit etwa 1950 bis in die Bürokultur aufgestiegen.⁶¹¹ Er findet hier seinen Platz entweder auf dem Schreibtisch für den „Schluck Kaffee“ während der Büroarbeit oder im Freien als Begleiter bei Rauchpausen, aber ebenso im privaten Haushalt zur Stärkung zwischendurch. Der Einsatz des Kaffeebechers ist genauso vielfältig wie seine Ausführungen.

Eine einheitliche Definition dessen, was ein Kaffeehaus heute eigentlich ist oder zu sein hat, gibt es seit den 1970er Jahren nicht mehr, als die Inhaber der Stehcafés, Spielcafés, Buchcafés, Frühstückscafés, Museumscafés oder Kontaktcafés für eine verblüffend facettenreiche Renaissance dieses Lokaltyps sorgten. Man orientierte sich in diesen neuen Betrieben primär am Begriff der Öffentlichkeit, die jede Art von Konsumation zu etwas Beiläufigem und Sekundärem werden ließ. Neue Formen und neuer Service waren die Reaktion auf die Bedürfnisse einer veränderten, Traditionen gegenüber sehr kritisch eingestellten Gesellschaft. Das Kaffeehaus in seiner ursprünglichen Atmosphäre, frei von allen Modernisierungen, Renovierungen und Imitationen, ist selten geworden und man findet es am ehesten noch in Wien,

⁶¹⁰ Heise, Kaffee, 136 – 138.

⁶¹¹ Ebd., 110.

aber auch in Paris, München und Brüssel ist so manches Café aus der Gründerzeit noch erhalten.⁶¹²

Kein anderes Land kennt so viele unterschiedliche Varianten für Kaffeegenuss wie Österreich, wo mehr als 40 verschiedene Kaffeekreationen bekannt sind – vom „Einspänner“ über den „Franziskaner“ bis hin zum „Maria-Theresia-Kaffee“ sowie stetig neue Trendkompositionen. Die klassische „Wiener Melange“ und der „Kleine Braune“ werden im Wiener Kaffeehaus aber immer noch am liebsten bestellt.⁶¹³ Eben diese traditionelle Wiener Kaffeehauskultur als „typische gesellschaftliche Praxis“ wurde am 10. November 2011 offiziell in das Verzeichnis des nationalen immateriellen Kulturerbes der UNESCO aufgenommen.⁶¹⁴

„Die Tradition der Wiener Kaffeehauskultur reicht bis ans Ende des 17. Jahrhunderts zurück und ist durch eine ganz spezielle Atmosphäre geprägt. Typisch für ein Wiener Kaffeehaus sind Marmortischchen, auf denen der Kaffee serviert wird, Thonetstühle, Logen, Zeitungstischchen und Details der Innenausstattung im Stil des Historismus. Die Kaffeehäuser sind ein Ort, in dem Zeit und Raum konsumiert werden, aber nur der Kaffee auf der Rechnung steht.“

Beschreibung der UNESCO-Kommission⁶¹⁵

Weltweit wird immer mehr Kaffee getrunken. Der Grund dafür ist der steigende Wohlstand, der dazu geführt hat, dass sich immer mehr Menschen Kaffee auch leisten können. Im Erntejahr 2015 / 2016 wurden erstmals über 9 Millionen Tonnen produziert. International gesehen wird nach wie vor in Europa mit Abstand am meisten Kaffee getrunken und das Produktionsland Nummer 1 ist unverändert Brasilien, klar vor Vietnam und Kolumbien. Beim weltweiten Ernteertrag machen die „Arabica“-Sorten den größten Anteil aus, während die „Robusta“-Sorten einen empfindlichen Rückgang verzeichneten. Mit konstant hohen Jahreskonsumzahlen von 7,8 kg pro Kopf zählt Österreich europaweit und international gesehen zu den „starken“ Kaffeeländern.⁶¹⁶ Mit 2,9 Tassen am Tag und mehr als 900 im Jahr liegen die ÖsterreicherInnen im europäischen Spitzenfeld. Weltweit am meisten Kaffee getrunken wird in Finnland mit rund 1 Liter pro Person täglich.⁶¹⁷

⁶¹² Zey, Café, 147 – 149.

⁶¹³ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Lieblingsgetränk [online].

⁶¹⁴ Stadt Wien, Kulturerbe [online].

⁶¹⁵ Stadt Wien, Kulturerbe [online].

⁶¹⁶ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Popularität [online].

