



DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Kulinarischer Journalismus

Verfasser

Dipl.Ing. Helmut Schernhorst

angestrebter akademischer Grad

Magister

Wien, 2009

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 301/295

Studienrichtung lt.
Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Dr. Wolfgang R. Langenbucher

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	4
1.1	Fragestellung.....	5
1.2	Vorgehensweise	6
2	Theoretischer Zugang	6
2.1	Theorien und Modelle	6
2.2	Basistheorien und Journalismustheorie	7
2.2.1	Systemtheorie	8
2.2.2	Akteurstheorie.....	9
2.2.3	integrative Theorien	11
2.3	Theorien mittlerer Reichweite.....	12
2.4	Journalismus und Literatur	16
3	Die Analyse	19
3.1	Leitfadengestütztes Interview	19
3.2	Inhaltsanalyse	19
3.3	Kategorienschema.....	20
4	Definition	21
4.1	Journalismus	21
4.1.1	Mediengattungen	22
4.2	Fachjournalismus	23
4.3	Kulinarischer Journalismus.....	25
4.3.1	Die kulinarische Botschaft.....	26
4.3.2	Der Sender im Kommunikationsprozess	26
4.3.3	Charakterisierung von kulinarischen Journalisten.....	26
4.3.3.1	textliche Faktoren	28
4.3.4	Der Empfänger im Kommunikationsprozess:.....	29
4.4	Journalistische Darstellungsformen.....	29
4.4.1	Reportage	30
4.4.2	Bericht.....	30
4.4.3	Nachricht.....	31
4.4.4	Glosse, Kommentar	32
4.4.5	Serviceteil	32
4.4.6	Das Bild	32
4.4.7	Erscheinungsformen des kulinarischen Journalismus	32
4.5	Kochen und Essen in historischer Perspektive.....	34
4.5.1	Allgemeiner Überblick: Strömungen in der Esskultur	34

4.5.2	Der Einfluss des Staates.....	38
4.5.3	Exkurs: Deutsche und österreichische Küche.....	41
4.5.4	Gastrosophie.....	42
4.5.5	Exkurs Kulinaristik – Alter Wein in neuen Schläuchen.....	44
4.5.5.1	Kulturphänomen – globales Phänomen	45
5	Dimensionen des kulinarischen Journalismus.....	46
5.1	metaphorische Sinneswelt.....	46
5.1.1	Der Geschmack	47
5.1.2	Genuss	49
5.1.3	Unmäßigkeit.....	51
5.1.4	Gesundheit	53
5.1.5	Erotik.....	54
6	Wer: Vertreter.....	56
6.1	Joseph Wechsberg.....	56
6.2	Wolfgang Siebeck.....	65
6.3	Jürgen Dollase	70
7	Kulinarischer Journalismus in den Massenmedien.....	76
7.1	Printmedium Magazin.....	76
7.1.1	Gourmetmagazine	76
7.1.1.1	Besser's Gourmetjournal.....	76
7.1.1.2	Feinschmecker	77
7.1.1.3	Port Culinaire.....	77
7.1.1.4	Gusto.....	77
7.1.1.5	Genuss Magazin	78
7.1.2	Fachpublikationen im Foodbereich	78
7.1.2.1	Lebensmittel Zeitung	78
7.1.2.2	Lebensmittel Praxis	79
7.1.2.3	Lebensmittel Technik	79
7.2	Printmedium Buch	79
7.2.1	Kochbuch.....	79
7.2.1.1	Historische Entwicklung.....	81
7.2.2	Kolumne Reportage Portrait in Zeitungen und Magazinen	84
7.2.3	Restaurantführer.....	85
7.2.3.1	Guide Michelin.....	85
7.2.3.2	Gault Millau Guide.....	86
7.2.3.3	Die Macht der Tester.....	86
7.2.4	Unterhaltungsliteratur, Erzählung, Roman	87

7.3	Fernsehen	88
7.4	Internet	90
7.4.1	Food Blogs.....	91
8	Problematiken und Herausforderungen des Food-Journalismus.....	92
8.1	Marktchancen für kulinarische Fachjournalisten.....	92
8.2	Ethik im Journalismus.....	93
8.3	Unabhängigkeit.....	93
9	Zusammenfassung	95
10	Anhang	97
10.1	Presseprodukte zum Themenbereich Essen und Trinken.....	97
10.2	Zusammenfassung des Experteninterviews	99
11	Literaturverzeichnis	105
12	Abstract	113
13	Lebenslauf.....	114

Vermerk zur geschlechterneutralen Formulierung:

Auch wenn im Text nicht explizit ausgeschrieben, beziehen sich alle personenbezogenen Formulierungen auf weibliche und männliche Personen.

1 Einleitung

Das Themen Essen und Trinken ist allgegenwärtig. Die Werbung preist täglich neue Produkte an, im Freundeskreis spricht man über die neueste Restaurantempfehlung im Lifestylmagazin und man schenkt sich Kochbücher von berühmten Haubenköchen oder TV-Stars. Fernsehkanäle bemühen sich seit Jahren, mit Kochshows, Reportagen und Dokumentationen das Thema Essen und Genießen die Mitte der Gesellschaft zu tragen. Kochen ist ein Event geworden. Dieser Trend ist noch längst nicht final ausgeschlachtet, er boomt auch im Internet: Zeitschriftenverleger und TV-Sender wollen am Boom mitverdienen. Die Botschaften dahinter werden eine spezielle Form des Journalismus, dem "kulinarischen Journalismus" aufgearbeitet. Das Schreiben über Kochen und Essen wird auf verschiedene Art und Weise angegangen, deswegen ist dieses Thema nicht einfach zu fassen. Die journalistische Bedeutung kontrastiert mit der scheinbaren Unwichtigkeit dieser Tätigkeit.

Diese Arbeit soll die Entwicklung des kulinarischen Journalismus nachzeichnen und ihn beschreiben. Sie beleuchtet den Werdegang von kulinarischer Publizistik zum kulinarischen Journalismus samt seinen Erscheinungsformen in den Medien.

Im ersten Teil wird eine Definition versucht, die den kulinarischen Journalismus bestimmt. Der zweite Teil bietet einen allgemeinen Überblick über die Vermittlung von Ernährungswissen von der Antike bis zur Gegenwart. Danach werden die Themen, die sich hinter dem kulinarischen Journalismus verbergen, umrissen.

Im vierten Teil werden bekannte Vertreter des kulinarischen Journalismus, nämlich Joseph Wechsberg, Wolfram Siebeck und Jürgen Dollase vorgestellt. Nach ihrer Biographie werden Beispiele Textauszüge aus ihrem Werk analysiert um ihre unterschiedliche Herangehensweise an das Thema Essen und Trinken aufzuzeigen.

Darauf folgt die Vorstellung der verschiedenen Darstellungsformen in den Massenmedien. Die Arbeit schließt mit einer Darstellung der Problematiken und Herausforderungen des kulinarischen Journalismus von heute.

1.1 Fragestellung

Journalisten wollen informieren und Orientierungshilfen geben. Mit ihren Texten klären sie auf und bieten Unterhaltung, sie spenden vielleicht Erholung und lassen den Leser Anteil nehmen. Es gibt viele Darstellungsformen die solche Aufgaben wahrnehmen. Journalisten wird auch Einfluss auf den Verbraucher zugeschrieben denn eine Funktion des Journalismus ist die Wissens- und Informationsvermittlung. Im Bereich Essen und Genießen erfolgte bisher keine Abgrenzung zu anderen Bereichen des Journalismus. Deswegen stellt sich die grundlegende Forschungsfrage:

- **„Was ist kulinarischer Journalismus?“**

Dieses Erkenntnisinteresse führt zu einer Reihe von Hypothesen:

- Der Journalist hat Einfluss auf den Rezipienten
- Wenn in der Blattlinie von Gourmetzeitschriften Reportagen über Nahrung und Genuss vorgesehen sind, dann zählen auch kulinarische Reisereportagen zum Inhalt.
- Rezepte zählen zum kulinarischen Journalismus
- Viele Faktoren ergeben einen guten kulinarischen Text
- Geschichtliches Hintergrundwissen ist für Fachjournalisten wichtig
- In kulinarischen Texten wird Fastfood als Gesundheitsgefahr dargestellt.
- Das "Genuss-Magazin" und "Gusto" bedienen verschiedene Zielgruppen.
- Kochsendungen steigern das Ernährungsbewusstsein und ändern die Ernährungsgewohnheiten.
- Das Internet wird immer wichtiger da sich das Publikum ändert.
- Die Ernährungsindustrie beeinflusst den Fachjournalisten.

Diese Hypothesen werden in den einzelnen Kapiteln auf ihre Gültigkeit überprüft.

1.2 Vorgehensweise

Um die Kernfrage was kulinarischer Journalismus ist, zu klären, werden zwei Wege eingeschlagen. Anhand von Experteninterviews werden die in der Literatur vorhanden Ansätze abgeklärt und ihre Relevanz überprüft. Eine Inhaltsanalyse von Special-Interest-Zeitschriften liefert gängige Grundstrukturen. Textanalysen sollen eine subjektive Annäherung an das Thema ermöglichen.

2 Theoretischer Zugang

Die Kommunikationswissenschaft fokussiert sich auf der Ebene der Theoriebildung auf empirisch abgesicherte Theorien, die ihrerseits auf grundlegendere Theorien Bezug nehmen. Sie sind teils innerhalb der Kommunikationswissenschaft entwickelt worden, wie beispielsweise die Medienrezeptionstheorien, oder sind von anderen Wissenschaftsdisziplinen adaptiert worden. Die Kommunikationswissenschaft ist somit eine Querschnittswissenschaft. Bei der aktuellen kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung spielen Theoriefelder wie Systemtheorien, kritische Theorien, Kulturtheorien oder der Konstruktivismus immer wieder eine zentrale Rolle. Eine Basistheorie der Kommunikationswissenschaft ist aber nicht bestimmbar. (Hepp et al. 2004, S. 1)

Im folgenden Abschnitt werden Theorien skizziert, die für das Themenfeld des kulinarischen Journalismus und somit für die Hypothesenbildung von Bedeutung sind.

2.1 Theorien und Modelle

Die moderne Wissenschaft definiert sich dadurch, dass sie Forschungsergebnisse im Kreislauf von Theorie, Empirie, Praxis und Methodologie produziert. Die Theorie hat im Idealfall den Stellenwert einer forschungsleitenden und strukturierten Perspektive.

Im kulturwissenschaftlichen Rahmen umfassen Theorien nach einer Systematik nach Weber die Ebenen Paradigmen, Supertheorien, Basistheorien und Theorien mittlerer Reichweite:

Paradigmen determinieren ein übergeordnetes Weltbild, das die unteren Ebenen determiniert (z.B. Realismus – alles ist Abbildung versus Konstruktivismus – alles ist Konstruktion).

Supertheorien stehen über anderen Theorien oder erfassen etwas als Ganzes. In diesem Sinne kann die soziologische Systemtheorie eine Supertheorie sein, wenn sie die Gesellschaft als Ganzes betrachtet. Supertheorien haben tendenziell universellen Charakter, Paradigmen totalitären.

Basistheorien sind weder übergeordnete, tendenziell totalitäre Weltbilder (Paradigmen) noch Theorien mit allumfassendem Anspruch. Sie bieten ein logisch konsistentes Set aus Begriffen, Definitionen und Modellen an, das empirisch operationalisiert werden kann. Basistheorien bieten begriffliche Orientierung. Nach Atteslander wird unter Theorie im Allgemeinen ein System logisch widerspruchsfreier Aussagen über soziale Phänomene verstanden. Als Beispiele von publizistikwissenschaftlichen Basistheorien nennt Burkart Systemtheorie, Materialismus, Medienökonomie, Symbolischer Interaktionismus, Theorie des kommunikativen Handelns, Semiotik [...]

Basistheorien rekurren auf Basiseinheiten, die man als sozial- und kulturwissenschaftliche Grundkategorien verstehen kann. Die Einheiten können der Akteur, ein Zeichen, eine Struktur, ein Apparat oder ein System sein. Mehrere Basistheorien können zu einer integrativen Theorie zusammengesetzt werden wie z.B. von Löffelholz (Weber 2003, S. 29–30) im nächsten Kapitel skizziert.

Die Basistheorien werden von übergeordneten Paradigmen und von untergeordneten Theorien mittlerer Reichweite abgegrenzt. (Weber 2003, S. 9–13)

2.2 *Basistheorien und Journalismustheorie*

In der Journalismusforschung kann man drei makrotheoretische Perspektiven, die systemtheoretische, die akteurstheoretische und die vermittelnde Position unterscheiden.

Die meisten systemtheoretischen Arbeiten sind in der Tradition von Niklas Luhman und konzentrieren sich darauf, den Journalismus als ein soziales Funktionssystem der Gesellschaft zu verstehen. Die entscheidenden Fragen sind dabei, was dieser Journalismus leistet und welchen Sinn Journalismus für die Gesellschaft hat. Das Erkenntnisinteresse ist auf die Makroebene des gesellschaftlichen Teils Journalismus gerichtet. Als Elemente werden Kommunikationen und keine Personen gesehen. Der Akteur Journalist gehört nach dieser Vorstellung nicht zum System

Journalismus sondern zu dessen Umwelt. Organisationen, Programme und Rollen des Journalismus prägen im Wesentlichen die Handlungen der Journalisten. (Reinemann 2003, S. 8–9)

Es liegt die Vermutung nahe, dass ohne die normative und subjektivistische Journalismusbetrachtung, die seit dem 19. Jahrhundert bis heute wirkt, weder eine holistische Journalismustheorie, die das System/Umwelt-Paradigma verwendet, noch die empirisch-analytische Journalismusforschung, entstanden wären. In diesem Sinne verdient jede theoretische Bemühung Beachtung, „sei es, indem sie die Erkenntnis innerhalb eines bestehenden Paradigmas kumulativ erweitert; sei es, indem sie Erkenntnis außerhalb eines bestehenden Paradigmas ermöglicht und damit zu dessen Ablösung beiträgt.“

Die Theorien des Journalismus gehören überwiegend zu den erfahrungswissenschaftlichen Theorien. Die empirisch-analytische Wende der Journalismusforschung wurde von Max Weber zu Beginn des 20. Jahrhunderts gefordert und in den 1970er-Jahren realisiert. Erfahrungswissenschaftliche Theorien beziehen sich auf einen empirisch erfassbaren Objektbereich, sie sind in ihrer Überprüfung durch diesen beeinflusst. (Löffelholz 2004, S. 27)

2.2.1 Systemtheorie

Wenn man das soziale Gefüge als eine von Akteuren und ihren Handlungen gestaltete Welt versteht, dann liefert die Systemtheorie nur eine verengte Perspektive auf die gesellschaftliche Wirklichkeit. Der Systemtheorie wird von Habermas eine systemintegrative Perspektive zugesprochen, eine sozialintegrative Sichtweise jedoch abgesprochen. Unter sozialintegrativer Sichtweise wird die soziale Wirklichkeit als Zusammenhang internationaler Akteure verstanden, unter systemintegrativer Sichtweise wird sie als autopoietisches Gefüge betrachtet. Die sozialintegrative Sichtweise gelangt bei der Systemtheorie ins Hintertreffen, da diese die handlungsprägende Kraft von Systemen erfasst, auf die Handlungsfähigkeit von Akteuren und deren systemkonstituierende Potenz aber nicht eingeht. Langenbucher weist darauf hin, dass die Systemtheorie an ihre Grenzen stößt, wenn es darum geht, der journalistischen Persönlichkeit als wichtige Größe bei der Etablierung des Journalismus als eigenständige Kulturleistung Genüge zu tun.

Journalismus hat Funktionen und Leistungen zu tragen, die sich nicht auf individuelle Handlungen zurückführen lassen (z.B. die Kommerzialisierung des Fernsehens), aber man kann Begriffe wie Akteur und Handlung nicht aus der Journalismustheorie verbannen. (Paur 2008, S. 17)

Saxer und Kull bemerken, dass die einzelne Persönlichkeit in der Systemtheorie in den Hintergrund und damit in die Bedeutungslosigkeit gerückt ist. „Dieser weiterhin dominante Persönlichkeitsaspekt im Journalismus sollte z.B. nicht irgendeinem soziologischen und systemtheoretischen Reduktionismus völlig zum Opfer fallen.“ Sie postulieren mithin eine integrale Kommunikator- und Journalismusforschung.

Gianluca Wallisch kritisiert, dass besondere Leistungen einzelner Journalisten bei systemtheoretischen Ansätzen kaum akzeptiert werden. Journalismus sei auch eine individuelle und kulturelle Leistung. Innovationen des bestehenden Systems hängen für ihn größtenteils von individuellen Leistungen ab. So prägten beispielsweise Recherchen zum Watergateskandal den investigativen Journalismus als Genre.

Nach Christoph Neuberger soll man den einzelnen Akteur nicht aus der Forschung ausschließen. Als Ziel einer Verbindung von Akteur-, Institutionen- und Systemtheorie nennt er die Aufwertung des Individuums, ohne wichtige Erkenntnisse der Systemtheorie außer Acht zu lassen. (Schreml 2003, S. 9)

Der systemtheoretische Mainstream löst durch die Vernachlässigung des journalistischen Akteurs, der sich in Strukturvorgaben aufzulösen droht, Kritik aus. Die akteur- und systemtheoretische Forschungsseite ist gespalten. Die Systemtheorie dominiert auf der Kommunikatorseite, auf der Rezipientenseite dominieren der Akteur und sein Handeln. In der Journalismusforschung hat eine Gegenbewegung eingesetzt bei der wieder der Journalist in den Mittelpunkt gerückt wird. (Langenbacher 1993, S. 127–135; Löffelholz 2004, S. 287)

2.2.2 Akteurstheorie

Der Akteur-Ansatz hat seinen Ursprung in den 1950er-Jahren. Damals wurden vorwiegend Biographien renommierter Journalisten und Publizisten bzw. deren Berufs- und Lebensschicksal behandelt und weniger empirische Studien gemacht. Die Studien orientierten sich weitgehend an zeitungswissenschaftlichen Vorstellungen der Vorkriegszeit und an Emil Dovifat und seiner normativ-

ontologischen Publizistik. Sein Journalismus-Verständnis prägte noch Jahrzehnte später die Praxis und die Wissenschaft. (Raabe 2005, S. 15)

Dovifats Einfluss ist bis heute in der journalistischen Berufspraxis (Begabtenideologie), als auch in der wissenschaftlichen Theorienbildung (subjektbezogener Journalismusbegriff) spürbar. Für Dovifat hing der Erfolg einer journalistischen Arbeit von der Begabung der journalistischen Persönlichkeit ab und nicht von den redaktionellen Strukturen. Für Langenbucher war dies eine „radikale Verengung der Analyse“. Die Ausblendung struktureller Faktoren und der Ansatz, den Journalismus nicht als Ganzes zu erfassen, da das System Journalismus auf die Handlungen einzelner Journalisten verkürzt wird, gelten als Mangel der normativ-ontologischen Publizistikwissenschaft.

Strukturorientierte Ansätze und empirisch-analytische Journalismusforschung haben aber seit den 1970er Jahren erheblich an Relevanz gewonnen, das Individuum verlor an Bedeutung. Die Sozialisationsbedingungen und Strukturen wurden näher betrachtet, die Systemtheorie gewann in der Kommunikationswissenschaft an Boden. (Schreml 2003, S. 7–8)

Die Forschung konzentrierte sich zunehmend auf spezifische Problemfelder der Aussagenentstehung, die empirisch untermauert wurden. Der Gatekeeper-Ansatz wurde von David Manning White 1950 auf die Journalismusforschung übertragen. Zunächst an individualistischen Orientierungen anknüpfend wandte sie sich später einer organisationsbezogenen Perspektive zu und bereitete damit den Boden für eine im weitesten Sinn systemorientierte Herangehensweise. (Löffelholz 2004, S. 43–46)

Beim akteurstheoretischen Ansatz wird von individuellen Akteuren ausgegangen. Die gesellschaftlichen Strukturen werden aus deren Handlungen, Interaktionen und Handlungsverkettungen, die sich aus diesen Interaktionen ergeben, erklärt. Auf die Handlungen von Akteuren führt man die sozialen Makrophänomene zurück, was den Begriff der „Handlung“ zum zentralen Konzept akteurstheoretischer Analysen macht. Die Handlungstheorien versuchen zu erklären, wie sich Akteure zwischen verschiedenen Handlungsalternativen entscheiden, die sich in ihrem Allgemeingrad, dem zu erklärenden Handlungstyp und ihren zentralen erklärenden Konzepten unterscheiden.

Es gibt in der deutschen Journalismusforschung verschiedene akteurstheoretische Vorstellungen. Journalismus wird z. B. vom Publizistikwissenschaftler Hans Mathias Kepplinger als „heterogenes Bündel von Personen (Journalisten, Verleger usw.), Organisationen (Medien, Agenturen usw.) und Institutionen (Presserecht, Berufsnormen usw.)“ gesehen (vgl. Kepplinger 2000a, S.85).

Ruß-Mohl betrachtet Journalisten als taktisch und strategisch agierende Akteure, die ihren Beruf möglichst professionell und rational ausüben wollen (Ruß-Mohl 1997: S.208). Andere sehen das Mediensystem als Beziehungsgeflecht aus handlungsfähigen, individuellen und korporativen Akteuren und Makrophänomene als Ergebnis des absichtsvollen und zielgeleiteten Handelns der Akteure. (Reinemann 2003, S. 9)

2.2.3 integrative Theorien

Von einigen Journalismusforschern werden akteurs- und systemtheoretische Perspektiven miteinander verknüpft. Neuberger beschreibt die strukturelle Einbettung journalistischer Akteure und journalistischen Handelns über teilsystemische Orientierungshorizonte, institutionelle Ordnungen und Akteurskonstellationen. Altmeppen betrachtet Handeln als strukturabhängige und strukturbildende Kategorie und definiert journalistisches Handeln als soziales Handeln. Der Wissensvorrat und die jeweilige Situationsdeutung bestimmen diese Kategorie. Des Weiteren schlägt er eine Unterscheidung in Entscheidungs- und Koordinationshandeln vor. Hier ist Entscheidungshandeln durch journalistische Programme determiniert. Das Koordinationshandeln zeigt sich in Interaktion und Kommunikation, die der Absprache und Abstimmung in der Redaktion dient. (Reinemann 2003, S. 11)

Dem Versuch, die beiden Perspektiven von Makroebenen (Systemansatz) und Mikroebenen (Handlungsansatz) zu verbinden, geht in jüngerer Zeit z.B. Siegfried Weischenberg mit seinem Zwiebel-Modell nach. Dieser Entwurf versucht, die Dichotomie von Struktur, System, Subjekt und Handlung zu überwinden und systembezogene und akteursbezogene Theorien in Einklang zu bringen. Bei diesem Modell handelt es sich um ein Ordnungsschema journalismusbezogener Forschungsgegenstände. Die Themen der Journalistik sind auf vier Ebenen bezogen, die mit den Schalen einer Zwiebel verglichen werden. „Die Schalen dieser Zwiebel stehen jeweils für die Faktoren, welche die Aussagenentstehung

beeinflussen; ihre Zuordnung zeigt die Hierarchie der Einflüsse und damit ihre unterschiedliche Verbindlichkeit. [...] Die äußere Schale bilden die Normen, die den Journalismus umschließen.“ In der zweiten Schale werden die Medieninstitutionen (Strukturzusammenhang) dargestellt. Die Medienaussagen (Funktionszusammenhang) und die Medienakteure (Rollenzusammenhang) bilden die Kernschalen. Das journalistische Handeln wird in diesem Modell durch die Kontexte determiniert, in der sich der Akteur befindet. (Löffelholz 2004, S. 49)

Das Zwiebelmodell dient als Basis zum Verständnis journalistischer Realität, wenn sich kommunikationstheoretische Reflexionen schwieriger gestalten.

Es gibt erweiterte Zwiebelmodelle, die z.B. das Thema Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus besser einbauen. Nach Heinz Fabris muss sich die Reflexion der Themen Qualität und Qualitätssicherung auf mehreren Ebenen bewegen. Im Mittelpunkt steht dabei der einzelne Journalist. Er wird auch hier von den Ebenen der Institutionen, des Mediensystems, des Rezipienten und der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen umschlossen. (Fabris 2004, S. 264)

2.3 Theorien mittlerer Reichweite

Theorien mittlerer Reichweite haben eingeschränkten Gegenstandsbereich und widmen sich einem einzigen Phänomen. Als Beispiele sind in der Kommunikatorforschung¹ die Nachrichtenwerte- und die Gatekeeperforschung und in

¹ Sie befasst sich mit den Medienakteuren, deren Persönlichkeit, deren Handlungsrouinen und deren Organisationseinbindung. Es wird untersucht unter welchen Bedingungen Medienaussagen entstehen und gestaltet werden.

der Medienwirkungs/nutzungsforschung² der Uses- and Gratifikations-Approach das Agenda-Setting oder die Schweigespirale genannt. Derartige Nutzungs- und Wirkungstheorien beschäftigen sich sowohl mit dem Aspekt, was die Menschen mit den Medien machen (Gratifikationsperspektive oder Nutzenansatz), als auch mit dem Aspekt, was die Medien mit den Menschen machen, also mit den eigentlichen Medienwirkungen, dem Zusammenhang von Medienkonsum und den „Köpfen“ der Rezipienten (Wissenskluft-Hypothese oder Schweigespirale) (Weber 2003, S. 20)

Es gibt also für den kulinarischen Journalismus eine Vielzahl von möglichen Theorien mittlerer Reichweite und Modelle, mit Hilfe derer Aussagen über das zu untersuchende Phänomen getätigt sowie Kommunikationsmaßnahmen überprüft und optimiert werden können.

Bayer ordnet das Verhältnis Journalist – Öffentlichkeit (Leser) in das Konzept von Kommunikation nach Lasswell ein. In vereinfachter Form ist die Grundstruktur des Modells: „Wer“ sagt „was“, auf welchem „Weg“, zu „wem“, mit welcher „Wirkung“. Mit diesem Sender – Empfängermodell kann man innerhalb eines Gesamtprozesses einige Transferprobleme identifizieren. Zwei Arten von Problemen sind unterscheidbar: Probleme durch die Beteiligten und Probleme, die sich auf die Schnittstellen (Codierung/Dekodierung) beziehen. Von diesen Problemkreisen hängt es ab, ob es zu einem unverfälschten Transfer von Informationen von Sender zu Empfänger kommt. (Bayer 1993, S. 108–109) Für die Werbung ist die Transferwirkung von besonderem Interesse. Sie ist aber auch am wenigsten greifbar. Hier stellt sich die Frage, ob kulinarische Journalisten zur Verbreitung von

² Sei beschäftigt sich mit den Effekten die Medien auf die Rezipienten haben.

Neuerungen beitragen: Sind Journalisten Agenten des Wandels oder bloß Kommentatoren des Zeitgeistes?

Innerhalb der Kommunikationsforschung gibt es eine Vielzahl von Ansätzen zur Wirkung der Massenmedien. Nach der Hypothese des Zwei-Stufen-Flusses der Kommunikation nach Lazarsfeld ist der Kommunikationsprozess am effektivsten, wenn eine Mittlerinstanz eingeschaltet ist. Innovationen durchlaufen einen stufenförmigen Prozess, bis sie angenommen werden. Ein Modell des Stufenablaufes ist die AIDA-Regel in der Adaptionstheorie. Sie befasst sich mit der Diffusion neuer Produkte. Der Prozess durchläuft als erstes eine Phase der Aufmerksamkeit (attention), sodann entsteht Interesse (interest), schließlich ein Wunsch (desire) nach dem neue Produkt, der zur Kaufhandlung (action) führt. (Bayer 1993, S. 112)

Um die Faktoren zu beschreiben, die für die Diffusion, Akzeptanz und Übernahme von Innovationen wichtig sind, eignet sich das Modell nach Havelock. Dieses beschreibt den Wissenstransfer und seine Wirkungen. Die sieben wichtigsten Faktoren sind:

- Verknüpfung: gegenseitige Kontakte zwischen der Quelle und dem Abnehmer der Innovation
- Struktur: systematische Organisation und Koordination der verschiedenen an dem Gesamtprozess beteiligten Instanzen
- Offenheit: Glaube, dass Wandel erwünscht und möglich ist
- Aufnahmebereitschaft: die Fähigkeit, unterschiedliche Hilfsmittel zu mobilisieren
- Belohnung: Häufigkeit und Stärke von positiven Verstärkungen
- Nähe: räumliche und zeitliche Nähe des Kontextes, Vertraulichkeit, Neuheit
- Synergie: Zahl der Kräfte, die mobilisiert werden können, um einen Wissens-Verwendungseffekt zu erzeugen.

Das Modell nach Havelock kann zur Klärung der Frage herangezogen werden, ob kulinarische Journalisten zur Veränderung von Bewusstsein beim Rezipienten beitragen können. Bayer liefert dafür folgende Erklärung: *„Durch die Vielzahl der Einflussfaktoren wird deutlich, dass Journalisten im Innovationsprozess nur*

begrenzter Einfluss zuzuschreiben ist. Kulinarische Journalisten tragen sicherlich ihren Teil zur Veränderung des Ernährungsverhaltens bei, das Ausmaß der Veränderungen lässt sich aber nur schwer abschätzen.“ (Bayer 1993, S. 112)

- **Hypothese: Der Journalist hat Einfluss auf den Rezipienten**

Die Experten waren sich darüber einig, dass sie den Rezipienten zwar beeinflussen können, eine Meinung aufzwingen ist aber nicht möglich.

2.4 Journalismus und Literatur

In der Literatur wird dem Essen ein breiter Raum gegeben. Thomas Mann beschreibt in seinem Roman Buddenbrooks auf über 50 Seiten ein opulentes Mahl und Günther Grass liefert in seinen Büchern Anleitungen zum Nachkochen von ganzen Essen. Die Aufzählung ließe sich beliebig fortsetzen. Die Literaturwissenschaft untersucht auch diese Literatur ausgiebig und systematisch nach Gattungen, Formen, Stoffen und Motiven. Allerdings werden journalistische Texte kaum behandelt.

Der Literaturwissenschaftler Friedrich Sengle geht auf diesen Missstand ein und sprach von einer Journalistenphobie der Literaturwissenschaftler. Langenbucher meint hierzu: *„Die Germanistik hat sich über Jahrhunderte hinweg geweigert, Texte auch nur im weitesten Sinne in die wissenschaftliche Betrachtung zu ziehen, die nicht in hohem Sinne Dichtung waren, die nicht Lyrik waren oder den Gattungen Prosa oder Drama angehörten. All das, was realitätsgebunden war, was für den Tag geschrieben war, was in der Zeitung oder in der Zeitschrift veröffentlicht wurde, war von vornherein ausgeschlossen von der wissenschaftlichen Analyse. Die Kommunikationswissenschaft wiederum war unsensibel, sie ist auch heute noch weitgehend unsensibel. Sie hätte im Grunde genommen das, was der Germanist für die Literatur leistet, für den Journalismus leisten müssen.“* Dem Journalismus muss man endlich eine angemessene Bedeutung verleihen, nämlich die Bedeutung, die er im praktischen Leben tatsächlich hat. (Kölsch 2006, S. 11–12)

Im Vorwort des Buches von Langenbucher „Sensationen des Alltags – Meisterwerke des österreichischen Journalismus“ wird ebenfalls auf das Verhältnis von Literatur und Journalismus eingegangen. (Langenbucher 1992b, S. 6) In der Biedermeierzeit entstanden Wechselwirkungen zwischen Literatur und Journalismus, die sich um 1900 verstärkten. Joseph Roth und Egon Erwin Kisch bezogen aus dieser Gleichbewertung von Literatur und Journalismus ihr Selbstbewusstsein als Journalisten. In der Geschichte des Journalismus waren es vor allem im 19. Jahrhundert immer die zwischen Literatur und Journalismus pendelnden Wanderexistenzen, die dafür sorgten, die Mitarbeiter des Tagesschrifttums aus ihrer Anonymität zu heben. Mit dem Aufstieg der Massenpresse und mit der damit verbundenen Herausbildung eines Berufsbildes der Journalisten setzte sich im Zuge der Personalisierung der journalistischen Leistung eine Namenssetzung bei den journalistischen Darstellungsformen durch. Vorher war diese hauptsächlich im

Leitartikel, im Feuilleton und im Kulturteil anzutreffen. In den 1920er Jahren entstand eine von Kisch wesentlich mitinitiierte Journalismusdiskussion, in der vor allem die Beziehung des Berichterstatters zur Wirklichkeit der Inhalt war. *„Das meint, in erster Linie den Zugang zu bestimmten Themen zu finden, durch entsprechende Recherchen sich der darzustellenden Wirklichkeit anzunähern und schließlich sie in entsprechender, nach Kischs Postulat fast literarischer Weise, stilistisch einwandfrei jedenfalls, umzusetzen.“* (Langenbucher 1992a)

Das Verständnis von Journalismus als Kultur bzw. als spezifische „Kulturleistung“ hat eine lange Tradition, die durch die historische Verbindung von Literatur und Journalismus begründet ist. Die kulturelle Leistung des Journalismus wird von Forschern hervorgehoben, die subjektive, interpretative und feuilletonistische Formen des Journalismus bearbeiten. Das Subjekt steht im Vordergrund. Langenbucher schlägt diesen Weg ein, indem er den „ästhetischen und intellektuellen Rang“ des qualitativ vollen Journalismus bewerten und selbstschöpferische Leistungen von „unzweifelhaft identifizierbaren Individuen“ erkennbar machen will. Meint „Die Kulturleistung des Journalismus offenbart sich in den anspruchsvollen Texten bedeutender Autorinnen und Autoren, deren journalistisches Schaffen über den Tageswert hinaus von gesellschaftlicher Bedeutung ist. Darin wird Journalismus vergleichbar (mit) Literatur, Theater, Kunst, Philosophie und Wissenschaft.“ (Langenbucher 1994 7)

„In der Konzentration auf das (schreibende) Individuum und sein von äußeren Rahmenbedingungen weitestgehend unabhängig entstehendes Werk haben diese Konzepte mit dem subjektzentrierten Ansatz der publizistischen Persönlichkeit hohe Übereinstimmung.“ Das journalistisch tätige Subjekt und sein Schaffensprozess erschienen unabhängig von äußeren Einflussfaktoren. „Die kulturelle Leistung des Journalismus erweist sich hier als herausragende Qualitätsproduktion.“ (Winter 2008, S. 272)

Ausgewählte journalistische Texte werden aus der Masse der Alltagsproduktion herausgegriffen und es wird versucht, sie als Bestandteil der Hochkultur zu erklären, ohne sie damit terminologisch zur „Literatur“ adeln [zu müssen]. (Langenbucher 1994:7) (Winter 2008, S. 273)

Blöbaum weist ebenfalls am Beispiel Literatur und Journalismus auf die Relevanz einer interdisziplinären Betrachtungsweise hin. „Die Berichterstattungsmuster literarischer Journalismus, die Darstellungsformen Reportage und Essay, Konstruktionsmerkmale wie Montage, Subjektivität, Perspektivität, das Verhältnis von Fakten und Fiktionen, Metaphern [...] sind Forschungsthemen im Überschneidungsfeld von Literatur und Journalismus. Diese Problemstellungen werden sowohl in der Journalistik/Kommunikationswissenschaft als auch in der Literaturwissenschaft eher als randständig aufgefasst. Die durch eine geisteswissenschaftliche Tradition geprägte Germanistik und die durch sozialwissenschaftliche Perspektiven und Methoden geprägte Journalistik finden offenbar schwer zusammen.“ (Blöbaum, Neuhaus 2003, S. 47)

Wie sehr sich kulinarisch-journalistische Texte aus der Alltagsproduktion hervorheben können, sieht man am Beispiel des publizistischen Vermächtnisses von Joseph Wechsberg. Er war Journalist und Schriftsteller, sein Werk lässt sich nur schwer in ein bestimmtes Genre einordnen. Seine Beschreibungen verschmelzen, er verbindet Heiteres mit Ernstem und kulinarische Freuden mit berührenden Themen.