⁶¹⁷ Öst. Kaffee- und Tee-Verband, Lieblingsgetränk [online].

ERGEBNISSE

Die beiden exotischen Heißgetränke Kaffee und Tee, die im 16. Jahrhundert ins Bewusstsein der EuropäerInnen gerückt waren, haben hier im Laufe der Jahrhunderte einen nachhaltigen Wandel der Alltagskultur ausgelöst. **Darauf basieren die in der Einleitung formulierten Forschungsfragen, von denen die erste wie folgt beantwortet wird:**

Noch bevor sich die beiden Heißgetränke als stimulierende und soziale Genussmittel etablieren konnten, dienten sie – wie auch in ihren Ursprungskulturen – zunächst als Heilmittel. Die europäische Medizin diskutierte leidenschaftlich über ihre Vorzüge und Nachteile⁶¹⁸ für den Einsatz gegen „individuelle Krankheiten“ und Epidemien, zumal es an Wirkstoffen zur Bekämpfung dieser Leiden mangelte. Für die europäische Bevölkerung bedeuteten diese Heil- und in der Folge vor allem Genussmittel eine völlig neue Erfahrung, denn Pendant zu dem stimulierenden Inhaltsstoff Koffein waren hier ebenso wenig bekannt wie der Genuss von Heißgetränken. Da sie teuer waren, galten sie auch als Statussymbole, die wegen ihres bitteren Geschmacks mit teurem Zucker versüßt, mit kostbarem Porzellan aus Fernost kombiniert und in mitunter extravaganter Atmosphäre genossen wurden.⁶¹⁹ Für die höfisch-aristokratische Gesellschaft, die als erste in Europa die neuen Heißgetränke in größeren Mengen konsumierte, war jedoch nicht das Getränk selbst wichtig, sondern die Formen, in denen man es genießen konnte, sowie die Gelegenheiten, die es bot, um Eleganz, Grazie und Preziosität zur Schau zu stellen. Ganz anders, also konträr, betrachtete die bürgerliche Gesellschaft den Kaffee, für die nicht die Form, sondern die Sache, also das Getränk selbst, im Mittelpunkt des Interesses stand. Dabei ging es um die konkreten physiologischen Eigenschaften und Wirkungen, die man dem Kaffee zuschrieb. Das Bürgertum des ausgehenden 17. Jahrhunderts begrüßte den Kaffee als den großen Ernüchterer. Die Vernunft und die Geschäftstüchtigkeit des Kaffee- und Teetrinkers wurden dem Rausch, der Unfähigkeit und der Faulheit des Alkoholtrinkers gegenübergestellt.⁶²⁰ Mit der Industrialisierung und der damit einhergehenden Veralltäglichen der beiden Heißgetränke, zunächst in Form von Surrogaten, in allen Bevölkerungsschichten stellten sie nicht mehr soziale Statussymbole dar und erfuhren damit einen beträchtlichen Bedeutungswandel.

Kaffee und Tee sind bei uns im Laufe der vergangenen Jahrhunderte zu einer Selbstverständlichkeit geworden, haben die Ernährungsweise und die Geschmacksvorlieben zutiefst geprägt, aber auch neue Erwerbszweige und Vergesellschaftungsformen begründet.⁶²¹ Sie haben

⁶¹⁸ Krueger, Kaffee, 11.

⁶¹⁹ Menninger, Genuss, 413, 423.

⁶²⁰ Schivelbusch, Paradies, 26, 29.

⁶²¹ Krueger / Urban, Einführung, 9.

unseren Alltag erobert – als Muntermacher zum Frühstück, zur Förderung der Konzentration im Büro, in geselliger Runde am Nachmittag oder auch nach dem gehaltvollen Diner am Abend.⁶²² Eine „Tasse Kaffee oder Tee“ wird in der modernen Geschäftswelt angeboten, um einerseits Wartezeiten zu verkürzen und andererseits vom Smalltalk zum geschäftlichen Teil überzuleiten. Zudem ist es heute üblich, sich mit FreundInnen oder KollegInnen spontan auf eine „Tasse Kaffee oder Tee“ im öffentlichen Bereich zu treffen. Aber auch im privaten Umfeld gehört es zum guten Ton, unerwarteten BesucherInnen oder eingeladenen Gästen nach einer Mahlzeit eines der beiden Heißgetränke zu servieren. Unserem modernen Lebensstil entsprechend sind Tee und insbesondere Kaffee somit zu idealen Symbolen der Gastfreundschaft avanciert und fungieren als gute „Begleiter“ bei anregenden Unterhaltungen.

Die Ergebnisse der zweiten Forschungsfrage sind diese:

Aus den kleinen, finsternen Kaffeehöhlen mit rauchgeschwärzten Decken und Wänden entwickelte sich eine weitverzweigte Kaffeehauskultur mit Künstlercafés und gutbürgerlichen Konditoreien, politischen Kaffeehäusern und Konzertcafés sowie Kristallpalästen mit Kaffeeausschank.⁶²³ Kaffeehäuser prägen seit dem 17. Jahrhundert das gesellschaftliche Leben europäischer Städte, waren Treffpunkte der Intellektuellen und entwickelten sich zu lebendigen Stätten, an denen Nachrichten der unterschiedlichsten Art ausgetauscht wurden, wodurch sie zu Stammlokalen von Intellektuellen, vor allem Journalisten, avancierten. Als solche kommunikativen Zentren erfüllten sie eine wichtige soziale und ökonomische Funktion, die im Laufe des 18. und 19. Jahrhunderts in Form von Lesekabinetten und Zeitungscafés ausgeweitet und verfeinert wurde. Das literarische Kaffeehaus wurde für Schriftsteller, Maler, Bildhauer und Komponisten eine Art Lebensraum, der für ihre kreative Arbeit unerlässlich wurde, und in Wien existierte es noch bis in die 1970er Jahre im Café Hawelka. Auch zahlreiche politische Bewegungen nahmen von den Kaffeehäusern aus ihren Lauf, die als „Brutstätten revolutionärer Ideen“ galten.⁶²⁴ Jürgen Habermas sieht das Kaffeehaus auch als eine Institution, die bei der Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit eine wichtige Rolle spielte. Denn die Kaffeehäuser als Informationsbörsen und Orte, an denen eine öffentliche Meinungsbildung stattfand, entwickelten sich auch zu Foren der Politik – sehr zum Missfallen der Obrigkeiten.

Noch heute steht der Begriff „Kaffeetrinken“ nicht nur für den Genuss eines bestimmten Nahrungsmittels, sondern auch für eine gesellschaftliche Institution, die behagliches Beisammensein und kulinarische Gaumenfreuden ebenso verspricht wie Kommunikation und

⁶²² Krieger, Kaffee, 9.

⁶²³ Thiele-Dohrmann, Kaffeehauskultur, 10.

⁶²⁴ Zey, Café, 1, 9, 39, 67, 75 f.

menschliche Nähe.⁶²⁵ Diese Werte verkörpern nach wie vor die klassischen Kaffeehäuser, allen voran das Wiener Kaffeehaus mit seiner typischen Einrichtung im Stil des Historismus, aber auch die heutigen Café-Bars und Coffeeshops. Letztere sind ebenfalls – zeitgemäß formuliert – „places to be“, im modernen und schicken Design gestaltet und vor allem an ein jüngeres Publikum gerichtet. Hier wie dort treffen sich Menschen, die miteinander reden, Zeitung lesen oder sich mit ihren Laptops zum Arbeiten an einen gemütlichen Tisch mit einer guten Tasse Kaffee oder Tee, aber auch einer Erfrischung und einem kleinen Snack oder einer Mehlspeise zurückziehen. War es in früheren Zeiten eine Fülle von Zeitungen und Zeitschriften, die in gedruckter Form auf Tischen auflagen oder in Leserahmen eingespannt an der Wand hingen, so ermöglicht heutzutage das mit WLAN ausgestattete Lokal seinen Gästen, die News über das Internet abzurufen, wobei dieser Service mittlerweile auch in vielen klassischen Kaffeehäusern Einzug gehalten hat.

Die dritte Forschungsfrage wird folgendermaßen beantwortet:

Kaffee, der nach Erdöl meist gehandelte Rohstoff weltweit,⁶²⁶ ist im 21. Jahrhundert auch zu einem Lifestylegetränk mutiert und dient nicht mehr nur dem lieblosen Koffeinkick zwischendurch. Neue Trends in der Zubereitung und Mischungen mit Kräutern und Gewürzen, die die Vielfalt der Aromen noch besser zur Geltung bringen, sollen jeden Geschmack ansprechen. Der Ersatzkaffee, der seinen Namen heute eigentlich gänzlich zu Unrecht trägt, ist wie der koffeinfreie Kaffee längst zu einer höchst willkommenen Variante unserer immer mehr sich verfeinernden Trinkkultur geworden.⁶²⁷ Nicht zuletzt haben die Einzelportionssysteme mittels Kapseln und Pads aufgrund ihrer Vielzahl an Kaffeekreationen sowie dank ihrer raschen und unkomplizierten Zubereitung den Platz des Kaffees als Spitzenreiter unter den Heißgetränken in Europa gefestigt. Neben zahlreichen unterschiedlichen Zubereitungsmethoden hat sich auch der Kaffeegenuss für unterwegs, der sog. „Coffee-to-go“, dem heutigen Lebensgefühl entsprechend fest etabliert.