3 Die Analyse

3.1 Leitfadengestütztes Interview

Als Methode wurde ein leitfadengestütztes Interview gewählt um am offenen Leitfaden orientiert Experten nach ihrem "Betriebswissen" zu befragen. Darunter ist das Wissen über das eigene Handlungsfeld der Experten zu verstehen. Experten sind in diesem Sinne Repräsentanten einer Organisation oder Institution da sie die Entscheidungsstrukturen und Problemlösungen (re)-präsentieren. Weiters wird durch den Leitfaden die Vergleichbarkeit der Interviewtexte gesichert. (Nohl 2009, S. 21)

3.2 Inhaltsanalyse

Die Inhaltsanalyse wurde als Methode gewählt, um die Textinhalte erfassen und interpretieren zu können. Nach Klaus Merten ist die Inhaltsanalyse eine „*Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nicht-manifesten Kontextes geschlossen wird.*“ Die vorliegende Inhaltsanalyse stützt sich auf quantitative und qualitative Ergebnisse.

Die quantitative Inhaltsanalyse zielt darauf ab, Textaussagen systematisch anhand spezifischer Fragestellungen zu interpretieren. Gerade bei komplexem Material empfiehlt es sich, eine Kombination aus quantitativer und qualitativer Auswertung vorzunehmen, wobei beide Verfahrensweisen schwer voneinander zu trennen sind.

Bei der vorliegenden Arbeit sollen qualitative und quantitative Ergebnisse einander ergänzen.

Als Auswahlseinheiten diene je eine Ausgabe des entsprechenden Magazins.

Als formale Codiereinheiten wurden folgende bestimmt: Seitenanzahl des ganzen Heftes, Länge des Beitrages in Seiten, Länge der Werbung in Seiten, Nummer und Jahr der Ausgabe. Die formalen Kriterien ergeben sich durch Zählen und Messen.

Inhaltliche Kategorien werden möglichst überschneidungsfrei gebildet, Unschärfen sind jedoch nicht vermeidbar. Das endgültige Kategoriensystem besteht aus 10 Kategorien. Durch diese kann man konkrete thematische Aussagen der Ausgaben

erhalten. Die Codierungen sind ordnend und nicht wertend. Nach dem Erfassen der formalen Kategorien fließen diese in die Berechnung ein. (Leifried 25.09.2007)

Aus den Forschungsfragen werden zunächst inhaltliche Hauptkategorien abgeleitet und in einem Codebuch umgesetzt. Die einzelnen Kategorien wurden definiert und Kodierregeln formuliert. Die quantitative Inhaltsanalyse folgte dem Ziel, wie häufig eine Kategorie angesprochen wird. Die Merkmalsausprägungen beschränkten sich auf ‚ja‘ für angesprochen bzw. ‚nein‘ für nicht angesprochen.

3.3 Kategorienschema

Essen: Fleisch, Obst und Gemüse, Süßspeisen, Warenkunde, Qualität

Trinken: Wein, Bier, Sonstiges

Reisen: Gegenden, Orte, Restaurants, Spezialitäten, Tips

Menschen: Personen, Köche,

Rezepte

Lifestyle: Ernährung, Gesundheit, Haushalts-, Wohnungs-, Geschenktips, Produkte, Freizeit und Hobby,

Bericht, Reportage, Kolumne

4 Definition

Auf den ersten Blick erscheint Journalismus über Essen und Trinken diffus, einer unstrukturierten Datenwolke ähnelnd. Bei einer näheren Betrachtung lassen sich Gruppierungen erkennen. Eine exakte Definition des „kulinarischen Journalismus“ oder „kulinarischen Journalisten“ existiert nicht, man kann sich einer Definition nur annähern.

Beispielsweise bezeichnen sich die Mitglieder des Food Editors Club Deutschland (FEC) – Arbeitskreis Kulinarischer Fachjournalisten – als Rezeptspezialisten, Koch- und Fachbuchautoren, Kulinarische Reisejournalisten, Reporter für kulinarische Themen, Gastro-Kritiker und Weinprofis, Fachjournalisten für den Lebensmittelhandel, Spezialisten für die Themen Wild, Fisch, Gemüse und Getränke, Fachredakteure für Gesundheit und gesunde Ernährung. (Hepp et al. 2004) Nach ihrer eigenen Auffassung sind sie Food Writer, Kulinarischer Journalist, Food Journalist, Gastro-Journalist oder Gourmet-Journalist. (Jacob 2005)

„Kulinarisch“ selbst bedeutet im Lateinischen „zur Küche gehörig“, abgeleitet von „culina“ (Küche). Brockhaus folgend steht „kulinarisch“ für 1. die feine Küche, die Kochkunst betreffend und 2. leicht abwertend für: ohne Anstrengung geistigen Genuss verschaffend, ausschließlich dem Genuss dienend. (Brockhaus et al., S. 55)
. (Brockhaus et al., S. 1)

4.1 Journalismus

Unter Journalismus versteht Meyers Lexikon die „publizistische Arbeit in Presse, audiovisuellen Medien, Nachrichtenagenturen, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, die neben dem Recherchieren, Bearbeiten und Präsentieren der Meldungen auch deren Interpretation und Analyse umfasst.“ (Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG et al. 2008)

Der Journalist ist nach dem Medienwissenschaftler Werner Faulstich auch „Autor“ und „Produzent“, der „Mitglied ist einer Gruppe von Akteuren, die seit langem ein ausdifferenziertes Kommunikations- und Handlungssystem bilden“. (Faulstich 2002, S. 251) Nach der Definition des Deutschen Journalisten-Verbandes ist ein „Journalist jemand, der hauptberuflich an der Verbreitung von Informationen, Meinungen und

Unterhaltung durch Massenmedien beteiligt ist.“ Es gibt keine offizielle Definition. Journalisten wollen informieren und Orientierungshilfen geben. Mit ihren Texten spenden sie womöglich Erholung, bieten Unterhaltung, klären auf und lassen den Leser Anteil nehmen. Es gibt diverse Darstellungsformen, die solche Aufgaben wahrnehmen. (Haller, Bürer 1987, S. 15)

Aus der Sicht der Wissenschaft lässt sich Journalismus aus drei verschiedenen Blickrichtungen betrachten. Auf der Mikroebene ist Journalismus das, was Journalisten (Redakteure, Reporter usw.) in ihrer bestimmten beruflichen Rolle ausüben. Auf der Mesoebene ist Journalismus das, was in und zwischen Organisationen geschieht, die sich auf Journalismus spezialisiert haben. Auf der Makroebene ist Journalismus ein Teilsystem der Gesellschaft. (Jarren 2002, S. 26–28) Journalismus geht also über die Summe aller Journalisten hinaus, indem z.B. die soziale Umwelt (Politiker, die Statements abgeben, Bürgerinitiativen etc.), das redaktionelle Umfeld und die rechtlichen Rahmenbedingungen miteinbezogen werden. Seine Hauptfunktion für die Umwelt besteht darin, Themen für die öffentliche Kommunikation zur Verfügung zu stellen. (Grimmer 2006, S. 7–8)

4.1.1 Mediengattungen

Zu den Mediengattungen zählen die einzelnen journalistischen Formen und die allgemeinen Muster der Gestaltung von Medienaussagen wie „Investigativer Journalismus“, „New Journalism“ und der „Informationsjournalismus“. Der Begriff „Mediengattung“ kann unterschiedlich definiert werden:

1. Mediengattungen kann man in einem eng gefassten Verständnis ausschließlich als Darstellungsformen betrachten. Diese Formen journalistischer Texte sind starr konventionalisiert, historisch gewachsen und haben unterschiedlichste Funktionen (Bewertung, Unterhaltung, Information) sowie gemeinsame Merkmale hinsichtlich ihrer Form, Struktur und ihres Inhaltes. Im Journalismus sind die wichtigsten Darstellungsformen: Nachricht und Bericht, Reportage und Feature, das Interview und schließlich Kommentar und Glosse.
2. Mediengattungen sind in einem weiter gefassten Begriffsverständnis auch Darstellungsformen und Berichterstattungsmuster (Informationsjournalismus usw.).

3. Das am weitesten gefasste Verständnis des Begriffs versteht schließlich Mediengattungen in einem allgemeinen Sinne als historisch und kulturell spezifische, gesellschaftlich verfestigte und formalisierte Lösungen kommunikativer Probleme, als *„Muster, welche bestimmte - in der Regel die wichtigsten - kommunikativen Vorgänge mehr oder minder detailliert und mehr oder minder verpflichtend festlegen.“* (Weischenberg et al. 2005, S. 225–226)

4.2 Fachjournalismus

Fachjournalismus ist eine fachlich spezialisierte Journalistentätigkeit, bei der der Journalist sich auf ein Fach, ein Thema oder einen Gegenstand spezialisiert. Er ist auf Tiefe ausgerichtet und nicht auf Allroundfähigkeiten, die auf Tagesaktualität und Breite zielen. (Fachjournalismus – Wikipedia, 23.01.2009) Er versucht eine Balance zwischen medien-, sach- und publikumsgerechter Darstellung, aus der sich seine publizistische Substanz ergibt. Um dies zu erreichen sind eingehendes Zielgruppenwissen, aktuell gehaltenes und vertieftes Sachverständnis und mehrmediale Kompetenz erforderlich. (Quandt 03.07.2008)

Durch seine fachliche Spezialisierung erwirkt der Fachjournalismus Kompetenz und Qualität. Die Weite des Berichterstattungsfeldes ist das Hauptunterscheidungsmerkmal zwischen Fach- und Allroundjournalisten. Während Allrounder *„über alles“* schreiben sind Fachjournalisten auf ein Ressort, ein Thema oder auf einen Gegenstand spezialisiert. Die unterschiedliche Weite der Spezialisierung wird laut Verband der Deutschen Fachjournalisten in Zukunft zunehmen und unterhalb des Ressorts ansetzen. (Verband)

Fachjournalisten müssen ihre Fachkenntnisse zielgruppengerecht vermitteln können. Für Quandt ist eine allgemeine Maxime dringend erforderlich, bei der jede Darstellung sachgerecht, mediengerecht und zielgruppengerecht sein soll. Fachjournalisten *„liefern in der Regel [...] zuverlässige, glaubwürdige, fundierte, substanzielle und professionell gemachte Information als [...] Orientierungsangebot für eine komplexer [...] werdende globalisierte Wirklichkeit.“* (Quandt 03.07.2008)

Sie vermitteln spezialisiert auf Themengebiete Expertenwissen in verständlicher Form. Nach Siegfried Quandt versucht Fachjournalismus *„eine vernünftige mittlere Position einzunehmen: und zwar zwischen einem weitläufigen Allround-*

Journalismus, dem es an hinlänglichem Sachwissen mangelt, und einem engspurigen Wissenschaftsjournalismus, der Anhängsel einer akademischen Disziplin ist und sich mit weitergehenden Themen oder Publikumserwartungen schwer tut.“ (Brockhaus et al.)

Der Medizinjournalismus, Reisejournalismus, Wissenschaftsjournalismus oder Bildungsjournalismus sind Beispiele für anerkannte Bereiche des Fachjournalismus. Den Kulinarischen Journalismus kann man in diesem Sinne auch als Fachjournalismus bezeichnen, da Fachjournalisten auf Themengebiete spezialisiertes Expertenwissen in verständlicher Form vermitteln.

Die größten Themenbereiche dabei sind:

1. Küche, Kochen, Kochbücher
2. Gesunde Ernährung
3. Spezielle Zubereitung, spezielle Küche
4. Markt, Handel, Verpackung, Warenkunde

In erster Linie wird über Speisen geschrieben, Als Spezialisierungen gelten Getränke, internationale Küche oder Länderküche. Neben der kulinarischen Thematik werden auch andere Themenbereiche einbezogen. Je nach Medium ist eine gewisse Affinität zu Feuilleton, Reisen oder Tourismus feststellbar. Politik wird dagegen kaum genannt. (Bayer 1993, S. 110)

- **Hypothese: Wenn in der Blattlinie von Gourmetzeitschriften Reportagen über Nahrung und Genuss vorgesehen sind, dann zählen auch kulinarische Reisereportagen zum Inhalt.**

Bei allen in Kapitel 7.1.1 angeführten Magazinen sind Reisereportagen mit kulinarischem Bezug vorhanden. Auch das Experteninterview bestätigt diesen Ansatz im und weist auf die Wichtigkeit des Themas Reisen für den Leser hin. Der kulinarisch Interessierte blickt gerne über Landesgrenzen hinweg. Artikel über Städte und ihre kulinarischen Spezialitäten und Restaurants sind bei den Lesern sehr beliebt. Das ist nicht verwunderlich, da sich besonders Städte für einen Kurzurlaub eignen und sich mit einem Restaurantbesuch verbinden lassen.

4.3 Kulinarischer Journalismus

Am breitesten gefasst ist die Ansicht, dass kulinarischer Journalismus alles beinhaltet was den Nahrungskonsum betrifft. In dieser Auslegung kann man sagen, dass kulinarischer Journalismus die Mindestanforderung stellt, die Sinne so zu stimulieren, um den Appetit anzuregen. Eine andere Formulierung für diese Journalismusart ist "*writing about eating*". (Jacob 2005, S. 3–4)

Kulinarischer Journalismus ruft oft einen Platz oder eine Erinnerung aus dem Gedächtnis hervor. Er beschreibt den Geschmack, die Beschaffenheit, den Geruch, Aromen und gibt auf diese Weisen einem Erlebnis einen größeren Kontext. (Jacob 2005, S. 5)

Der kleinste gemeinsame Nenner eines kulinarischen Journalismus sind nach Jacob Rezepte. Anspruchsvollere Texte benötigen z.B. Nachschlagewerke; Restaurantkritiken, reisebezogene Geschichten über Essen; Geschichten in der Ich-Form; Essen in der Prosa; Berichterstattung, Ernährungsberatung und Wissenschaftliches Schreiben (Jacob 2005, S. 2) Der kulinarische Journalismus bietet mehr Möglichkeiten für freie Ausdrucksweise als die meisten anderen Formen des Journalismus. (Jacob 2005, S. 3–4)

Nach einer 1993 durchgeführten Befragung der Mitglieder des Food Editors Club sehen die meisten Journalisten ihr Tätigkeitsfeld zwischen den Randbereichen „*Exquisites*“ und „*Hausmannskost*“, meist schließen diese Standpunkte einander nicht aus. Die Fachkompetenz als kulinarischen Journalisten leiten die meisten aus der praktischen Beschäftigung mit der Thematik Essen und Trinken, einschließlich der eigenen Kochpraxis her. Ein Fünftel betont ein Fachstudium. (Bayer 1993, S. 110)

- **Hypothese: Rezepte zählen zum kulinarischen Journalismus**

In der Fachliteratur werden Rezepte oft dem kulinarischen Journalismus zugeordnet. Die Mehrheit der Experten befürwortet diesen Ansatz aus mehreren Gründen. Rezepte verlangen Fachwissen da sie sonst nicht funktionieren. Man muss intensiv recherchieren um neue Rezepte zu entwickeln. Weiters ist aus den Rezepten herauslesbar wie der Rezeptschreiber denkt, arbeitet und welchen Zugang er zu Kochen hat. Insofern erfüllt ein Rezept die Eigenschaften einer Nachricht, da sie

Information in möglichst knapper, unparteilicher Weise vermittelt. Die Hypothese ist richtig.

4.3.1 Die kulinarische Botschaft

Medien vermitteln Informationen u.a. durch Symbole, die die Träger der Botschaft sind. Der Journalist passt diese Botschaft durch die Wahl geeigneter Stilmittel, Beitragslänge usw. den Eigenheiten des Mediums an. Es gibt einige Grundvoraussetzungen, um den Text zum Empfänger zu transportieren. Er muss für die jeweilige Zielgruppe verständlich sein und er muss Aufmerksamkeit bei den Empfängern erwecken. Dies ist durch das ausufernde Informationsangebot oft schwierig und löst Abwehrreaktionen aus. Die Glaubwürdigkeit des Mediums ist ein weiterer Faktor, der die Botschaft beeinflusst. (Bayer 1993, S. 112)

Typische Inhalte der kulinarischen Botschaften sind: Essen als Sinneswelt; Methode; Zubereitungsarten; Rezepte; Produktgruppen; die Breite der Esskultur; Gesundheitsorientierung und Reisen

4.3.2 Der Sender im Kommunikationsprozess

Der Initiator des Kommunikationsprozesses bei einer Journalist-Leser-Beziehung ist der Journalist. Als Sender selektiert er die Informationen allerdings nicht freischwebend, sondern er befindet sich in einer physisch und sozial vorstrukturierten Situation. Als Journalist bringt er durch seine allgemeine und berufliche Sozialisation Handlungsbereitschaften, Einstellungen und Bewertungskriterien mit. Auch seine berufliche Situation ist zu berücksichtigen. (Bayer 1993, S. 109)

4.3.3 Charakterisierung von kulinarischen Journalisten

Basierend auf Interviews von kulinarischen Journalisten und Herausgebern hat die amerikanische Ratgeberautorin Diane Jacob Eigenschaften zusammengefasst, die diesen Personenkreis beschreiben. Einige dieser Charakteristika greifen ineinander, einige können gelernt werden. In ihrer Auswertung stellt sie fest, dass Forscher das Schreiben von historischen Texten und längeren Geschichten bevorzugen. Skeptiker verfassen ihrer Meinung nach gute Restaurantkritiken: Das Augenmerk zum Detail, Ausdauer, Hartnäckigkeit und Neugier sind ausgezeichnete Eigenschaften für jegliche Art des kulinarischen Journalismus. Besonders wenn Rezeptentwickler diese Eigenschaften besitzen, kann ihre Arbeit davon profitieren. Trotz vieler

Eigenschaften, die grundsätzlich jedem Menschen inne wohnen oder auch erlernbar sind, kann man nur für sich selbst entscheiden, ob man die Fähigkeiten und die Hingabe hat, um als kulinarischer Journalist tätig zu werden, meint Jacobs. Die Liebe zum Essen zeigt sich in der Regel in der leidenschaftlichen Ausdrucksweise im Text. Der Antrieb ist, unterhaltsame und für den Leser neue Erfahrungen zu vermitteln. Man sollte Begeisterung für Recherche und Essen mitbringen, denn die ausgiebige Bearbeitung des Themas im Vorfeld ist von Vorteil. Leidenschaft ist der beste Antrieb, um zahlreiche Stunden in einen Text zu investieren. Enthusiasmus fördert Interesse, wirft neue Fragen auf und zeigt Engagement. Wichtig ist, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Ein fokussierter Arbeitsstil wird durch Erstellung von Konzepten und einer sinnvollen Einschränkung der Textlänge erreicht. Geschichten sollten auf Wahrheitsgehalt geprüft und Behauptungen verifiziert werden. Die Recherche erfordert nicht zuletzt ein gewisses Maß an Furchtlosigkeit und Überwindung, da Autoren durchaus auch Dinge essen müssen, die nicht immer die eigene Geschmacksrichtung treffen oder Ekel hervorrufen.

Als Beispiel wird hier Antony Bourdain genannt, der als „*König der Furchtlosigkeit*“ gilt. Er reiste für das Buch „*A Cooks Tour*“ und einer gleichnamigen Fernsehserie rund um die Welt, um die jeweils regionale Küche und Kultur kennen zu lernen. Er schildert seine unstillbare Gier nach kulinarischer Exotik. Die Stories leben vom Ekel der zu sich genommenen Nahrung wie Würmer, schlagende Kobraherzen usw. Nach seiner Meinung ist es wichtig, ein guter Gast zu sein, da die Mahlzeiten auf dem Tisch die beste Reflexion einer Nation und der schnellste Weg in die Kultur des Landes sind. Man müsste allerdings bereit sein, sich in die Situation zu versetzen und Dinge geschehen zu lassen. Man sollte nicht zart besaitet oder zögerlich sein, da es durchaus geschehen könne, dass man der Tradition gemäß mit den Gastgebern Wodka mit Bären-galle trinkt. Hier wäre es der falsche Zeitpunkt, zu sagen, dass man Vegetarier oder lactoseintolerant ist. Es ist für Bourdain zudem ein Fehler, den Sitten und Menschen gegenüber verächtlich aufzutreten. Nicht gewohnte Speisen von Tieren fremder Länder, fremdartige Erfahrungen usw. dürften einen nicht abschrecken. Die Furcht vor dem Unbekannten mache viele kulinarische Journalisten und Reisejournalisten zu schlechten Autoren. (Jacob 2005, S. 24–34)

*"If you're not capable of being a good writer, you can't be a good food writer.
It's about clarity of expression, style voice, accuracy. knowledge of structure*

and rhythm of language. The idea that food writing is a separate discipline is false." (Jacob 2005, S. 3)

4.3.3.1 textliche Faktoren

Nach der Meinung des Herausgebers des amerikanischen Gourmetmagazins „*Saveur*“ ist guter Schreibstil der Hauptfaktor eines guten kulinarischen Journalismus.

In einem Text ist Leidenschaft sehr wichtig. Sie sollte aber nicht überstrapaziert werden, da sonst der Text lächerlich wirken kann. Besonders bei der Beschreibung von Gerichten sollte man Vorsicht walten lassen. (Jacob 2005, S. 13)

Für den Aufbau einer Rahmenhandlung werden oft kulturelle oder geographische Informationen verwendet. Inhaltlich spielen Nahrungsgewohnheiten und kulturelle, ökonomische und religiöse Kräfte eine Rolle. Fakten sollen auf den Punkt gebracht werden, um sie aus dem Rohmaterial filtern zu können. (Gary Allen 1999)

Das, was kulinarische Journalisten am meisten an anderen Autoren stört ist, dass sie zu viele Adjektive, Klischees und blumige Metaphern verwenden. Um die Geschichte voranzutreiben werden zu viel Adverb- und Adjektivketten verwendet, anstatt gute Sätze zu bilden. (Jacob 2005, S. 24–34)

Von großer Bedeutung ist der visuelle Aspekt. Er bringt Bilder im Kopf hervor, die positiv oder negativ besetzt sind. Gleichnisse sind oft befriedigender als nur Adjektive. (Jacob 2005, S. 11) Vorsicht ist bei übermäßiger Verwendung von Adjektiven geboten, da zu viele den Text aufweichen und sentimental wirken. (Jacob 2005, S. 10) Der Tastsinn ist ebenfalls neben Geruch und Geschmack für kulinarische Texte bedeutend. Dieser informiert den Leser z.B. über die Reife einer Honigmelone. Somit haben auch physikalische Eindrücke ihren Zweck in derartigen Texten. (Jacob 2005, S. 11)

- **Hypothese: Viele Faktoren ergeben einen guten kulinarischen Text**

In der Fachliteratur gibt es viele Hinweise für den Aufbau eines guten Textes. Das Experteninterview zeigte einen wichtigen Faktor auf, der einen guten Text auszeichnet nämlich das der Leser wissen soll dass der Autor es ehrlich meint. Diese Ehrlichkeit muss spürbar werden damit sich der Leser in einem Text wieder erkennt. Der Weg um Interesse und Neugier zu wecken ist steinig, mehrere Faktoren fließen

dabei ein. Kulinarischer Journalismus bietet viele Ansatzpunkte um dies zu bewerkstelligen. In diesem Sinne ist der Hypothese richtig.

4.3.4 Der Empfänger im Kommunikationsprozess:

Der Journalist steuert seine Themenauswahl und seine Darstellungsmittel, um eine Wirkung zu erzielen, die seinen Erwartungen entspricht. Nach einer Befragung des Food Editors Club haben achtzig Prozent der kulinarischen Journalisten einen bestimmten Leser als Adressaten vor Augen. Die Charakterisierung wird vom Medium vorgegeben. Grobkategorien sind nach diesen Angaben:

- Fachzeitschriften für Hersteller und Händler (20 Prozent),
- allgemeine Verbraucher und kulinarisch Interessierte (15 Prozent)
- genau definierte Verbraucherzielgruppe (rund ein Drittel)
- undefinierter Adressatenkreis (40 Prozent)

Eine andere Typisierung ist durch die Haushaltstypen gegeben. Begeehrt ist die Gruppe im mittleren Lebensalter, Frauen, mittlerer und höherer Bildungsgrad sowie Besserverdiener. (Bayer 1993, S. 111)

4.4 Journalistische Darstellungsformen

Die journalistische Darstellungsform ist die formal charakteristische Art, in der ein zur Veröffentlichung in den Massenmedien bestimmter Stoff gestaltet wird. Dagegen ist das Ziel jeder journalistischen Darstellungsform der Inhalt. Die Form erhebt sich nicht zu l'art pour l'art, sondern sie dient als Träger einer Botschaft; sie birgt und entfaltet Realität. Am Anfang steht nicht das Wort, sondern das Ereignis, über das ein Publikum aktuell informiert, manchmal auch belehrt wird. Doch nicht jeder Stoff drängt sich durch Aktualität auf und eignet sich daher für jede beliebige Darstellungsform. (Reumann 2004, S. 126)

Auch im kulinarischen Journalismus gibt es verschiedene Darstellungsformen, die je nach Thematiken und Recherchemethoden geeignet sind, Inhalte darzustellen. Das Bild der Berichterstattung prägen: die Reportage, der Bericht, die Nachricht, die Glosse, der Serviceteil und das Bild.

Weitere mögliche Formen sind: Dokumentation, Interview, Magazinstory, Feature, Essay, Kolumne, Kommentar, Leitartikel, Porträt, Rezension, Kritik oder Feuilleton.

Diese standardisierten Formate und Genres der Mitteilung geben Sicherheit durch die Wiederkehr bekannter Formen und ermöglichen die Konzentration auf neue Inhalte. (Weischenberg et al. 2005, S. 227)

4.4.1 Reportage

„Die moderne Zeitungsreportage ist vom journalistischen Anliegen getragen, soziale Distanzen und institutionelle Barrieren zu überwinden, um hinter die Fassaden zu blicken.“ Sie versammelt eigene Beobachtungen und Erlebnisse und Zeugenberichte, bringt deren Inhalte in einer teils beschreibenden, teils erzählenden, teils schildernden Sprache den Lesern nahe. (Haller, Bürer 1987, S. 5)

Die Reportage ist ein tatsachenbetonter Erlebnisbericht, der aber persönlich gefärbt ist. In gewissen Journalismusformen wie dem Reisejournalismus gilt sie als „*Königsdiziplin*“. Ihr ist ein subjektiver Charakter eigen und sie greift Besonderes auf. Die Reportage ist gekennzeichnet durch eine bildhafte, phantasievolle Sprache. „Wenn Dichter erzählen, werden ihre Texte zu Kurzgeschichten oder Romanen; wenn Journalisten erzählen, schreiben sie eine Reportage“. (Schneider, Raue Paul-Josef 1996 /// 2003, S. 104)

Der Kern der Reportage ist der Augenzeugenbericht. Wenn man mit Reportage eine bestimmte Kommunikationsform meint, dann steht sie für die uralte literarische Form des Erzählens und so auch für eine „*Kultur des Zuhörens*“. Denn zum Erzähler gehört auch das Publikum des Hörers oder Lesers. Die Entwicklung der journalistischen Form der Reportage und die Geschichte der literarischen Gattung waren stets miteinander verknüpft. (Haller, Bürer 1987, S. 17)

Diese Arbeit geht auch auf die literarische Form ein, um so auch auf die Merkmale der Kommunikationskultur des Erzählens hinzuweisen (vgl. 6.1.)

4.4.2 Bericht

Der Bericht ist eine journalistische Darstellungsform die tatsachenbetont ist. Gegenüber der Reportage ist er sachlicher und zwischen Reportage und Nachricht angesiedelt. Dieser ist kürzer und nicht so subjektiv wie die Reportage, aber länger gehalten als die Nachricht. Er gilt als Synonym für den „*Mehrspalter*“ und ist ein

Universalwort für Lauftexte. Unterschieden wird zwischen dem Feature und dem Sachbericht. (Schneider, Raue Paul-Josef 1996 /// 2003, S. 103)

Feature und Reportage leben von der möglichst subjektiven Sicht des Schreibers, von der Schilderung des Atmosphärischen. Bei der Reportage kommt noch die Handlung dazu. Der Reporter ist vor Ort. Beim Bericht sollte man ohne Meinungsfärbung schildern. Bei der Nachricht bleiben Person und Meinung des Verfassers im Hintergrund. Beim Feature stehen Auffassung und Stil des Schreibers im Vordergrund. (Pürer 1996 /// 1984, S. 75)

4.4.3 Nachricht

Gemeinhin wird das Verfassen einer Nachricht als die Kunst der puren Information bezeichnet, also als „Elementarform der Information“.³ Sie informiert über Tatsachen und erst nach dieser Information kommen Kommentare, Features oder Reportagen. Weischenberg zufolge strebt die Nachricht in ihrer journalistischen Darstellungsform *„die Vermittlung von Informationen in möglichst knapper, unparteilicher Weise“* an.⁴

Ein nicht zu vernachlässigender Aspekt im Rahmen einer Nachricht ist der Nachrichtenwert. Da die Aktualität in Wochen- oder Monatsmagazinen anders definiert werden muss, tritt hier die *„schwebende Aktualität“* (der Nachrichtenwert) an die Stelle der Tagesaktualität. (Hasitzka 2008, S. 31#)

Bei einem typischen Nachrichtenaufbau steht das Wichtigste zuerst, das weniger Bedeutende hinten. An der Spitze dem *„Lead“*, steht eine

³ Vgl.: Dovifat, Emil: Handbuch der Publizistik. Berlin 1968. S. 448 .

⁴ Weischenberg, Siegfried: Nachrichtens Schreiben. Opladen 1988. S. 17

Zusammenfassung und antwortet auf die sechs W's (Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum). (Pürer 1996 /// 1984, S. 50)

4.4.4 Glosse, Kommentar

Die Meinung in der Zeitung tritt durch die Darstellungsformen Glosse, Kommentar und Leitartikel in Erscheinung. Im Gegensatz zur Nachricht nimmt der Kommentar eine Wertung vor, ein Ereignis wird eingeordnet. Der Kommentar ist in den Einstieg, den argumentativen Bereich und die Schlussfolgerung gegliedert. Der Einstieg sollte einen Absatz in der Länge nicht überschreiten.

Die Glosse ist grundsätzlich an keine feste Form gebunden. Sie kann dem Aufbau des Kommentares folgen aber auch auf einen Satz reduziert werden. (Pürer 1996 /// 1984, S. 178–179) Ironie und Zynismus sind die Hauptprägungen der Glosse. Der Journalist beleuchtet in einer Glosse eine Thematik, wie etwa einen Missstand, kritisch und kommentiert diese mit beißender Ironie. (Tröstl)

4.4.5 Serviceteil

Im Serviceteil werden Reise- und Einkaufstipps sowie „*Facts and Figures*“ über jeweilige Destinationen, die Stadt oder das Land gegeben. Die Informationen sind kurz gehalten und meist klar gegliedert.

4.4.6 Das Bild

Essen ist von Natur aus nicht immer fotogen. Dennoch sollten Produkte und Gerichte so appetitlich wie möglich und optimal ins Bild gesetzt werden. Bilder können einen Text illustrieren oder sie wirken aus sich heraus.

Für die spezielle Bildmontage, die für Nahrungsmittel benötigt werden, hat sich ein eigener Berufszweig herauskristallisiert. Food-Fotografen und -Stylisten präparieren Lebensmittel zur Anschauung und Werbung.

4.4.7 Erscheinungsformen des kulinarischen Journalismus

1. Rezepte: Texte, die auf Rezepten basieren, sind ein Schwerpunkt von vielen Medien. Eine Vielzahl der Stories besteht aus einer kurzen Einleitung, danach folgen drei bis fünf Rezepte. Oft ist folgendes Schema anzutreffen: Der Leitartikel enthält Hinweise und Nebeninformationen zur Technik, einen Leitfaden, wie man Zutaten

verwendet mit denen man nicht vertraut ist, eine Information über den Ursprung der Zutat, wie man sie serviert und wo sie erhältlich ist. Wiederkehrende Themen sind Infos, die dem Leser helfen, Gerichte zu planen. Beliebt sind Themen wie Low-Fat Gerichte, Schnelle Küche oder Themen die einfach inspirieren sollen (Partygerichte) Rezepte sollen das Gefühl vermitteln, dass sie von einem Koch mit unverwechselbarem Profil stammen. Gewöhnliche Rezepte, die überall anzutreffen sind, finden wenig Anklang. Magazine haben bei der Rezeptausswahl Vorlaufzeiten von bis zu einem Jahr, damit sie in die Saison passen, Zeitungen planen ein paar Wochen im Voraus. Viele Verlage haben Testküchen, wo sie die Rezepte auf Tauglichkeit prüfen. Trends gehen oft von Experten aus. Doch auch Trends von anderen journalistischen Fachbereichen können Einfluss auf Food-Publikationen haben. Beispielsweise schlagen sich Trends im Gesundheitsbereich in Food-Publikationen nieder.