International ist Tee nach Wasser das beliebteste Getränk und jener aus Blättern der „*Camellia sinensis*“, also „echter“ Tee, erfreut sich mehr denn je großer Beliebtheit – ob heiß oder auf Eis, in einem raffinierten Cocktail oder als Kochzutat. Es gibt schier unzählige Teesorten, die auf sehr viele verschiedene Arten und zu sehr unterschiedlichen Anlässen getrunken werden.⁶²⁸ Der Genuss von Tee hat eine jahrtausendealte Tradition und ist noch heute fester Bestandteil diverser Kulturen weltweit. In Europa existieren traditionelle Teekulturen

⁶²⁵ *Krieger*, Kaffee, 9.

⁶²⁶ *Heise*, Kaffee, 10.

⁶²⁷ *Teuteberg*, Kaffee, 128.

⁶²⁸ *Cheadle / Kilby*, Tee, 87, 146.

jedoch nur in Großbritannien, Irland und in der nordwestdeutschen Region Ostfriesland. In den übrigen europäischen Ländern stellt die Teekultur eine Alternativkultur dar, denn Europa ist fest in der Hand der Kaffeekulturen. TeeliebhaberInnen genießen erlesene Teekreationen sowohl im privaten Bereich als auch in den zunehmend entstehenden Teehäusern, Tealounges und vor allem in den Verkostungsbereichen der Teefachgeschäfte. Tee hat sein etwas biederes Image inzwischen längst abgelegt und gerade im 21. Jahrhundert soll auch ein jüngeres Publikum mit sog. „Wellnesstees“, die neben dem Genuss auch gesundheitsfördernde Wirkungen versprechen, als TeetrinkerInnen gewonnen werden. Diese Kräutertees, bei denen es sich, wie auch bei den Früchtetees, eigentlich nur um Surrogate handelt, werden zu allen Tageszeiten genossen – ob als Fitmacher am Morgen, als Wachmacher bei Konferenzen oder als Begleiter im Spa und zur Nachtruhe. Denn Teegeuss steht für eine moderne Lebensart, beruhigt und belebt, regt eher an als auf, und der Tee entwickelt sich immer stärker zum modernen Lifestylegetränk, nicht zuletzt aufgrund seiner Gesundheitskomponente.

Die Ergebnisse der vierten Forschungsfrage sind folgende:

Kaffee und Tee besitzen jenen Status von Luxusgütern, den sie zum Zeitpunkt ihrer Einführung in Europa vor mehr als 300 Jahren innehatten, heute zweifelsohne nicht mehr. Sie sind inzwischen zu Konsumgütern für den täglichen Gebrauch geworden, die für Menschen aus allen gesellschaftlichen Schichten leistbar sind und unbegrenzt zur Verfügung stehen, womit sie auch ihre Bedeutung als Statussymbole verloren haben. Seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurden Kaffee und Tee aufgrund der Ausweitung ihrer Produktion sowie dank der Eröffnung des Suezkanals, wodurch ihre Transportkosten erheblich gesenkt wurden, billiger – und damit begann ihr globaler Siegeszug als Alltagsgetränke. Sie sind heute im Lebensmittelhandel in verschiedenen Geschmacksrichtungen und Varianten, wie Kaffee- und Teesurrogate, koffeinfreier Kaffee, löslicher Kaffee, Tee im Teebeutel etc., jederzeit und ausreichend erhältlich, was ebenfalls als Beweis für ihren Wandel von Luxus- zu Konsumgütern für jedermann gesehen werden kann. Die beiden Heißgetränke stehen in der Gegenwart für ein neues Lebensgefühl und eine alltägliche Lebenskultur, was den KonsumentInnen auch von der Werbung so vermittelt wird. Der zeremonielle Charakter des Kaffee- und Teekonsums im Zusammenhang mit dem Zurschaustellen der dazu gehörigen Utensilien, der in der Neuzeit in Form von Kaffeekränzchen, Teegesellschaften und Salons eine sehr wichtige Rolle gespielt hatte, ist in Europa mittlerweile weitgehend verloren gegangen. Auch daran ist zu erkennen, dass die ehemaligen Luxusgüter jenen Status heute nicht mehr innehaben. Sie werden stattdessen einerseits aufgrund ihrer anregenden, muntermachenden oder beruhigenden Wirkungen und andererseits aufgrund ihres Geschmacks – auch in neuen, mit verschiedenen

Aromen versetzten Variationen – konsumiert. Kaffee und Tee stellen heute für die europäische Bevölkerung eine Selbstverständlichkeit dar und die meisten Menschen würden wohl nicht vermuten, dass die beiden Heißgetränke im 17. Jahrhundert noch teure Luxusgüter waren und erst seit den 1950er Jahren in allen gesellschaftlichen Schichten als alltägliche Konsumgüter in großen Mengen verbreitet sind.

Thomas Hengartner und Christoph Maria Merki hielten zur Definition von „luxury food“, dem englischen Begriff für „Genussmittel“, fest:

*„In einer Gesellschaft, die sich selber als Überflußgesellschaft bezeichnet, ist der Begriff des „luxury food“ dabei, seinen Sinn einzubüßen: die Veralltäglicung der damit bezeichneten Genüsse bringt deren luxuriösen Nimbus zwangsläufig zum Verschwinden.“*⁶²⁹

Genau dieses Schicksal ist auch dem Kaffee und dem Tee im Laufe der letzten 300 Jahre in Europa widerfahren!

⁶²⁹ Hengartner / Merki, Genussmittel, 12.

QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS

1. Primärquellen:

H. C. *Artmann*, Nußbeugeln und Melangen. In: Kurt-Jürgen *Heering* (Hg.), *Das Wiener Kaffeehaus* (11. Aufl. Berlin 2016) 250 – 253.

Heimito von *Doderer*, Meine Caféhäuser. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 299 – 301.

Franz *Gräffer*, Das Kramersche Kaffeehaus. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 26 – 32.

Karl *Kraus*, Eine Periode der Obdachlosigkeit. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 90 – 94.

Anton *Kuh*, Zeitgeist im Literatur-Café. In: Ulrike *Lehner* (Hg.), *Anton Kuh. Zeitgeist im Literatur-Café. Feuilletons, Essays und Publizistik. Neue Sammlung* (Wien – München 1983) 9 – 12.

Anton *Kuh*, Café de l'Europe. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 216 – 218.

Anton *Kuh*, „Central“ und „Herrenhof“. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 225 – 232.

Helga *Malmberg*, Café Central. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 131 – 142.

Johann *Pezzl*, Kaffeehäuser. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 19 – 21.

Hilde *Spiel*, Leopold Hawelkas Literaturcafé. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 302 – 303.

Friedrich *Torberg*, Requiem für einen Oberkellner. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 292 – 295.

Friedrich *Torberg*, Traktat über das Wiener Kaffeehaus. In: Kurt-Jürgen *Heering* (Hg.), *Das Wiener Kaffeehaus* (11. Aufl. Berlin 2016) 18 – 32.

Friedrich *Torberg*, Alte Cafés, alte Feindschaften. In: Kurt-Jürgen *Heering* (Hg.), *Das Wiener Kaffeehaus* (11. Aufl. Berlin 2016) 247 – 249.

Hans *Weigel*, Meine Hawelka-Saga. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 304 – 308.

Sigmund *Wilheim*, Das literarische Kaffeehaus. In: Hans *Veigl* (Hg.), *Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur* (Wien 1991) 64 – 73.

2. Forschungsliteratur:

Peter *Albrecht*, Kaffeetrinken als Symbol sozialen Wandels im Europa des 17. und 18. Jahrhunderts. In: Roman *Sandgruber* / Harry *Kühnel* (Hg.), *Genuß & Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola* (Ausstellung Schloß Schallaburg 1994, Katalog des NÖ Landesmuseums 341, Innsbruck 1994) 28 – 39.

Birgit *Althans*, *Der Klatsch, die Frauen und das Sprechen bei der Arbeit* (Frankfurt am Main 2000).

Louise *Cheadle* / Nick *Kilby*, *Tee. Sorten, Anbau, Geschichte, Zubereitung, Rezepte und vieles mehr* (München – London – New York 2017).

Linda Gaylard, *Das Teebuch. Sorten, Anbaugebiete, Rituale und Rezepte aus aller Welt* (3. Aufl. München 2017).

Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (14. Aufl. Frankfurt am Main 2015).