3. Führer: In Führern über z.B. Bioprodukte werden Produktentscheidungen vorgeschlagen. Reiseführer helfen dem Leser, gute Restaurants oder Hersteller zu finden.

4. News: erscheinen hauptsächlich in Zeitungen aufgrund des Neuigkeitswertes. Beispiele hierfür sind z.B. Lebensmittelverbote durch toxische Belastungen. (Jacob 2005, S. 70–72)

Weiters:

5. Personenprofile
8. Interview
9. Zusammenstellungen, Zusammenfassungen
11. Historischer Hintergrund
12. Buchbesprechung von Kochbüchern
13. Ausflugsziele, Reisen
14. Ich-Form Erzählungen

4.5 Kochen und Essen in historischer Perspektive

Erste Niederschriften von Rezepten und praktischen Hinweisen zur Herstellung von Produkten wurden auf sumerischen Keilschrifttafeln aus dem mesopotamischen Raum gefunden. Von chinesischen und griechischen Kulturen existieren ebenfalls Niederschriften aus vorchristlicher Zeit, die die damalige Küche beschreiben. (Reisinger 08.10.2003, S. 23)

Insgesamt ist die Anzahl der aus der Frühzeit überlieferten Dokumente jedoch gering. Das einzig vollständig erhaltene Kochbuch der Antike ist das „*De re culinaria*“ des Apicius. Die „*Küchenmeisterey*“ aus dem Jahr 1485 gilt als erstes Kochbuch in deutscher Sprache. (Kornmayer, S. 11–12) Historische Dokumente, die von der Bedeutung des Essens handeln, beschreiben meist den herrschaftlichen Rahmen. Auf die Speisegewohnheiten der Bevölkerung wird nur in wenigen Texten eingegangen. (Reisinger 08.10.2003, S. 26) Wissenschaftlich gut aufgearbeitet ist das Themengebiet der Kochbücher seit dem Mittelalter.

Heute gibt es einen regelrechten Boom am Medienmarkt, der mit Kochliteratur zu allen möglichen Themen, für diverse Zielgruppen, von vergangenen Zeiten, über verschiedene Länder, einzelnen Lebensmitteln usw. das Publikum bedient. (Kindt 31.01.2004) Die überwältigende Vielzahl von Kochzeitschriften, Gourmetjournalen und Zeitungsartikeln machen die ökonomische und kulturelle Bedeutung von Essen und Trinken bewusst.

Um die heutigen Nahrungsgewohnheiten besser verstehen zu können, ist es hilfreich, Nahrungsmittel und die Speisenzubereitung bis weit in die Antike zurück zu verfolgen. Besonders Kochbücher und Zeitschriften für Hobbyköche gehen immer wieder anekdotisch auf frühere Esskulturen und damalige Zutaten ein.

4.5.1 Allgemeiner Überblick: Strömungen in der Esskultur

In der Geschichte der Ernährung offenbart sich ein spannender Bogen von der Steinzeit über die alten Hochkulturen, die Antike, das Mittelalter bis zu unserer Zeit. Die Nahrung des Menschen ist durch das Spannungsfeld von Wirtschaft, Politik, Klima und Kultur geprägt. Die Definition der "*richtigen Ernährung*" änderte sich über die Jahrhunderte.

Die Entwicklungen der Kochkunst wurden stets von gesellschaftlichen Verhältnissen und dem wissenschaftlich-technischen Fortschritt geprägt. Sie spiegeln die Geschichte der Medizin und Chemie der Zeit wieder und geben Einblick in die Herrschaftsstrukturen. Man unterscheidet bei der Beurteilung die bäuerlich-bürgerliche Küche von der höfischen, wobei es hier auch Wechselbeziehungen gibt. (Herrmann 2006, S. 2–3)

Mystisch-religiöse Feiern übten immer eine große Faszination auf den Menschen aus. Auch das frühe Christentum bediente sich dieser Elemente und baute sie in ihre Botschaften ein. Die Ursprünge lagen hier in der griechisch-römischen Welt. In mykenischen Tontafeln wird Dionysos als Vegetations- und Fruchtbarkeitsgott, und als Gott des Weines beschrieben. (Reisinger 08.10.2003, S. 16–18) In der epischen helenistischen Dichtung sind Lehrgedichte mit gastronomischem Inhalt bekannt. Im 4. Jahrhundert vor Christus erzählte Archestratos von Gela in seinen Reiseerlebnissen von den unterschiedlichsten Nahrungsmitteln und deren Zubereitung. Diese Berichte nahmen auch Einfluss auf die römische Dichtung. (Reisinger 08.10.2003, S. 35)

Bis ins 16. Jahrhundert richteten sich sowohl die Herrschaft als auch Arzt und Koch nach einer Diätetik, die auf die Antike zurückging. Die wichtigsten Leitsätze waren um 400 vor Christus im „*Corpus Hippocraticum*“ erstmals formuliert und vom griechisch-römischen Arzt Galen systematisiert worden. Der Leitgedanke ist, dass alle Erscheinungen in der Natur und im Menschen einen bestimmten Zweck erfüllen. Nach ihm gab es vier Elemente, vier Säfte und vier Qualitäten. Der Mensch war seiner Meinung nach eine Leib-Seele-Einheit, die von zwei Seiten beeinflusst werden konnte: von der Metaphysik und von der Materie. (Laudan, S. 7–11)

Diese Vorstellungen wurden von islamischen Gelehrten ins Arabische Schrifttum übernommen und ab dem 12. Jahrhundert in das Lateinische zurückübersetzt. Auf diese Schriften beriefen sich wiederum die Lehrer der medizinischen Hochschulen. Alle diese Texte bildeten die Grundlage von damals populären Handbüchern. Die Ideen zur richtigen Kost beruhten auf den Annahmen, dass man die Verdauung als Garvorgang auf der Basis der Viersäftelehre betrachtet. Bei dieser zirkulierten vier Flüssigkeiten im Körper: Blut, Schleim, gelbe und schwarze Galle, deren Gleichgewicht durch entsprechende Nahrung aufrecht erhalten werden musste. Diese Kardinalsäfte entsprachen den vier Elementen Luft, Wasser, Feuer und Erde.

Weitere Qualitäten waren kalt, feucht, heiß und trocken. Blut war heiß und feucht und der Luft zugehörig, Schleim, kalt, feucht und wurde dem Wasser zugeordnet. Gelbe Galle war heiß und trocken und damit das Feuer, die schwarze Galle dagegen kalt und trocken und daher die Erde. Der menschliche Körper war im Idealzustand leicht warm und leicht feucht. Mit den Nahrungsmitteln, denen man verschiedene Feuchtigkeitseigenschaften zuordnete, versuchte man das Gleichgewicht herzustellen. Das Ergebnis dieser Sichtweise waren u.a. püreeartige Speisen wie Blancmanger (Mandelsulz), deren Zutaten Milch, Mandeln, Wasser, Zucker und Gelatine ein leichtwarmes, feuchtes Stoffsystem ergaben. (Laudan, S. 7–11)

Die Oberschicht der christlichen und islamischen Welt ernährte sich bis Mitte des 17. Jahrhunderts auf diesen Lehren aufbauend. Reichlich gewürzte Pürees, süße Soßen, gekochtes Gemüse (Gemüse = Mus) und warmer Wein standen auf dem Speiseplan und alle Hauptgerichte enthielten Zucker. Danach änderten sich die Zusammensetzung und die Auswahl der Speisen in Mitteleuropa radikal. Paracelsus brachte die antiken Vorstellungen von der Funktion des menschlichen Körpers und die damit einhergehenden Ernährungsgewohnheiten nachhaltig ins Wanken. Als Soßengrundlage dienten nun Fette und Öle, die Gewürze verloren an Bedeutung und Obst und Gemüse wurde auch roh verzehrt. Die Hintergründe der Revolution der Esskultur sind in den neuen Vorstellungen der Oberschicht über richtige Ernährung zu suchen. Eine gesunde Ernährung war in der damaligen Zeit besonders wichtig, da es kaum Behandlungsmöglichkeiten gegen Krankheiten gab. Es wurde besonderes Augenmerk auf die Gesundheitsvorsorge der Oberschicht gelegt und diese fand hauptsächlich in der Küche statt. Ein Stab von Medizinern und Wissenschaftern war in erster Linie damit beschäftigt, Ernährungsvorschriften für die Herrschaft auszuarbeiten, deren Gesundheitszustand permanent beobachtet wurde. (Laudan, S. 7–11)

Paracelsus erklärte ab 1520 die Lehre vom universellen Lebensprinzip des Garens und die aristotelischen Elemente für irrig. Durch die in dieser Zeit aufkommende Destillation konnte er die Zerlegung der Speisen in die Fraktionen flüssig-flüchtig (geistig-Spiritus), ölig und fest beobachten. Es ersetzte die vier Elemente der Antike durch drei Modellstoffe, die in diesem Schema für den Geschmack und die Konsistenz der Nahrung standen: Sal (symbolisiert den Feststoff), Sulfur (für Duft und Aroma, symbolisiert das ölig, brennbare und verbindet die

Geschmackskomponente mit der Duftkomponente) und Mercurius (symbolisiert das flüchtig-flüssige). Auch die Verdauung wurde nun als Fermentation (Gärung) verstanden und nicht mehr das Garen. Viele andere Mediziner des 17. Jahrhunderts schlossen sich dieser Meinung an und bauten das Schema der Fermentation als universellen Lebenskreislauf aus. Hierbei gärt der Samen im Boden, der wiederum durch Fermentation zu Bier, Wein oder Brot wird. Die Nahrung wird dann im Magen zu den Lebenssäften vergoren und die Ausscheidungen fermentieren wieder zu Boden. Die veränderte Sichtweise zog nun in die Küche ein. Leicht fermentierbare Nahrungsmittel wie Obst, Pilze und Blattgemüse kamen auf den Speiseplan. Fette, die angeblich das mercurische und salzige verbanden, bildeten die Grundlage für Soßen. Da man beobachtete, dass sich Zucker auf die Zahngesundheit negativ auswirkte, fiel er bei zahlreichen Hauptspeisen in Ungnade. Man verwendete ihn danach hauptsächlich in Desserts oder als Dekorationselement. (Laudan, S. 7–11)

Für sehr gesundheitsförderlich hielt man Fleisch- oder Fischextrakte, die als Fond, Bouillon oder Gelee gereicht wurden. Unternehmer entdeckten bald das Geschäftspotenzial und verkauften „*Restaurants*“, zu deutsch „*Sättigungsmittel*“, an Haushalte ohne eigenen Koch. Das aufstrebende Bürgertum versuchte, es dem Adel gleichzutun und kam somit auf den Geschmack der Restaurants und der neuen Küche. In der gastronomischen Abhandlung „*Comus*“ (Festschmaus) von 1739 wird die neue Lebensart umschrieben als „*Die Arbeit eines modernen Kochs gleicht der eines Chemikers*“. Die Kochkunst besteht darin, die Nahrungsmittel aufzuschließen, in ihre Quintessenzen zu zerlegen und diese zu extrahieren, dadurch die leichten und die nahrhaften Säfte freizusetzen und diese schließlich wieder zu vereinigen und zu mischen. Die neue Ernährungsweise breitete sich allmählich über Europa aus und drang zu niederen Gesellschaftsschichten vor. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts hatte sich diese Ernährungsweise in der westlichen Welt durchgesetzt. Die islamische Welt und Lateinamerika blieben dagegen von den chemisch-medizinischen Ideen des Paracelsus und der davon abgeleiteten Ernährungslehre unberührt. Die Curries der indischen und die Moles der mexikanischen Küche ähneln auch aus diesem Grunde eher den Gerichten, die man in Europa vor Paracelsus kannte. Die westliche Küche als Kind des 17. Jahrhunderts erweist sich als sehr zählebig, obwohl unser heutiges Wissen über Nahrung die Sichtweisen des Paracelsus widerlegt. Der gesundheitliche Wert von Obst und Gemüse ist weiterhin

unbestritten, aber der hohe Fettanteil der Nahrung entspricht nicht mehr einer heutigen gesunden Ernährungsweise und wird für viele Krankheiten verantwortlich gemacht. (Laudan, S. 7–11)

4.5.2 Der Einfluss des Staates

Der Staat prägte den rechtlichen Rahmen, sicherte die Grundversorgung und regelte somit indirekt die Ernährung. Die Wissenschaft ging zu einer direkten Einwirkung auf den Menschen und seinen Körper über. Im Mittelpunkt standen dabei Fragen nach der Zusammensetzung der Lebensmittel. Justus von Liebig und andere schufen Mitte des 19. Jahrhunderts ein neues Erklärungsmodell des Lebens, das auf dem Energiestoffwechsel basierte. Nährstoffe wurden chemisch definiert und es wurden ihnen Funktionen und Wertigkeiten zugeordnet. Protein wurde plastischer Nährstoff und diente dem Körperbau, Fette und Kohlehydrate sorgten für Atmung und Leistung. Diese neue, naturwissenschaftlich ausgerichtete Forschungsweise basierte auf dem Experiment und zielte auf Quantifizierung. Diese unmittelbare Anwendungsbezogenheit führte zu Problemen, da nun der Mensch nicht mehr umfassend dargestellt war, sondern Verfügungswissen über die menschliche Umwelt Einzug hielt und der Mensch selbst zum Kern der Wissenschaft wurde. Diese Art der naturwissenschaftlichen Optik gilt auch heute noch, ebenso die Konzentration auf Stoffwechselfragen und chemische Stoffe. (Spiekermann 2001, S. 97–98)

Kostmaße, die die erforderliche Menge an Eiweiß, Fett und Kohlehydrate quantitativ festlegten, wurden entwickelt. Die Kalorienrechnung hielt ebenso Einzug in die Wissenschaft. Diesem System haftete eine Art verborgener Logik an, da die praktische Lebensmittelauswahl in den Hintergrund trat und nur Mengen für die Ernährung ausschlaggebend waren. (Spiekermann 2001, S. 98–99)

Im Deutschen Kaiserreich stand die Frage, wie man die wachsende Zahl an Arbeitern in das bestehende Gesellschaftssystem einbinden kann, im Mittelpunkt der Politik. Anhand des Kostmaßes wurde ein Mindeststandard formuliert, den Staat und Institutionen nicht unterschreiten konnten. Die mangelnde Integration von Qualitätsaspekten führe dazu, dass man innerhalb des Rahmens die Kost möglichst billig halten wollte damit die Schichten mit geringem Einkommen kostengünstigst ernährt werden konnten. Es liegt zwar auf der Hand, dass die Bevölkerung nicht alles verspeiste, was ihr von der Wissenschaft vorgeschlagen wurde. Allerdings flossen

die Meinungen der Wissenschaftler in gängige Lehrbücher ein und erreichten so die breite Leserschaft. Doch die Kostmaße hatten auch eine emanzipatorische Seite: Die für die Menschen gleichartige Kost wurde von der aufstrebenden Arbeiterbewegung als Grundrecht angesehen. Gemäß dem vielfach absolut gesetztem Dogma vom tierischem Eiweiß als wichtigstem Stoff war es vor allem das Fleisch, um das sich die Debatten rankten. Die auskömmliche Ernährung auf Basis des Kostmaßes erhielt hier eine qualitative Dimension, die für den Aufstieg der Sozialdemokratie und die zunehmende Erosion des Kaiserreiches wichtig waren.

Durch die Entdeckung der Vitamine im Jahr 1911 kam es zu einer langsamen Abkehr von quantitativ ausgerichteten Ernährungszielen. Während des ersten Weltkrieges kam es zu Rationalisierungen, dem Einzelnen wurde eine reflektierte Ernährung abverlangt. Angesichts der Existenzkrise des Staates konnte auf Geschmack und individuelle Vorlieben keine Rücksicht genommen werden. Exerzierfeld der Ernährungsziele waren Volks- und Kriegsküchen, die eine rationale, Lebensmittel und brennmaterialschonende Alternative zum heimischen Herd waren. Es dominierte eine strikt qualitativ ausgerichtete Nährstoffversorgung. Vor allem Eintöpfe standen auf dem Speiseplan. In Süddeutschland gab es keine Eintopftradition, deswegen schlossen diese Küchen schon 1917 ihre Pforten. Eine propagierte Notküche in den Haushalten, die praktisch ohne Würzmittel und mit wenig Fett auskam, konnte sich nicht durchsetzen, da die Verteilung der Lebensmittel nicht funktionierte. Hier zeigt sich deutlich das Dilemma von Ernährungszielen, die einerseits auf alltagsfremde Optimierung zielten, andererseits aber nicht die institutionelle Verbindlichkeit besaßen, um sich im Konflikt mit anderen politischen Zielen durchsetzen zu lassen.

Die strikte Orientierung auf reine Nährstoffversorgung führte nach dem ersten Weltkrieg zu Mangelerkrankungen und in Folge zu einer Erhöhung der Sterblichkeit. (Spiekermann 2001, S. 100)

Erst danach wurde verstärkt der Obst- und Gemüseverzehr propagiert. Das Kostmaß fiel endgültig und in der Weimarer Republik wurden intensive Debatten über präventive Gesundheitspolitik und die dazu notwendige gesunde Ernährung geführt. Es entstanden ausformulierte Regeln, die systematisch auf die Gesundheit und die Ernährung aller Gruppen zielten. Hinterfragt wurde auch die üblichen Konservierungs- und Färbungsstoffe, die Art der Konservierung und Zubereitung. Kernpunkte der damaligen Empfehlungen ähneln heutigen Zielsetzungen:

Regionales Essen, saisonales Essen und gesundes Essen (Obst, Gemüse). Mit der Machtzulassung der Nationalsozialisten setzten sich ab 1933 Gesundheits- und Ernährungsziele durch, die – rassistischen Idealen verpflichtet – auf die gezielte Modellierung des Volkskörpers und seiner dienenden Einzelwesen ausgerichtet wurden. Die Gesundheit des Einzelnen wurde in einen völkischen Zusammenhang gebracht. Gesunderhaltung war *„Mittel zur Steigerung der menschlichen Arbeitsleistung zum Wohle des Volksganzen“*. Sie setzte auf die Zucht des Einzelnen und ihrer artgerechten Nahrungs- und Lebensweise. Das wurde mit einer natürlichen, einfachen und unverfälschten Kost vom deutschen Acker verbunden. Den einzelnen Volksgenossen sprach man mit parolenhaft verdichteten Vorgaben und Zielsetzungen an. Als Übermittler der Botschaft fungierten Ausstellungen und Broschüren. Comicfiguren wurden kreiert sowie *„Kampf dem Verderb-Kampagnen“* gestartet, um die Ernährungsziele des Regimes zu vermitteln. Die Machthaber betonten, dass die Ernährungspolitik *„Aufklärung“* sei und auf die Überzeugung ziele. Hier wird deutlich, dass Wissenschaft, Staat und Partei die Vorgabe machten und der einzelne sich diesen Vorgaben anzupassen hatte. (Oltersdorf et al. 2001, S. 100–105)

Die 40er- und 50er-Jahre des vorigen Jahrhunderts waren durch ein eingeschränktes Nahrungsangebot gekennzeichnet. In den 1960ern weitete sich das Nahrungsangebot aus und der Trend zu Convenience-Produkten setzte ein. Vor allem Jüngere verwendeten diese Produkte unter der Woche, am Wochenende wurde allerdings wieder verstärkt – oft mit Freunden oder in Gesellschaft – gekocht. Kochen erhält nun den Charakter einer Freizeitbeschäftigung. (Kochhan 2005, S. 12)

Bis in die 1970er-Jahre standen hauptsächlich deftige, fleischhaltige, schwere Gerichte wie Kohlrouladen sowie Eintopf auf dem Programm. Die Küche findet sich nun im Umbruch, die Schwere und Derbheit der Speisen wird durch leichte Gerichte ersetzt. Durch die Reisefreudigkeit wurden vor allem aus Italien und Frankreich neue Gerichte importiert. Es vollzog sich ein Wandel zu leichter und gesünder Küche. Die neue deutsche Küchenkultur lehnt sich einerseits an alte Gerichte an, berücksichtigt aber andererseits die moderne Ernährungspsychologie. (Rose et al. 2007, S. 225–226)

Erwähnenswert ist, dass sich in dieser Zeit keine landsmannschaftlich geprägten Gaststätten in Deutschland bildeten, obwohl Millionen Vertriebene aus den

verlorenen Ostprovinzen nach Westen flüchteten. Anders bei den Italienern, die mit Beginn des Wirtschaftswunders nach Deutschland kamen. Sie eröffneten Pizzarien und Eisdielen. Andere Nationalitäten folgten dem Ruf des Wirtschaftswunders und brachten ihre Küche mit. In der Bundesrepublik entstand so eine vielfältige, vor allem durch Zuwanderer geprägte Küche. (Weber 2007, S. 71)

Im 20. Jahrhundert ergaben sich weitere Strömungen in der Küchen- und Esskultur. Die Nouvelle cuisine wurde durch die Vollwertküche ergänzt. Diese Strömungen wurden durch technische Entwicklungen, den internationalen Handel und den internationalen Tourismus geprägt. (Herrmann 2006, S. 2–3) Es wird an einer neuen Küche gearbeitet, bei der die neuesten Erkenntnisse aus Psychologie und Ernährungslehre einfließen, wie zuvor schon einmal vor 350 Jahren. (Laudan, S. 7–11)

- **Hypothese: Geschichtliches Hintergrundwissen ist für Fachjournalisten wichtig**

Das Experteninterview zeigte, dass in einem kulinarischen Text sehr wohl Wissen über Kulturkreise, deren Entwicklungen und Eigenheiten von Bedeutung sind. Vor allem im Fachjournalismus ist bei Produktbeschreibungen auf den historischen Hintergrund zu achten.

4.5.3 Exkurs: Deutsche und österreichische Küche

Das Image der Deutschen Küche ist nicht das Beste. Gutbürgerliche Gaststätten kochten jahrzehntelang zu fett, zu schwer und nicht mit frischen Zutaten auf. Man sprach in den Medien von einem „*Esskulturellen Proletentum als eigentliche deutsche Leitkultur*“. Die Medien prangern diesen Zustand wiederholt an. Der Buchautor und Restaurantkritiker Peter Peter stellt in seiner kulturgeschichtlichen Abhandlung über die deutsche Küche die Frage, ob die gastronomische Ignoranz der deutschen Küche in der Geschichte zu finden ist. Als Gründe führt er die Hunger- und Notküche nach zwei verlorenen Weltkriegen an. Weiters ist die deutsche Leitkultur geprägt von einer protestantisch- pietistischen Essverachtung. Früher gehörte noch eine militärisch-adelige Überheblichkeit dazu, die sich zeigte, indem gutes Essen als spießbürgerlich angesehen wurde. Ein weiterer wichtiger Faktor ist das Klima, das zum Konservieren zwang. Eingelegtes Gemüse stand daher seit

jeher am Speiseplan. (Peter 2008, S. 7). Der Restaurantkritiker Wolfram Siebeck spricht in seinen Publikationen diesen Umstand immer wieder an.

Unter Deutscher Küche versteht man zusammengefasst die verschiedenen Kochstile, die in Deutschland vorherrschen. Eine zusammenhängende „*Deutsche Küche*“ ist nicht existent, da jede Region ihre eigenen Spezialitäten vorweisen kann. Die Gerichte des südlichen Raumes (Bayern, Schwaben) sind auch im österreichischen und schweizerischen Raum verbreitet. Die Französische Küche hat im Westen Deutschlands einen starken Einfluss, während der Osten Deutschlands mehr mit der Osteuropäischen Küche gemeinsam hat. Durch seine Lage zum Meer ist der Norden Deutschlands traditionell von Gerichten mit Zutaten aus dem Meer geprägt. (Rose et al. 2007, S. 225–226)

Die Österreichische Küche ist nicht deckungsgleich mit der Wiener Küche, die traditionell mit der K. u. K.-Küche der Monarchie im Zusammenhang steht. Es gibt eigenständige regionale Traditionen, in die die Küchen der Nachbarländer einfließen. Gerichte und Zubereitungsarten wurden übernommen, angepasst und in die eigene Küche integriert. Darüber hinaus entwickelte sich in letzter Zeit eine neue Regionalküche, die auf regionale Produkte und moderne, leichte Zubereitung setzt. (Rose et al. 2007, S. 646)

Diese Unterscheidung ist vor allem am Kochbuchmarkt von Bedeutung. Im Deutschen Buchhandel findet man kaum Bücher über österreichische Küche. Ein Grund ist sicher auch die kleine Verlagsstruktur bei der diese Bücher herausgegeben werden.

4.5.4 Gastrosophie

Die Erfindung des Begriffs Gastrosophie geht auf Eugen von Vaersts gleichnamige Abhandlung aus dem Jahre 1852 zurück. Der Herausgeber dieses Werks systematisiert einige Forschungsfelder einer solchen philosophischen Wissenschaft des Essens. Danach beinhaltet eine Gastrosophie: 1) Die Lehre von den Freuden der Tafel. 2) Theorie und Praxis der Kochkunst 3) Die Ästhetik der Esskunst 4) Physiologie und Chemie aller essbaren Substanzen und Wesen sowie der meisten Getränke 5) Die Prinzipien des guten Benehmens bei Tisch 6) Das Studium der Diätetik, eine kritische Kasuistik der Magersucht und der Fettleibigkeit 7) Und ex cathedra die streng verschärfte Kontrolle sämtlicher sozialen und ökonomischen

Pflichtleistungen, wie Viehzucht, Gartenkultur, Fischfang, Ackerbau, Jagd, usw., welche nicht nur für den Fortbestand der auf Nahrung angewiesenen Menschheit notwendig sind, sondern auch dem Wohl jedes Einzelnen dienen, dem seine Mahlzeit notwendig sind, sondern auch dem Wohl jedes einzelnen dienen, dem seine Mahlzeit ein Fest und die Einverleibung schön zubereiteter Speisen und edler Getränke die schöpferische Erfüllung eines metaphysischen Bedürfnisses ist.“ (Lemke 2007, S. 12)

Gastrosophie ist von Hans-Joachim Rose in der Küchenbibel einfacher formuliert:

„Die Gastrosophie ist die Lehre von der Weisheit, Genuss und Tafelfreuden miteinander zu verbinden [...] Der Gastrosoph ist ein kluger, zurückhaltender Feinschmecker, der seine Speisen mit Bedacht auswählt und genießt.“
(Rose et al. 2007, S. 335)

Die bekanntesten Vertreter der Gastrosophie waren Jean Anthèlme Brillat-Savarin und Karl Friedrich Freiherr von Rumohr. Mit ihren Reden und Schriften über Essensfragen haben sie Kenntnisse und Bedürfnisse sozialisiert und vorangetrieben sowie auch kodifiziert und kontrolliert, was gutes Essen sei und wie man es zu genießen habe. (Ring 1996, S. 9)

Ein Ende der klassischen Gastrosophie ist darin begründet, dass zu Beginn des 19. Jahrhunderts Esskultur und die auf sie angewandten Wissenschaften überschaubarer waren als heute. Das nahrungspsychologische Denken, bei der die Größen Nahrungsaufnahme und Arbeitsleistung in Bezug gesetzt wurden (Kostmaße), nahm in dieser Zeit ebenfalls überhand. Gründe für ein Ende der Gastrosophie sind in der Entwicklung der verschiedenen Strömungen der Esskultur, in ihren Differenzierungen und in den Spezialisierungen der Einzelwissenschaften zu suchen.

Dennoch ist der gastrosophische Diskurs heute noch in den Medien, Magazinen und in der Werbung anzutreffen. In formalisierter Gestalt findet sich das Erbe der Gastrosophie in den Tests der Restaurantkritiker, die in ihren Bewertungen Kriterien wie „Service“, „Küche“ oder „Ambiente“ einfließen lassen. (Ring 1996, S. 13)

4.5.5 Exkurs Kulinaristik – Alter Wein in neuen Schläuchen

Gastrosophie kann man als „*Philosophie des Essens*“ betrachten. Der Begriff kann auch allgemeiner für Literatur verwendet werden, die die Zubereitung und Präsentation von Nahrungs- und Genussmitteln behandelt. Als Beispiele sind hier Koch- und Rezeptbücher, sowie Bücher, die die Serviertechnik behandeln, genannt. Weiter greift nun der Begriff der Kulinaristik, der neben den technisch-naturwissenschaftlichen Grundlagen der Ernährung historische, kulturelle soziologische und philosophische Aspekte der Ernährung mit einfließen lässt.⁵ Der Neologismus „*Kulinaristik*“ soll einen offenen Terminus für das die „*culinaria*“ betreffende Zukunftsdenken schaffen. Kulinaristik als Wissenschaft versucht die bisherige Wissenschaft vom Essen um „*transdisziplinäre Probleme der Interdependenz von Theorie und Praxis wie die Gastlichkeit, die Ritualität des Essens [...] zu erweitern und diese Erweiterung zugleich als Erkenntnis- und Weiterbildungsquelle aller Beteiligten zu nutzen.*“ (Wielacher 2008, S. 2–3)

Geprägt hat diesen Namen die Deutsche Akademie für Kulinaristik (German Academy for Culinary Studies). In ihrem Sinne ist die Kulinaristik eine Teildisziplin der Lebens- und Kulturwissenschaften, die das Essen als Kulturphänomen zum Gegenstand hat. Sie betrachtet das Essen als individuelles und kollektives Verhalten, als Kommunikations-Wert-Symbol und Handlungsbereich. Es stehen vier Themenfelder im Mittelpunkt, die auf das Essen bezogen sind: das Basiswissen über Nahrungsmittel; die Bedeutung des Kochs und des Kochens; anthropologische Aspekte und kulturelle Prägungen sowie Geschmack und Gastlichkeit sowohl unter

5 Siehe Gastrosophische Aspekte der Kulinaristik, In: Alois Wielacher / Renate Bendix (Hrsg.), Kulinaristik. Konzeption und Innovation, Münster: LIT-Verlag 2007, 120-131.

kulturwissenschaftlichen als auch unter praktischen Gesichtspunkten. (Brockhaus et al., S. 55)

Die Initiatoren der Akademie waren neben Alois Wierlacher, Emeritus für Interkulturelle Germanistik der Universität Bayreuth, die Sterneköche Eckart Witzigmann und Vincent Klink. Die Akademie vergibt seit 2004 alljährlich die Eckart-Witzigmann-Preise. Damit werden herausragende Leistungen der medialen und wissenschaftlichen Vermittlung des Kulturthemas Essen gewürdigt. Preisträger waren u.a. der Schriftsteller Günter Grass, sowie der schweizer Künstler und Regisseur Daniel Spoerri, der seine Kunstwerke mit dem Kulinarischen verbindet. (Er montierte z. B. ganze Esstische samt Geschirr und Essen an die Wand.) (Deutsche Akademie für Kulinaristik – Wikipedia, 18.06.2009)

Die Akademie nimmt sich das Culinary Institute of America zum Vorbild. Sie ist eine der renommiertesten Kochschulen der Welt. Der Koch und Autor Anthony Bourdain ist einer der bekanntesten ehemaligen Schüler. (Let the CIA train you for an exciting new culinary career-The Culinary Institute of America)

4.5.5.1 Kulturphänomen – globales Phänomen

Das Bedürfnis nach Gedankenaustausch und Vertrauen macht das Kulturphänomen Essen zu einem Kontaktmedium ersten Ranges. Das Wissen um kulturspezifische Essensordnungen und ihre Begründung gewinnt im Prozess der Globalisierung vor allem der Wirtschaft besondere Bedeutung für die Wertung individueller und kollektiver Kontakte. (Wierlacher 2004, S. 53)

In multikulturellen Gesellschaften treten Kontaktschwierigkeiten durch fremde Küchen auf. Diese Küchen rufen Intoleranzen hervor und es gehen eigene Reize von ihnen aus. Jede Speise kann zu einem Symbol werden, wie die Philosophie und Kulturwissenschaft erkannt hat. Man spricht auch von der „*Language of Food*“. Speisesysteme machen bei Tisch das gemeinsame Essen zu einem besonderen Code der Kommunikation. (Wierlacher 2004, S. 52)

Essen und Trinken als soziale Totalphänomene spiegeln damit das gesamte gesellschaftliche Leben wieder. Sie prägen als Normensysteme unsere Identität, unsere Lebensstile und unsere Kommunikation. (Brockhaus et al., S. 55)

5 Dimensionen des kulinarischen Journalismus

5.1 *metaphorische Sinneswelt*

Bei den meisten Hochkulturen gibt es eine Hierarchie der Sinne. In unserem Kulturkreis ist das Sehen die höchste und das Tasten die niedrigste Sinnesleistung. Die Reihenfolge von Nahsinn zum Fernsinn von Tasten, Schmecken, Riechen, Hören und Sehen wurde von Aristoteles festgelegt, ist aber nicht unumstritten. (von Randow 2003, S. 67)

Aristoteles beeinflusste bis weit über das christliche Mittelalter die jüdische und arabische Naturphilosophie. (Reisinger 08.10.2003, S. 155) Für mittelalterliche Theorien über die Sinne waren Aristoteles und Galen prägend. Die traditionelle Einteilung in spirituelle Sinne (Hören und Sehen) sowie körperliche Sinne (Geruch, Geschmack, Tastsinn) hat aber bis weit in die Neuzeit ihre Gültigkeit. (Reisinger 08.10.2003, S. 165)

René Descartes (1596-1650) reduzierte die inneren Sinne auf körperliche bzw. mechanische Funktionen. (Reisinger 08.10.2003, S. 165) Sein Modell der Mensch-Maschine verfügt über äußere Empfindungen, die ihren Reizursprung in den Objekten der Außenwelt haben und über innere Empfindungen wie Hunger und Durst, die im Körper entstehen. (Jütte 2000, S. 63)

Die Sensorik ist für die Beschreibung und Akzeptanz der Nahrungsmittel von großer Bedeutung. Sie sind zudem wichtige marktrelevante Faktoren, ein Umstand, den die Bereiche Marketing, Marktforschung und Nahrungsmittelsicherheit für sich erkannt haben. Die Sensorik geht der Frage nach, wie das Aussehen, der Geschmack, der Geruch und das Mundgefühl von Nahrungsmitteln zu bewerten sind. Lebens- und Genussmittel werden beschrieben und Unterschiede in qualitativer und quantitativer Dimension erfasst. Die sinnlichen Wahrnehmungen werden zu in Zahlen erfassbaren und damit beschreibbaren Ergebnissen. Die sinnliche Wahrnehmung ist allen Menschen gemein. Das Sensorium über Sehen, Riechen, Schmecken, Hören und Erasten schafft erst die wesentliche Brücke zwischen Körper, Geist und Umwelt. In seiner komplexen Beziehung zur Natur ist das Sensorium noch wenig erforscht. Kinder bilden ihre angeborene Fähigkeit zur sensorischen Urteilsbildung gemäß den in ihrem Kulturkreis gültigen Richtlinien aus. In einer globalisierten Welt, die sich

durch verschiedene ethnische und nationale Küchen nebeneinander ausdrückt, ist die kulturelle Präferenz im Bereich des Essens genauso offensichtlich wie im Bereich der Musik. Eine kulturwissenschaftliche Erkundung der Arbeit der Sinne stößt an die Grenzen dessen, was sich mit Sprache formulieren lässt. Sie weicht auf Vergleiche aus, die wir aus unserem alltäglichen Verhalten kennen. Der alltägliche Wortschatz für Genüsse ist nicht besonders umfangreich, wenn auch bereichert durch nichtsprachliche Geräusche des Wohlgenusses oder dessen Gegenteil. Essen schmeckt für uns „gut“ oder „bäääh“. Die Nahrungsmittelindustrie braucht nicht nur einen beschreibenden, sondern auch einen bewertenden Wortschatz. und ein dazugehöriges Instrumentarium. Die Sensorik stellt dies zur Verfügung und setzt sie in den Bereichen von Produktentwicklung, Qualitätssicherung und Kontrolle, Marketing und Marktforschung ein. (Ptach 2008, S. 94–95)

Kulinarischer Journalismus ist Schreiben über die Sinne: Tasten, Riechen, Hören, Sehen und Schmecken. Der Geruch ist der wichtigste aller Sinne, da er meist beim Gesamteindruck als erstes in Erscheinung tritt.