Ulla Heise, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Bohne macht Kulturgeschichte* (Leipzig 1996).

Thomas Hengartner / Christoph Maria Merki, *Für eine Geschichte der Genußmittel*. In: Thomas Hengartner / Christoph Maria Merki (Hg.), *Genußmittel. Eine Kulturgeschichte* (Frankfurt am Main – Leipzig 2001) 9 – 26.

Joe Kemptner, *Kaffee – Infiltriert und abgebrüht*. In: Gerhard Pfeisinger / Stefan Schennach (Hg.), *Kolonialwaren. Die Schaffung der ungleichen Welt* (Göttingen 1989) 59 – 69.

Martin Krieger, *Tee. Eine Kulturgeschichte* (Köln – Weimar – Wien 2009).

Martin Krieger, *Kaffee. Geschichte eines Genussmittels* (Köln – Weimar – Wien 2011).

Thomas Krueger / Andreas Urban, *Einführung*. In: Thomas Krueger / Andreas Urban (Hg.), *Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland* (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 8 – 9.

Thomas Krueger, *Neu! Die heißen 3 – Kaffee, Tee und Schokolade*. In: Thomas Krueger / Andreas Urban (Hg.), *Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland* (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 10 – 17.

Thomas Krueger, *Die heißen 3 und Porzellan – eine Symbiose*. In: Thomas Krueger / Andreas Urban (Hg.), *Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland* (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 32 – 41.

Thomas Krueger, *Geräte zur Zubereitung*. In: Thomas Krueger / Andreas Urban (Hg.), *Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland* (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 78 – 85.

Thomas Krueger, *Nie ohne! Die heißen 3 in der Konsumgesellschaft*. In: Thomas Krueger / Andreas Urban (Hg.), *Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland* (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 90 – 93.

Hilko Linnemann, *Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland – Ein Überblick*. In: Thomas Krueger / Andreas Urban (Hg.), *Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland* (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 18 – 31.

Annerose Menninger, *Genuss im kulturellen Wandel. Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16. – 19. Jahrhundert)* (Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte 102, Stuttgart 2004).

Christoph Maria Merki, *Die Kommerzialisierung des süßen Geschmacks. Zur Geschichte des Zuckers und seiner Substitute*. In: Roman Sandgruber / Harry Kühnel (Hg.), *Genuß & Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola* (Ausstellung Schloß Schallaburg 1994, Katalog des NÖ Landesmuseums 341, Innsbruck 1994) 84 – 91.

Sidney W. Mintz, *Die süße Macht. Kulturgeschichte des Zuckers* (2. Aufl. Frankfurt am Main 2007).

Gerhard Pfeisinger, *Kolonialwaren in der Weltwirtschaft*. In: Gerhard Pfeisinger / Stefan Schennach (Hg.), *Kolonialwaren. Die Schaffung der ungleichen Welt* (Göttingen 1989) 9 – 18.

Gerhard *Pfeisinger*, Zucker – Die Süße der Macht und die Macht der Gewohnheit. In: Gerhard *Pfeisinger* / Stefan *Schennach* (Hg.), Kolonialwaren. Die Schaffung der ungleichen Welt (Göttingen 1989) 33 – 40.

Brigitte *Pilz* / Stefan *Schennach*, Tee – Beherrschend und belebend. In: Gerhard *Pfeisinger* / Stefan *Schennach* (Hg.), Kolonialwaren. Die Schaffung der ungleichen Welt (Göttingen 1989) 41 – 49.

Dietmar *Rothermund*, Tee. In: Thomas *Hengartner* / Christoph Maria *Merki* (Hg.), Genußmittel. Eine Kulturgeschichte (Frankfurt am Main – Leipzig 2001) 161 – 190.

Roman *Sandgruber*, Bittersüße Genüsse. Kulturgeschichte der Genußmittel (Wien – Köln – Graz 1986).

Roman *Sandgruber*, Einleitung. In: Roman *Sandgruber* / Harry *Kühnel* (Hg.), Genuß & Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola (Ausstellung Schloß Schallaburg 1994, Katalog des NÖ Landesmuseums 341, Innsbruck 1994) 1 – 9.

Roman *Sandgruber*, Der Tee in Österreich. Eine kleine Kulturgeschichte eines großen Getränks. In: Roman *Sandgruber* / Harry *Kühnel* (Hg.), Genuß & Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola (Ausstellung Schloß Schallaburg 1994, Katalog des NÖ Landesmuseums 341, Innsbruck 1994) 50 – 58.