Die chemischen Sinne - der Geruchs- und Geschmackssinn sind unsere ältesten Sinne. Organismen waren in der Lage, auf Stoffe zu reagieren die Gefahr signalisierten oder sie zu Nahrungsquellen leiteten bevor sie sehen und hören konnten. Ernährungsphysiologisch wertvolle Nahrung löst Wohlgeschmack der mit Lust verbunden ist, aus. (Müller, Kaupp 2008, S. 151)

5.1.1 Der Geschmack

Der Geschmackssinn hat die Funktion, die Nahrung auf Qualität und Bekömmlichkeit zu überprüfen. Man kann vier Grundqualitäten des Geschmacks unterscheiden. Beim Menschen gibt es vier primäre Geschmacksempfindungen: süß, sauer, salzig und bitter. Der Umami-Geschmack (Glutamatgeschmack, herzhaft) wird als fünfte Geschmacksempfindung postuliert. Weiters wird noch die Existenz eines alkalischen und eines metallischen Geschmacks diskutiert. Viele Geschmacksreize haben Mischqualität, die sich aus mehreren Grundqualitäten zusammensetzt, z. B. süßsauer. Topographische Verteilungsmuster an der Zungenoberfläche lassen sich allerdings nur schwer feststellen. Die allgemeine Meinung einer genauen Zuordenbarkeit von Zungenarealen zu einer Geschmacksqualität ist durch geringe prozentuale Empfindlichkeitsunterschiede der einzelnen Qualitäten nicht gegeben.

Die in vielen Publikationen gängige Zonenaufteilung beruht auf einem Interpretationsfehler einer Veröffentlichung aus dem Jahr 1901. Allerdings ist der Bittergeschmack tatsächlich besser am Zungenhintergrund wahrnehmbar. (Hatt 2007)

Salzig: Der Salzgeschmack spielt eine wichtige Rolle für den Mineralstoffhaushalt. Neben dem Na-Ionen des Kochsalzes werden auch andere Ionen als salzig wahrgenommen. {Meyerhof #158: 2}

Sauer: Der Sauergeschmack ist wichtig für die Regulation des Säure-Basenhaushalts. Durch einen gemäßigten Säuregehalt wird der Geschmack mancher Lebensmittel verbessert. Der Charakter von Fruchtsaftgetränken wird durch Ansäuern verbessert. Starker Sauergeschmack warnt vor dem Genuss verdorbener Nahrung oder unreifen Obst. {Meyerhof #158}

Süß: Der süße Geschmack ist an das Vorkommen von Kohlenhydraten, die die wichtigsten Energielieferanten für den Körper sind, gekoppelt. In der evolutionsbiologischen Entwicklung hat die angeborene Vorliebe für Süßes den Menschen das Überleben gesichert. (Müller, Kaupp 2008, S. 151)

Umamigeschmack: Der Begriff „*umami*“ kommt aus dem Japanischen und beschreibt einen Geschmack, der mit fleischig, wohlwollend oder herzhaft umschrieben werden kann. Der Träger des Geschmacks ist die Glutaminsäure, eine Aminosäure. Das Salz der Glutaminsäure, das Glutamat wird als Geschmacksverstärker in der Küche eingesetzt. Umami zeigt proteinhaltige Nahrung wie Fleisch, Milch, Käse sowie Getreide und Gemüse an. (Müller, Kaupp 2008, S. 151)

Bittergeschmack: Stark Bitteres gilt instinktiv als ungenießbar. Selbst Lebensmittel mit leichtem Bittergeschmack wie bestimmte Salate oder Gemüse werden vielfach abgelehnt. Kinder reagieren besonders empfindlich auf bittere Nahrungsmittel. Der Hintergrund, dass man besonders auf die Geschmacksrichtung bitter reagiert, ist, dass viele giftige Substanzen danach schmecken. Dieser Geschmackseindruck hat sich ursprünglich entwickelt, um vor Vergiftungen zu warnen. Mitunter werden aber Bitterstoffe in Speisen und Getränken erwartet und tragen zum guten Geschmack und zur Bekömmlichkeit bei: Zartbittere Schokolade, Kaffee und Bier sind bekannte Beispiele dafür. Der Bittergeschmack ist komplex, es gibt tausende von Bitterstoffen die verschiedenen chemischen Substanzklassen angehören. (Meyerhof 2003)

Die angeborenen Vorlieben für Süßes und Umami und die Ablehnung von Saurem und Bitterem prägen unser Essverhalten. Auch Geschmackserfahrungen im frühen Kindesalter können spätere Vorlieben beeinflussen. Hierbei nimmt schon die Muttermilch und die damit transportierten Stoffe eine Rolle ein. In der Jugend gewinnt Salziges an Bedeutung. Auf die Geschmacksvorlieben wirken sich auch zunehmend Umwelteinflüsse aus. Neben den positiven und negativen Erfahrung beim Verkosten unbekannter Speisen und Getränke können das Trends, Preisinformationen usw. sein. Im Erwachsenenalter erwirbt man durch Erlernen Präferenzen für Bitteres, das im Kaffee und im Bier eine Rolle spielt. (Meyerhof 2003)

Gerüche und Geschmäcker miteinander in Verbindung zu bringen, bereitet durchaus Schwierigkeiten. Bei Gerüchen haben wir kaum Worte, um sie zu beschreiben. Viele vermitteln einen Geschmack oder ein Aroma durch Analogien. (Jacob 2005, S. 9)

Der Klang und der Duft spielen im „*Orchester der Sinne*“ eine besondere Rolle. Das Ohr und die Nase zählen entwicklungsgeschichtlich zu den ältesten Sinnesorganen. Sie sind eng an emotionale Prozesse gebunden: „*Geräusche und Düfte sind bis zurück in die Kindheit erinnerbar.*“ Nahrungsmittelakustik, auch Food-Sound-Design genannt, spielt in der Nahrungsmittelindustrie eine immer größere Rolle. Ein Geräusch kann das Geschmackserleben sehr stark beeinflussen. Bei der Knackwurst wird das Geschmacksempfinden etwa zur Hälfte durch das Geräusch beim Hineinbeißen beeinflusst. (JAHRESZEITEN VERLAG 18.06.2009, S. BMBF Internetredaktion (bm) #162) Weitere Beispiele für Nahrungsmittelakustik sind die Rezepturanpassungen, damit ein "Bahlsen-Keks" oder ein "Pringles" beim Zubeißen das typische Knackgeräusch erzeugt. Es wird auch bereits mit Bierschaum experimentiert, der beim Zapfen ein knisterndes Geräusch hinterlässt. (Anlanger, Engel 2008)

5.1.2 Genuss

Menschen suchen den Mitessenden und Mitredenden. Die Erfüllung dieser Suche heißt Genuss. Genuss verweist auf Genosse. Es gibt dieses Wort noch in der Bezeichnung einer Zweckgemeinschaft – die Genossenschaft. „*Der Genuss schließt schmackhafte, gesunde und anregende Speisen, fröhliche und friedliche Gespräche,*

ein hilfreiches Ambiente und selbstgewisse Vertrautheit unter den Essenden ein. Erst dieser Mitgenuss macht uns zu ‚Genossen‘.“ (Wierlacher 2004, S. 55)

Für Gerd von Randow ist Genießen ist eine unmittelbare Befriedigung und auch immer ein Spiel der Widersprüche und genau deshalb auch das lebendigste aller Gefühle. (von Randow 2003, S. 72)

" Das Genießen ist ein faszinierendes Phänomen. Es ist körperlich und seelisch, privat und öffentlich, geformt und zerfließend, gemessen und ohne Maß. Eine besonders intensive Beziehung zu Welt. Der Höhenflug des lustvollen Lebensverbrauchs. In den kostbarsten Genussmomenten seufzen, stöhnen oder schreien wir, oder wir lächeln selig in uns hinein."

" Genuss weckt die Lebensgeister, ruft die Fantasie wach, holt die Erinnerung zurück....." (von Randow 2003, S. 7)

Von Genuss und genießen ist oft die Rede, besonders kulinarische Genüsse sind ein Bestandteil der Texte. Eine etymologische Betrachtung dieses Terminus erscheint wichtig. Die germanischen Wurzeln des Wortes bedeuten: *„etwas in Gebrauch oder Besitz nehmen“*. Eine Empfindung kann ebenso Genuss bereiten wie ein Gegenstand. Die Ausbildung der Sinne ist für diese Sensation von essentieller Bedeutung. (Lutz 1983, S. 11)

Genuss ist, „was Freude, Wohlbehagen, tiefe Befriedigung bereitet“ – im engeren Sinn den Vorgang der „Nahrungsaufnahme“ bezeichnend. Genießen bedeutet „Freude, Wohlbehagen bei etwas finden, etwas erhalten, zur Verfügung haben, Speisen und Getränke zu sich nehmen“ Gotisch bedeutet es auch erreichen, erlangen, fangen und wird mit ‚nuta - Fischer‘ verbunden. (Pfeifer et al. 1993, S. 424–427)

Genießen ist an ein lustvolles Erleben gekoppelt. Wahrer Genuss grenzt sich somit vom bloßen Konsumieren und von der Sucht ab. Diese beiden Verhaltensweisen sind durch eine schnelle Bedürfnisbefriedigung gekennzeichnet. Genießen erfordert dagegen Zeit und ist damit *„auch an die Liebe zum Detail gekoppelt, die zur Erhöhung dieses Ereignisses beiträgt.“* Ein wesentliches Moment des Genießens ist das *„Sich-Zeit-Nehmen“*. Rasches Essen dient hingegen der Bedürfnisreduktion. (Reisinger 08.10.2003, S. 109)

Genussmittel gehören zu jenen Lebensmitteln, die selbst keinen besonderen Nährwert besitzen, aber wegen ihrer angenehm empfundenen stimulierenden Wirkung auf die Geschmacksorgane oder das Nervensystem konsumiert werden. Tabak, Schokolade oder Gewürze zählen zu dieser Gruppe. Den Genussmitteln wird aphrodisierende Wirkung nachgesagt, die in bildlichen Darstellungen und literarischen Abhandlungen ihren Niederschlag finden. (Reisinger 08.10.2003, S. 115–116)

5.1.3 Unmäßigkeit

Die Unmäßigkeit, auch Völlerei oder Gefräßigkeit, Maßlosigkeit oder Fresssucht ist im katholischen Katechismus eine der sieben Todsünden. Im Mittelalter konnte sich nur derjenige der Völlerei hingeben, der auch die ökonomischen Mittel dazu hatte. Heute kann jeder mit Fast-Food und Junk-Food der Völlerei frönen kann.

Als kulturelle Verhaltensweisen bieten Essen und Trinken eine Vielzahl von tatsächlichen oder vermeintlichen Widersprüchen und Gegensätzen. Der Völlerei steht das Fasten gegenüber. „Fasten und Festmahl ergänzen sich, stehen auch im Widerstreit, wie in der christlichen Tradition in der Zeit von Fastnacht und Ostern. Tugend und Laster, Sünde und Buße, Diesseits und Jenseits prallen hier aufeinander.“ (Leimgruber 2005)

Der französische Begriff „*gourmandise*“ zeugt von einer ambivalenten Natur. Dieser Begriff markiert die Grenzen des Verhältnisses von Gourmet und Gourmand und verweist auf die Frage, wie sich diese zueinander verhalten. Der französische Gastrosoph Jean Anthèlme Brillat-Savarin (1755-1826) verteidigte im 19. Jahrhundert in seiner „*Physiologie du goût*“ das bis dato als sündhaft geltende

Verhalten und beschwerte sich über die Definitionen der Lexikographen (Méditation XI). Der Gastrosoph führt danach aus, dass jene Schreiberlinge nichts von der Kunst verstünden, ein exquisites Gericht mit der gebührenden Anmut zu genießen und griechische Eleganz, römischen Luxus und französische Delikatessen tafelnd zu vereinen. Diese Kunst sei vielmehr Tugend, denn Laster. (Apicia)

Auch J.G. Krünitz geht in seiner "Oekonomischen Encyklopädie"⁶ aus dem Jahr 1849 auf die Unmäßigkeit beim Essen und Trinken ein:

"Denn der Grund zur Ausbildung von Schlemmern wird in der Jugend gelegt, indem man die Kinder gleichsam dazu anhält, sich vollzustopfen, immerwährend ihre Hände mit Eßwaaren füllt, mit Butterbrod, Buttersemmeln, Kuchen etc.; auch wohl gar schon Fleischspeisen, besonders geräuchertes Fleisch: Schinken, Wurst etc., [...] ohne zu bedenken, daß solches nicht nur den Kindern schädlich werden sondern auch zu Krankheiten führen kann [...] Dieses ist die Vorschule zur Unmäßigkeit; hierdurch wird der Grund gelegt, sich das übermäßige Essen anzueignen, und da jetzt junge Leute von 12 bis 15 Jahren schon anfangen, den reifen Jünglingen, Männern und Alten gleich, die Bayerschen Bierstuben mit dem Glimmstengel im Munde zu besuchen, so wird es auch nicht an

⁶ Oekonomische Encyklopädie oder allgemeines System der Staats- Stadt- Haus- und Landwirthschaft ist der Titel einer der umfangreichsten Enzyklopädien des deutschen Sprachraums. Das von J.G.Krünitz begründete Werk erschien 1773 bis 1858 in 242 Bänden und stellt eine der wichtigsten deutschsprachigen wissenschaftsgeschichtlichen Quellen für die Zeit des Wandels zur Industriegesellschaft dar. www.kruenitz1.uni-trier.de

Säufeln fehlen, indem sie sich schon frühzeitig dazu ausbilden" (WB Krünitz - Online)

Dieser Text zeigt, dass auch schon 1849 die Gesellschaft mit Problemen zu kämpfen hatte, die heute nichts an Aktualität eingebüßt haben.

5.1.4 Gesundheit

Die von der Presse aufbereiteten wissenschaftlichen Erkenntnisse erwecken den Eindruck, dass Essen die Hauptursache für viele Krankheiten ist. Dies führt dazu, dass vermeintlich Falsches gar nicht mehr toleriert wird. Wer beim Essen an Kalorien denkt, dem vergeht die Lust. Negative Gefühle sind stärker als positive. Auch in der Ernährungspsychologie wird hauptsächlich Negatives wie Essstörungen und Fettsucht untersucht, unsere Verhaltensweisen rund um die "normale" Essensaufnahme aber kaum. Es gibt bei den Menschen verschiedene Vorlieben für verschiedene Speisen, warum das so ist, weiß man nicht. Der Körper nimmt sich, was er braucht, der Geruchs- und Geschmackssinn hilft ihm dabei. {Possemeyer Ines 2001 #15: 72-78

Im Kreuzfeuer der Kritik steht vor allem Fastfood, kulinarische Journalisten wie Wolfram Siebeck und Jürgen Dollase prangern diese Ernährungsweise immer wieder an. Sie kämpfen gegen Fastfood und Fertiggerichte und treten für Zutaten von höchster Qualität ein. Vor allem Kindern schmeckt das Angebot der Burger-Riesen und sie lieben Hamburger und Donuts. Hier ist es wichtig, dass Kinder den richtigen Umgang mit dieser Nahrung lernen und sich nicht jeder Versuchung hingeben. Das Problem liegt darin dass Essen zur Nebenbeschäftigung wird. (Eugster 2007, S. 106) Doch Fastfood kann auch gutes Essen sein. Es gibt schnelle, einfache Mahlzeiten, die oftmals im Stehen genossen werden. Jeder Kulturkreis entwickelte Imbisse die eine vernünftige Ernährung sicher stellen, man denke nur an Japans Sushi-Buden, in Spanien werden Tapas verzehrt usw. (Bourdain 2007, S. 31) Der Buchautor und Sternekoch Antony Bourdain geht besonders hart mit den Fastfoodketten ins Gericht:

„Wie Crackdealer wissen sie, dass das, was sie verkaufen, nicht gesund ist, dass es einen schlechten Einfluss auf Wohngebiete hat und der Gesellschaft eine erdrückende Einförmigkeit aufzwingt.“ (Bourdain 2007, S. 30)

„Amerikas gefährlichster Export war nicht etwa die Atombombe oder Jerry Lewis - nicht einmal die endlos wiederholten ‚Baywatch‘-Folgen. Nein, es waren und sind und werden es wahrscheinlich immer sein – die Fastfoodketten.“ (Bourdain 2007, S. 30)

- **Hypothese: In kulinarischen Texten wird Fastfood als Gesundheitsgefahr dargestellt.**

Beim Experteninterview wird darauf hingewiesen, dass Fastfood eine ausgewogene Ernährung ist, die sich weiters durch hohe Lebensmittelsicherheit auszeichnet, die beim Kleingewerbe nicht gegeben ist. Allerdings ist das Wort negativ belegt. Hier besteht Aufklärungsbedarf, da vermeintlich gesundes Essen wie Convenience-Food (z.B. Kantinenküche mit Fertigprodukten) bevorzugt wird. Auch Jürgen Dollase und Wolfram Siebeck sind gegenüber Fastfood negativ eingestellt. vgl. 6.2 und 6.3. Die Hypothese ist anzunehmen. Ob die Meinung der Kritiker richtig ist, kann hier nicht beantwortet werden.

5.1.5 Erotik

Eine Verbindung zwischen Essen und Erotik gab es schon im Alten Testament, die Dichtkunst und Literatur nahm sich immer wieder diesem Thema an. (Reisinger 08.10.2003)

„Liebe geht durch den Magen“ ist ein wohlbekannter Spruch. Leben ist ohne Liebe nicht vorstellbar, genauso wenig wie ein Leben ohne Essen. Das Trio Leben – Liebe – Essen stellt einen Verbund dar. Nahrungsaufnahme hängt mit Lust und Genuss zusammen und ist in unterschiedliche soziale Zeremonien eingebunden. Die Nahrungsaufnahme hat eine körperliche, seelische und gesellschaftliche Funktion. (Gniech 2004, S. 39)

Essen hat eine prägnante Bindung zu der Liebe und den Trieben. Nahrungsbeschaffung hat oft mit Territoriumskämpfen zu tun, die Aufnahme mit Geborgenheit und Wohlbefinden.

Sigmund Freud zufolge enthält Lebensenergie die zwei Komponenten Eros und Aggression. Durch Nährstoffe kann man Aggressionen verstärken. Auch die sexuellen Triebe kann man verringern oder verstärken – je nach Nahrung. Die Liebesfähigkeit kann entfacht oder verstärkt werden. Deswegen sind die

Aphrodisiaken nach der schönen griechischen Göttin Aphrodite benannt. Die Liste von natürlichen Lebensmitteln, die die Lust und Potenz steigern, ist lang. Dazu zählen der Hummer, der Spargel oder die Auster. In der Literatur wird oft beschrieben, dass Nahrungsmittel allein durch ihre äußere Beschaffenheit sexuelle Begierden oder erotische Assoziationen wecken. Bekanntlich ist gegen alles ein Kraut gewachsen und es gibt unzählige Diätvorschläge, um die Lust zu schwächen oder zu stärken. So hieß es früher, dass Jungfrauen nicht zu hungrig sein durften, damit der Appetit nicht mit ihnen durchgehe und die Fressgier in eine Liebestollheit umschlage. (Gniech 2004, S. 41–42)

6 Wer: Vertreter

6.1 Joseph Wechsberg

Joseph Wechsberg wurde am 29. August 1907 in Mährisch-Ostrau (Moravské Ostrava, Tschechische Republik) geboren. Er wuchs in bescheidenen Verhältnissen auf, nachdem sein Vater im 1. Weltkrieg gefallen war und die Privatbank der Familie in Ostrau nach Kriegsende geschlossen werden musste. Er besuchte die jüdische Volksschule in Ostrau in der in Deutsch und Tschechisch gelehrt wurde. Seine Liebe zur Musik erwachte früh und er lernte als Achtjähriger Geige. Er studierte in Wien Musik und Welthandel, an der Sorbonne, Paris



Photo (Wechsberg, Sarver)

Rechtswissenschaften und bestand an der Rechtsfakultät der Prager Universität 1930 sein Staatsexamen mit summa cum laude.

Schon in jungen Jahren bereiste Wechsberg die Welt und finanzierte sich sein Leben mit musizieren. Ab 1927 heuerte er als Geiger eines Schiffsorchesters an, um Überseereisen nach New York und den Orient zu unternehmen und fiedelte in einem Hotelorchester in Monte Carlo sowie in den Cafés von Paris. (Moser 12.11.2007)

In dieser Zeit versuchte er sich schon als Journalist und Reiseschriftsteller. Seine ersten Artikel erschienen in der Prager Morgenzeitung und in der "Vossischen Zeitung". Er war wie Alfred Polgar und Max Brod Mitarbeiter am "Prager Tagblatt", für das er Reiseberichte und Feuilletons schrieb. Eines seiner ersten Bücher war ein Reisebericht über den fernen Osten, der Reisebericht wurde im Dritten Reich verboten.

1936 arbeitete er als Parlamentssekretär und als Anwaltsgehilfe in Prag. 1938 wurde er von der tschechischen Regierung in die USA geschickt, um Vorträge über das Sudetenproblem zu halten. Nach seiner Ankunft legte man ihm nahe, nicht mehr nach Europa zurückzukehren, da sich die Lage nach dem Münchner Abkommen im September 1938 verschlechtert hatte. Unvorbereitet befand er sich nun im Exil.

Während des Krieges arbeitete er im Amt für psychologische Kriegsführung der USA, 1944 wurde er naturalisiert.

Wechsberg hatte zunächst in den Vereinigten Staaten große Schwierigkeiten, sich als Schriftsteller und Feuilletonist zu behaupten. Der Durchbruch gelang ihm mit einem humorvollen Bericht, der im Intellektuellen-Magazin "The New Yorker" erschien. Dort schrieb er über seine Erlebnisse als zweiter Geiger eines Schiffsorchesters. 1943 wurde Wechsberg ständiger Mitarbeiter der Zeitschrift.

Wechsberg schrieb bis zu seinem Exil in Deutsch, Tschechisch und Französisch. Da er die Vergangenheit hinter sich lassen wollte, war er bemüht, möglichst schnell die englische Sprache zu lernen. Diese Herausforderung meisterte er bravourös, und es gelang ihm als amerikanischer Schriftsteller erfolgreich zu werden. Er verfasste auch die meisten seiner Bücher in Englisch. Im Mai 1945 besuchte er als Militärkorrespondent seinen großteils zerstörten Geburtsort Mährisch-Ostrau, in der vergeblichen Hoffnung, dort seine Mutter wieder zu finden. Die Eindrücke dieser Reise fasste er in dem Buch "Homecoming" zusammen. (n.n. 2009; Moser 12.11.2007)

Nach Kriegsende veröffentlichte Wechsberg zahlreiche Bücher und Beiträge in verschiedensten Zeitungen und Magazinen. Von 1949 bis zu seinem Lebensende war er Europa-Korrespondent des Magazins "The New Yorker". Seine Reiselust zog ihn in viele Teile der Erde, darunter immer wieder nach Frankreich, nach Italien, in die USA und nicht zuletzt auch nach Wien, wo er schließlich ab 1951 einen festen Wohnsitz hatte. Am 10. April 1983 starb Joseph Wechsberg in Wien. Sein Grab befindet sich in Meran. (Wechsberg 1994)

Werke:

21 Bücher erschienen in englischer Sprache, bis heute liegen leider nicht alle in deutscher Übersetzung vor. Wechsberg war ein ungemein vielschichtiger Autor, – ein amerikanischer Bestsellerautor, ein tschechischer Reisereporter, deutscher Journalist und (vor allem) österreichischer Feuilletonist. Für den kulinarisch Interessierten bietet er jede Menge genüssliche Lektüre. Er lässt einem an den Besuchen von Kochlegenden teilhaben und reist mit uns zu burgundischen Winzern, um uns an deren Wissen über Bordeaux teilhaben zu lassen. Bei seinen

Erzählungen und Anekdoten wird man spontan von Appetit und Reiselust gepackt.
(Moser 12.11.2007)

Werksauszug:

1945: Looking for a Bluebird. Boston: Houghton Mifflin. Deutsch: Ein Musikant spinnt sein Garn. Karlsruhe: Stahlberg- Verlag, 1949. Zweiter Titel: Champagner schon zum Frühstück. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1962

1953: Blue Trout and Black Truffles. The Peregrinations of an Epicure. New York: Alfred A. Knopf. Deutsch: Forelle blau und schwarze Trüffeln. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt

1968: The Cooking of Vienna's Empire. 2 Volumes, New York: Time Life Books. Deutsch: Die Küche im Wiener Kaiserreich. Time-Life International, 1969

1968: The Cooking of Germany, Time Life Books, hardcover

1968: The Cooking of China - Food of the World Series: Joseph Wechsberg, and the Editors of Time Life Books, USA Time Inc.; hardcover

1978: Freude am Wein.

Artikel mit kulinarischem Zusammenhang erschienen unter anderem im Gourmet, Esquire, Holiday, Playboy sowie weiteren Magazinen

Für jeden kulinarisch Interessierten ist sein Buch "Forelle blau und schwarze Trüffeln" eine Pflichtlektüre. Schon im Untertitel "Die Wanderungen eines Epikureers" wird Wechsbergs Einstellung zum Genuss ersichtlich.

Epikurs Name gilt als Synonym für "Genussmensch" Laut Duden bedeutet epikureisch "auf den Genuss gerichtet". Dieser Name wird in der Gastronomie und verwandten Branchen verwendet, um den Feinschmecker anzusprechen. Auguste Escoffier, einer der führenden Köche der klassischen Küche, betitelte eines seiner Werke mit "Epikurs Taschenbüchlein". Das Grundmotiv der Epikureer ist nicht ein ewiges Leben, sondern der bei Lebzeiten zu vollendeter Seelenruhe gelangte Mensch. Im Kern zielt Epikurs Ethiklehre auf die Erhöhung und Verstärkung der Lebensfreude durch den Genuss eines jeden Tages und jeden Augenblicks.
(Hossenfelder 2005 /// 1998, S. 9)

In diesem Buch verwebt er gastronomische Genüsse mit den soziokulturellen Bedingungen der Zeit. Es entstehen Geschichten, die auch heute nicht an Relevanz einbüßen.

Wechsbergs Leben war in jungen Jahren sehr entbehrungsreich. Er liebte den Genuss, aber er betrachtet ihn auch aus einem kritischen Winkel.

„Zwischen Reichtum und Appetit besteht ein diabolisches Paradox. Viele Menschen beginnen ihr Leben arm und hungrig. Sie arbeiten hart, um dies Nachteile zu überwinden, und wenn sie schließlich genug Geld haben, um gut essen zu können, haben sie auch Magengeschwüre, die sie sich beim allzu eifrigen Geldraffen geholt haben und können nun ihr Essen nicht mehr genießen.“ (Wechsberg 1994, S. 27)

Mit viel Hingabe beschreibt er das Restaurant Meissl & Schadn, das wegen seiner vierundzwanzig Rindfleischspezialitäten berühmt war. Dieser Text zeigt, wie Wechsberg Leidenschaft einbaut, die nicht aufdringlich ist.

"Gewöhnliche Prosa wäre unzureichend, die Wonne auszudrücken, die ein Stück gekochtes Rindfleisch bei Meissl & Schadn vermittelte. Mancher Dichter nahm sich vor, ein Gedicht zu verfassen, während er sein Hieferschwanzl aß. Aber Dichter, und vor allem österreichische Dichter, können sich nur selten dazu entschließen, ihre Vorsätze auch auszuführen. Tatsache ist, daß die Dichter, sobald sie das Lokal verlassen hatten, vergaßen, das geplante Poem niederzuschreiben. (Wechsberg 1994, S. 73)

Rezepturen klingen bei Wechsberg nicht technisch, sondern sie lassen die Handschrift des Koches Wechsberg erkennen. Die Rezepturbeschreibung gibt Auskunft über die Produkte und die Menschen die sie verwenden auf unaufdringliche Weise ein.

„Es gab in Wien zwei Schulen des Rindfleischkochens. Wer mehr Wert auf eine kräftige Suppe legte als auf das Fleisch, tat das rohe Fleisch in kaltes Wasser und ließ es stundenlang auf schwachem Feuer unter Zugabe von Petersilie, Mohrrüben, grünen Zwiebeln, Sellerie, Salz und Pfeffer kochen. Nach einer Stunde wurde der weiße Schaum, der sich auf der Oberfläche gebildet hatte, abgeschöpft. Manchmal wurde auch eine auf der Herdplatte geröstete Zwiebel hinzugetan, um der Suppe eine dunklere Färbung zu

verleihen. Wer jedoch zartes und saftiges Fleisch essen wollte, tat es in kochendes Wasser und ließ es sieden. Dadurch wurden die Poren geschlossen, so daß der Saft nicht austreten konnte. “ (Wechsberg 1994, S. 75)

Wechsberg war ein großer Beobachter, seine Personenbeschreibungen sind gefühlvoll und lassen den Leser am Treffen mit den Menschen teilhaben weil er sie so lebendig beschreibt. Die Person des Herrn Heinrich vom Restaurant Meissl & Schadn erlangte durch seine Beschreibung wohl Unsterblichkeit.

Die oberen Regionen unterstanden dem Befehl des großen Heinrich, der, als ich ihn Ende der zwanziger Jahre kennenlernte, bereits ein ehrwürdiger Achtziger war.

Er war ein schwerer, korpulenter Mann mit den rosa Bäckchen eines gesunden Babys und der Weisheit eines biblischen Patriarchen. Seine Hände und Wangen hingen schlaff herab, und er hatte sichtlich Mühe, seine Augen offenzuhalten. Nie rührte es sich von seinem Kommandoposten nahe der Tür, von dem aus er alle Tische überblicken konnte, so wie ein Admiral von der Brücke seines Flaggschiffs aus die Einheiten seiner Flotte überblickt. ...Gelegentlich hatte man den Eindruck, daß sein Pulsschlag stockte, seine Lieder herabsanken und daß er zwischen Leben und Tod schwebte, doch der Vorbeimarsch der Kellner, die auf silbernen Platten die verschiedenen Stücke von gekochtem Rindfleisch vorbeitrugen, belebte ihn stets von neuem.

... je nach der gesellschaftlichen Stellung des Gastes, nach seinem Verständnis für die einzelnen Rindfleischstücke und seiner Vertrautheit mit dem Lokal fiel Heinrichs Verbeugung mehr oder weniger tief aus. (Wechsberg 1994, S. 71)

„Von seinem Kommandoposten aus musterte Heinrich den Tisch und ließ einen raschen Blick über das Fleisch, die Beilagen, das Besteck, den Stuhl und den Gast gleiten. Es war allen rätselhaft, wie er es fertigbrachte, durch den schmalen Schlitz seiner fast geschlossenen Augenlider überhaupt etwas wahrzunehmen; aber er sah alles. Mit einem leichten Nicken der

Zustimmung wandte er sich daraufhin an Kellner und Gast. Erst dann begann ein Stammgast zu essen.“ (Wechsberg 1994, S. 73)

Das schwindende Qualitätsbewusstsein bei den Produkten nimmt Wechsberg schon in den 1950ern vorweg. Er weist auf den Umstand hin dass regionale Produkte vorzuziehen sind. In Sachen Produktqualität entwickelt er schon sehr früh ein Gespür für Trends, die spätere Gastrokritiker wie Wolfram Siebeck und Jürgen Dollase zum Programm erhoben.

*Heute führen viele Wiener Restaurants auf ihrer Speisekarte ‹Rindfleisch› und ‹Beinflfleisch› ohne jede nähere Spezifizierung. Das Vieh wird gemästet und das Fleisch wird zerlegt und gekocht, ohne daß jemand die liebevolle Sorgfalt aufbrächte, die es früher zu solchen Leckerbissen machte. Oft ist es zäh und trocken und wird von unwissenden Kellnern serviert, die ihren Gästen teure ‹auswertige› Gerichte wie steirische Hähnchen oder importierten Hummer empfehlen. Diese Kellner interessieren sich mehr für die Höhe ihres Trinkgelds als für die Gaumenfreuden ihrer Gäste.
(Wechsberg 1994, S. 76)*

Aussagen über Qualität sind durch Recherche untermauert. Der Text liefert vordergründige Unterhaltung die auch eine Auseinandersetzung mit der Geschichte bietet.