Günther *Schiedlausky*, Tee, Kaffee, Schokolade. Ihr Eintritt in die europäische Gesellschaft (Bibliothek des Germanischen National-Museums Nürnberg zur Deutschen Kunst- und Kulturgeschichte 17, München 1961).

Wolfgang *Schivelbusch*, Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genußmittel (6. Aufl. Frankfurt am Main 2005).

Rainer *Schmidt*, Das große Teebuch (Wien 2017).

Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien – Graz – Klagenfurt 2007).

Hans-Jürgen *Teuteberg*, Kaffee. In: Thomas *Hengartner* / Christoph Maria *Merki* (Hg.), Genußmittel. Eine Kulturgeschichte (Frankfurt am Main – Leipzig 2001) 91 – 132.

Klaus *Thiele-Dohrmann*, Europäische Kaffeehauskultur (München 1999).

Andreas *Urban*, Lehrstätten eines gewählten Gesprächs und einer feinen Geselligkeit – Kaffeehäuser in Hannover. In: Thomas *Krueger* / Andreas *Urban* (Hg.), Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 42 – 55.

Andreas *Urban*, Das Bittere und das Süße – Die heißen 3 und der Zucker. In: Thomas *Krueger* / Andreas *Urban* (Hg.), Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 86 – 89.

Hans *Veigl*, Literaten im Kaffeehaus. Vorwort. In: Hans *Veigl* (Hg.), Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur (Wien 1991) 9 – 18.

Hans *Weigel*, Das Kaffeehaus als Wille und Vorstellung. In: Kurt-Jürgen *Heering* (Hg.), Das Wiener Kaffeehaus (11. Aufl. Berlin 2016) 279 – 307.

René *Zey*, Im Café. Vom Wiener Charme zum Münchner Neon (Die bibliophilen Taschenbücher 521, 2. akt. u. erg. Aufl. Dortmund 1988).

Uta *Ziegan*, Gott ich danke dir für den Tee! Eine kleine Geschichte des Tees und seine Spuren in Hannover. In: Thomas *Krueger* / Andreas *Urban* (Hg.), Die heißen 3. 300 Jahre Kaffee, Tee und Schokolade in Norddeutschland (Begleitbuch zur Ausstellung im Museum im Schloss, Porzellanmanufaktur Fürstenberg GmbH und im Historischen Museum Hannover, Schriften des Historischen Museums Hannover 37, Holzminden 2010) 56 – 69.

3. Internetlinks:

APA-OTS Originaltext-Service GmbH. McCafé: Erfolgreiches Konzept für nachhaltigen Kaffee Genuss.
https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20150930_OTS0130/mccaf-erfolgreiches-konzept-fuer-nachhaltigen-kaffee-genuss-bild [Stand: 29.03.2018].

Demmers Teehaus. Tee Magazin – Tee Wissen – Teekulturen – Europa.
<https://www.tee.at/tee-magazin/tee-wissen/teekulturen/europa/> [Stand: 01.05.2018].

Deutscher Teeverband e. V. Ostfriesische Teekultur jetzt offiziell Immaterielles Kulturerbe in Deutschland.
<http://www.teeverband.de/presse/pressemitteilungen/rund-um-tee/> [Stand: 01.05.2018].

Deutsches Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm. 16 Bde. in 32 Teilbänden. Leipzig 1854-1961.
Quellenverzeichnis Leipzig 1971. Online-Version.
„GENUSZMITTEL“.
http://woerterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB&mode=Vernetzung&lemid=GG08088#XGG08088
[Stand: 19.03.2018].
„KAFFEE“.
http://woerterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB&mode=Vernetzung&lemid=GK00143#XGK00143
[Stand: 19.03.2018].
„THEE“.
http://woerterbuchnetz.de/cgi-bin/WBNetz/wbgui_py?sigle=DWB&mode=Vernetzung&lemid=GT03168#XGT03168
[Stand: 19.03.2018].

DIE WELT. Nestlé packt jetzt auch Tee in Kapseln.
<https://www.welt.de/wirtschaft/article7718695/Nestle-packt-jetzt-auch-Tee-in-Kapseln.html> [Stand: 17.02.2018].

Nestlé Global. „Fancy a steaming hot cup of ... Nestea?“.
<https://www.nestle.com/aboutus/history/nestle-company-history/nestea> [Stand: 17.02.2018].

Nestlé Österreich. Nestlé bringt Special. T nach Österreich.
https://www.nestle.at/media/newsandfeatures/nestle_bringt_special_t_nach_oesterreich_navigate [Stand: 29.03.2018].