*Es gab einen triftigen Grund für die außergewöhnliche Qualität des Rindfleisches von Meissl & Schadn. Das Restaurant besaß eigene Viehhorden, ... Dort wurden die Ochsen mit Melasse und Zuckerrübenbrei gefüttert, die ihrem Fleisch die marmorne Faserung, den köstlichen Geschmack, die volle Zartheit und Saftigkeit verliehen. ... Im damaligen Wien war gekochtes Rindfleisch nicht ein Gericht, es war ein Lebensstil.
(Wechsberg 1994, S. 74)*

Wechsberg war auch Restaurantkritiker für den Guide Michelin. Unter anderem beschreibt er auch das Pariser Sternerestaurant „La Tour d'Argent“ dessen Spezialität gepresste Ente ist. Er kritisiert nicht, sondern beschreibt bildhaft die Speisen, deren Herstellung und die Umgebung des Geschehens. Seine gefühlvolle Beschreibung des Restaurants im Jahr 1951 nimmt eine Opposition gegenüber

Wolfram Siebecks sarkastischer Beschreibung des selben Lokals 23 Jahre später ein.

Wenn er ein Restaurant beschreibt, geht er auch sehr intensiv auf die Umgebung ein. Damit wird ein Stimmungsbild geschaffen, dass den Leser als Augenzeuge dabei sein lässt.

Zu Füßen des Betrachters liegen das Zentrum von Paris, die Seine, (...) die majestätischen Umrisse von Notre-Dame und weiter hinten, ein wenig verschleiert durch den Dunst, die Märchenkuppen von Sacré-Cœur. Das Essen ist teuer, aber der Blick auf Paris ist schon die Hälfte wert. Das bekannteste, aber keineswegs beste Gericht des Restaurants ist der canard presse. Es wurde zum ersten Mal im Jahre 1890 von dem großen Koch Frederic Delair hergestellt, der damals Besitzer von La Tour d'Argent war. Seit jenem Tag hat man jede Ente, die zu diesem Gericht verwendet wurde, mit einer Nummer versehen, und dank dieser Maßnahme lässt sich genau feststellen, daß bisher fast eine halbe Million Menschen canard presse bestellt haben. Erstaunlicherweise ist dabei die Zubereitung niemals auf das Niveau billiger Routine: herabgesunken. Das ist das Verdienst der fünf canardiers -der Entenköche - des Restaurants. (Wechsberg 1994, S. 212)

Produkte werden nicht technisch aufgelistet, sondern im Vordergrund steht eine ausführliche Beschreibung der lokalen Gegebenheiten.

Die Enten kommen aus der Vendee südlich von Nantes, wo Boden und Klima die Aufzucht einer halbwilden Entenart begünstigen, die für dieses Rezept besonders geeignet ist. Im Alter von sechs Wochen werden die Enten schnell getötet, um jeden Blutverlust zu vermeiden, in Papier und zerkleinertes Eis gepackt und per Bahn nach Paris geschickt, wo sie am nächsten Morgen eintreffen. Sie werden zwanzig Minutenlang in einen sehr heißen Ofen gestellt und dann in halbdurchgebratenem Zustand auf einer silbernen Platte in den Speisesaal gebracht, wo der canardier sie dem Gast zeigt. Diese <Präsentation> ist ein wichtiger Teil des ganzen Vorgangs (Wechsberg 1994, S. 213)

Wechsberg beschreibt einen "canadier" der das Tranchieren der Ente zu einem phantastischen Schauspiel machte als Rahmenhandlung.

Frédéric, der aussah wie die Montage der Fotografien von Thackeray und von Brahms, spießte die Ente mit der linken Hand auf eine große Gabel, hielt sie hoch und zerteilte sie in der Luft mit einem scharfen Messer. Die Leute ringsum hörten auf zu essen und starrten ihn voller Bewunderung an. Die Kellner standen demütig daneben. Wenn Frédéric keinen Applaus bekam, schrie er die Kellner an und warf seine Gäste hinaus. (Wechsberg 1994, S. 213)

In seiner Beschreibung des Geschehenen ist er sehr exakt. Das Rezept wird detailliert beschreiben.

Das Gerippe der Ente kommt nun in eine silberne Presse, und das Blut, der <Saft>, wird in einer besonderen Schüssel aufgefangen. Dazu fügt man die zerstampfte rohe Leber der Ente, ein Glas Portwein, etwas Madeira und Fine Champagne, ein paar Tropfen Zitronensaft, Salz, Pfeffer und Gewürze. Man setzt die Sauce auf ein heißes Feuer, das nach einer Weile vermindert wird. Die Sauce muß die Konsistenz und Farbe geschmolzener Schokolade haben. Unter ständigem Rühren werden nun die Scheiben des nicht durchgebraten Fleisches in der Sauce fünfundzwanzig Minuten lang gekocht, sehr heiß auf eine silberne Platte gelegt und sofort aufgetragen. (Wechsberg 1994, S. 213–214)

Seine Eindrücke beschreibt er in positiven Bildern und er beanstandet in keiner Weise das Restaurant oder ein Produkt. Damit unterscheidet er sich von den meisten anderen Restaurantkritikern.

Ah, dieses Kartoffelpüree! Ich träume heute noch davon, wenn Ich hungrig bin. Es war leicht wie ein Soufflé und schmeckte nach frischer Butter und frischer Sahne.

Die Gäste von La Tour d'Argent sind immer sehr beeindruckt von der großen Spezialität, den quenelles de brachet (feinen Fischknödeln mit Sauce Mornay, die mit Chablis, feinen Pilzen, gehacktem Schinken, Trüffeln und Estragon In einer Pergamenttüte gekocht werden, um den Saft zu bewahren) (Wechsberg 1994)

Wechsberg beschreibt auch Rezepte. Mengenangaben fehlen, er beschreitet den Weg des beschreibenden Rezeptes den auch Jürgen Dollase verfolgt. Hier steht der

Zugang zum Produkt im Vordergrund, die Rezepte sind offen gedacht und halten sich an das für das Gelingen Wichtige.

„Meine Lieblingsknödel, deren Rezept bei uns zu Hause nach langen, arbeitsamen Jahren, nach vielen Versuchen und Irrtümern entwickelt wurde, sind als ‹Bantamgewichte› zu bezeichnen. Der Teig wird aus Butter, Eigelb, trockenem Topfen zubereitet, gesalzen, etwas Mehl hinzugetan, damit er nicht auseinander fällt. ... und fügt dann entweder noch Butter oder Mehl hinzu, um dem Teig die nötige Konsistenz zu geben. Er ist fast ebenso locker wie ein Souffléteig und viel besser“ ... Wenn man will, kann man immer weitere Schichten von brauner Butter, Zucker und Topfen darüber tun, bis die Knödel darunter verschwunden sind wie die Konturen einer nördlichen Landschaft unter einer Schneedecke. Es ist ein Gericht für Lukullus.“ (Wechsberg 1994, S. 80–81)

Ein großer Bewunderer Wechsbergs ist Wolfram Siebeck. In seinem Buch "Das Haar in der Suppe hab ich nicht bestellt" drückt er seine Bekanntschaft mit Wechsberg folgendermaßen aus:

Bald darauf erschien ein anderes Buch, das die Wonnen des subtilen Genießens beschrieb, wie es bisher niemand gelesen hatte. Es war "Forelle blau und schwarze Trüffeln" von Joseph Wechsberg, der ein leidenschaftlicher Epikureer und ein wunderbarer Erzähler war. Der erste Satz des Buches lautet " Heute reise ich Hunderte von Kilometern, von einem Land ins andere, um in einem meiner Lieblingsrestaurants zu essen..." Unvorstellbar, damals. Mit soviel Begeisterung und soviel Wissen ist die Welt der Feinschmeckerei selten, mit soviel Eleganz nie beschrieben worden. Wechsberg ist unter den Kulinar-Literaten, was der von ihm verehrte Fernand Point unter den Köchen war: ein Monument. Sein Buch gab dem deutschen Leser den Blick frei auf eine bis dahin unbekannte Welt, in der der Inhalt von Töpfen und Terrinen mit einem Beethoven -Concerto oder einem Menuett von Mozart verglichen wird. (Siebeck 1992, S. 107)

6.2 Wolfgang Siebeck

Wolfram Siebeck wurde 1928 in Duisburg geboren. Dort lernte er die sparsame Küche der Kriegs- und Nachkriegsjahre kennen, die er als Kohl- und Mehlschwitzenküche bezeichnet. Während des 2. Weltkrieges war er Flakhelfer in Norddeutschland und geriet für einige Monate in britische Kriegsgefangenschaft. Nach Kriegsende verdiente er sich seinen Lebensunterhalt als Werbeschildmaler und Pressezeichner. Ab 1950 besuchte er in Wuppertal die Werkkunstschule. In der 1958 gegründeten Zeitschrift „Twen“ schrieb Siebeck seine erste kulinarische Kolumne. Dies war der Startpunkt für seine Karriere als Gourmetkritiker.

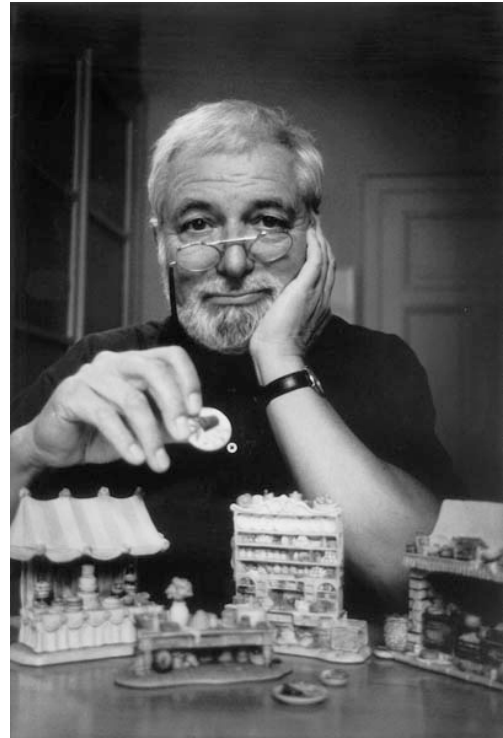


Photo (Pawloff)

Viele Jahre arbeitete er für den "Stern", aktuell schreibt er eine wöchentliche Kolumne in der "Zeit". Seit 1996 überlässt ihm mit seinen pointierten "Seitenhieben" der "Feinschmecker" das letzte Wort. (Gräfe und Unzer - Wolfram Siebeck)

Ende der 1960er Jahre unternahm er mit seiner Frau die ersten Reisen nach Frankreich und erlebte dort einen kulinarischen Kulturschock, da er entdeckte, dass Essen auch schmecken kann. Daraufhin nahm er Kochunterricht bei französischen Köchen. Wolfram Siebeck lebt heute mit seiner Frau Barbara und der Katze "Frau Hoffmann" auf einer Burg im Badischen, früher lebten sie im Sommer in der Nähe von Montélimar in Frankreich. (gahe)

Der Kampf gegen die Grobschlächtigkeit der deutschen Esskultur ist das Hauptthema in seinen Kolumnen, Büchern und Restaurantkritiken. Er setzt sich für die verfeinerte Küche nach französischem Vorbild ein (sueddeutsche.de GmbH et al.)

Wolfram Siebeck schreibt über kulinarischen Journalismus:

"Kulinarischer Journalismus sieht ganz leicht aus. Man muß nur essen, trinken und schreiben. Aber kein anderer Journalist in Deutschland hat so viel Zeit investiert und so viel Geld für Essen und Trinken ausgegeben, wie ich. Und es war mein Geld, nicht das des Verlegers." (Protzmann 1996)

Wolfram Siebecks Kolumnen und seine Buchveröffentlichungen verfolgen – laut eigener Aussage – das Ziel, dass die Leser erfahren und dafür sensibilisiert werden sollen, dass Essen und Trinken von höchster Qualität sein müssen. Er kreidet in seinen Büchern und Kolumnen Fertiggerichte, Fast Food, nicht artgerechte Tierhaltung, Lebensmittel aus den Discount-Läden, mangelhafte Tischkultur und die seiner Meinung nach durch und durch schlechte deutsche Küche an. Sein Stil ist satirisch, sarkastisch und oftmals – absichtlich – verletzend. An Selbstironie und Selbstkritik lässt es Siebeck in den essayistisch angelegten Artikeln nicht mangeln. Mit dem Dokumentarfilmer Roman Brodmann produzierte er Anfang der 1980er Jahre eine zwölfteilige Kochsendung. Brodmann war ein politisch engagierter Filmern und Feinschmecker. Bei diesen Livesendungen lud Siebeck berühmte Sterneköche wie Paul Haeberlin zu sich nach Hause ein und bekochte sie. Danach wurde das Menü gegessen und bewertet. Die Profiköche ließen sich zu manch ironischer und beißender Kritik hinreißen und hatten jede Menge Spaß dabei. Die Sendung wurde so populär, dass sogar der "Herald Tribune" ausführlich darüber berichtete. Wegen des plötzlichen Todes von Brodmann wurde die Sendung nach der zwölften Folge eingestellt." (Wolfram Siebeck – Wikipedia, 04.06.2009)

Wolfram Siebeck machte das Genießen zum Beruf und gilt in den Medien als einer der bekanntesten und umstrittensten Gastronomiekritiker im deutschsprachigen Raum. Ihm wird eine gewisse Moralinstanz zugesprochen. Die Presse bezeichnete ihn beispielsweise als „Vorkoster der Nation“ (Playboy), "Gastro-Pabst" (Stuttgarter Zeitung) "Radikalgourmet" (Süddeutsche Zeitung), "Gourmetpapst" (Die Zeit) oder "Obergourmet" (Der Standard). Nach Eigendefinition ist er "Berufssesser". (n.n. 05.07.2009)

Werk:

Neben seinen wöchentlichen Kolumnen veröffentlichte er ca. 50 Bücher (ONLINE et al.) Auszugsweise:

1976: Wolfram Siebecks Kochschule für Anspruchsvolle. – München, Nymphenburger.

1982: Kochen bis aufs Messer. – München: Nymphenburger, 1982.

1987: Frisch gewürzt ist halb gewonnen. – München: Heyne.

1989: Die Feinschmecker-Kochschule. – München: Heyne.

1999: Siebecks Wien. Wien: Pickler.

2006: Alle meine Rezepte. – Pöcking: Eurocultour Verlag.

2007: Die Deutschen und ihre Küche. – Berlin : Rowohlt Berlin.

2008: Das Kochbuch der verpönten Küche. – Edition Braus im Wachter Verlag.

Wolfram Siebeck schlägt in seinen Restaurantkritiken einen sarkastischen Ton an. Er bezieht die Umgebung mit ein, indem er humoristische Vergleiche zieht.

Aber von den insgesamt sechs Pariser Drei Sterne-Restaurants besitzt der "Tour d'Argent" die größte Anziehungskraft - wenigstens für die Fremden, die nicht erst in den letzten Jahren das Hauptkontingent der erwartungsvollen Esser stellten.

Die Lage ist phantastisch. Gegenüber, in der Seine, die vornehme Ile St - Louis, . Links davon fällt der Blick ungehindert auf jenen Teil von Notre-Dame, der beim Hummer der beste ist. Wir bekommen einen der bevorzugten Tische am Fenster, direkt oberhalb der Pont de la Tournelle, die zur Île Saint-Louis hin überführt. Es ist halb neun abends, Notre-Dame wird festlich angestrahlt, Paris flimmert wie im Kino. Immer wenn die Ampel an der Brücke Rot zeigt, hüpfen ein bettelnder Clochard von Auto zu Auto und redet auf die Fahrer ein. (Siebeck 1996, S. 34)

Seine Rezeptbeschreibung ist von Bildern geprägt, die seine negative Einstellung zum Produkt unterstreichen.

Denn die berühmte Ente des "Tour d'Argent" ist vor allem blutig, eine so genannte Canard rouennais, das heißt, daß diese Ente erstickt worden ist. Auf diese Weise behält sie ihr Blut, was für die Zubereitung gewisser Entengerichte unerlässlich ist.

Hinter uns, in einer kleinen Bar, stehen drei Canardiens genannte Facharbeiter, die in aller Öffentlichkeit den letzten Akt der Entenzubereitung vollziehen beziehungsweise zelebrieren: Von der angebratenen, aber innen noch blutigen Ente werden die Brust in dünne Streifen und die Beine im ganzen abgetrennt. Der Rest kommt in eine Art von überdimensionaler, silberner Fruchtpresse, In die der Canardier eine vorbereitete Sauce aus Entenfond, Cognac, rotem Burgunder oder Madeira gießt. Durch Drehen eines altmodischen Rades wird das alles zerkleinert und ausgepreßt. Die so gewonnene Sauce wird erhitzt, gewürzt und mit den Bruststreifen serviert. (Siebeck 1996, S. 34)

Ein positives Erlebnis wird im nächsten Satz hinunter gestuft, indem gleich eine Serie von Beanstandungen folgt.

...und schon ist auch unsere Ente da. Die Bruststreifen sind zart und saftig, wie sie sein müssen. Die Sauce muß wahrscheinlich auch so sein, wie sie ist; ich kann es nicht vergleichen. Aber das Besondere an ihr, die durch das Entenblut hervorgerufene Körnigkeit, ist nicht gerade überwältigend. Ihre Konsistenz schmeichelt nicht der Zunge, ihr Geschmack nicht dem Gaumen. Die dazu servierten aufgeblasenen Kartoffeln sind auch nicht weiter erwähnenswert. (Siebeck 1996, S. 37)

Siebeck übt sich gerne in beißenden Sarkasmus. Dieser hat System und ist eine Art Markenzeichen.

In meinen kulinarischen Phantasien verliert sie jedenfalls ihre bisherige Ähnlichkeit mit einem napoleonischen Adler und ähnelt nun eher Donald Duck - auch nicht weiter erwähnenswert.

Inzwischen ist es 22 Uhr geworden, der Verkehr auf der Brücke wird dünner, aber der Clochard ist noch auf seinem Posten. Eine Karte wird uns auf den Tisch gelegt. Es ist eine Urkunde, auf der uns bestätigt wird, daß wir die 460785. Ente seit 1890 gegessen haben. (Siebeck 1996, S. 37)

Siebeck neigt dazu, einen lehrmeistermäßigen Ton anzuschlagen.

Bei der Sauce Mornay, mit der die Hechtklößchen von Madame (Anm. seine Frau) überbacken sind - mit einem hauchdünnen Film von pürierten

Champignons am Boden -, ist der Bechamelanteil eindeutig zu groß. Gewiß, er muß sein; aber erst sein Mengenverhältnis zu dem zusätzlichen Eigelb, der Sahne und dem geriebenen Käse kennzeichnen die Qualität der Küche. Die zwei eigroßen Hechtklößchen selber sind jedoch wunderbar leicht und locker. (Siebeck 1996)

Seine einstmals führende Rolle als Deutschlands Gastronomiekritiker hat in den letzten Jahren Jürgen Dollase übernommen. (Effilee, Gourmet-Wiki) Siebecks populärer Stil (satirisch, sarkastisch, oft auch verletzend) wurde bei Dollase von einem pragmatischen und analytischen Stil abgelöst.

In einem Interview im Tagesspiegel vom 21.9.2008 führt Siebeck als Grund für seinen Erfolg an:

"Ich kann besser schreiben als andere Kochbuchautoren. Ich habe die Fähigkeit, ein Rezept klar und logisch und nachvollziehbar zu beschreiben. Und vielleicht bringe ich noch einen Halbsatz unter, der unterhaltsam ist. Das ist der ganze Witz." (n.n. 05.07.2009)

Auf Jürgen Dollase angesprochen meint er in einem Interview:

"A:...Sie schreiben simpel, leicht verständlich. Bei einem Ihrer Kollegen ist zu lesen: „Ziel dieser nächsten Stufe der Emanzipation des Materials ist die durch die Dekonstruktion von Texturen ...

Siebeck: Hören Sie auf!

A:... und Temperaturen geläuterte Neukonstruktion kulinarischer Kreationen

Siebeck: Schluss damit, Schluss!

A:...nunmehr ergänzt durch ein befreites Spiel mit einer erweiterten Wahrnehmung."

Siebeck: So etwas ist doch Schwachsinn. So kann man sich doch dem Essen nicht nähern, Essen ist eine sinnliche Sache, Kochen ist sinnlich. Das Zitat ist von Jürgen Dollase aus der „FAZ“, nicht wahr? Schon allein das Wort Textur – furchtbar. Der Mann kann offensichtlich überhaupt nicht schreiben. Er weiß zweifellos eine Menge und mag objektiv gesehen recht haben. Aber wie er es beschreibt, ist der drögeste Pferdemist, tut mir leid." (n.n. 05.07.2009)

6.3 Jürgen Dollase

Jürgen Dollase ist 1948 im Ruhrgebiet geboren. Nach Abitur und Militärzeit folgten Studien der Kunst, Musik und Philosophie an der Kunstakademie Düsseldorf und den Universitäten Köln und Düsseldorf. (Dollase 2006a, S. 159) Er war Gründer, Produzent, Keyboarder und anfänglich auch Sänger einer professionellen Rockband, die von 1971 bis 1982 auftrat. Kulinarisch war er ein



Photo (Peter Schulte für CPA)

Spätstarter. Erst in seinen späten Dreißigern begann er sich intensiv für Essen zu interessieren, vorher bevorzugte er Schnitzel und Burger. Nach seiner Heirat weitete er auf Druck seiner Frau seinen Speiseplan auf "unverfängliche Sachen" aus. Ein Schlüsselerlebnis war eine private Einladung eines französischen Freundes, bei der seine Aversionen gegen Garnelen, die für ihn bislang nur "irgendein Gewürm" waren, ablegte. „Aber - unter dem sozialen Druck dieser Situation und unter dem Eindruck einer ganz besonderen Atmosphäre der Gastlichkeit habe ich tatsächlich zum ersten Mal im Leben etwas gegessen, das ich für nicht essbar hielt. Es schmeckte... nun ja, jedenfalls nicht wirklich problematisch“ (Dollase 2006a, S. 150)

Seine Karriere als Gastrokritiker begann zufällig, Dollase hatte nie vor, über Essen oder das Kochen zu schreiben. Die Wende brachte ein langer, kritischer Brief an Johannes Gross, dem ehemaligen Herausgebers der Zeitschrift "Capital" über ein in seiner Sicht "merkwürdig uninspiriertes" Vorwort in einem Kochbuch. Dieser empfahl ihm über Essen zu schreiben. Seitdem veröffentlicht er in der FAZ seine Kolumnen. Für ihn ist seine Beschäftigung ein „...ausgesprochen vielfältiger und spannender Beruf, der eine große Spannbreite von journalistischer Berichterstattung bis hin zu kreativer Arbeit umfasst - nicht zu vergessen den dauernden Kampf um Qualität, der an jeder Stelle stattfindet, die etwas mit Essen zu tun hat.“ (Dollase 2006a, S. 155–156)

Werk:

Seit 1999 veröffentlicht Dollase regelmäßig gastrosophische Kolumnen und Artikel in verschiedenen Medien. Er schreibt im Feuilleton der Frankfurter Allgemeinen Zeitung eine gastronomische Kolumne ("Geschmackssache"), in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung erscheinen eine Restaurantkritik ("Hier spricht der Gast") und zahlreiche andere Texte zu kulinarischen Themen. Im Magazin "Der Feinschmecker" schreibt er Kolumnen für Restaurantkritik ("Wiederbesucht") und Küchentechnik ("Küchengeheimnisse"). Er ist Mitglied der deutschen Akademie für Kulinaristik und schreibt Bücher zu kulinarischen Themen. (Dollase 2006a, S. 149)

Dollase weist auf die veränderten Inhalte der Kochkunst sowie ihrer Rezeption hin. Die Kochkunst hat heute unterschiedlichste Ausprägungen, durch diese ist ein klassisches Wertesystem nicht mehr machbar. Die Klassik verlangt Expertenwissen und Nachvollzug. Wer dieses Wissen, wie z.B. Foie gras⁷ richtig gegart wird, nicht versteht fällt aus der Wertung. Damit verengt sich der Personenkreis, dem dieses Wissen zugänglich ist. Die Küchenmoderne ist dagegen eine Küche, die die aktive Mitwirkung des Essers braucht. Die „Entdeckung“ der Sensorik für die Küche ist nicht zuletzt die Entdeckung der aktiven Mitwirkung des Essers am Zustandekommen des kulinarischen Ereignisses. Die Moderne braucht nach Dollase einen „mündigen“, intelligenten Gourmet und nicht den Nachvollzug. Der mündige Gourmet nimmt wesentlich aktiver und komplexer wahr und hat ein wesentlich intensiveres Verhältnis zu seiner Rolle entwickelt. (Dollase 2006b, S. 72–73)

⁷ Foie gras (französisch für „fette Leber“), Stopfleber; wird aus der Leber von Gänsen gewonnen, die gewaltsam überfüttert werden. Diese Mastform ist in Österreich und Deutschland verboten.

Seine Bemühungen sollen vor allem dem Aufbau kulinarischer Intelligenz im weitesten Sinne, also von der Kompetenz in der Wahrnehmung und der Ausweitung von Genuss und Erlebnischarakter beim Essen, bis hin zu einer neuen Art kulinarischen Verhaltens in der Gesellschaft nützen. (Dollase 2006b, S. 74)

In seinen Büchern geht es nicht um das Nachkochen von Rezepten, sondern um das Erlernen einer Geschmackskultur. Seine Bücher stehen im inhaltlichen Zusammenhang mit der Ausweitung und Intensivierung von Geschmackserfahrung. In seiner Buchreihe „Kochuniversität“ entwickelt er ein Lern-System zur kulinarischen Kompetenzerweiterung. Nachkochen steht hierbei nicht an erster Stelle, sondern mittels eines Stufensystems wird man von einfachsten Rezepturen für völlige Laien zu anspruchsvollen Gerichten geführt. Jede Stufe wird differenziert sensorisch besprochen, der jeweils eigene Geschmack soll so systematisch sensibilisiert werden. (Dollase 2006b, S. 75)

Er arbeitet mit „Geschmacksgraphiken“ bei denen die subjektiv erlebte Intensität von Bestandteilen des Menüs anhand von Verlaufskurven nachgezeichnet wird. Ein betont analytischer Zugang prägt seinen Zugang zur Kochkunst.

Dollase erweitert die „alte“ Geschmacksvorstellung - etwas ist süß, sauer usw.- um den Begriff "Textur", der auch sehr stark von dem spanischen Avantgarde- Koch Ferran Adria geprägt ist. Dabei betont er die physikalischen Aggregat-Zustände und weitere materielle Eigenschaften wie weich, hart, kross usw. (Dollase 2006a, S. 69–71)

Die unterschiedlichen Eindrücke, die man beim Essen bekommen kann entstehen durch Überlagerungen von Geschmackswahrnehmungen. Wenn die Produkte in richtiger Reihenfolge eingenommen werden und unter sich harmonisch sind entstehen optimale "Akkorde".

„Mit einer bewussteren Art zu essen stehen uns noch ganze Welten offen, an die wir bisher noch so gut wie gar nicht gedacht haben. Wenn dann - in den modernsten Zweigen der Spitzenköche finden wir dazu schon viele Beispiele - zusammenkommt, dass ein Koch seine Gerichte bewusst "strukturalistisch" aufbaut und man diese Struktur beim Essen auch deutlich ermitteln kann, könnte man fast davon sprechen, dass Essen wirklich verstanden wird - wenn man so will auch entschlüsselt werden kann, was

der Koch verschlüsselt hat. Diese Darstellung von Kochen und Essen erinnert dann wieder an die Kommunikationsforschung“ (Dollase 2006a, S. 74)

Obwohl Dollase als Gastronomiekritiker gilt, analysiert er den Teller z.B. anhand von Akkorden, Texturen und kritisiert nicht verletzend. Sein Urteil findet auch bei Fachleuten, wie dem 3-Sternekoch Harald Wohlfahrt, hohe Akzeptanz.

Er gilt als Qualitätsfanatiker, bei dem das gute Produkt am Anfang jeder guten Küche steht. Sein Ansinnen ist es, die Köche zu mehr regionalem Bezug zu bewegen. Sie sollen den Weg der internationalen Einheitsküche die Produkte wie Gänsestopfleber, Jakobsmuscheln usw. im Programm hat verlassen.

Jürgen Dollase gilt als Nachfolger des einstmals wichtigsten deutschen Restaurantkritikers Wolfram Siebeck. Sein Stil ist wesentlich komplexer und analytischer, aber nicht so populär wie Siebecks satirischer Stil. (Effilee, Gourmet-Wiki)

Texte:

Dollase beschreibt in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung seine Eindrücke beim Test von Sandwiches der Fast-Food-Kette Subway. Eingeleitet wird der Text durch einen kurzen Abriss der Firmengeschichte, gefolgt von der Firmenstrategie, die Marktanteile durch frische Produkte erobern will. Der Hauptkonkurrent des Konzerns am Fast-Food-Sektor ist McDonalds.

"Beim „Beef“-Sandwich besteht der Rindfleischanteil aus dünnen Scheiben von kaltem Braten. Nach Fleisch schmecken sie zwar kaum, aber mit der Honig-Senf-Sauce und einem Gemüsemix ohne Zwiebeln und Peperoni (die man wegen ihrer Schärfe besser nicht bestellen sollte) entsteht ein akzeptabler Akkord.[...] Wesentlich besser gefällt das „Chicken Teriyaki, dessen Streifen von Hühnerbrust von der süßlichen japanischen Teriyaki-Sauce und Salat begleitet werden. Auch wenn das Hühnerfleisch kaum wahrzunehmen ist, ist der Akkord nicht schlecht," (Media)

Dollase verknüpft seine Texte kaum mit der Atmosphäre der Umgebung, dieses Merkmal unterscheidet ihn von Siebeck und Wechsberg. Die Kritik ist nur auf das Produkt bezogen und baut auf seinen Geschmackstheorien auf. Optische Elemente, die das Produkt beschreiben, fehlen.

In seiner Kolumne „Geschmackssache“ in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung testet er die Speisen des Fast-Food-Giganten McDonalds. Der Artikel hat die bezeichnende Überschrift „Wut, das es McDonald's gibt“. In der Einleitung geht er auf die Werbemacht des Konzerns ein die unsere Gläubigkeit an technische Nährwerte ausnutzt. (Im Kapitel 4.5.2 Seite 38 Wird diese Entwicklung erörtert)

" Der normale Hamburger wird als pampig-feuchte Masse geliefert, weil die spärlich dimensionierte Sauce auch noch in das Brot eingezogen ist. Das Fleisch (etwa fünf Millimeter dick) ist von extremer Übergarung ausgesprochen trocken und hat keinerlei identifizierbaren Geschmack Gemüse und Sauce vermischen sich zu einem kräftigen Süß-sauer-Geschmack (dem Weltgeschmack Nummer eins), der stark von Zwiebelaroma, Gurke und Gewürzen bestimmt ist. Der Gesamtakkord ist nicht saftig, sondern trocken. Das berühmte McDonald's-Mouthfeeling (also die Textur) hat im "normalen" Essen kaum eine Parallele. Es entspricht etwa einem Biß in die entspannte Unterarm-Muskulatur." (Media)

"In der Summe ergeben sich klare Strukturen: In einer dem normalen Essen nur vage ähnlichen Textur werden schwache Grundprodukte in einen stark süß-sauer gewürzten Zusammenhang gebracht. Das von McDonald's vermittelte kulinarische Weltbild hat mit entwickelter Eßkultur nichts zu tun. Der Verzicht auf jedweden konkreten Produktgeschmack im engeren Sinne und die gleichzeitige, konsequente Förderung eines undefinierbaren (und unausweichlichen) Mischgeschmackes stellen eine Art kulinarischer Desozialisierung dar." (Media)

Fastfood ist Dollase ein Dorn im Auge, da aus seiner Sicht entwicklungshemmende Geschmacksbilder durch solche Produkte bei Kindern und Jugendlichen entstehen. Anhand dieser Textauszüge erkennt man seinen eigenen Stil, bei dem das Produkt im Zentrum steht. Die Umwelt ist ausgeblendet, die Geschmackskomponenten sind das zentrale Thema im Text. Dollase verwendet die beiden Worte Akkord und Textur sehr häufig um seine Sinneswahrnehmungen zu beschreiben. Einige Texte bekommen dadurch eine unfreiwillige Komik. Der Antiquar und freie Autor Thomas Wimbauer kreierte in seinem Blog den "Dollase-Textur-Zähler". Hierbei wird auf ironische Art mitzählt, wie oft diese Wörter in einem Text verwendet werden. So

schreibt Dollase in der F:A:Z: vom 28.2.2009 über Kevin Fehling in Travemünde (Restaurant "La Belle Epoque" / Columbia-Hotel):

Textur:

- „ 1. Vom Bulgur und einer Kaffir-Limonencreme ist der Hummer gut eingefasst, wird dezent texturell und mild aromatisch begleitet*
- 2. Bei der "Gebratenen Bio-Gänseleber, mit Zitrusfrüchten in Texturen*
- 3. eine erheblich ausgeweitete aromatische und natürlich auch texturelle Breite*
- 4. Der herzhafte Gänsetee funktioniert als würziger Wechselakkord und ermöglicht einen gesteigerten Frischeeindruck für die nächste Portion "Foie gras mit Texturen von Zitrusfrüchten"*
- 5. in textureller Inszenierung der Aromen*

Akkord:

- 1. Isst man es aber nach dem Hummer als Wechselakkord, schlägt das Gel ein wie der Blitz*
- 2. weil sie nicht mehr oder weniger in einem Gesamtakkord verschwinden*
- 3. Der herzhafte Gänsetee funktioniert als würziger Wechselakkord*
- 4. eben nicht schnell zum Gesamtakkord zusammenfließend*

(F.A.Z., 28.02.2009, Nr. 50 / Seite 32)" (Der Dollase-Textur-Zähler #5 « Tobias Wimbauers Blog)

Seine Vorlieben für gewisse Worte sollen aber die Leistung von Dollase nicht schmälern. Man glaubt ihm, dass er seine Kritik ehrlich meint und damit sind seine Texte berechtigt, uns eine andere Sicht der Dinge zu zeigen. Er tritt für Geschmackskultur und Geschmackserfahrung ein und regt mit seinen Texten zum Nachdenken an. Mit seinem Werk ist er sicher ein kritischer Impulsgeber für die Kulinaristik und sensibilisiert die Leser für die Esskultur.

7 Kulinarischer Journalismus in den Massenmedien

Kulinarische Journalisten halten in verschiedenen Massenmedien die Rezipienten über den Themenbereich, Essen und Trinken und Genuss am Laufenden. Am Printmarkt gibt es z.B. Food-Magazine, Regionalmagazine, Reisemagazine, Frauenzeitschriften, Kolumnen in Tageszeitungen, Wochenzeitschriften, City-Magazine und Firmenzeitschriften. Fernsehkanäle und das Internet vermitteln ebenfalls kulinarische Botschaften. Im folgenden Kapitel wird auf einige Massenmedien näher eingegangen.

7.1 *Printmedium Magazin*

7.1.1 Gourmetmagazine

Special-Interest-Zeitschriften wie Gourmet-Magazine bieten ein Nischenprogramm für Menschen, die sich für Essen und Trinken interessieren. Am deutschsprachigen Markt gibt es seit den 1970er Jahren spezialisierte Publikumszeitschriften.

7.1.1.1 Besser's Gourmetjournal

Klaus Besser gründete im Dezember 1978 eine neue kulinarische Zeitschrift unter dem Titel Besser's Gourmet Journal - Die Kunst richtig zu genießen. Er folgte damit einem Trend, der aus Frankreich kam. Dieses Journal erschien erstmals 1978 im größeren Rahmen und führte das im Möller-Verlag erschienene "Gourmet Journal von Besser" fort. Ab 1982 wurde es in "VIF" das Gourmet-Journal umgewandelt. Ab 1997 wurde daraus Ullsteins Gourmet-Journal, das wiederum in die Zeitschrift der Feinschmecker aufgegangen ist.

Besser versuchte eine nach Eigendefinition "eine interessante, amüsante, informative und kritische Gourmet-Zeitschrift" zu schaffen, die im Dienste des Lesers steht und nicht der gastronomischen Branche. Das Magazin setzte sich das Ziel, die Qualität auf der Seite der Produzenten und die Kennerschaft auf der Seite der Verbraucher, der Gäste und der Reisenden zu fördern. (Besser) Das Journal informierte über die guten und schlechten Restaurants und Hotels, über die Feinkostgeschäfte, über Weine, über Rezepte, über individuelles Reisen, über Antiquitäten und über Künste.

Die Gliederung des Magazins folgte dem Schema Leitartikel; Reportage; Gourmet-Test; Restaurant-Test; Weine; Reisen; Kunst; Antiquitäten und Tipps.

7.1.1.2 Feinschmecker

Der Feinschmecker ist eine monatlich in Deutschland erscheinende Qualitätszeitschrift für kulinarische Lebensart. Sie informiert den Leser der gehobenen Zielgruppe über attraktive Reiseziele, neue Trends in der Gastronomie, Hotellerie, im Weinbau ebenso wie über regionale Spezialitäten. Das redaktionelle Konzept besteht aus Restaurant-Tipps, Wein- und Produktempfehlungen sowie aktuellen Reportagen zur feinen Lebensart. Kritische Berichterstattungen zu Fragen der Ernährung werden durch eine Vielzahl von Servicethemen abgerundet. (JAHRESZEITEN VERLAG 18.06.2009) Der Feinschmecker erschien erstmals im Oktober 1975 im Jahreszeiten Verlag. Zu den ständigen Autoren zählt unter anderem Wolfram Siebeck, Jürgen Dollase und Eckart Witzigmann.

7.1.1.3 Port Culinaire

Das Magazin Port Culinaire erscheint seit 2007 vierteljährlich. und ist ein Sammelband rund um das Thema Kulinarik. Eindrucksvolle Reiseberichte, Reportagen über kulinarische Spezialitäten, deren Herkunft und Produktion sowie Rezepte und Beiträge von Spitzenköchen und Autoren die aus der Foodszene kommen, formen den Blattstil. (Port Culinaire - Zero: Foodszene. Reportagen. Rezepte - Band Nr. 1: Amazon.de: Thomas Ruhl: Bücher) Jürgen Dollase widmet sich regelmäßig dem Thema Avantgarde, der stetigen Suche nach dem kreativen Front-End des Marktes. Ausgangspunkt für den Artikel ist die Arbeit eines Spitzenkochs. Dieses Magazin ist im Hochpreissegment angesiedelt und großer Wert wird auf Foodphotographie gelegt.

7.1.1.4 Gusto

Das 1983 gegründete, österreichische Kochjournal GUSTO versucht die ganze Vielfalt des Genusses zu präsentieren. Monatlich wird ein Schwerpunktthema mit Rezeptideen und praktischen Anregungen gesetzt. Der Heftteil Easy Cooking zeigt einfache Rezepte, im Reisetil stellt die Redaktion einen Teil Österreichs vor und durchleuchtet diesen sowohl landschaftlich als auch kulinarisch. Der Teil Gusto auf Reisen blickt über die Landesgrenzen hinaus. Weiters wird ein Menü des Monats vorgestellt und eine Kochschule erklärt in Schritt für Schritt-Anleitungen klassische

Rezepte. Gusto hat 609.000 Leser, Hauptzielgruppe sind Frauen ab 20. Die Zeitschrift gehört zur Verlagsgruppe News. (News)

7.1.1.5 Genuss Magazin

"Das GENUSS.MAGAZIN des österreichischen Agrarverlages berichtet über Neuheiten, Trends und Traditionen zu den Themenbereichen Essen, Trinken und Leben mit dem Schwerpunkt auf österreichische und authentische Produkte. Im Reiseteil werden in- und ausländische Gegenden mit kulinarischem Bezug vorgestellt. Themen sind weiters regionaltypische Schmankerln und Veranstaltungen. Die Redaktion sieht das Ziel darin, vielfältig und tiefgründig zu informieren, bedeutende Gesichter vorzustellen, spannende Geschichten zu erzählen, praktische Tipps und Rezeptvorschläge zu präsentieren sowie Trends und Stimmungen wiederzugeben. (redaktion)

- **Hypothese: Das "Genuss-Magazin" und "Gusto" bedienen verschiedene Zielgruppen.**

Die Inhaltsanalyse bestätigt die unterschiedliche Zielgruppenorientierung. Das Magazin Gusto verwendet 40% der Seiten für Rezepte, 30% für Berichte und Reportagen und 20% sind Werbeschaltungen. Bei dem Genuss Magazin werden 80% des Blattumfanges für Reportagen und Berichte, 10% für Rezepte und nur 5% für Werbung genutzt. Ein Experte betrachtet Rezepte als kulinarischen Journalismus, da dies der Hauptinhalt seines Blattes ist, während der andere Experte sich eher als allgemeinen Journalisten sieht.

7.1.2 Fachpublikationen im Foodbereich

Der Markt ist in den letzten Jahren auf eine unüberschaubare Vielfalt angewachsen. Führende Verlage haben ihren Stammbüchern weitere Derivate zur Seite gestellt, die zum Teil sogar monatlich erscheinen. (Nobis 2003, S. 3; food journalismus 2008, S. 1) Die wichtigsten Fachpublikationen werden wie folgt angeführt.

7.1.2.1 Lebensmittel Zeitung

Der Marktführer bei den Fachpublikationen im Foodbereich ist die Lebensmittelzeitung mit einer wöchentlichen Auflage von 41.000. Diese Fach- und Wirtschaftszeitung der Konsumgüterbranche gilt als "Bibel" der Branche, da sie als

einzigste der relevanten Publikationen wöchentlich erscheint. Sie informiert den Leser über aktuelle Nachrichten, Analysen und Hintergrundberichte zu Marketingstrategien, Sortiments- und Vertriebskonzepten deutscher und internationaler Handels- und Industrieunternehmen. Das Spektrum der Berichterstattung reicht von Food über Nonfood bis hin zu IT und Logistik. (klein 14.10.2008) Ebenfalls im Deutschen Fachverlag erscheinen monatlich die Lebensmittel Zeitung Direkt und vierteljährlich die Lebensmittel Zeitung spezial.

7.1.2.2 Lebensmittel Praxis

Die LEBENSMITTEL PRAXIS ist ein Fachmagazin für die Entscheider im Lebensmittelhandel. Sie positioniert sich mit praxisbezogenen, serviceorientierten und marktnahen Informationen auf Führungskräfte in den Handelszentralen und auf Kaufleuteebene. Leser finden vor allem Informationen rund um Unternehmen, Unternehmensstrategien sowie aktuelle Produkttrends und Sortimentsentwicklungen. Sie erscheint 14-tägig und ist mit einer Auflage von 60.000 Stück die drittgrößte Zeitung im Sektor. (Hain)

7.1.2.3 Lebensmittel Technik

"Die Konzeption von Lebensmittel Technik (LT) orientiert sich an den Informationsbedürfnissen der mit dem Produktionsprozess befassten Fachleute der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Die Kernzielgruppe sind Inhaber, Werksleiter, Betriebsleiter, Produktionsleiter, Laborleiter, Produktentwickler und Qualitätssicherungs-Beauftragte der Branche. Das 10-mal im Jahr erscheinende Magazin bekommt sehr viele Informationen direkt aus den Unternehmen selbst.

Weitere wichtige Fachmagazine sind der "Lebensmittel Report", die "Fleischerei", "Lebensmittel & Recht", "Food Marketing + Technology"; "Food Service", "Food NonFood + Getränke" sowie die "Getränke Zeitung". (Nobis 2003, S. 3; food journalismus 2008, S. 1)

7.2 *Printmedium Buch*

7.2.1 Kochbuch

Kochbücher sind große Umsatzträger im Ratgebersegment des Buchhandels. Innerhalb dieser Warengruppe stellt das Thema "Essen und Trinken" das wichtigste

Segment mit einem Umsatzanteil von über 20% dar. Danach folgen nach Umsatzgruppen die Themenbereiche "Lebenshilfe, Alltag" und Gesundheit. Somit sind Ratgeber die sich unmittelbar mit der menschlichen Lebensführung beschäftigen, am beliebtesten.

Insgesamt konnte sich der Käufer 2007 zwischen 8284 verschiedenen Titeln entscheiden. Im Bereich Essen und Trinken sind mit über 50% die allgemeinen und die Themenkochbücher am beliebtesten. (Kochhan 2008, S. 13–14)

Das Segment Kochbücher ist im Buchhandel meist einer übergeordneten Abteilung untergeordnet wie z.B. Hobby und Freizeit. Spezielle Kochbuchhandlungen sind selten.

Der Begriff Kochbuch deckt mit Kochen, Backen und Trinken drei große Bereiche ab. Der vierte Bereich, die Ausbildungsliteratur, wird kaum behandelt.

Der Bereich Kochen gliedert sich in Länderküchen, Grundkochbücher, die Rezeptsammlungen der Meisterköche sowie speziellen Themen. Der Bereich Backbücher gliedert sich in Grundbackbücher und spezielle Backbücher wie Rezeptbücher für Kuchen und Torten sowie Rezeptsammlungen. Der Bereich Trinken wird vom Thema Wein dominiert. Die am weitesten verbreiteten Getränke - Wasser, Bier und Kaffee- sind für den Buchmarkt kaum von Interesse. (Weber 2005, S. 25–32)

Der Wandel an Essgewohnheiten bewirkt auch einen Wandel im Konsum von Kochbüchern. Es gibt den Basisbereich der Grundkochbücher der von beiderlei Geschlecht gleichermaßen nachgefragt wird. Das anspruchsvolle Kochbuch wird sowohl vom Hobbykoch als auch vom Professionalsten nachgefragt. Rezepte der Spitzengastronomie werden öffentlich, dadurch wird Kommunikation gefördert, sei es zwischen den Köchen selber oder zwischen Profi und Laien. Durch die geschaffene Öffentlichkeit wird Neugier und produktiver Ehrgeiz geweckt. Der Gast ist nicht mehr ausgeschlossen und kann ein eigenes Verständnis und Geschmacksbild erarbeiten. (Weber 2007, S. 69)

Kochbücher der jüngeren Generation enthalten immer aufwendigere Abbildungen, ihre Textlänge wird aber geringer. Man kauft diese Gattung um praktische Anleitungen für allerlei Anlässe zu erwerben, den Gewohnheiten und Sitten fremder

Länder zu folgen oder sich persönlichen Vorlieben zu widmen. Kochbücher haben eine lange Tradition und dienten früher teilweise auch anderen Zwecken.

7.2.1.1 Historische Entwicklung

Kochbücher konnten sich seit der Erfindung des Buchdrucks im großen Stil durchsetzen. Es gab aber auch schon in der antiken Welt Kochbücher. Beispielsweise stammt das "de re coquinaria libri decem" des Marcus Gravius Apicius aus dem 1. Jh. Weitere Handschriften sind uns aus dieser Zeit erhalten, die sich dem Thema Essen und Kochen widmen.

Die mittelalterlichen, deutschsprachigen Kochrezeptüberlieferungen sind vom Aufbau eher Rezeptsammlungen, weniger Kochbücher. Erst später finden sie zu stringenterer Form. Das erste deutschsprachige, handschriftliche Kochbuch hieß das "Buoch von gouter spise" und erschien in Würzburg 1350.

Mittelalterliche Kochbücher unterscheiden sich in Anlage, Aufbau und Intention, aber auch nach Form und Inhalt der Rezepte erheblich von modernen Kochbüchern. Sie finden sich meistens in Sammelhandschriften in unmittelbarer Nachbarschaft von medizinischen oder veterinärmedizinischen Schriften, von Texten über Gartenbau, Ökonomie oder Theologie. Nur in Ausnahmefällen bilden sie eigenständige Bücher. Der Aufbau dieser Rezepttexte folgt keiner Gliederung, nur gelegentlich sind Rezepte zu lockeren Gruppen zusammengefasst, die durch die selben Hauptzutaten oder Zubereitungsmethode verbunden sind. 1450 wurde der Buchdruck durch Johannes Gutenberg erfunden. Eine deutlich markierte Gliederung tritt erst bei dem ersten gedruckten Kochbuch der, "Küchenmeysterei" auf. Sie besteht aus fünf Kapitel: Fastenspeisen, Eierspeisen, Saucen und Essig-Senfherstellung. (Ehlert 2005, S. 121–125)

Diesen Büchern fehlen noch Mengenangaben, aber es sind schon Gerichtnamen in Form von Rezepttiteln vorhanden. Rezeptindizes und eine systematische Gliederung findet Einzug. Den Rezepten gehen später (1581) eine Reihe von Menüvorschlägen voran. Es geht von der Strukturierung des Kochbuchs zur Strukturierung der Mahlzeit. (Ehlert 2005, S. 133; Dugall 2008, S. 83)

Das 1587 erschienene Buch " Koch und Kellerei von allen Speisen und Geträncken: viel gutter künst: sampt etlichen Notarzneien" offenbart schon im Titel die Mischung

aus Koch- und Arzneibuch. Die Autoren waren meist Männer, ab dem 18. Jh. ändert sich dies abrupt. (Dugall 2008, S. 83)

Gewürze dienten im Mittelalter auch dazu die Speisen nach damaliger diätetischer Theorie die Speisen zu temperieren d.h. ausgewogen zu gestalten.

Die diätetischen Theorien des Mittelalters basieren auf der von den Hippokratikern entwickelten Lehre von den Körpersäften (Blut, Schleim, gelbe und schwarze Galle). Galen (* 130) verband sie mit der Lehre von den Elementar- oder Primärqualitäten die den Eigenschaften kalt/warm und feucht/trocken entsprachen sowie mit der Lehre von den vier Elementen. Die Körpersäfte und die ihnen zugeordneten Elemente sind bei Gesunden im Gleichgewicht. Die angestrebte Ausgewogenheit der Säfte kann nach dieser Theorie durch entsprechende Würzung der Gerichte erzielt werden, da auch sämtlichen Nahrungsmitteln gewisse Eigenschaften zugesprochen werden. Kalt und feucht geltende Zutaten wie Fisch oder Milch werden mit Gewürzen und sonstigen Zutaten ausgeglichen, die als warm und trocken gelten: wie z.B. Nüsse, Zwiebeln usw. Darin liegt auch ein Grund manch ungewöhnlicher Würzkombination da die Gerichte dieser Lehre gerecht werden versuchten. (Ehlert 2005, S. 131)

Die vorherrschende Lehrmeinung von gesundem Essen prägte natürlich auch die Form und den Inhalt von spätmittelalterlichen Rezepten. Heute gliedern sich Rezepte meist in drei Teile: Die Überschrift gibt den Namen des Gerichts an, danach folgt eine Liste der Zutaten in der Reihenfolge der Verwendung und der Menge. Anschließend werden die Arbeitsschritte der Zubereitung des Gerichtes benannt.

Bei spätmittelalterlichen Rezepten stand der Gerichtsname oft in einen Einleitungshalbsatz, z.B. " Willst du ein Gericht aus Hirschfleisch machen ...". Danach folgt der zweite Halbsatz der die Zubereitung beschreibt. Das Rezept wird oft mit der Warnung abschlossen, das Rezept nicht zu versalzen. Auch die Aufforderung es mit Zucker zu bestreuen ist sehr häufig. Im Mittelalter wurden oft salzige Speisen mit Zucker abgeschmeckt. Außerdem verwendete man oft exotische, ausdrucksstarke Gewürze wie Ingwer, Anis, Safran oder Kadamom. Diese Gewürze kamen bei uns erst wieder im Zuge der Cross-Over-Küche in Mode. (Ehlert 2005, S. 128–129)

Im 17. und 18. Jahrhundert bildete sich eine neue Art von Kochbuchliteratur - die sogenannte "Hausväterliteratur" heraus, die neben Kochhinweisen auch andere

Bereiche rund um den Haushalt thematisierte. Themen waren z.B. die richtige Pflanzenaussaat und Pflege oder die Behandlung von Krankheiten. Kochbücher wurden ab dieser Zeit in zunehmenden Maße von Frauen geschrieben. Im 19. Jahrhundert war Henriette Davidis eine bedeutenden Kochbuchautorin. Ihr Buch unter dem Namen "Praktisches Kochbuch für die gewöhnliche und feinere Küche" aus dem Jahr 1844 erschien bis zu ihrem Tod im Jahr 1879 bereits in der 56. Auflage. (Kochhan 2005, S. 11–12)

Im 19. Jahrhundert wuchs durch die wirtschaftliche Entwicklung auch das Bürgertum rasant. Die in vielen Bereichen nicht ausgebildeten Hausfrauen versuchten die Wissenslücke autodidaktisch durch diese Art von Büchern zu füllen und sorgten damit für den ersten Kochbuchboom. Kochbücher mit exotischen Rezepten gab es kaum da die Produkte hierfür nicht erhältlich waren. (Weber 2005, S. 26–27)

Auguste Escoffier veröffentlichte 1903 mit dem „Guide Culinaire“ oder zu Deutsch „Kochkunstführer“ einen Meilenstein in der Kochbuchszene. Das Werk gilt als die formale Grundlage der Kochkunst des 20. Jahrhunderts. Er reformierte eine sehr formale und wenig auf Klarheit bedachte Küche indem er die komplizierte Anrichteweise der Gerichte vereinfachte und die Speisen leichter verdaulich machte. Escoffier gilt als Schöpfer der Grande Cuisine. (Service 26.03.2009)

In den 60-70ern veränderte sich das Aussehen der Kochbücher völlig. Die Schritt-für-Schritt-Photographie wurde eingeführt und der Ablauf des Kochens minutiös festgehalten. Fernsehköche wie Alfred Biolek streiften ihre Kochhaube ab und man entdeckte dass die Küche eine herrliche Dekoration für Kommunikation darstellte. Man lud Freunde und Geschäftspartner zu sich nach Hause ein und philosophierte über Wein und Essen. Dies führte zu einer Unzahl von Büchern über Essen. Mitte der Neunziger kamen bis zu 1500 deutschsprachige Neuerscheinungen auf den Markt. Die Sättigung des Marktes setzte ein, da der Kochinteressierte seine Bücher beisammen hatte und Sterneköche nicht am laufenden Band Rezepte liefern konnten. Der heutige Kochbuchmarkt ist durchaus in Bewegung. Junge Verleger bringen ideenreiche Bücher auf den Markt und sorgen so für neuen Umsatz. (Weber 2005, S. 26–27)

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren Grundkochbücher gefragt, da durch die ausgeprägte Geschlechterteilung die Frau für den Haushalt zuständig war und der

Mann für das Familieneinkommen sorgte. Von Frankreich ausgehend entwickelte sich die hohe Küche von der Köchin zum Koch. Zeitversetzt fand dies auch in den Familien statt da die nun berufstätige Frau immer mehr zum Familieneinkommen beitrug und sie sich von der Rolle als Köchin emanzipierte. Da beide Partner zum Familieneinkommen beitrugen entwickelte sich in den einkommensschwachen Schichten die Tendenz zu Fast-Food. Bei den einkommensstärkeren Schichten entwickelt sich Kochen zu einem Standessymbol. Die tägliche Verpflegung rückt in den Hintergrund. (Weber 2007) In den letzten 20 Jahren hat sich der deutsche Kochbuchmarkt facettenreich entwickelt. In der Vergangenheit bestimmten noch Kochbücher im Sinne von Rezeptbüchern den Markt, so ist dieses Genre in der heutigen Zeit nicht mehr prägend.

Aus der Sicht des Handels sind die wichtigsten Eigenschaften eines guten Kochbuches leicht erhältliche Zutaten, eine gute Qualität der Abbildungen und eine gute Struktur und Gliederung. Weiters sollen die Rezepte und das Thema auf dem aktuellen Stand sein und die Mitarbeit von namhaften Autoren oder Köchen ist verkaufsfördernd. (Kornmayer 2008, S. 24) In der Käufergunst sind Diät- und TV-Kochbücher die beliebtesten unter den Kochbüchern. Bei der Umsatzverteilung des Buchhandels nach Kochbucharten befinden sich unter den Top 20 im Jahr 2008 6 Diät-Kochbücher, 7 TV-Kochbücher, 3 Standard-Kochbücher. Weitere Arten sind Themenküche, Länderküche und kulinarische Belletristik. (Kornmayer 2008, S. 19–22)

7.2.2 Kolumne Reportage Portrait in Zeitungen und Magazinen

Kulinarischer Journalismus in Zeitungen und Magazinen ist allgegenwärtig. Eine Vielzahl von Zeitungen und Magazinen führen eigene Rubriken zum Thema Essen und Trinken, da das Publikumsinteresse groß ist. Die Tagesaktualität tritt in den Hintergrund und wird durch die schwebende Aktualität ersetzt. Meist werden Themen behandelt, die gerade im Trend der Zeit sind. Die verschiedenen Darstellungsformen denen sich die Medien bedienen, wurden in Kapitel 4.4 behandelt. Oft schreiben in renommierten Zeitungen bekannte kulinarische Journalisten ihre eigenen Kolumnen. Im Feuilleton der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" schreibt Jürgen Dollase in seiner Kolumne "Geschmackssache" Restaurantkritiken, behandelt den Genuss, widmet sich der Sensorik des

Schmeckens und philosophiert über Essen, Trinken und Menschen. In der Wochenzeitschrift "Die Zeit" widmet sich Wolfram Siebeck in den Rubriken Kultur, Gesundheit und Gesellschaft regelmäßig in Kolumnen, Glossen und Kommentaren, berühmten Menschen, Restaurants und der Qualität des Essens. Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen. All diesen Texten ist gemeinsam dass sie dem Publikum Orientierung, Unterhaltung und Aufklärung bieten.

7.2.3 Restaurantführer

Seit der Antike beurteilen Philosophen und Feinschmecker Speisen mehr oder weniger kritisch. In der Presse hat sich in den Industrieländern, ausgehend von Frankreich, eine regelmäßige Gastronomiekritik etabliert.

Von den Restaurantführern sind die bekanntesten der „Guide Michelin“, der „Guide Gault Millau“. Weitere auflagenstarke Restaurantführer sind der "VARTA-Führer" und „ A-la-Carte“. Diese Restaurantführer haben ein vereinheitlichtes und systematisiertes Bewertungssystem. Der "Guide Michelin hat eine Bewertungsskala von ein bis drei Sternen, der "Guide Gault Millau" bewertet nach Hauben, der "VARTA-Führer" bewertet nach Sternen und der Restaurantführer "A-la-Carte" bewertet nach Kronen. (Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG et al. 2008)

7.2.3.1 Guide Michelin

Der Guide Michelin wurde 1900 von Édouard und André Michelin gegründet. Ursprünglich war er ein Werkstatt-Wegweiser des gleichnamigen Reifenherstellers, der ab 1923 auch mit einem Hotel- und Restaurantverzeichnis erschien. Ab 1926 wurden Sterne für gute Küche vergeben. Seit 1964 gibt es eine deutsche Ausgabe, ab 2005 erschien auch eine Ausgabe für Österreich. Es ist allerdings angedacht, den Österreichführer ab 2010 wieder vom Markt zu nehmen da sich die Absatzzahlen nicht erwartungsgemäß entwickelt haben. In der heimischen Gastronomie löst dies Proteste aus, da der Werbeeffect für Lokale, die in der Wertung sind, wegfällt. (com) Insgesamt umfasst die Reihe 22 Bände. ." (The Michelin Guide--Famously Anonymous) . Der Guide Michelin bewertet ca. 4000 Restaurants, die im Schnitt alle eineinhalb Jahre von Testessern bewertet werden. International genießt dieser Führer einen ausgezeichneten Ruf.

Joseph Wechsberg schrieb über den Guide Michelin, bei dem er selbst Tester war:

Der Guide Michelin ist kein gewöhnlicher Reiseführer, sondern eine geheiligte Institution, die selbst bei skeptischen Franzosen, die vor nichts auf Erden Achtung haben außer vor einem Paar hübschen Beinen, einem Beefsteak und einer Flasche Pinard, in hohem Ansehen steht. (Wechsberg 1994, S. 200)

7.2.3.2 Gault Millau Guide

Die Idee der kritischen Restaurantführer wurde 1960 in Frankreich von Henri Gault und Christian Millau in einem Monatsmagazin entwickelt. 1969 schufen sie den Guide "Gault Millau". Regelmäßige Restaurantkritiken in Magazinen wurden in Deutschland ab 1972 veröffentlicht. Von der Gastronomie angefeindet, entwickelte sich diese Art der Beurteilung bei der Leserschaft zu einem Renner und sie gab den Anstoß für zahlreiche Revolutionen in der Küche. (Besser, S. 20) 1973 verkündeten sie in ihrem Magazin zehn Gebote für eine zeitgemäße Küche: u.a. marktfrische Produkte, kürzere Kochzeiten und leichtere Saucen – danach war nach einer Beurteilung des TIME-Magazins der Guide Michelin „das Alte Testament der Gourmetküche, der Gault Millau das Neue“. Die erste deutsche Ausgabe in Buchform erschien 1983. Der Gault Millau urteilt nach dem französischen Schulnotensystem von 0 bis 20 Punkten, ab 13 Punkten werden Hauben vergeben." (n.n.)

7.2.3.3 Die Macht der Tester

Bei diesen Führern verlaufen die Testessen normalerweise anonym und angemeldet. Die seriösen Tester geben sich erst nach Zahlung der Rechnung zu erkennen. Ein häufiger Vorwurf der Spitzengastronomie gegenüber diesen Führern ist, dass die Testkriterien manchmal nicht nachvollziehbar sind und dass teilweise persönliche Interessen und Neutralität kollidieren. Kritisiert wird auch dass bei großen Guides nur selten Zweit und Dritttests durchgeführt werden. (Hennig 2003, S. 6)

Das Urteil von Restaurantkritikern hat schwerwiegende Folgen denn Restaurantkritiker haben Macht. Ihr Urteil kann über Aufstieg und Fall von Gourmettempeln und auch Köchen entscheiden. Auch Selbstmorde werden mit dem Verlust von Sternen in Verbindung gebracht. So sah sich die Redaktion des Gault Millau France bemüßigt, nach dem Freitod des französischen Drei-Sterne-Kochs Bernard Loiseau eine Stellungnahme abzugeben. Sein Restaurant wurde in der

Punktezahl herabgestuft, dies war angeblich der Grund für den Griff zur Waffe. (Hennig 2003, S. 6)

Wer die besten Köche und Restaurants bewerten will, muss viel Erfahrung vorweisen können und ein persönliches Netzwerk aufgebaut haben. Da die Verlage meist nur langjährige Branchenbekannte engagieren, ist die Zahl der anerkannten Restaurantkritiker beschränkt. Siebeck meint dass man schon in ein *"paar hundert Restaurants"* gewesen sein sollte um Restaurantkritiken zu schreiben. Profi wird man erst nach Jahren. *"Viele Kollegen sind Laien geblieben, weil sie sich nicht aus eigenem Antrieb weiterbilden. Das heißt, sie fahren nicht mal eben nach Paris, um dort auf eigene Kosten bei einem der Großköche zu essen."* betont Siebeck. (Hennig 2003, S. 6)

Jürgen Dollase ist sich auch dieser Macht bewusst und stellt fest:

"Als Kritiker muss ich mir im Gegenzug darüber im Klaren sein, dass ich eine Verantwortung habe. Das heißt, ich muss lernen, Kritik so zu üben, dass alle ihr Gesicht wahren können, denn es geht nicht darum, Leute fertig zu machen." (Koch 29.01.2007)

7.2.4 Unterhaltungsliteratur, Erzählung, Roman

Nachfolgend werden einige Beispiele für Romane, in denen das Essen nicht zu kurz kommt, vorgestellt.

Johannes Mario Simmel stattete in seinem Roman "Es muss nicht immer Kaviar sein" bereits 1960 seinen Romanhelden Thomas Lieven mit Pistole, Bratpfanne und Kochlöffel aus. Bei Geschichte mit dem unfreiwilligen Spion wird Spannung mit exzellenten Kochrezepten vermengt und mit amourösen Episoden gewürzt.

In dem Buch "Die Schlemmerorgie" von Nan und Ivan Lyons befördert ein Mörder die berühmten Küchenchefs eines Galadiners zu Ehren Königin Elisabeth II ins Jenseits, das von einem Herausgeber eines Feinschmeckermagazins organisiert wird. Das Buch unter dem Originaltitel "someone is killing the great chefs of Europe" wurde mit Jacqueline Bisset verfilmt. (Binzer 2005)

Der Hildesheimer Gerstenberg-Verlag verlegt das Nischenprodukt des illustrierten Krimi-Kochbuchs. 1999 erschien "Mord zwischen Messer und Gabel" eine Symbiose der beiden Buchgattungen. Weitere sehr erfolgreiche Titel folgten. Der Sammelband

"Mord im Weinkeller" enthält 12 Kurzgeschichten namhafter internationaler Autoren und jede Geschichte informiert über Wein, Weinbaugebiete und regionale Kochrezepte. (Waltke 2007, S. 75)

Natürlich dürfen die Memoiren Casanovas nicht fehlen, denn der Urahn aller Verführer wusste schon "Wo es schöne Frauen gibt, weiß man gut zu essen". Für Casanova gehörten Gaumenkitzel und Sinneslust untrennbar zusammen. Doch der Schüler Joseph Wechsberg konnte das noch nicht erahnen.

"Ich las heimlich die Memoiren von Casanova, aber ich überschlug die Schlafzimmerszenen, die mich langweilten, und genoss dafür die ausführlichen Schilderungen der köstlichen Mahlzeiten, die der Verfasser seinen Damen vorgesetzt hatte, bevor er sie verführte." schrieb Wechsberg als er seine Jugend Revue passieren ließ. (Wechsberg 1994, S. 15)

7.3 Fernsehen

Im Fernsehen tritt kulinarischer Journalismus auf vielfältige Art und Weise in Erscheinung.

Es existieren mehrere Spartenkanäle, die das Spartenprogramm Essen und Trinken, Wein und Lebensart, Food und Information besetzen und per Kabel oder Satellit ausstrahlen. Dazu gehören „tv.gusto“; „WeinTV“; „Food Channel“ (geplant); „RTL Living“ und „Focus Gesundheit“ (Landesmedienanstalten). „tv.gusto“ sendet beispielsweise 24 Stunden kulinarische Reportagen, Dokumentationen und Kochshows. Vorbild sind amerikanische Formate wie FOOD NETWORK die dort ca. 100 Millionen Zuseher erreichen. (About FoodNetwork.com : ABOUT US : Food Network)

Das Sendeformat der Kochsendungen erfreut sich steigender Beliebtheit. Jeder fünfte Deutsche schaut mindestens zweimal wöchentlich Kochformate im Fernsehen. Nach einer Umfrage von "sozioland", bei der 7200 Personen über Kochsendungen befragt wurden, schreiben drei Viertel der Befragten Kochsendungen einen positiven Einfluss auf das Ernährungsverhalten der Zuschauer zu. 93 % der Befragten meinen, dass die Medien ganz oder zumindest teilweise Verantwortung für das Ernährungsverhalten ihrer Zuschauer tragen. (n.n.) Diese Umfrage macht die

Wichtigkeit eines fundierten kulinarischen Journalismus deutlich. Im Kreuzfeuer der Kritik stehen vor allem Kochshows. Wolfram Siebeck bemerkt dazu kritisch:

"Angeblich wollen sie uns Konsumenten ja nur den Weg verkürzen, der zum Genuss führt, uns einen Teil der Arbeit abnehmen, indem sie uns alles ins Haus schicken. [...] Die Profitgier der Anbieter zerstört in kurzer Zeit, was da langsam herangewachsen war, nämlich die Erkenntnis, dass Kochen vor allem aus Arbeit besteht und dass diese Arbeit der eigentliche Spaß ist, der den Amateur in der Küche beglückt. Da auch das Fernsehen versucht, den Eindruck von Arbeit aus seinen Kochsendungen herauszuhalten, werden diese bald nur noch als fad und witzlos eingestuft werden, was sie schon seit langem sind." (Zeit et al.)

Auch Jürgen Dollase hält von Kochshows im Fernsehen nicht allzu viel in dem er betont: *"Wir brauchen keine Popularisierung unserer Esskultur, sondern eine Sensibilisierung."*

Diese Shows sind für ihn nichts anderes, als die bebilderte Beschreibung eines Rezeptes. Es ärgert Dollase, dass dabei kein Wissen vermittelt wird. Für ihn soll Schmecken wieder als sinnliches Erlebnis wahrgenommen werden und dass man sich wieder Zeit zum Essen nimmt. Große Sorge bereitet ihm die Beobachtung dass immer mehr Kinder durch künstliche Aromen nicht mehr wissen, wie eine Erdbeere wirklich schmeckt. Seine Forderung ist deshalb ein Schulfach für "Essen und Kochen" (Michael Ringelsiep (Redaktion WDR) 17.06.2009) Auch bei der oben angeführten Umfrage sind sich 90% der Befragten darüber einig, dass gesunde Ernährung und Kochen ein Pflichtfach in der Schule werden sollen. Von einer solchen Neueinführung wären allerdings die Betroffenen selbst weniger begeistert, nur 79% der unter 19-Jährigen wünschen sich eine solche Neugestaltung des Unterrichts. (n.n.)

- **Hypothese: Kochsendungen steigern das Ernährungsbewusstsein und ändern die Ernährungsgewohnheiten.**

Ein Experte stimmt den Kritiken von Dollase und Siebeck zu und betont zusätzlich Unterhaltungscharakter der Sendungen. Eine Änderung des Ernährungsverhaltens kann er nicht erkennen, somit ist die Hypothese abzulehnen.

" Im Prinzip ist das Pornographie, man schaut sich etwas an, was man zuhause nicht hat. Man nimmt ein Packerl Nudeln, gibt es 3 Minuten in die Mikrowelle und dann sitzt man mit der Schüssel vor dem Fernseher und beobachtet wie Starköche mit frischen Produkten kochen. Das gefällt einem. Man isst die Nudeln vielleicht mit fertigem Salat und Fertigdressing. 90% kochen nie nach, was sie da sehen. Das Ganze ist eine Unterhaltungssendung wo man anderen beim Kochen zuschaut- wie beim Porno."

7.4 Internet

Immer mehr Community-Portale rund ums Essen, Trinken, Genuss, Lebensfreude sind im Internet anzutreffen und weisen den nächsten Trend in die Kochmoderne.ⁱ Unter diesen Community-Portalen versteht man internetbasierte Anwendungen, die für bestimmte Nutzergruppen wichtige Informationen bündeln. Es entsteht dadurch die Möglichkeit, Kommunikation und Austausch zur Verfügung zu stellen. Verlage und TV-Sender sehen in solchen Portalen einen lukrativen Weg ihre Informationen gewinnbringend zu vermarkten. Dies gilt besonders für Verlage und ihre Kochportale, der Marktführer chefkoch.de ist seit 2004 in der Gewinnzone. Der Umsatz wird geschaffen indem Werbung von Konzernen ab der Startseite platziert wird. Für die Community-Portale der Zeitschriftenverlage sind Kooperationen mit Einzelhandelsketten, Lebensmittelherstellern oder Küchengeräteherstellern interessant. Solche Portale können sich auch zu eigenen Fernsehsendern entwickeln. Als Beispiel ist hier TV-Gusto des Burda-Verlages genannt. Es ist der erste deutsche TV-Sender rund um das Thema Essen und Genießen. Mit kulinarischen Reportagen und Dokumentationen sowie Kochshows bietet er eine attraktive Kombination aus Information und Unterhaltung. Im Internet ist dieser Sender mit einem 24Stunden-Livestream vertreten. Weiters wird er über Satellit ausgestrahlt und in Kabelnetze eingespeist. (n.n. 25.01.2008)

Die Anzahl der vielen privaten Kochseiten nimmt jeden Monat zu. Sie können sich gegen professionelle Konkurrenz aufgrund ihrer geringeren finanziellen Mittelausstattung schwer durchsetzen. Die Fernsehanstalten versuchen ihre Koch-Trendsetter Im Internet weiter zu vermarkten. Erfolgsformate wie "Mein perfektes Dinner" sind online verfügbar und bieten die Möglichkeit Rezepte auszutauschen,

sich zu privaten Kochgruppen zu verabreden usw. Der Geschäftsführer des Vox-Kanals meint "Wenn es um das Thema Kochen geht, passen TV und Internet wie Topf und Deckel zusammen. Sofern einem vor lauter Glotzen und Surfen nicht der Appetit vergeht." (sueddeutsche.de GmbH et al., S. 2)

Gräfe und Unzer, ein Ratgeberverlag aus München erhofft sich mit seiner Website kuechengoetter.de neben Kundenbindung und Werbeerlösen auch Input für neue Buchprojekte. Zum Redaktionsteam gehören Kochbuchautoren wie Sebastian Dickhaut die szenebekannte Foodbloggerin Nicole Stich, deren Blog www.deliciousdays.com ihr nicht nur eine große Leserschaft und zahlreiche Auszeichnungen (u.a. TIME's 50 coolest websites) bescherte sondern auch ihre Laufbahn im Verlag ermöglichte. (Die besten Rezepte zwischen Himmel und Erde)

- **Hypothese: Das Internet wird immer wichtiger da sich das Publikum ändert.**

Die Experten sind sich darüber einig, dass Internet immer wichtiger wird. Vor allem für das jüngere Publikum ist Internet das Medium Nummer eins. Die Hypothese ist anzunehmen.

7.4.1 Food Blogs

Weblogs gibt es seit Mitte der 90er Jahre in Form einfacher Onlinetagebücher, sie erlebten in den letzten Jahren einen Boom. Der Grund für die Popularität liegt in der schnellen und problemlosen Erstellung mittels spezieller Software. Es kann jeder regelmäßig neue Inhalte ohne großen technischen Aufwand und besonderen Programmierkenntnissen bereitstellen. Meist kommen vorgefertigte Vorlagen zum Einsatz, das Erscheinungsbild der Weblogs ist deswegen oft recht ähnlich. Die meisten Menschen verwenden Blogs, um Gedanken auszutauschen, über private Erlebnisse zu berichten oder um Meinungen loszuwerden. Viele Blogs gehen über Onlinetagebücher hinaus und widmen sich Spezialthemen. Durch die Möglichkeit, Leserkommentare abzugeben können sich Leser und Blogger austauschen. Blogs sind somit eine Kommunikationsplattform, Foodblogs ein Vertreter. (Baig, Strunz 2008, S. 289)

Für den kulinarischen Journalismus sind Blogs als Plattform interessant da veröffentlichte Texte dazu beitragen können in diesem Metier Fuß zu fassen.

8 Problematiken und Herausforderungen des Food-Journalismus

8.1 Marktchancen für kulinarische Fachjournalisten

Im Fachjournalismus gibt es vier Arbeitsfelder und Positionen. Bei einer Tätigkeit in Fachmedien kann man die Kommunikation zwischen Fachleuten organisieren; man kann in Special-Interest-Medien arbeiten, die speziell Interessierten besondere Themenfelder vermitteln oder man kann auch in Allgemeinmedien tätig sein, welche die Kommunikation zwischen allgemeinen Publikum und Fachleuten gestalten. Ein weiteres Arbeitsfeld ist als Kommunikationschef von Unternehmen und Verbänden den kommunikativen Kontakt zwischen ihren fachlichen Instanzen und den Allgemeinmedien herstellen. (Quandt 03.07.2008)

Der Markt von Fachpublikationen im Foodbereich hat sich vergangenen Jahren sehr vielfältig entwickelt. Führende Verlage in der Branche haben ihren Stammbüchern weitere Derivate an die Seite gestellt. Für freie Journalisten ist in dem noch relativ gesunden Marktsegment die Auftragslage nicht besonders gut, da sie auf eine große und oftmals honorarfrei arbeitende Konkurrenz aus Firmen und Hochschulen treffen. Dies ist je nach Auflagenstärke, Marktposition und Grad der Spezialisierung des einzelnen Mediums unterschiedlich. Der unangefochtene Marktführer im Fachjournalismus, die „Lebensmittel Zeitung“ und ihre Schwerterblätter „Lebensmittel Zeitung direkt“ und „Lebensmittel Zeitung spezial“ lassen Auftragsmöglichkeiten für freie Autoren zu. Autoren die in der Ernährungswirtschaft sattelfest sind haben entweder auf Seiten des Handels oder der Hersteller eine gute Chance, Beiträge verkaufen zu können. Andere Magazine wie der „Lebensmittelreport“ greifen nicht auf freie Mitarbeiter durch ihr spezielles redaktionelles Konzept, bei denen differenziert recherchierte Produktgruppenübersichten im Vordergrund stehen, zurück. (Nobis 2003, S. 3) Alle drei Experten betonten die schlechten Arbeitschancen für Fachjournalisten. Eine Möglichkeit, sich einen Namen zu machen ist das Internet mit seinen Foodblogs.

8.2 Ethik im Journalismus

Die Beschäftigung mit dem Wesen des Guten, der Gerechtigkeit, der Tugend und mit den Regeln von sittlicher und moralischer Richtigkeit ist das Gebiet der Ethik. (Kleinsteuber 2008, S. 237)

Die Nachrichtenbeschaffung ist die Hauptaufgabe des Journalisten. Um dieses zu bewerkstelligen kann er sich neben der Pressefreiheit auch anderer Rechte bedienen. Darunter fällt das Zeugnisverweigerungsrecht. Er darf aber nicht gegen allgemeine Persönlichkeitsrechte oder gegen die Würde des Menschen arbeiten. Die ethisch-moralischen Aspekte journalistischer Arbeit werden im Pressekodex geregelt. Ein Verstoß wird allerdings nicht geahndet da der Pressekodex nur Leitlinien und Anregungen darstellt. Es liegt beim Journalisten selbst wie er sein ethisch vertretbares Handeln rechtfertigt. (Weischenberg 1992, S. 177)

8.3 Unabhängigkeit

Häufiger als andere Journalisten stehen Foodjournalisten im Schnittpunkt divergierender Interessen. Besonders die Ernährungsindustrie versucht auf sie Einfluss zu nehmen. Der Kontakt zu ihr ist aber von Seiten der Foodjournalisten gewünscht da sie eine gute Quelle für Information und Weiterbildung ist. Die Industrie versucht aber Einfluss auf die Arbeit der Journalisten zu nehmen. Weiters ist die Abhängigkeit des Mediums von der werbenden Wirtschaft ebenfalls ein Faktor der Einflussnahme. (Bayer 1993, S. 110)

Food-Journalisten sprechen von einem Spannungsfeld zwischen Fachzeitschriftenverlagen und Produktherstellern. Die Hersteller sind auch gute Anzeigenkunden und wollen im redaktionellen Teil eingearbeitet werden. Für den Journalisten kann das zu sachlichen Zwängen führen. (Erdmann, Nehrlich 2005, S. 1)

Ein Problem ist die oft schlechte Bezahlung. Dies fördert die Anfälligkeit mancher Journalisten, Wunschartikel gegen Geld zu schreiben. Damit handeln sie aber den Interessen der Leser entgegen. Einige Journalisten schreiben auch bezahlte Auftragsartikel und bringen sie als unabhängige Artikel unter eigenen Namen in die Medien da dies offenbar günstiger ist als PR-Berater zu engagieren. Die schlechte Bezahlung von freien Journalisten ist ein Grund für die Anfälligkeit von "schwarzer

PR" Mit einer öffentlichen Aufgabe und mit der journalistischen Profession ist Schleichwerbung - gleich, ob vorsätzlich oder fahrlässig- unvereinbar. (Erdmann, Nehrlich 2005)

- **Hypothese: Die Ernährungsindustrie beeinflusst den Journalisten.**

Das Experteninterview bestätigt das in der Literatur beschriebene Spannungsverhältnis von Produzenten und Fachjournalisten und somit die Hypothese. Für die Experten muss der Journalist mündig genug sein, ein Produkt abzulehnen dass er nicht vertreten kann. Die Einflussnahme der Ernährungsindustrie ist dem Journalisten bekannt, somit kann er damit umgehen.

9 Zusammenfassung

Was ist kulinarischer Journalismus? Diese Kernfrage versucht die vorliegende Arbeit zu klären.

Kulinarischer Journalismus ist in seinen Erscheinungsformen vielfältig. Manche Autoren und deren Texte stehen der Literatur nahe und zeigen die historische Verbindung von Journalismus und Literatur auf.

Diese Arbeit zeigt, dass kulinarischer Journalismus bei den Rezepten beginnt, sie sind Nachrichten über Essen, die unsere Sinne stimulieren und den Appetit anregen. Sie zu schreiben erfordert Fachwissen - eine Voraussetzung für Fachjournalismus.

Der kulinarische Journalismus bietet viele Möglichkeiten der Ausdrucksweise, die zum Beispiel in Restaurantkritiken, in kulinarischen Reiseberichten oder in der Ernährungsberatung sichtbar werden. All diese Texte sollen Interesse und Neugier wecken, sie sollen Bilder in unserem Kopf entstehen lassen. Der Schreibstil soll ausgewogen sein und der Leser soll sich im Text selbst erkennen. Die Ehrlichkeit ist neben der spürbaren Leidenschaft im Text nach den Ergebnissen dieser Arbeit ein tragendes Element.

In erster Linie wird über Speisen geschrieben, neben der kulinarischen Thematik spielt das Thema Reisen eine große Rolle. Die Darstellungsformen reichen von der Nachricht über die Reportage bis zur Glosse.

Unsere Ernährungsgewohnheiten änderten sich über die Jahrhunderte. Bis ins 16. Jahrhundert ernährte sich die Oberschicht nach einer Diätetik, die auf die Antike zurück ging. Paracelsus führte das Schema der Fermentation ein. Leicht fermentierbare Lebensmittel wie Obst und Blattgemüse kamen auf den Speiseplan. Seine Lehren setzten sich bis zum Ende des 19. Jahrhunderts durch und prägten das Ernährungsverhalten des Bürgertums. Die islamische und südamerikanische Welt blieben von dieser Ernährungslehre unberührt, ihre Gerichte ähneln den Gerichten vor Paracelsus. Im 19. Jahrhundert übernahm der Staat die Ernährungspolitik, seine Ernährungsziele mit den Nährstoffmengen prägen heute noch unsere Sichtweise von „richtiger“ Ernährung. Die Arbeit zeigt auf, dass Wissen über historische Bezüge und kulturelle Eigenarten besonders für den Fachjournalismus wichtig ist.

Die Werke der bekannten Restaurantkritiker Joseph Wechsberg, Wolfram Siebeck und Jürgen Dollase wurden anhand von Textauszügen analysiert, um den unterschiedlichen Zugang zu kulinarischem Journalismus aufzuzeigen. Wechsberg war ein großer Beobachter, mit lebendigen Beschreibungen, Siebeck's sarkastische, leicht verständliche Beschreibungen festigten seinen Ruf als Moralinstanz und der analytische Zugang zu Genuss von Dollase sensibilisiert uns für Esskultur.

Die Arbeit der kulinarischen Journalisten in den Massenmedien ist vielfältig. In Printmagazinen gestalten sie Texte für das jeweilige Zielpublikum, der Kochbuchmarkt boomt und im Fernsehen senden eigene Spartenkanäle Dokumentationen über Essen und Trinken sowie Kochshows rund um die Uhr. Diese Arbeit zeigt, dass Kochshows nicht unbedingt Wissen vermitteln. Weiters wird auf die Rolle des Internet eingegangen, dass zukünftig eine größere Rolle spielen wird. Besonders für Berufseinsteiger bietet es eine Plattform, um sich als kulinarischer Journalist einen Namen zu machen.

10 Anhang

10.1 Presseprodukte zum Themenbereich Essen und Trinken

Auflistung aller in Österreich erhältlichen Presseprodukte durch den die Grossisten (Morawa Pressevertrieb, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag und Pressegroßvertrieb Salzburg). Stand 30.6.2009.

Österreichische Zeitschriften

A LA CARTE	vierteljährlich	D+R Verlagsgesellschaft.m.b.H.
BEST OF VIENNA	halbjährlich	Falter Verlagsges.m.b.H.
BIER.PUR	halbjährlich	Österr. Agrarverlag Druck- u.Vlg
CITY WALKS WEIN & WIEN		Falter Verlagsges.m.b.H.
FALSTAFF MAGAZIN	2-monatlich	Falstaff Verlags GmbH
GENUSS REZEPTE		Österr. Agrarverlag Druck- u.Vlg
GENUSS TV WOCHE SAMMEL		Mediaprint Zeitungs-u. Zeitschr.9
GENUSS-GESUND- GARTEN-KOMB		Österr. Agrarverlag Druck- u.Vlg
GENUSS-MAGAZIN	2-monatlich	Österr. Agrarverlag Druck- u.Vlg
GOURMETREISE	vierteljährlich	M.V.Medienconsulting und Verlags8
GUSTO	monatlich	Verlagsgruppe News G.m.b.H.
KAESE.PUR	vierteljährlich	Österr. Agrarverlag Druck- u.Vlg
ROLLING JOBS&BUSINESS	PIN monatlich	M.V. Medienconsulting und Verlag
SCHANIGARTENFUEHRER	jährlich	Milde Verlag GmbH.
VINARIA	2-monatlich	LW Werbe-und Verlagsges.m.b.H.
VINARIA GOURMET	halbjährlich	M.V.Medienconsulting und Verlags
VINARIA-WEINGUIDE	jährlich	LW Werbe-und Verlagsges.m.b.H.7
WIEN W.ES ISST *		Falter Verlagsges.m.b.H.
WIENERIN KOCHT	halbjährlich	Styria Multi Media Ladies GmbH &6

Deutsche Zeitschriften

APERIO	vierteljährlich	MZV Export-Import GmbH & Co.KG
BILD D.FRAU SH ADVENT		axel Springer Verlag AG
BILD D.FRAU SH OFEN- HITS		axel Springer Verlag AG

BILD DER FRAU GUT KOCHEN	2-monatlich	axel Springer Verlag AG
BILD DER FRAU SH BACKEN		axel Springer Verlag AG
D.A.SH-WEIHNACHTSBACK.		Gong Verlag GmbH & Co KG
DIVINO	vierteljährlich	Edition WeinLust
EFFILEE	2-monatlich	Effilee GmbH
ESSEN & TRINKEN	monatlich	Gruner & Jahr AG. & Co.
	monatlich	
FEINSCHMECKER		Premium Sales Germany GmbH
	vierteljährlich	
FEINSCHMECKER BOOKAZINE		Premium Sales Germany GmbH
FINE - DAS WEINMAGAZIN	vierteljährlich	DPV Network
FRAU VON HEUTE SH	wöchentlich	axel Springer Verlag AG
FUER JEDEN TAG. Essen und Trinken	monatlich	Gruner & Jahr AG. & Co.
FUER KOCHEN&VERWOEHN.	SIE unregelmäßig	Premium Sales Germany GmbH
GONG LECKER KOCHEN		Gong Verlag GmbH & Co KG
IL MIO VINO	2-monatlich	DPV Network
JULIA LANDFRAUENREZEPTE	unregelmäßig	Cora Verlag
JULIA BACKREZEPTE	PRÄS. unregelmäßig	Cora Verlag
	2-monatlich	
LEICHT & LECKER		Teichmann Verlag
MEINE BESTEN SEITEN SH	2-monatlich	me2 Verlag - Raimond Ahlborn
	vierteljährlich	
PORT CULINAIRE		DPV Network
RALF ZACHERL-WEIHNACHTSMA		Saarbach 3
	2-monatlich	
SCHNELL & LECKER		Teichmann Verlag
SCHNELLE REZEPTE	2-monatlich	CM Publishing
WEINWELT	2-monatlich	DPV Network

10.2 Zusammenfassung des Experteninterviews

Für das Interview stellten sich Frau Angelika Kraft, Chefredakteurin des GenussMagazins; Herr Wolfgang Schüter, Chefredakteur des Magazins „Gusto“ und Herr DI Georg Fenzl, Geschäftsführer einer Tochter des größten österreichischen Lebensmittelkonzerns und kulinarischer Journalist zur Verfügung. Auf Wunsch der Interviewten wurden die Antworten anonymisiert.

Zusammenfassung des Interviews in Stichworten:

Wie würden sie kulinarischen Journalismus aus der Sicht ihrer Expertenrolle definieren, was beinhaltet für sie kulinarischer Journalismus

Es geht hauptsächlich um Information, Vorstellen neuer Lokale, neue Produkte, über Essen und Trinken. Es fällt auch der Bereich Reise rein da die kulinarisch interessierten über die Landesgrenzen hinausschauen wollen.

Ein kulinarischer Journalist schreibt Rezepte nicht zwingend selber, dies ist Aufgabe der Köche.

Kulinarischen Journalismus müsste man teilen. Es gibt einen Bereich, wo es um Rezepte geht, wie es wir machen im Heft wo es Rezepte zur Auswahl gibt. Der nächste Bereich ist der Restaurantbereich wo man auch auf Essen und Qualität eingeht. Die dritte Sparte sind Rundumthemen wie sie z.B. Christoph Wagner schreibt. Dazu gehören auch Küchengeräte, Lifestyleprodukte usw.

Ganz sicher gehört das Rezept dazu, denn das Schreiben von Rezepten ist in die Richtung gewandert wo man nicht nur journalistisch gebrieft sein muss. Wenn man ein Rezept schreibt fließen mehrere Komponenten ein. Man hat einen investigativen Zugang wenn man über kochen schreibt: wie arbeitet der Rezeptschreiber, was arbeitet er, welche Produkte verwendet er, diese Informationen fließen alle rein. Es ist auch von der Person abhängig. Am Rezept kann ich ablesen was die Persönlichkeit des Koches ist, am Rezept sehe ich wie der Typ ist, wie ich ihn beschreiben kann

Finden sie dass sie als Akteur Einfluss auf die Menschen haben oder übernimmt die Rolle die Redaktion

Man kann den Kunden auf Idee bringen, man kann ihn unterschwellig beeinflussen. Was ihm gefällt oder nicht da hat jeder seine eigene Vorstellung. Wenn ich ein Rezept rein gebe dass ganz ausgefallen und modern sind, da weiß ich dass ich nur kleinen Teil der Leser erreiche. Viele sagen wir wollen hin und wieder schon was Gutes aber wir wollen am Boden bleiben z.B. in die klassische Richtung gehend. Wann es Leser nicht gefällt dann gefällt es ihm nicht. Man kann ihn was schmackhaft machen aber man kann ihn nicht hinbringen wo man hin haben will. Die Leser sind eigenständig. Man versucht ihn zu leiten. Man hat Bild wo man ihn leiten kann.

Man kennt den Leser, wie er reagiert. Ihm ein Thema aufdrücken geht nicht. Bei Sachen wo man ihm was lernen kann, wie bei Kochschulen, da ist er sehr wohl beeinflussbar. Auch bei Trends ist das möglich.

Der einzelne Journalist hat sehr wohl Einfluss, es kommt allerdings aufs Medium an. Die Gesellschaft gibt Themen vor die ich zu respektieren habe und in gewissen Medien habe ich keine Chance meine Meinung an den Mann zu bringen. . Aber es gibt eine andere Seite ist wo ich mich selbst draufsetze. Wenn ich z.B. einen Artikel schreibe, indem ich ein neues Thunfischprodukt vorstelle bin ich ganz auf mich gestellt da ich die Argumentationsgrundlagen liefere. Ich versuche meine Innovation reinzubringen, das kann auch gegen den Strom schwimmen. Wenn alle sagen Tunfisch im Rezept geht nicht da sie aussterben, das kann man nicht verkaufen, dann kann ich sehr wohl sagen das geht wegen der Aquakultur und mein Produkt kommt nachweislich von da. Das wird auch so aufgenommen und mein Thunfisch rodukt kommt in den Handel. Es kommt sicher auf das Zielpublikum an wie stark ich gegen Strom schwimmen kann.

Fühlen sie sich als Fachjournalist oder Allroundjournalist

Welchen Journalismus man betreibt kommt auf die Sichtweise an. Wenn der Verlag hauptsächlich Fachmagazine und Spezialfachschriften (z.B. Sägewerke) herausgibt, dann hat man eher die Rolle des Allroundjournalisten über. Vorallem wenn Themen wie Reise usw. einfließen.

Man ist Fachjournalist da man sich im Special-Interest –Bereich bewegt. Wir sind ein eigenes Grüppchen im Verlag die spezifisch sind. Der Verlag besteht aus verschiedenen solchen Gruppen.

Ich bin ein Fachjournalist. Ich recherchiere sehr viel am Markt, was tut sich produktseitig, Umweltaspekte, Artenschutzaspekte z.B. die rote Liste bei Greenpeace bei Fischen. Sehr viele erhältliche Fische sind auf dieser Liste, wo kommen die Produkte her, wie werden sie gefangen, wie gefüttert. Man braucht dieses Datenmaterial um eine Argumentationsgrundlage zu haben.

Über was schreiben sie hauptsächlich

Rezepte sind der Hauptteil, das erwartet sich der Leser. Es sind Rezeptgeschichten die mit Warenkunde ausgeschmückt werden. Der zweite Teil sind andere Geschichten dazu die mit Kulinarik zu tun haben. Ein Thema ist Landschaft. Texte wo man in Regionen unterwegs ist, was macht man dort was gibt es dort, welche Köche, welcher Käse....Ein weiteres Thema ist Gesundheit. Welche Produkte, welche Ernährung, was ist gesund Andere Themen sind Kolumnen mit Produktdesign z.B. Mannerschnitten, wie entstehen sie! - oder Küchenphysik, warum dampft es wenn es kocht- Alles was rundum angesiedelt ist. Weiters sind Städtetrips sehr beliebt, man stellt eine Stadt vor, ihre speziellen Produkte, ihre Restaurants usw. Wie man sieht ist „kulinarisch“ vielfältig, es gibt immer einen Ansatzpunkt.

Wie entdecken sie Trends

Trends ergeben sich oft durch Zufall. Neugier spielt eine große Rolle. Ich lernte z.B. auf einer Messe einen Produktentwickler kennen der in USA in einem Indianerreservat war. Dort hat er gesehen dass die Leute Fisch in ein dünnes Holzblatt einwickeln und grillen. Das würde in unseren Breiten als Schwachsinn angesehen werden. Er hat die Idee aufgegriffen und ein Lachsfilet in ein Buchenplatt

gerollt, das Ganze schaut sehr exquisit aus. Das Buchenblatt erinnert an das Holzblatt bei einer Zigarre. Das Blatt feucht gemacht damit es nicht wegbrennt, der Grill bleibt sauber und ein feines Buchenholzaroma geht in Fisch. Das ist der Unique Selling Point. Über diesen Artikel habe ich in Zeitschriften von Handelsketten geschrieben und es kam an. Der Konsument nicht nur ein Produkt, er kauft auch ein Erlebnis. Der Gesundheitsaspekt kommt natürlich dazu.

Trends hört man, beim Essen gehen, von Freunden, beim Quatschen mit Kollegen, bei Produktpräsentationen, in Hotels usw. Wenn man etwas öfter hört dann fragt man sich- wäre das nicht ein Thema. Man läuft mit offenen Ohren durch die Gegend. Auch Wagner schnappt so seine Themen auf. Er hört was und schreibt einen Artikel dass man zurück zu den Wurzeln geht

Man fragt Leser am Telefon was er momentan möchte. Dann fragt man sich ob man Geschichte draus machen kann. Der Leser erzählt dass z.B. Wagner über ein gebackenes Gulasch geschrieben hat und dann verfolgt man die Spur ob der Trend dahin läuft.

Eine eigene Heftreihe über Bioprodukte ist entstanden indem man beobachtet hat dass mehr Biosachen am Markt sind. Dann schaut man ob genügend Anzeigenkunden vorhanden sind und probiert eine Sonderpublikation. Wenn der Markt groß genug ist, kann so eine eigene Heftreihe entstehen.

Wichtig ist ein gutes Hintergrundwissen um Trends abschätzen zu können. Ernährungseigenheiten der verschiedenen Kundengruppen muss man kennen, da hilft Geschichte sehr viel. Oft tut sich ein Markt auf der nur in einer Gruppe funktioniert, bei Zuwanderern ist da viel zu holen.

Momentan kombiniert etwas was normalerweise nicht kombiniert wird. Asiatische, südamerikanische Elemente, es geht sehr viel in Ethnofood, und teilweise in Bodenständige Hausmannskost und kombiniert Elemente.

Convenience ist immer wieder ein Thema, da gibt es jede Menge Innovationen. Die Geschichte hat einen gesellschaftspolitischen Touch, Frauen sollen im Berufsleben sein und nicht hinter dem Herd. Ein Standardprodukt in der Industrie ist ein Soßenpulver mit Milchpulver und Eiweiß, mit Wasser angerührt ist die Soße fertig. Die Rezeptur für den Hausfrauenmarkt ist so verändert das man ein Ei dazugibt und etwas Milch. Der Kunde soll Gefühl haben das er was macht, das er kocht. Mit dem Wissen kann man jede Menge neue Produkte entwickeln, das ist ein unendliches Feld.

Trends muss man erkennen, ein paar Firmen sind da sehr gut. Es geht in Richtung Webergrill. Die Amerikaner haben eine extreme Barbecuekultur und die Firma eroberte den europäischen Grillmarkt. Das ist eine interessante Entwicklung, sie entspricht nicht unserer Kultur, Wir legten dünnes Fleisch und kleine Würstel drauf, das Ganze wurde schnell gebraten, – Salat dazu und gegessen. Wir sind kein Picknickland. Dort wird vormittags angefangen. Man macht eine gute Glut, später wird dann ein großes Fleisch draufgegeben, das brutzelt in Niedertemperatur dahin, dann am Abend aufgeschnitten. Das ist dann ein extrem saftiges Roastbeef. Andere Szene. Heute ist kein Kleingrill mehr im Baumarkt zu haben. Geht nur mit Kugelgrill. Dazu werden eigene Buchenspäne drüber gestreut um Aroma ins Grillgut zu bekommen. Mit Aromen und Gerüchen versucht man etwas Althergebrachtes zu imitieren. Früher gab es Holzscheite mit denen man Feuer machte und das Angebrannte gab das Raucharoma. Heute ist das mit Briketts nicht möglich. Jetzt

kauf ich zum Kugelgrill die Imitation mit Spänen vom Bauhaus gleich mit dazu. Das ist eine Art von Globalisierung nach Art der Zubereitung. Das geht auch mit den Soßen – Grillketchup, Salsa, Ketchup das ist eine Uramerikanisierung.

Was sind die Hauptfaktoren für kulinarischen Journalismus.

Das Wichtigste im Text ist, dass Interesse und Neugier geweckt werden.

Man spürt's, man sollte spüren, der Leser soll wissen dass man es ehrlich meint. Die Ehrlichkeit muss man rüber kriegen denn man spürt das beim lesen.

Man soll sich im Text wieder erkennen, diese Eigenschaft ist wichtig.

Ein Text soll eine Aufklärungsfunktion haben, erziehen kann man damit sowiso keinen.

Kennen sie Wechsberg, Dollase, Siebeck; haben die Einfluss auf sie?

Wechsberg nein, Dollase und Siebeck sehr wohl

Siebeck kenne ich, er ist ein Klassiker. Dollase ist zu weit weg. Bei uns ist es halt Wagner.

Dollase und Siebeck sind mir unbekannt, Wechsberg ebenfalls.

Berufsaussichten- freie Mitarbeiter,

Die Begabung ist bei Journalisten sehr schwierig einzuschätzen. Schreiben lernt man ab sechs Jahre, viele glauben dass sobald er schreiben kann schon geeignet ist, automatisch für Magazin zu schreiben. Es kommt auf Chefredaktion an, welcher Typ von Journalist für einen Artikel geeignet ist.

Wichtig ist beim Einstieg in die Branche ein langer Atem. Man muss gute Arbeit abliefern um überhaupt in Erwägung gezogen werden zu können. Die Texte müssen gut sein, man muss zuverlässig arbeiten können, Termine einhalten usw.

Ich glaube man muss hier zufällig reinrutschen. Man kommt aus der gossen Riege der freien Autoren, wenn man sich einen Namen gemacht hat dann kennt man sich. Das kann eine Einstiegsmöglichkeit sein.

Unabhängigkeit des Journalisten

Man lebt in trauter Zweisamkeit aber es ist zwiespältig. Wenn irgendwas nicht zuträglich ist dann schreibt man halt nichts, man macht nichts. Man muss sich arrangieren, es bleibt einem nichts anders übrig, von irgendwas muss man leben.

Es ist jeder mündig warum etwas passiert. Manche Firmen fluchen bei Sonderheften warum sie nicht drinnen sind, bei gewissen Dingen ist man einfach angewiesen auf gewisse Sachen. Ohne Anzeigen schaut die Welt anders aus.

Die Frage stellt sich wahrscheinlich solange es Journalisten gibt. Ich muss meine Produkte, die ich bearbeite vertreten können.

Ich fühle mich unabhängig, beim Schreiben bin ich frei. Natürlich nimmt man auf gewisse Gegebenheiten Rücksicht. Direkte Einflussnahme gibt es nicht aber man kennt sich sowieso aus

spielt der Internetauftritt eine große Rolle?

Der Internetauftritt ist sehr wichtig, es geht um Kundenbindung und Information.

Internetauftritt, unbedingt! Er wird auch immer wichtiger, Meiner Meinung nach wird Print nicht eingestellt da es angenehm als Lesevergnügen ist wenn man es in der Hand hat. Die beiden werden parallel laufen.

Vor allem junges Publikum liest nur im Internet, ein Buch ist mir aber lieber. Jedes Handy kann heute ins Internet und das ist frei verfügbar.

Ein kleiner Verlag muss sich durch sehr gute Rezepte auszeichnen, sie müssen individuell sein dann hat das Portal gute Chancen. Ein Kleiner ist da sehr flexibel, der Große hat's schwerer. Das dauert lange bis da irgendwas passiert weil viele Leute mitreden. Bei uns passiert es sofort, da wir klein sind.

Haben Kochsendungen einen Einfluss auf sie?

Einfluss nicht gerade, aber als Ideenpool sind sie durchaus brauchbar.

Da fällt mir ein ich habe an Seminar teilgenommen – Markt und Ernährungstrends der Zukunft. Vortragender war ein Professor des Frauenhoferinstituts. Kochsendungen boomen sehr stark, er meinte: Im Prinzip ist das Pornographie, man schaut sich etwas an was man zuhause nicht hat. Man nimmt Packerl Nudeln, gibt es 3 Minuten in die Mikrowelle und dann sitzt man mit der Schüssel vor dem Fernseher und beobachtet wie Starköche mit frischen Produkten kochen, das gefällt einem. Man isst die Nudeln vielleicht mit fertigem Salat und Fertigdressing. 90% kochen nie nach, was sie da sehen. Das Ganze ist eine Unterhaltungssendung wo man anderen beim Kochen zuschaut- wie beim Porno.

Erste Kochsendungen mit Ernst Faset vor 30 Jahren waren Informationssendungen wo man gesagt hat, wie mache ich eine Einbrenn weil von Mama habe ich das nicht mehr gelernt. Der Informationscharakter ist in Showcharakter hinübergeglitten. Die Sendungen haben vielleicht Witz und Pepp aber sie haben sicher nicht den Sinn das das wer nachmacht. Wer kauft sich schon frische Papaya und macht dann kleine Streifen für die Salatgarnitur draus.

Weitere Themen die sich durch das Gespräch ergeben haben.

Fastfood- ist kranke entartete Bezeichnung, und negativ belegt. Ich habe als Technologe einen anderen Zugang. Es ist in der Tat ausgewogene Ernährung die ich ausgezeichnet ohne Kochaufwand zu mir nehmen kann. Das Urfastfood ist das Wurstsemmerl, fein zubereitete Polnische ist nicht Fastfood? Das ist anscheinend nur MacDonalds. Chefmenü und andere Fertigprodukte das ist Convenience und positiv besetzt da anscheinend ein Ernährungswissenschaftler das ganze kreiert. Das ist aber im Prinzip Fastfood. Der Kebab hat eine Zwischenstellung, es ist arabisches, türkisches Ethnofood. Man geht nicht Fastfoodessen weil man es aus dem Urlaub kennt. Fastfood ist eine Zeiterscheinung, Essen soll so stattfinden das man es als Kommunikationszeit nimmt wo Familie Arbeitskollegen miteinander Zeit verbringen. Wo während dem Essen ausgetauscht wird, was sehr wichtig ist aber zu kurz kommt. Das geht bei Fastfood verloren, das Essen an sich ist begleitet mit hoher Lebensmittelsicherheit die beim Kleingewerbe nicht gegeben ist. Es wird Frische, Lebensmittelgefahren, garantiert, Dönerspieß nach Wochen ist eher schlecht, wenn keiner kauft.

Kochen ist Hobby, lade gerne Freunde ein, zelebriere es, mag gerne viele Gänge. Freunde verwöhnen, am Abend, guter Wein, zweiter Aspekt ist Kreativität bei der Zubereitung.

11 Literaturverzeichnis

- About FoodNetwork.com : ABOUT US : Food Network. Online verfügbar unter <http://www.foodnetwork.com/home/about-foodnetworkcom/index.html>, zuletzt geprüft am 11.07.2009.
- Anlanger, Roman; Engel, Wolfgang A. (2008): Trojanisches Marketing. Mit unkonventioneller Werbung zum Markterfolg. Freiburg: Haufe Mediengruppe.
- Apicia: Effilee - Völlerei. Online verfügbar unter <http://www.effilee.de/wissen/V%C3%B6llerei.html>, zuletzt geprüft am 03.07.2009.
- Baig, Edward C.; Strunz, Birgit (2008): Mac für Dummies. 6., überarb. u. aktualisierte Aufl. Weinheim: Wiley-VCH.
- Bayer, Otto (1993): Kulinarische Fachjournalisten - Berufsbild, Adressaten, Meinungen. Theoretische Überlegungen und empirische Ergebnisse. In: Weggemann, Sigrid (Hg.): Soziologische und humanethologische Aspekte des Ernährungsverhaltens. Strategien und Massnahmen. Frankfurt am Main: Umschau-Zeitschr.-Verl. Breidenstein (Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft Ernährungsverhalten e.V., Bd. 9).
- Besser, Claus: Bessers Gourmetjournal. In: Bessers Gourmetjournal, Jg. 1978, H. 1, S. 7.
- Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG; Heller, André (Hg.) (2008): Gastronomiekritik /// Brockhaus - die Enzyklopädie. Bekannte Restaurantführer /// In vierundzwanzig Bänden. [20., überarb. und aktualisierte Aufl.]. Leipzig: Brockhaus.
- Binzer, Britta (2005): Lesen geht durch den Magen. Über die würzige Mischung von Roman und Kochbuch. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2005 - 2006. Dreieich: Imselfst-Verlag, S. 77–88.
- Blöbaum, Bernd; Neuhaus, Stefan (2003): Literatur und Journalismus. Theorie, Kontexte, Fallstudien. Theorie, Kontexte, Fallstudien. 1. Aufl. Wiesbaden: Westdeutscher Verl.
- Bourdain, Anthony (2007): Kleine Schweinereien. Eine Sammlung kulinarischer Texte zerlegt filiert und zugeschnitten. Vollst. dt. Erstausg. München: Heyne.
- Brockhaus; Zwahr, Annette (Hg.): Enzyklopädie /// Brockhaus-Enzyklopädie. in 30 Bänden. 21 /// 21., völlig neu bearb. Aufl. 30 Bände. Leipzig u.a.: Brockhaus (in 30 Bänden, KRUT-LINK).
- com, DiePresse: Österreich fliegt aus "Guide Michelin"-Wertung « DiePresse.com. DiePresse.com. Online verfügbar unter <http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/483993/index.do>, zuletzt geprüft am 11.07.2009.
- Der Dollase-Textur-Zähler #5 « Tobias Wimbauers Blog. Online verfügbar unter <http://wimbauer.wordpress.com/2009/02/27/der-dollase-textur-zahler-5/>, zuletzt geprüft am 05.07.2009.
- Deutsche Akademie für Kulinaristik – Wikipedia (2009). Online verfügbar unter http://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Akademie_f%C3%BCr_Kulinaristik, zuletzt aktualisiert am 18.06.2009, zuletzt geprüft am 19.06.2009.
- Die besten Rezepte zwischen Himmel und Erde. Online verfügbar unter <http://www.kuechengoetter.de/community/profil/Nicole+Stich.html>, zuletzt geprüft am 08.07.2009.
- Dollase, Jürgen (2006a): Kulinarische Intelligenz. Wiesbaden: Tre Torri.

- Dollase, Jürgen (2006b): Die neue Art des Schmeckens...und noch ein paar neue Dinge. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des deutschen Buchhandels 2006-2007. Berichte von Experten zum aktuellen Stand und zur weiteren Entwicklung des deutschsprachigen Kochbuches. Dreieich: Gebrüder Kornmayer .
- Dugall, Bernd (2008): Rede aus Anlass der Übergabe der Kochbuchbibliothek des Vereins zur Förderung der Tafelkultur. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2008-2009. Berichte von Experten zum aktuellen Stand und zur weiteren Entwicklung des deutschsprachigen Kochbuches: Verlag Gebrüder Kornmayer, S. 83–86.
- Effilee; Gourmet-Wiki, das: Effilee - Siebeck, Wolfram. Online verfügbar unter <http://www.effilee.de/wissen/Siebeck,%20Wolfram%20.html>, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- Effilee; Gourmet-Wiki, das: Effilee - Dollase, Jürgen. Online verfügbar unter <http://www.effilee.de/wissen/Dollase,%20J%C3%BCrgen.html>, zuletzt geprüft am 05.07.2009.
- Ehlert, Gertrude (2005). Das mittelalterliche Kochbuch: Von der Handschrift zum Druck. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2005 - 2006. Dreieich: Imselfst-Verlag .
- Erdmann, Bettina; Nehrlich, Helma (2005): Journalismus auf dem gesponserten Lotterbett? Debatte um Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit der Berichterstattung auf dem 18. Journalistentag der dju. ver.di - Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft. Online verfügbar unter http://www.verdi.de/mmm/archiv/2005/02/journalismus/journalismus_auf_dem_gesponserten_lotterbett, zuletzt aktualisiert am 14.1.2005.
- Eugster, Gabi (2007): Kinderernährung gesund & richtig. Essen am Familientisch genießen. 1. Aufl. München: Elsevier Urban & Fischer.
- Fabris, Hans Heinz (2004): Vielfältige Qualität. Theoretische Ansätze und Perspektiven der Diskussion um Qualität im Journalismus. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. ein diskursives Handbuch. 2., vollst. überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. (Lehrbuch).
- Fachjournalismus – Wikipedia (2009). Online verfügbar unter <http://de.wikipedia.org/wiki/Fachjournalismus>, zuletzt aktualisiert am 23.01.2009, zuletzt geprüft am 25.05.2009.
- Faulstich, Werner (2002): Einführung in die Medienwissenschaft : Probleme, Methoden, Domänen /// Einführung in die Medienwissenschaft /// Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme - Methoden - Domänen. München: Fink (UTB, 2407).
- food journalismus (2008): Medien über food journalismus. In: Kleinsteuber, Hans J. (Hg.): Reisejournalismus. eine Einführung. 2., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. .
- gahe, hr-online: Lebenslinien: Der Küchenpapst - Wolfram Siebeck | Fernsehen | hr. hr-online.de; hr-online.de. Online verfügbar unter http://www.hr-online.de/website/fernsehen/sendungen/index.jsp?rubrik=5656&key=standard_document_34117310, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- Gary Allen (1999): Resource Guide for Food Writers: Routledge Chapman & Hall.
- Gniech, Gisela (2004): Psyche und Amor bei Essen und Trinken. In: Schassberger, Ernst-Ulrich; Beyreuther, Konrad (Hg.): Zurück zum Geschmack. Stuttgart: Hirzel (Hirzel Menu), S. 39–42.

- Gräfe und Unzer - Wolfram Siebeck. Online verfügbar unter http://www.graefeundunzer-verlag.de/autorenverlag/programm/wolfram_siebeck/autor.php, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- Grimmer, Claudia (2006): Journalismus pur. Albtraum oder Traumjob? 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden; VS Verl. für Sozialwissenschaften.
- Hain, Lutz: LPV LEBENSMITTEL PRAXIS Verlag Neuwied GmbH - Für Macher, Markt & Management im Lebensmittelhandel. Das moderne Fachmagazin für die Entscheider im Handel. - www.digital-yours.de -. Online verfügbar unter <http://www.lpcompact.info>, zuletzt geprüft am 07.07.2009.
- Haller, Michael; Börer, Barbara (1987): Die Reportage. Ein Handbuch für Journalisten. ein Handbuch für Journalisten. 1. Aufl. München: Ölschläger (Reihe praktischer Journalismus, 8).
- Hasitzka, Cornelia Maria (2008): Zwischen Kritik und Verantwortung: Das Ressort Reise. Betreut von Herczeg. Wien. Universität Wien.
- Hatt, Hans (2007): Geschmack und Geruch. In: Schmidt, Robert F.; Lang, Florian (Hg.): Physiologie des Menschen. Mit Pathophysiologie. 30., neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer Medizin Verlag Heidelberg (Springer-11777 /Dig. Serial]), S. 422–438.
- Hennig, Carsten (2003): Tafelspitze Federn! In: Foodjournalist, S. 6–7.
- Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Winter, Carsten (2004): Theorien der Kommunikationswissenschaft: Bestandsaufnahme und Diskussion. Herausgegeben von Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der DGPK. Online verfügbar unter http://wp1049046.wp078.webpack.hosteurope.de/mesoz/wp-content/uploads/A_Theorien.pdf, zuletzt aktualisiert am 24.01.2005, zuletzt geprüft am 24.06.2009.
- Herrmann, F. Jürgen (Hg.) (2006): Praxishandbuch Kochen. Warenkunde, Rezepte, Nährwerttabelle. 4., durchges. Aufl. Hamburg: Nikol.
- Hossenfelder, Malte (2005 /// 1998): Epikur. Orig.-Ausg., 2., aktualisierte Aufl. München: Beck (Beck'sche Reihe, 520).
- Jacob, Dianne (2005): Will write for food. The complete guide to writing cookbooks, restaurant reviews, articles, memoir, fiction, and more. New York: Marlowe and Co.
- JAHRESZEITEN VERLAG (2009): REDAKTIONELLES KONZEPT. Online verfügbar unter <http://www.jalag.de/193.0.html>, zuletzt aktualisiert am 18.06.2009, zuletzt geprüft am 07.07.2009.
- Jarren, Otfried (2002): Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. eine Einführung. 1. Aufl. Wiesbaden: Westdeutscher Verl.
- Jütte, Robert (2000): Geschichte der Sinne. Von der Antike bis zum Cyberspace. München: Beck.
- Kindt, Michael (2004): Esskultur.net. Online verfügbar unter <http://www.esskultur.net/>, zuletzt aktualisiert am 31.01.2004, zuletzt geprüft am 28.06.2009.
- klein (2008): Lebensmittelzeitung. Herausgegeben von Deutscher Fachverlag GmbH. Online verfügbar unter http://www.lz-net.de/freieressorts/mediadaten/pages/doc_data/7a_pdf.pdf, zuletzt aktualisiert am 14.10.2008, zuletzt geprüft am 07.07.2009.
- Kleinstauber, Hans J. (Hg.) (2008): Reisejournalismus. eine Einführung. 2., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.

- Koch, Christoph (2007): Wie wird man eigentlich Restaurantkritiker, Herr Dollase? F.A.Z. Hochschulanzeiger. Online verfügbar unter <http://www.faz.net/s/Rub17F63AFFF64D40A2AE70D5417E9AD100/Doc~E86C19F1136374340B2D9DB242782DE2B~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, zuletzt geprüft am 06.07.2009.
- Kochhan, Christoph (2005). Kochbücher - Vielfältigkeit im Trend. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2005 - 2006. Dreieich: Imselfst-Verlag .
- Kochhan, Christoph (2008): Kochbücher auf Erfolgskurs. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2008-2009. Berichte von Experten zum aktuellen Stand und zur weiteren Entwicklung des deutschsprachigen Kochbuches: Verlag Gebrüder Kornmayer, S. 13–18.
- Kölsch, Jochen (2006): Prof. Dr. Wolfgang Langenbucher Kommunikationswissenschaftler im Gespräch mit Jochen Kölsch. Online verfügbar unter <http://www.br-online.de/alpha/forum/vor0603/20060301.shtml>.
- Kornmayer, Evert (2008): Die Schweizer kommen! Buchhandel wählt Schweizer Kochbuchverlag unter die "Top 10". In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2008-2009. Berichte von Experten zum aktuellen Stand und zur weiteren Entwicklung des deutschsprachigen Kochbuches: Verlag Gebrüder Kornmayer .
- Kornmayer, Gebrüder (Hg.). Kochbücher - Vielfältigkeit im Trend.
- Landesmedienanstalten, Arbeitsgemeinschaft der: ALM (Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten). Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten. Online verfügbar unter <http://www.alm.de/>, zuletzt geprüft am 11.07.2009.
- Langenbucher, Wolfgang (1992a): Sensationen des Alltags. Meisterwerke des Österreichischen Journalismus. Unter Mitarbeit von Hannes Haas, Fritz Hausjell und Gian-Luca Wallisch. Wien: Ueberreuter.
- Langenbucher, Wolfgang (1993): Autonomer Journalismus. Unvorsichtige Annäherungen an ein (Un)Thema heutiger Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Mahle, Walter A. (Hg.): Journalisten in Deutschland. Nationale und internationale Vergleiche und Perspektiven ; [am 8. und 9. Juli 1993 in Mayschoss an der Ahr]. München: Ölschläger .
- Langenbucher, Wolfgang R (1992b): Sensationen des Alltags. Meisterwerke des modernen Journalismus. 1. Aufl. München: Ölschläger.
- Laudan, Rachel: Der Ursprung der modernen Küche. In: Spektrum der Wissenschaft, Dossier, Jg. 2004, H. 4, S. 7.
- Leifried, Anastasia (25.09.2007): Was ist das Thema Nr. 1 im Stern? Eine Inhaltsanalyse der Titelseiten der Jahrgänge 2000-2006. HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN. Hamburg. Online verfügbar unter http://opus.haw-hamburg.de/volltexte/2008/480/pdf/Leifried_Anastasia_20070927.pdf, zuletzt geprüft am 10.07.2009.
- Leimgruber, Walter (2005): Zwischen Fasten und Völlerei: Essen und Trinken als Thema der Kulturwissenschaft. Online verfügbar unter <http://www.flying-science.ch/Download/leimgruber.pdf>, zuletzt aktualisiert am 02.02.2005, zuletzt geprüft am 03.07.2009.
- Lemke, Harald (2007): Ethik des Essens. Eine Einführung in die Gastrosophie. Berlin: Akad.-Verl.

- Let the CIA train you for an exciting new culinary career-The Culinary Institute of America. Online verfügbar unter <http://www.ciachef.edu/admissions/default.asp>, zuletzt geprüft am 19.06.2009.
- Löffelholz, Martin (Hg.) (2004): Theorien des Journalismus. ein diskursives Handbuch. 2., vollst. überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. (Lehrbuch).
- Lutz, Rainer (1983): Genuß und Genießen. Zur Psychologie des genußvollen Erlebens und Handelns. Weinheim: BeltzPVU; Beltz.
- Media, F. ElectronicA.Z.: Geschmackssache: Wut, daß es McDonald's gibt - Hintergründe - Feuilleton - FAZ.NET. FAZ Electronic Media GmbH. Online verfügbar unter <http://www.faz.net/s/Rub117C535CDF414415BB243B181B8B60AE/Doc~E8577155681F44F1FB576AAF8DA51398A~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, zuletzt geprüft am 05.07.2009.
- Media, F. ElectronicA.Z.: „Subway“ im Test: Die Sandwich-Macher - Hintergründe - Wirtschaft - FAZ.NET. FAZ Electronic Media GmbH. Online verfügbar unter <http://www.faz.net/s/RubEC1ACFE1EE274C81BCD3621EF555C83C/Doc~EACAD475F2F1B44B0A1EA35EFF52AFA76~ATpl~Ecommon~Scontent.html?>, zuletzt geprüft am 05.07.2009.
- Meyerhof, Wolfgang (2003): Geschmacksfragen. Neues aus der Ernährungsforschung Mechanismen der Geschmackswahrnehmung und ihre Auswirkung auf das Essverhalten. Herausgegeben von köln lebensmittelchemisches institut der deutschen süßwarenindustrie. (Moderne Ernährung heute, 1).
- Michael Ringelsiep (Redaktion WDR) (2009): Planet Wissen - Schmecken - Jürgen Dollase Porträt. WDR / SWR / BR-alpha. Online verfügbar unter <http://www.planetwissen.de/pw/Artikel,,,,,,,,AADD693A39921482E0340003BA17F124,,,,,,,,,,,,,html>, zuletzt aktualisiert am 17.06.2009, zuletzt geprüft am 11.07.2009.
- Moser, Peter (2007): Reporter der Lebenskünste. In: Falstaff, Jg. 2007, Ausgabe 6, 12.11.2007, S. 16–17. Online verfügbar unter http://www.josephwechsberg.com/pdfs/falstaff-article-Reporter_der_Lebenskunste-2007-wechsberg.pdf, zuletzt geprüft am 05.07.2009.
- Müller, F.; Kaupp, U. B. (2008): Gustatorisches System. In: Speckmann, Erwin-Josef; Hescheler, Jürgen; Köhling, Rüdiger; Alzheimer, C.; Speckmann-Hescheler-Köhling (Hg.): Physiologie. Mit 92 Tabellen ; [mit dem Plus im Web www.studentconsult.de]. 5. Aufl. München: Elsevier Urban & Fischer, S. 151–157.
- n.n.: Gault Millau Österreich - Guide für Gourmets. Online verfügbar unter <http://www.gault-millau.at/?story=21>, zuletzt geprüft am 11.07.2009.
- n.n.: sozioland | Das Online-Meinungsportal | Umfragen | Studien. Online verfügbar unter http://www.sozioland.de/7399_kochtv.php, zuletzt geprüft am 11.07.2009.
- n.n. (2008): tv.gusto. Online verfügbar unter <http://tvgusto-presse.tv-bot.de/>, zuletzt aktualisiert am 25.01.2008, zuletzt geprüft am 08.07.2009.
- n.n. (2009): „Nippen verschafft mir keine Befriedigung“. Herausgegeben von Der Tagesspiegel. Online verfügbar unter <http://www.tagesspiegel.de/zeitung/Sonntag;art2566,2618542>, zuletzt aktualisiert am 05.07.2009, zuletzt geprüft am 05.07.2009.
- n.n. (2009): Joseph Wechsberg. Online verfügbar unter <http://www.munzinger.de/search/portrait/Joseph+Wechsberg/0/9812.html>.
- News: News: Geschichte. Online verfügbar unter <http://www.verlagsgruppennews.at/die-magazine/gusto/geschichte.html>, zuletzt geprüft am 07.07.2009.

- Nobis, Timo (2003): Hammerharte Zeiten. Fachpublikationen im Foodbereich beschreiten unterschiedliche Wege in der Autorenwahl. In: Foodjournalist, Jg. 2003, S. 3–4.
- Nohl, Arnd-Michael (2009): Interview und dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Oltersdorf, Ulrich; Kurt Gedrich (Hg.) (2001): Ernährungsziele unserer Gesellschaft: die Beiträge der Ernährungswissenschaft. Berichte der Bundesforschungsanstalt für Ernährung. Unter Mitarbeit von Uwe Spiekermann. Karlsruhe (BFE-R-01-02).
- ONLINE, SPIEGEL; Hamburg; Germany: Wolfram Siebeck - Artikel - SPIEGEL WISSEN - Lexikon, Wikipedia und SPIEGEL-Archiv. Online verfügbar unter <http://wissen.spiegel.de/wissen/dokument/dokument.html?titel=Wolfram+Siebeck&id=65363961&top=Lexikon&suchbegriff=wolfram+siebeck&quellen=&qcrubrik=kultur>, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- Paur, Bettina (2008): „Ich bin ja ganz Zwiespalt jetzt...“ Die Feuilletons von Stefan Zweig im Ersten Weltkrieg mit Fokus auf die „Neue Freie Presse“. Diplomarbeit. Betreut von Duckowitsch. Wien. Universität Wien, Publizistik und Kommunikationswissenschaft.
- Pawloff, Aleksandra: Wolfram Siebeck | Aleksandra Pawloff. Online verfügbar unter <http://www.pawloff.com/arbeiten/portraits/editorial/wolfram-siebeck>, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- Peter, Peter (2008): Kulturgeschichte der deutschen Küche. München: Beck.
- Peter Schulte für CPA: Dollase_mit_Messer_360px.jpg. Online verfügbar unter <http://images.google.at/>, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- Pfeifer, Wolfgang; Braun, Wilhelm (Hg.) (1993): Etymologisches Wörterbuch des Deutschen. 2. Aufl. Berlin: Akad.-Verl.
- Port Culinaire - Zero: Foodszene. Reportagen. Rezepte - Band Nr. 1: Amazon.de: Thomas Ruhl: Bücher. Online verfügbar unter <http://www.amazon.de/Port-Culinaire-Foodszene-Reportagen-Rezepte/dp/3938173262>, zuletzt geprüft am 07.07.2009.
- Protzmann, Ferdinand (1996): Die Kritik die aus der Küche kommt. In: Kuenheim, Haug von (Hg.): Siebecks Sinne. Zwanzig Jahre Essen, Trinken und Kochen mit Wolfram Siebeck. Hamburg: Zeitverlag Gerd Bucerius (Zeit Punkte, 3).
- Ptach, Cornelia (2008): Sensorik in der Kulinaristik. In: Wierlacher, Alois (Hg.): Kulinaristik. Forschung-Lehre-Praxis. Berlin: LIT Verl. (Wissenschaftsforum Kulinaristik, 1).
- Pürer, Heinz (Hg.) (1996 /// 1984): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. mit einer Berufs- und Medienkunde für Journalisten in Österreich. 4. Aufl. Salzburg: Kuratorium für Journalistenausbildung.
- Quandt, Siegfried (2008): Zur Bedeutung des Fachjournalismus heute. Online verfügbar unter http://www.dfjv.de/uploads/tx_eleonartikel/Quandt_Bedeutung_Fachjournalismus.pdf, zuletzt aktualisiert am 03.07.2008, zuletzt geprüft am 25.05.2009.
- Raabe, Johannes (2005): Die Beobachtung journalistischer Akteure. Optionen einer empirisch kritischen Journalismusforschung. Optionen einer empirisch-kritischen Journalismusforschung / Teilw. zugl.: München, Univ., Diss., 2003 u.d.T. Journalisten als soziale Akteure. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Randow, Gero von (2003): Genießen. Eine Ausschweifung. München: Dt. Taschenbuchverl. (dtv, 36306).
- redaktion: GENUSS.wein.pur/Über uns. Herausgegeben von Agrarverlag. Online verfügbar unter <http://www.genuss-magazin.eu/?id=2500%2C%2C%2C1099>, zuletzt geprüft am 07.07.2009.

- Reinemann, Carsten (2003): Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart. Köln: Böhlau.
- Reisinger, Gertrude (8.10.2003): Die Kunst des Kochens und die Inszenierung des Speisens als Fest der Sinne. Essen und genussvolles Tafeln; Betrachtungen zur Theater- und Kulturgeschichte. Dissertation. Betreut von Monika Meister und Marshall. Wien. Universität Wien, Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften.
- Reumann, Kurt (2004): Journalistische Darstellungsformen. In: Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hg.): Das Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation. 3. Aufl., aktualisierte, vollst. überarb. und erg. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl. .
- Ring, Veronika (1996): Der Boom in der Gastro-Publizistik untersucht am Beispiel "Falstaff-Magazin". Betreut von Wolfgang Langenbacher. Wien. Universität Wien, Grund- und Integrativwissenschaftliche Fakultät.
- Rose, Hans-Joachim; Frenzel, Ralf (Hg.) (2007): Küchenbibel. Enzyklopädie der Kulinaristik. Enzyklopädie der Kulinaristik. Wiesbaden: Tre Torri.
- Schneider, Wolf; Raue Paul-Josef (1996 /// 2003): Handbuch des Journalismus /// Das neue Handbuch des Journalismus. Vollst. überarb. u. erw. Neuausg. Reinbeck bei Hamburg /// Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag; Rowohlt-Taschenbuch-Verl. (Rororo, 61569).
- Schreml, Isabell (2003): Augstein, Dönhoff, Nannen und Co. Auf den Spuren des Erfolgs einer Journalistengeneration. Marburg: Tectum-Verl.
- Service, Jemtec Digital (2009): Auguste Escoffier - Biography - World Culinary Institute The Masters Series. Online verfügbar unter http://www.worldculinaryinstitute.com/A_escoffier.html, zuletzt aktualisiert am 26.03.2009, zuletzt geprüft am 12.07.2009.
- Siebeck, Wolfram (1992): Das Haar in der Suppe hab' ich nicht bestellt. Erinnerungen eines Berufsessers. Frankfurt am Main: Eichborn.
- Siebeck, Wolfram (1996): Ich aß die Ente Nr. 460785. In: Kuenheim, Haug von (Hg.): Siebecks Sinne. Zwanzig Jahre Essen, Trinken und Kochen mit Wolfram Siebeck. Hamburg: Zeitverlag Gerd Bucerius (Zeit Punkte, 3).
- Spiekermann, Uwe (2001): Historischer Wandel der Ernährungsziele in Deutschland – Ein Überblick. In: Oltersdorf, Ulrich; Kurt Gedrich (Hg.): Ernährungsziele unserer Gesellschaft: die Beiträge der Ernährungswissenschaft. Berichte der Bundesforschungsanstalt für Ernährung. Karlsruhe (BFE-R-01-02), S. 97–112.
- sueddeutsche.de GmbH; Munich; Germany: Esskultur - Wolfram Siebeck über: Deutsche - Leben & Stil - sueddeutsche.de. Online verfügbar unter <http://www.sueddeutsche.de/leben/53/410825/text/>, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- sueddeutsche.de GmbH; Munich; Germany: Kochen im Internet - Es dampft im Netz - Seite 2 - Leben & Stil - sueddeutsche.de. Online verfügbar unter <http://www.sueddeutsche.de/leben/853/428608/text/2/>, zuletzt geprüft am 16.04.2009.
- The Michelin Guide--Famously Anonymous. Online verfügbar unter http://www.michelinguide.com/us/famously_anonymous/index.html, zuletzt geprüft am 11.07.2009.
- Tröstl, Nadja Christina: Thematisierung und Rechercheformen in der beruflichen Praxis österreichischer Reisejournalistinnen und Reisejournalisten. Wien.
- Verband, Deutscher Fachjournalisten: DFJV - Deutscher Fachjournalisten-Verband: Fachjournalismus. Online verfügbar unter

- <http://www.dfjv.de/infopool/beruf/fachjournalismus.html>, zuletzt geprüft am 25.05.2009.
- Waltke, Julia (2007): Delikate Mordsbücher. Gerstenbergs illustrierte Krimi-Kochbände. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2007-2008: Verlag Gebrüder Kornmayer, S. 75–78.
- WB Krünitz - Online. Online verfügbar unter <http://www.kruenitz1.uni-trier.de/xxx/u/ku04906.htm>, zuletzt geprüft am 03.07.2009.
- Weber, Helmut (2005): Neue Verlage, Neuerscheinungen und Trends. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2005 - 2006. Dreieich: Imselfst-Verlag .
- Weber, Helmut (2007): Die identitätsvermittelnde Küche. In: Kornmayer, Gebrüder (Hg.): Kulinarischer Report des Deutschen Buchhandels. 2007-2008: Verlag Gebrüder Kornmayer, S. 67–73.
- Weber, Stefan (2003): Theorien der Medien. von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz: UVK-Verl.-Ges. (UTB, 2424).
- Wechsberg, Joseph (1994): Forelle blau und schwarze Trüffeln. die Wanderungen eines Epikureers. Neuausg. München: Hugendubel.
- Wechsberg, Poppy; Sarver, Keith: Wechsberg, a portal for Wechsberg-related web sites. Poppy Wechsberg. Online verfügbar unter <http://www.wechsberg.com/>, zuletzt geprüft am 04.07.2009.
- Weischenberg, Siegfried (1992): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Massenkommunikation /// Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen: Opladen.
- Weischenberg, Siegfried; Kleinsteuber, Hans J.; Pörksen, Bernhard (2005): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UKV; UVK Verl.-Ges.
- Wielacher, Alois (2008): Kulinaristik- Vision und Programm. In: Wierlacher, Alois (Hg.): Kulinaristik. Forschung-Lehre-Praxis. Berlin: LIT Verl. (Wissenschaftsforum Kulinaristik, 1), S. 2–15.
- Wierlacher, Alois (2004): Kultur, Kommunikation und Genuss. In: Schassberger, Ernst-Ulrich; Beyreuther, Konrad (Hg.): Zurück zum Geschmack. Stuttgart: Hirzel (Hirzel Menu), S. 51–58.
- Winter, Carsten (2008): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. (Medien - Kultur - Kommunikation).
- Wolfram Siebeck – Wikipedia (2009). Online verfügbar unter http://de.wikipedia.org/wiki/Wolfram_Siebeck, zuletzt aktualisiert am 04.06.2009, zuletzt geprüft am 11.06.2009.
- Zeit, Die; Hamburg; Germany: Vorsicht, Schlaraffenland!: Wolfram Siebeck kämpft seit dreißig Jahren für mehr Genuss und besseres Essen. Mittlerweile ist ihm die Kochbegeisterung der Deutschen nicht mehr ganz geheuer. Eine Neujahrsansprache | Lebensart | Nachrichten auf ZEIT ONLINE. Online verfügbar unter http://www.zeit.de/2006/01/Siebeck_2fKolumne_Kochwelle?page=3, zuletzt geprüft am 02.04.2009.

12 Abstract

Culinary Journalism

Food, drinks and culinary delights receive broad attention in the mass media.

The print media as well as television and the Internet offer journalistic products focussing on wining and dining. This thesis examines the question of what is "culinary journalism"?".

Using questionnaire-based interviews and content analysis as methodology, the characteristics of culinary journalism are explored. A historical overview outlines the development of approaches to this topic over time and describes the various dimensions of eating and drinking. Differing approaches to food and indulgence are demonstrated by text extracts of Joseph Wechsberg, Wolfram Siebeck and Jürgen Dollase. The thesis describes the types of coverage in the mass media and points to the challenges of culinary journalism. It provides evidence that culinary journalism is a comprehensive and multi-faceted field accompanying us in everyday life and offering general guidance.

Kulinarischer Journalismus

Essen, Trinken und Genießen sind in den Massenmedien ein Themenblock, der breiten Raum einnimmt. Neben den Printmedien werden im Fernsehen und im Internet journalistische Produkte angeboten, die sich der Kulinarik verschrieben haben. Diese Arbeit geht der Forschungsfrage nach was „kulinarischer Journalismus“ ist. Methodisch werden mit leitfadengestützten Interviews und einer Inhaltsanalyse die Charakteristika des kulinarischen Journalismus herausgearbeitet. Ein historischer Überblick zeichnet die Entwicklung mit dem Umgang des Themas nach und die verschiedenen Dimensionen des Essens und Trinkens werden dargestellt. Anhand von Textauszügen von Joseph Wechsberg, Wolfram Siebeck und Jürgen Dollase werden unterschiedliche Zugangsweisen zu Nahrung und Genuss ersichtlich. Die Erscheinungsarten in den Massenmedien werden dargestellt sowie Problematiken und Herausforderungen des kulinarischen Journalismus aufgezeigt. Diese Arbeit zeigt, dass kulinarischer Journalismus viele Facetten aufweist, uns täglich begleitet und uns Orientierungshilfen gibt.

13 Lebenslauf

Dipl.Ing. Schernhorst Helmut

Persönliche Angaben:

Staatsangehörigkeit: Österreich

Geburtsdatum: 4.2.1969

Geburtsort: Krems an der Donau

Ausbildung:

2000-dato	Universität Wien	Wien
	Publizistik, Politikwissenschaft	
1988-1998	Universität für Bodenkultur	Wien
	Lebensmittel- und Biotechnologie	
6/1995 - 1/1996	Technische Universität Berlin,	Deutschland
	Diplomarbeit Fachgebiet Technische Biochemie	
8/1993 - 6/1994	University College Cork	Irland
	Auslandsstudium Food Technology	
1983-1988	HTBLuVA	St. Pölten
	Nachrichtentechnik und Elektronik	
1975-1983	Grundschule	Albechtsberg /gr. Krems

Beruf:

Seit 11/1999	Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend,	Wien
	Beamter	