Österreichischer Kaffee- und Tee-Verband. Gegründet 1952. Wien.
Coffee To Go? Ab sofort im Mehrwegbecher.
<http://kaffeeverband.at/coffee-to-go-ab-sofort-im-mehrwegbecher/> [Stand: 16.03.2018].
Entwicklungen am Kaffeemarkt 2016/2017. Popularität von Kaffee in Österreich ungebrochen.
http://kaffeeverband.at/wp-content/uploads/sites/7/2017/09/Der-%C3%96sterreichische-Kaffeemarkt-2016_2017-final.pdf
[Stand: 16.03.2018].
Österreicher sind Europameister beim Konsum von Kräuter- und Früchtetees.
<http://teeverband.at/oesterreicher-sind-europameister-beim-konsum-von-kraeuter-und-fruechtetees/> [Stand: 16.03.2018].
Von China in die ganze Welt.
<http://teeverband.at/von-china-in-die-ganze-welt/> [Stand: 16.03.2018].
Was Sie schon immer über Ihr Lieblingsgetränk wissen wollten.
<http://kaffeeverband.at/was-sie-schon-immer-ueber-ihr-liebblingsgetraenk-wissen-wollten/> [Stand: 16.03.2018].

SPECIAL.T by Nestlé Österreich. Unser Unternehmen.
<http://at.special-t.com/de/unser-unternehmen> [Stand: 17.02.2018].

Stadt Wien. Kulturerbe „Wiener Kaffeehauskultur“.
<https://www.wien.gv.at/freizeit/essen/kaffeehaus/kulturerbe.html> [Stand: 29.03.2018].

Starbucks Coffee Company. Starbucks Company Profile. The Starbucks Story.
<https://www.starbucks.com/about-us/company-information/starbucks-company-profile> [Stand: 29.03.2018].

Starbucks Coffee Company Österreich. Starbucks Company Zeittafel.
http://www.starbucks.at/media/666e488583ea42bfb18bdc74b76b445_tcm69-22752.pdf [Stand: 29.03.2018].

Tee-Magazin.de. Irische Teekultur.
<http://www.tee-magazin.de/irische-teekultur/> [Stand: 02.05.2018].

ANHANG

Abstract

Vor mehr als 300 Jahren kamen Kaffee und Tee, die zwei bedeutendsten Heißgetränke der Neuzeit, nach Europa, wo sich ihre Gesellschafts- und Kulturgeschichte seitdem wesentlich verändert hat. Wie in ihren Ursprungskulturen dienten sie zunächst auch hier in erster Linie als Heilmittel, in der Folge auch als Genussmittel und damit als Luxusgüter der Ober- und Mittelschicht. Um ihren bitteren Geschmack zu überdecken, bedurfte es eines weiteren Genussmittels, nämlich des Zuckers. Kaffee und Tee bewirkten eine Veränderung der Alltagskultur und fanden aufgrund ihrer anregenden und stimulierenden Wirkung Verwendung als bürgerliche Wachmacher. Sie begründeten auch neue Vergesellschaftungsformen im privaten Bereich und es entstanden die Kaffeehäuser als Orte der Kommunikation und Diskussion. Diese Institutionen spielten bei der Entstehung einer bürgerlichen Öffentlichkeit eine wichtige Rolle und sie erlangten kulturelle Bedeutung als Literaturcafés. Kostengünstige Kaffee- und Teesurrogate ebneten den beiden Heißgetränken schließlich ihren Weg zum Massenkonsumartikel. Für ihre Zubereitung und Darreichung bedurfte es neuer Utensilien und es entstanden Innovationen, wie beispielsweise das europäische Porzellan sowie Kaffee- und Teemaschinen. Im 20. Jahrhundert kam es zu fundamentalen Wandlungsprozessen in Bezug auf den Kaffee und den Tee, wie etwa zur Erfindung des koffeinfreien und des löslichen Kaffees, der Café-Bars und Coffeeshops sowie des Eistees, des Teebeutels und des Instant-Teepulvers. Seit der Jahrtausendwende eroberten vollautomatische Kaffeemaschinen und Einzelportionssysteme mittels Pads und Kapseln für die Zubereitung von Kaffee und Tee die Haushalte. Heute gelten die beiden Heißgetränke auch als Symbole der Gastfreundschaft, aufgrund der Vielzahl an geschmacklichen Variationen sind sie zu Lifestylegetränken geworden und aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken.