



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Die Wiener Kaffeehauskultur“

Verfasserin

Desirée Augustin

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 307

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuer:

Univ. Prof. Mag. Dr. Hermann Mückler

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am 26.08.2012

Unterschrift

HINWEIS: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im vorliegenden Bericht auf die Anführung von maskulinen und femininen Formen oder der Binnenmajuskel verzichtet. Die Begriffe sind also, auch wenn diese grammatikalisch rein männlich sind, stets auf Männer und Frauen gleichermaßen zu beziehen.

DANKSAGUNG

In erster Linie möchte ich all jenen Menschen meinen Dank aussprechen, die mir während der Entstehung dieser Diplomarbeit zur Seite standen.

Ich danke vor allem meinem Betreuer Univ. Prof. Mag. Dr. Hermann Mückler, der mich während meines Studiums stets inspirierte und mir Vertrauen in Bezug auf mein Forschungsthema schenkte.

Besonderer Dank richtet sich an meine Interviewpartner Günther und Michael Hawelka (Café Hawelka), Edmund Mayr (Wiener Kaffeemuseum und Kaffeekompetenz Zentrum in Österreich), Berndt Querfeld (Café Landtmann), Marco Schärf (Coffeeshop Company) und Eva Stiermayr („Österreichische UNESCO Kommission - Nationalagentur für das immaterielles Kulturerbe“), die einen maßgeblichen Beitrag zu meiner Diplomarbeit geleistet haben.

Des Weiteren möchte ich mich bei allen befragten Gästen bedanken, deren Gedanken und Meinungen meine Forschungen erheblich beeinflussten.

Von ganzem Herzen danke ich meinen Eltern, meiner Schwester Jasmin, Katharina und allen Freunden und Kollegen, die mich stets während des Forschungs- und Schreibprozesses begleiteten, unterstützten und in meinem Vorhaben motivierten.

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG	9
1.1. Ausgangslage und Zielsetzung	9
1.2. Forschungsfrage	10
1.3. Unterfragen	10
1.4. Methodik	11
1.5. Aufbau der Arbeit	12
1.6. Begriffsdefinitionen	13
1.6.1. Wiener Kaffeehaus	13
1.6.2. Kultur	14
1.6.3. Identität	14
2. METHODE	15
2.1. Qualitative Forschungsmethoden	15
2.1.1. Qualitatives Interview	16
2.1.2. Teilnehmende Beobachtung	18
2.1.3. Informelle Gespräche	19
2.1.4. Transkriptionen von qualitativen Interviews	21
2.2. Analyse von qualitativen Interviews	21
2.3. Literaturrecherche	22
3. HAUPTTEIL	23
3.1. Theorie	23
3.1.1. Kulturbegriff	23
3.1.2. Identität	26
3.1.2.1. Das Wiener Kaffeehaus als identitätsstiftender Raum	29
3.1.3. Soziale Räume	32
3.1.3.1. Das Wiener Kaffeehaus als sozialer Raum	34
3.1.4. Was ist das „Wiener Kaffeehaus“?	37
3.1.5. Kaffee und Kaffeehaus-Sortiment	40
3.1.6. Die Geschichte des Wiener Kaffeehauses	44
3.1.6.1. Die Einführung des Kaffees in Europa	44
3.1.6.2. Die Einführung des Kaffees in Wien	46
3.1.6.3. Wasserbrenner	51
3.1.6.4. Vorstadtcafé vs. Stadtcafé	52
3.1.6.5. Die ersten namhaften Kaffeehäuser	52

3.1.6.6. Napoleons Kontinentalsperre und Surrogate	56
3.1.6.7. Nachkriegszeit	59
3.1.6.8. Die Wiener Kaffeehausliteraten	59
3.1.6.9. Beschreibung des frühen Wiener Kaffeehauses	65
3.1.6.9.1. Elemente	65
3.1.6.9.2. Personal	76
3.1.6.9.3. Gast	80
3.2. Empirie / Ergebnisse	89
3.2.1. Ergebnisse aus der Teilnehmenden Beobachtung	89
3.2.1.1. Elemente	89
3.2.1.2. Personal	91
3.2.1.3. Gast	95
3.2.2. Die Zukunft des Wiener Kaffeehauses	100
3.2.3. Ergebnisse aus den Interviews und informellen Gesprächen	103
3.2.3.1. Experten	103
3.2.3.2. Gäste	136
3.2.3.3 Exkurs: das Glas Wasser	145
3.2.4. Ergebnisse hinsichtlich der Forschungsfragen	150
3.2.5 Fazit	159
4. CONCLUSIO	160
4.1. Ausblick	162
5. QUELLENVERZEICHNIS	165
5.1. Literaturverzeichnis	165
5.2. Internetquellen	171
5.3. Interviewquellen	175
6. ANHANG	176
6.1. Kaffeehaushymne: Peter Altenberg	176
6.2. Leitfadeninterviews	177
6.3. Kurzfassung und English Abstract	179
6.3.1. Kurzfassung	179
6.3.2. English Abstract	180
6.4. Curriculum Vitae - Desirée Augustin	181

1. EINLEITUNG

1.1. Ausgangslage und Zielsetzung

Die Ressource Kaffee genoss vor allem in den letzten Jahrzehnten weltweit einen beachtlichen Aufschwung und erlangte dadurch eine überaus prägnante Position in der Handelswirtschaft. Aus Statistiken geht dabei hervor, dass Kaffee direkt nach Erdöl ganz oben auf der Skala der Weltwirtschaftsgüter rangiert und somit zu den bedeutendsten Handelsgütern überhaupt gehört. Dies lässt erahnen, dass die Industrie, die sich rund um die Kaffee-Bohne aufgebaut hat, Millionen Existenzen in finanzieller Hinsicht absichert. (vgl. Edelbauer 2000: 53)

Alleine dieser Umstand erweckte mein Interesse an dem Produkt Kaffee und folglich an der herangereiften Institution des Wiener Kaffeehauses.

Die Distanz von meiner Wohnung zur Universität zwang mich, die Pausen zwischen zwei Vorlesungen beziehungsweise Seminaren in anderen Räumlichkeiten als zu Hause zu verbringen. Demzufolge lag die Entscheidung, ein Wiener Kaffeehaus aufzusuchen sehr nahe, da ich dieses zu jeder Tageszeit und ohne finanziellen Einschnitten ausgeliefert zu sein aufsuchen konnte. Ich nützte das Wiener Kaffeehaus in vielerlei Hinsicht, jedoch meistens um zu lernen, da ich einen gewissen Lärmpegel benötige, um konzentriert arbeiten zu können.

Im Zuge meines Studiums und der Beschäftigung rund um den Begriff Kultur fing ich an, Cafés in Wien in kultureller Hinsicht zu hinterfragen. Dabei galt mein Interesse stets der Fragestellung, wie Menschen heutzutage empfinden, wenn sie einen historisch geprägten und von der Neuzeit geplagten Raum wie das Wiener Kaffeehaus betreten. Dies verleitete mich schlussendlich, in Wien zu forschen und dem vermeintlichen Phänomen der Wiener Kaffeehauskultur auf den Grund zu gehen. Der Schwerpunkt meiner Arbeit liegt demnach auf der Kultur, dessen Sinngehalt ich anhand einer bereits existierenden Kulturdefinition untersuchen möchte. Parallel dazu werde ich mich der Entstehungsgeschichte der Wiener Kaffeehäuser nähern und auch die Bedeutung des aktuellen Begriffs erörtern. Aus den Forschungsergebnissen der Interviews und der informellen Gespräche mit ausgewählten Experten und Gästen möchte ich mein Forschungsthema aus unterschiedlichen Perspektiven behandeln.

1.2. Forschungsfrage

Meine Hauptforschungsfrage in Bezug auf mein Diplomarbeitsthema, die Wiener Kaffeehauskultur, lautet:

Was wird aus multiplen Perspektiven unter dem Terminus der Wiener Kaffeehauskultur verstanden und inwiefern ist der enthaltene Begriff der „Kultur“ in diesem Kontext aus anthropologischer Sicht tragbar?

1.3. Unterfragen

Des Weiteren habe ich sieben Unterfragen herausgearbeitet, welche ich im Laufe dieser Arbeit analysieren werde.

Meine erste Unterfrage bezieht sich auf die Erkennungsmerkmale eines Wiener Kaffeehauses. Woran kann man das Wiener Kaffeehaus erkennen beziehungsweise welche Elemente werden aus unterschiedlichen Perspektiven mit diesem kontextualisiert?

Weiters möchte ich zum einen der Frage nachgehen, welche Rolle das Getränk „Kaffee“ im Wiener Kaffeehaus spielt, und zum anderen die Bedeutung des Glas Wassers zum Kaffee behandeln.

Die fünfte Unterfrage soll sich mit sozialen Räumen am Beispiel des Wiener Kaffeehauses beschäftigen.

Darauf anschließend, soll herausgearbeitet werden, inwiefern das Wiener Kaffeehaus als sozialer Raum zur Identitätsbildung der sozialen Akteure beiträgt.

Meine sechste Frage bezieht sich darauf inwieweit sich das Wiener Kaffeehaus im Kontext der Moderne verändert hat.

Schlussendlich gehe ich in meiner letzten Unterfrage darauf ein, welchen Stellenwert das Wiener Kaffeehaus in Zukunft einnehmen wird.

1.4. Methodik

Mein methodischer Zugang wird dabei rein empirischer Qualitätsforschung entspringen. Mittels eines Leitfadeninterviews habe ich meine ausgewählten Experten befragt. Diese sind drei Kaffeehausbesitzer, des Café Landtmanns, sowie des Café Hawelkas und der Coffeeshop Company. Im Rahmen der Ernennung der Wiener Kaffeehauskultur zum immateriellen Kulturerbe im Herbst 2011 habe ich des Weiteren ein Interview mit einer Vertreterin der „Nationalagentur für das immaterielle Kulturerbe der österreichischen UNESCO Kommission“ angeführt. Das letzte Experteninterview habe ich mit dem Eigentümer des „Wiener Kaffeemuseum - Kaffeekompetenz Zentrums in Österreich“, dem Barista-Ausbildner Edmund Mayr geführt, welcher die Sicht des Getränkeexperten wiedergibt.

Die Verwendung des E-Mail-Interviews erleichterte mir die Nachbearbeitung bezüglich Korrekturen oder Ergänzungen meiner Transkriptionen.

Seitens des Kaffeehausgastes befragte ich 20 Personen in Form von informellen Gesprächen, welche direkt danach zu schriftlichen Gedächtnisprotokollen gefertigt wurden.

Meine Recherchen beziehen sich auf die Verwendung von Quellen aus wissenschaftlichen und themenbezogenen Büchern, Artikeln, Broschüren, Internetadressen sowie ausgehändigte Materialien der „Österreichischen UNESCO Kommission - Nationalagentur für immaterielles Kulturerbe“. Diese ermöglichten mir die Behandlung meines Forschungsgebietes in umfassender Hinsicht.

Mithilfe meiner empirischen Forschung sowie den Informationsquellen können meine Forschungsfragen analysiert und kritisch hinterfragt werden.

1.5. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Diplomarbeit ist in sechs Kapitel gegliedert. Der erste Teil beginnt mit der Einleitung, welcher einen Überblick über die gesamte Diplomarbeit verschaffen soll.

Im zweiten Teil wird mein methodischer Vorgang im Zuge meiner Forschung detailliert behandelt.

Der dritte Teil erfolgt in zwei Abschnitten. Der erste Part erfolgt durch die Erläuterung der Theorie. Diese bezieht sich sowohl auf Beiträge anthropologisch bezogener Themen, wie etwa dem Kultur- und Identitätsbegriff, als auch auf die Behandlung sozialer Räume. Weiters wird die Entstehungsgeschichte des Wiener Kaffeehauses beleuchtet. Dabei wird auf das frühe Wiener Kaffeehaus und, im Kontrast dazu, auf die heutige Auffassung desselben eingegangen. Der zweite Part geht explizit auf meine empirische Forschung zum Thema der Wiener Kaffeehauskultur ein und präsentiert die dazu erarbeiteten Forschungsergebnisse. Im Zuge dessen, werden die Interviews mit den Experten sowie die Gedächtnisprotokolle mit den Gästen ausgeführt und die Ergebnisse meiner teilnehmenden Beobachtung besprochen.

Im vierten Teil erfolgt die Vorstellung meiner Ergebnisse, wobei in einer Conclusio noch einmal ein Blick auf meine gesamte Arbeit geworfen wird.

1.6. Begriffsdefinitionen

1.6.1. Wiener Kaffeehaus

Recherchen aus Lexika zufolge lässt sich das Wiener Kaffeehaus folgendermaßen definieren: *„Kaffeehaus, bes. in Österreich übliche Bez. für ein Café, in dem die Gäste länger verweilen und sich die Zeit mit Zeitunglesen, Spielen u.ä. vertreiben.“* (Brockhaus 1990: 320). Dieser Erklärungsversuch wird durch die kurz angerissene Entstehungsgeschichte der Wiener Kaffeehäuser näher erläutert. Ergänzt wird die Definition letztlich mit dem Bezug auf das Kaffeehaus als Kommunikations- und Unterhaltungsraum, welcher (vgl. Brockhaus 1990: 320) *„[...] im 18. Jh., ganz bes. aber im 19. Jh. eine wichtige Rolle als Treffpunkte von Künstlern, Dichtern, Journalisten, Politikern, Geschäftsleuten, als Sammelplatz geistiger Anregung, polit. Meinungsbildung, wirtschaftl. Kontakte und, auch den Frauen zugängl., Geselligkeit [...]“* (Brockhaus 1990: 320) spielte.

Meine vorliegende Arbeit bezieht sich somit auf die breit geführte Brockhaus Definition. Diese beinhaltet die historisch gewachsene Institution, mit all den genannten Komponenten und Funktionen. Auf dieser Erläuterung beruht mein allgemeines Verständnis eines Wiener Kaffeehauses, welches bei der Verwendung des Terminus in meiner Arbeit bedacht werden muss.

Weiters werden Begriffe wie das „traditionelle Wiener Kaffeehaus“ sowie das „Alt Wiener Kaffeehaus“ aufgegriffen. Ersteres bezieht sich dabei auf einen alltagsgebräuchlichen Ausdruck, der im Zuge meiner Arbeit denselben Definitionsinhalt wie das des Wiener Kaffeehauses aufweist. Der zweite Begriff meint die aus der Geschichte des Alt Wien resultierenden Redewendung, die sich auf das Gebiet innerhalb des Rings bezieht. Damals wurde somit die Innere Stadt innerhalb der Mauern und somit auch die Kaffeehäuser mit dem Zusatz „Alt Wien“ ergänzt. Heutzutage verschwimmen jedoch die Grenzen, wodurch zum Beispiel ein Café Sperl im alltäglichen Sprachgebrauch ebenfalls als Alt Wiener Kaffeehaus betitelt wird. Die Bezeichnung „Wiener Café“ wird somit ebenfalls als Synonym für „Wiener Kaffeehaus“ verwendet.

1.6.2. Kultur

Im Laufe meiner Forschungsarbeiten entschied ich mich für die Kulturbestimmung unter dem Blickpunkt der UNESCO. Aufgrund meiner Recherchen hinsichtlich der Wiener Kaffeehauskultur als immaterielles Kulturerbe begann ich nach einem geeigneten Kulturbegriff für meine vorliegende Arbeit zu suchen. Die aus der UNESCO resultierende Kulturdefinition erscheint mir im Zuge der Beschäftigung mit dem immateriellen Kulturerbe am naheliegendsten.

„Die Kultur kann in ihrem weitesten Sinne als die Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte angesehen werden, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen. Dies schliesst [sic!] nicht nur Kunst und Literatur ein, sondern auch Lebensformen, die Grundrechte des Menschen, Wertsysteme, Traditionen und Glaubensrichtungen.“ (URL 1)

Auf dieser Kulturdefinition wird folgende Arbeit aufgebaut und soll letztendlich die „Wiener Kaffeehauskultur“ unter diesem Blickpunkt untersuchen.

1.6.3. Identität

Die geltende Definition hinsichtlich des Begriffs Identität lehnt sich in erster Linie in der vorliegenden Diplomarbeit an den Psychologen Erik Erikson an. Er beschreibt den Terminus Identität als *„die unmittelbare Wahrnehmung der eigenen Gleichheit und Kontinuität in der Zeit“* (Haller 2005: 93) sowie im umgekehrten Sinne, die von außen beziehungsweise von anderen erkannte Wahrnehmung von einem selbst. (vgl. Haller 2005: 93) Dabei zieht Erikson eine Trennlinie zwischen Individuum und Person. Bezogen auf sein Identitätskonzept unterscheidet er zwischen der persönlichen und der sozialen Identität. Erstere beinhaltet die oberflächlichen Eckdaten des Einzelnen, zweitere die Position desjenigen innerhalb einer Gruppe beziehungsweise Gesellschaft. (vgl. Haller 2005: 93) Auf eine ausführliche Beschreibung der unterschiedlichen Identitätskonzepte, insbesondere jener von Erikson, wird im Kapitel 3.1.2. näher eingegangen.

2. METHODE

Die Anfänge meiner Untersuchungen beliefen sich auf eine intensive Literaturrecherche sowie eine Bestandsanalyse. Diese zwei Faktoren bildeten die Ausgangslage meiner empirischen Forschung. Im Zuge der Recherche versuchte ich bereits meine Experten festzulegen und forcierte hierzu fünf Interviewtermine.

Die Bestrebung meiner vorliegenden Arbeit sollte eine emische Perspektive zum Ziel haben, die mir einen umfassenden Einblick in das Verständnis der Wiener Kaffeehäuser verschaffen sollte. Demzufolge nahm ich während meiner empirischen Forschung aktiv am Kaffeehausalltag teil und verbrachte unzählige Stunden in den verschiedensten Kaffeehäusern Wiens. Eine intensive Forschung in den Kaffeehäusern fand zwischen Anfang Februar und Ende April 2012 statt, allerdings führte ich einige der Experteninterviews bereits 2011 und begab mich zwischenzeitlich ebenfalls zu Forschungszwecken in Lokalitäten, die Kaffee ausschenken. Diese reichten von Alt Wiener Kaffeehäusern bis hin zu den Großketten wie beispielsweise die Coffeeshop Company. Meine Teilnahme implizierte unter anderem ein Partizipieren am Kaffeetrinken, das Lesen lokaler Zeitungen oder das Praktizieren von Gesellschaftsspielen, sowie das Zuhören dargebotener Pianomusik. Ich versuchte dabei eine Beziehung zu den Kaffeehausbesuchern, sowie zu den Kellnern herzustellen und beobachtete Besucher im Außenbereich der Kaffeehäuser, im sogenannten Schanigarten, sowie im Innenraum der Lokalität selbst.

2.1. Qualitative Forschungsmethoden

In Anbetracht meiner Forschung schien mir die Wahl der qualitativen Forschung am geeignetsten. Demzufolge fiel meine Schwerpunktsetzung auf die Interviewführung sowie auf die Durchführung informeller Gespräche. Fragen wie „Welche Gedankengänge verfolgen Kaffeehausbesitzer hinsichtlich der Wiener Kaffeehauskultur?“, „Gibt es Meinungsunterschiede zwischen den einzelnen Kaffeehausbesitzern traditioneller Institutionen und den Besitzern von Kaffeehausketten?“, „Über welche Ansichten verfügt der Gast?“ sowie „Welche Rolle spielt das Wiener Kaffeehaus heutzutage?“ sollten während des informellen Gesprächs oder Interviews analysiert werden. Diese Vorgehensweise verlangte gleichermaßen das Gespräch mit den sozialen Akteuren im Kaffeehaus sowie mit einer Anzahl selbst gewählter Experten.

Unter Berücksichtigung meiner Rahmenbedingungen hinsichtlich qualitativer Interviews nahm ich mich weiters der teilnehmenden Beobachtung an. Dies erlaubte mir nicht nur einen vereinfachten Zugang zum Feld, sondern auch ein reflexives Beobachten mittels Verschriftlichung der festgehaltenen Daten.

2.1.1. Qualitatives Interview

Leitfadeninterviews

Im Rahmen meiner empirischen Forschung orientierte ich mich an den qualitativen Methoden und führte hierzu halbstrukturierte Interviews durch. Letztlich legte ich fest, mittels des Leitfadeninterviews fünf von mir ausgewählte Experten zu befragen. Darunter befanden sich zwei Besitzer von Alt Wiener Kaffeehäusern, dem Café Hawelka, sowie dem Café Landtmann. Weiters konnte ich mich mit einem Mitglied der Kaffeehauskette Coffeeshop Company, sowie mit dem Leiter des „Wiener Kaffeemuseum - Kaffeekompetenz Zentrums in Österreich“ Barista-Ausbildner Edmund Mayr, austauschen. Schließlich hatte ich die Gelegenheit mit der Assistenz der Referentin der „Österreichischen UNESCO Kommission - Nationalagentur für das immaterielle Kulturerbe“ einen Termin zu vereinbaren. Dieses Interview war für meine Diplomarbeit deshalb so wichtig, weil die Wiener Kaffeehauskultur im Herbst 2011 in die Liste des immateriellen Kulturerbes aufgenommen wurde.

Die Wahl der spezifischen Form des Leitfadeninterviews hat sich für mich rasch geklärt, da ich jeweils nur ein Treffen mit meinen sogenannten „Experten“ gewährt bekam. Um bei diesem meine vorbereiteten Fragengebiete diskutieren zu können, habe ich einen dementsprechenden Leitfaden ausgearbeitet, an den ich mich allerdings nicht starr gehalten habe, um flexibel auf spontan auftretende Situationen und Themen reagieren zu können. Die Flexibilität dieser Interviewform verschaffte mir einerseits die Möglichkeit, meinen Leitfaden abzuarbeiten, andererseits konnte ich dem Befragten Raum für Details geben oder auf Gebiete, welche der Interviewte für wichtig empfand, näher eingehen. Die Anpassung an mein Gegenüber sollte jegliches Unbehagen aus der Welt schaffen und eine vertraute Basis zwischen Interviewerin und Interviewtem bilden. (vgl. Schlehe in Beer 2008: 126f.)

Experten

Die Wahl der Experten fällt, konkret auf meine Arbeit bezogen, auf zwei Kaffeehausbesitzer, die alltäglich in den Wiener Kaffeehäusern präsent sind, über umfassendes Wissen in Bezug auf Kaffeehausabläufe verfügen und Auskunft über institutionelle Zusammenhänge geben können. Während die Kaffeehausbesitzer mir einen internen Einblick gewährten, erlangte ich über den Barista-Ausbildner und Eigentümer des „Wiener Kaffeemuseum - Kaffeekompetenz Zentrums in Österreich“ Edmund Mayr die Sicht eines Experten speziell auf das Getränk „Kaffee“ gerichtet. Unter Berücksichtigung der Kaffeehausketten führte ich darüber hinaus ein Interview mit einem Coffeeshop-Besitzer, welches mein Spektrum im Bezug auf moderne Verkaufsformen von Kaffee, erweiterte. Schlussendlich verschaffte ich mir im Zuge der Ernennung der Wiener Kaffeehauskultur als immaterielles Kulturerbe durch die Nationalagentur der österreichischen UNESCO Kommission eine aktuelle Übersicht in Bezug auf mein Thema.

E-Interviews

Weiters griff ich auf E-Interviews zurück, die mir bei ausständigen Fragen erheblich weiterhalfen. Immerhin hatte ich bei meinen ausgewählten Experten nur die einmalige Chance ein face to face Interview durchzuführen, wodurch nicht ausreichendes Material ergänzt oder offen gebliebene Fragen im Nachhinein per E-Mail noch einmal erläutert werden konnten. Die bereits persönlich geführten Interviews und die dadurch entstandene Vertrautheit zu meinen Interviewpartnern verhalf mir, trotz mangelnder Zeitkapazitäten meiner Experten, von ihnen weitere wichtige Informationen für meine Diplomarbeit zu erhalten.

Schlehe (2008) geht von einer Verzerrung der Kommunikation über virtuelle Medien aus, welche die Datenauswertung verschleiern könnte. Dies betraf meine Forschung jedoch kaum. Da nur Einzelheiten und etwaige Definitionen erweitert wurden, ermöglichte mir das E-Interview Informationen in der Nachbearbeitung zu erlangen, die ich andernfalls nicht erhalten hätte. (vgl. Schlehe in Beer 2008: 129)

2.1.2. Teilnehmende Beobachtung

Laut Gingrich (1999) könnte die Forschungstechnik der teilnehmenden Beobachtung als „*methodisches Herzstück*“ (Gingrich 1999: 17) der Kultur- und Sozialanthropologie bezeichnet werden. (vgl. Gingrich 1999: 17) Die Herausforderung liegt dabei darin, sich als aktiver Akteur ins Feld zu begeben, und mit den Augen eines Teilnehmers das Feld zu erkunden und parallel dazu reflexiv die eigene Anwesenheit im Zuge der Forschungen zu berücksichtigen. (vgl. Flick 2005: 14) Die Kunst besteht hierbei im Spannen eines Bogens zwischen Nähe und Distanz, der den Forscher dazu herausfordert, Mitglied der beforschten Gruppe zu werden, jedoch das Denkmuster eines Außenstehenden zu behalten und zu schärfen. Dem Forscher obliegt es, die Balance der beiden Komponenten zu finden. Fällt die Nähe zu sehr in die Gewichtung, liegt die Wahrscheinlichkeit sehr nahe „going native“¹ zu werden. Dies sollte nicht zu sehr ins Feuer der Kritik geraten, da gerade diese Position möglicherweise Informationen verschaffen könnte, die auf eine andere Weise nie an das Tageslicht gekommen wären. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass dadurch die Haltung einer objektiven Wahrnehmung nicht gewährleistet werden kann. Die Gewichtung zur Distanz führt dazu, dass eine Annäherung der teilnehmenden Beobachtung nie ihren Zweck der Tiefe erfüllt. (vgl. Hauser-Schäublin in Beer 2008: 42)

Bernard (2006) spricht in diesem Zusammenhang von drei möglichen Funktionen des Forschers im untersuchten Feld. Sich einer Gruppe anzuschließen unter der Annahme das Forschungsinteresse nicht preis zu geben, wird von ihm als „complete participant“ bezeichnet. Weiters wird zwischen „observing participants“ und „participating observers“ unterschieden. Ersteres verlangt die aktive Teilnahme zur Beobachtung im Geschehen eines Gruppenkreises, hingegen der zweite Ausdruck eine teilnehmende Beobachtung in exklusiver Form, die sich durch Teilhaftigkeit in gewissen Lebensbereichen auszeichnet. Dies gehört in der Kultur- und Sozialanthropologie auch zur gängigsten Rolle des Forschers.

Schließlich spricht Bernard noch von einer dritten Option, in der der Forscher an der Seite der Einwohner weilt, um im Alltag der Bewohner mitzuwirken. Im Zuge dessen werden jegliche Beobachtungen über das Leben der Akteure verschriftlicht. Diese Variante impliziert eine

¹ Unter dem Ausdruck „going native“ wird der Fokus des Forschers auf die Nähe zur beforschten Gruppe gelegt, indem der Forscher Teil der Gruppe wird und jegliche Distanz zur wissenschaftlichen Forschung verliert. (vgl. Hauser-Schäublin in Beer 2008: 42)

zurückhaltende Form der Haltung, insbesondere in Bezug auf eine Interaktion. (vgl. Bernard 2006: 347)

2.1.3. Informelle Gespräche

Unter der Berücksichtigung meiner Funktion als Forscherin entschied ich mich für informelle Gespräche, welche im direkten Anschluss schriftlich als Gedächtnisprotokoll ausgearbeitet wurden. Aufgrund des Szenarios „Kaffeehaus“ versuchte ich auf natürliche Weise mit den Kaffeehausgästen ins Gespräch zu kommen und klärte die befragten Gäste gleich zu Beginn über mein Forschungsvorhaben auf. Gedanklich bereitete ich mir einen Leitfaden für meine Gesprächssituationen vor, der mir lediglich Orientierung während meiner Kommunikation mit den Befragten verschaffen sollte.

Das informelle Gespräch gewährt den Befragten Erzählspielraum *à la laissez faire*, während der Interviewer anders als etwa beim narrativen Interview Äußerungen und Zwischenfragen tätigen darf. Sowohl nebensächliche Anekdoten als auch abweichende Thematiken treten dadurch in Erscheinung, wobei ich darauf achtete, stets meinem roten Faden treu zu bleiben. Bei Bedarf konnte ich das Gespräch wieder auf meine Forschung lenken.

Wichtig war mir, dem Charakter einer gemütlichen Kaffeehausatmosphäre treu zu bleiben und so versuchte ich zwanglos an das Gespräch heranzugehen. Diese Variante verschaffte mir in kurzer Zeit eine vertraute Basis zu den befragten Personen, wobei unsere Gespräche selten oberflächlich blieben. Die Grundlage des Gesprächs glich vielmehr einem Plaudern im Café bei Kaffee und Kuchen, sodass meine ausgewählten Personen frei über Kaffeehäuser philosophieren konnten und dies ohne Druck einer steifen Aufzeichnung. Mit der Frage nach einer anonymen Dokumentation verabschiedete ich mich aus dem informellen Gespräch und konnte somit direkt vor Ort mit meinem Protokoll beginnen.

Aus diesem Kontext entstanden 20 informelle Gespräche, welche ich mit Ort- und Zeitangaben versehen habe, sowie mit einer Schilderung der Gesprächsatmosphäre und Aspekten der nonverbalen Kommunikation des befragten Gastes im Kaffeehaus. Die Rahmenbedingungen beschränken sich wie folgt auf:

- Eine beliebige Auswahl der Wiener Kaffeehäuser beziehungsweise Coffeeshops, deren informelle Gespräche je nach Möglichkeit und Wetterlage im Außen- oder Innenbereich stattfanden.
- Ein beliebig gewählter Zeitraum, dessen Zeitspanne der Befragungen von Vormittag, Nachmittag, bis hin zum späten Abend reichte. Darunter fielen alle Wochentage, ohne einen Fokus auf Sonn- und Feiertage zu legen.
- Eine beliebige Auswahl der Zielgruppe, wobei ich durchaus unterschiedliche Altersgruppen in Betracht gezogen habe, um ein möglichst weites Spektrum an unterschiedlichen Sichtweisen zu erlangen. Dabei wählte ich nicht nach Geschlechtern.
- Eine beliebige Wahl an Gästen, ungeachtet welcher Tätigkeit sie in diesem Moment nachgingen. Darunter fielen lernende beziehungsweise arbeitende Gäste, aber auch Kaffeehausbesucher, die in Gesellschaft im Kaffeehaus verweilten. Dabei verließ ich mich auf meine Intuition und auf mein Einfühlungsvermögen, um mich möglichst natürlich dem Gast anzunähern.

Im Endeffekt entstanden 20 informelle Gespräche, die zwischen 10 Minuten und 2 Stunden dauerten. 17 der 20 informellen Gespräche fanden in Wiener Kaffeehäusern sowie in individuellen Cafés statt, während die restlichen 3 Gespräche in Kaffeehausketten geführt wurden.

Problematisch erwies sich die von Beer (2008) bereits angesprochene Erschwernis der Forschung in der „eigenen“ Gesellschaft. Besondere Rücksichtnahme liegt hierbei in der Reflexion des Forschenden über das Verhältnis „eigen“ und „fremd“. Beer geht dabei auf Wertevorstellungen und Haltungsweisen ein, denen man in erster Linie bewusst entgegentreten soll und in zweiter Linie versucht sie, sich von diesen zu befreien. (vgl. Beer 2008: 31f) So war es in meinem Fall von großer Bedeutung, mein erlangtes Wissen über die Wiener Kaffeehäuser während meiner Forschung nicht überzustülpen, sondern mit ausgefahrenen Fühlern das Feld neu zu ertasten.

Der bereits erwähnte Balanceakt zwischen Nähe und Distanz fiel mir anfangs ungeahnt schwer, da ich seit Jahren regelmäßig mehrmals in der Woche in Wiener Kaffeehäusern verkehrte und mir die Rolle der „objektiven“ Forscherin in diesem Kontext zu Beginn nicht leicht fiel. Tatsächlich eignete ich mir in den Jahren das Wiener Kaffeehaus als „zweites Wohnzimmer“ an, welches sich plötzlich zum Forschungsfeld transformierte. Eine

kontinuierliche Reflexion half mir meine Stellung als Forscherin zu analysieren. Dies sah dabei so aus, dass ich Rücksprache mit Kollegen des Faches Kultur- und Sozialanthropologie hielt, aber auch mit Personen, die aus anderen Disziplinen kamen. Dies ermöglichte mir etwaige Vorurteile und Wertvorstellungen aufzuzeigen und bei Bedarf erneut zu reflektieren. Ebenso überarbeitete ich Texte und Notizen, die sich im Laufe meiner Forschung veränderten, mit dem Ziel einer möglichst reflektierten Endfassung.

2.1.4. Transkriptionen von qualitativen Interviews

Im Anschluss aller durchgeführten Interviews, wurden diese transkribiert und dementsprechend formatiert. Zur Absegnung meiner Transkriptionen wurden die fertigen Schriften an die jeweiligen Interviewten zum Korrekturlesen zurückgeschickt. Nach positiver Rückmeldung konnte ich der Datenanalyse nachgehen. Im Kapitel 2.2. wird näher auf das Auswertungsverfahren in Bezug auf meine Leitfadeninterviews sowie meine Gedächtnisprotokolle eingegangen.

2.2. Analyse von qualitativen Interviews

Nach Abschluss der empirischen Forschung muss das gesammelte Material geordnet und folglich analysiert werden. Hierzu griff ich aufgrund der Datenmenge auf die qualitative Inhaltsanalyse von Phillip Mayring zurück.

Während in der anfänglichen Entwicklung des Verfahrens noch angedacht war, dem quantitativen Verfahren zur systemischen Datenauswertung der Medienbranche zu dienen, wurden bereits nach kurzer Zeit Stimmen in Richtung qualitative Analyse der Datenanalyse gesteuert. Eine Kritik an der quantitativen Analyse äußerte sich im Bereich der Textzusammenhänge, im vagen Verständnis des Inhalts, bei spezifischen Ausnahmeerscheinungen, sowie die bei der Ebene der nicht verschriftlichten Form. Diese modifizierte Form der qualitativen Auswertung verfügt sowohl über eine Verbesserung hinsichtlich der eben erwähnten Punkte, als auch über den Vorteil, eine Textsequenz nach der anderen zu untersuchen „[...] indem [...] das Material schrittweise [...] theoriegeleitet am Material entwickelten Categoriesystemen bearbeitet“ (Mayring 2002: 114) wird. (vgl. Mayring 2002: 114) In diesem Kontext spricht Mayring (2002) von einem Korpus der qualitativen Inhaltsanalyse, welcher aus drei Einheiten besteht.

Die erste Form behandelt die „Zusammenfassung“ und strebt ein Grundgerüst der gesammelten Daten an, welches durch Dezimierung gekürzt wird, sodass die wichtigsten Elemente erhalten bleiben. Die zweite Form wird als „Explikation“ bezeichnet und zieht Zusatzdaten heran, die bei bestimmten Sequenzen oder einzelnen Termini als Unterstützungsfaktor zu einer verbesserten Klarheit verhelfen soll. Zuletzt erwähnt Mayring noch die Form der „Strukturierung“, bei der die Aufmerksamkeit auf einzelne Punkte gerichtet wird, welche im Vorhinein als Kategorien ermittelt werden. Demnach sollen alle Daten anhand der definierten Gliederung durchforstet werden um eine Beurteilung erzielen zu können. (vgl. Mayring 2002: 114f.)

Speziell auf meine Arbeit bezogen, so habe ich mich hauptsächlich auf die „Zusammenfassung“ als auch auf die „Strukturierung“ konzentriert. Vor allem die Analyse der „Strukturierung“ schien in meinem Fall am geeignetsten, sodass ich meine entsprechenden Kategorien herausfiltern und schlussendlich meine Forschungsergebnisse sichtbar machen konnte.

Die informellen Gespräche hingegen wurden gesammelt und anhand eines Leitfadens eigens kodiert. Die Auswertungsform mittels Kodierungen bedeutete in diesem Fall einzelne Abschnitte des Protokolls zu klassifizieren. Die passenden Textzeilen wurden somit zu einem bestimmten Code gegliedert, die mir letzten Endes die Resultate auf Seiten des Gastes beschafften. (vgl. Schmidt in Flick 1991: 451)

2.3. Literaturrecherche

Ein Fokus meiner vorliegenden Arbeit beruhte auf einer weitreichenden Literaturrecherche im Hinblick auf mein Forschungsinteresse. Dies hatte zur Folge, dass ich neben der Auswahl an wissenschaftlicher und themenbezogener Literatur, Medienrecherche betrieben, aber auch Informationsmaterialien meiner Interviewpartner herangezogen habe.

3. HAUPTTEIL

3.1. Theorie

Der Hauptteil meiner Arbeit gliedert sich in die Abschnitte Theorie und Empirie. Der theoretische Part setzt sich dabei aus der anthropologischen Theorie und der Geschichte des Kaffees beziehungsweise des Kaffeehaus zusammen. Während im anthropologischen Teil der Kultur- und Identitätsbegriff sowie jener des sozialen Raumes untersucht wird, soll in der Geschichte, der Weg von der Kaffeebohne nach Wien bis hin zur Institution „Wiener Kaffeehaus“ aufgezeigt werden. Der direkte Zusammenhang zum Wiener Kaffeehaus soll stets als roter Faden in meiner Arbeit erkennbar sein. Mit diesem Basiswissen wird dann der empirische Teil diskutiert.

3.1.1. Kulturbegriff

Der Kulturbegriff ist heutzutage im alltäglichen Sprachgebrauch stark verankert und greift unterschiedliche Bedeutungsebenen in seiner Verwendung auf.

Die Bildung der Disziplin Kultur- und Sozialanthropologie entsprang dabei aufgrund des Terminus der Kultur, und sie machte es sich zur Aufgabe, dem Begriff Grenzen zu setzen, ihn zu nuancieren und in weiterer Folge die Komplexität des Begriffes im Ganzen einzufangen. Hierzu wurden zahlreiche Konzepte von Kultur entwickelt, die mehr oder weniger dem breiten Begriff gerecht werden konnten. Alfred L. Kroeber und Clyde Kluckhohn sammelten in ihrem Werk „Culture - A Critical Review of Concepts and Definitions“ sämtliche Kulturbegriffe, deren Auflistung an die 160 Definitionen aufweist. Jedoch selbst in diesem in der Ethnologie nach wie vor geschätzten Sammelband, wird betont, dass die verschiedenen Konzepte keiner Vergleichbarkeit ausgesetzt werden können. Jeder Versuch der Definition unterliegt dem spezifischen Kontext und ist daher als einzelstehend zu betrachten. (vgl. Kroeber/Kluckhohn 1963:77)

Die Definition Edward Tylors (1913) wird grundsätzlich als allgemeingültig betrachtet. Er führt Kultur im weiteren Sinn als „*that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society*“ (Tylor 1913: 1) aus.

Darauf aufbauend, sei alles vom Menschen in der Gesellschaft Entwickelte, materiell oder

immateriell, unter Kultur zu verstehen.

Hall (1994) äußert sich in Bezug auf die Kulturdebatte darüber, dass die „eigene“ Kultur ein Konstrukt der Ideologie darstellt, die sich durch die Abgrenzung gegenüber dem „Fremden“ äußert. Somit lässt sich nur über das Fremde hinweg das Eigene definieren. (vgl. Hall 1994:32ff.)

Die Kontextualisierung von Homogenität und Statik mit dem Kulturbegriff wird von Fredrik Barth abgelehnt, da seine Vorstellung von Kultur in Form eines wandelbaren Weltbildes ausgedrückt wird. Dabei vollzieht sich dieser Wandel nicht nur innerhalb der eigenen Gruppe, sondern auch durch Einflüsse von außen. Ihm zufolge werden die kulturellen Elemente einer ethnischen Gruppe in unterschiedlichem Maße und auf verschiedene Art und Weise geteilt. (vgl. Barth 1994: 9ff.)

Laut Barth seien demnach die dynamischen, prozesshaften Elemente jene, die sich nicht einheitlich in einer ethnischen Gruppe äußern. Dies hat zur Folge, dass Kultur als wandelnder Prozess beschrieben werden kann und in keinem Belangen als starr oder abgeschlossen gekennzeichnet werden soll.

Einen interessanten Beitrag liefert Clifford Geertz (1983) in seiner Arbeit zur „Dichten Beschreibung“. Seine Anlehnung ist semiotischer Natur - er versteht Kultur als in Beziehung zur Zeichendeutung. (vgl. Geertz 1983: 9)

In Relation zu Max Weber wird Kultur solcherart verstanden, als dass:

„[...] der Mensch ein Wesen ist, das in selbstgesponnenen Bedeutungsgewebe verstrickt ist, wobei ich Kultur als dieses Gewebe ansehe. Ihre Untersuchung ist daher keine experimentelle Wissenschaft, die nach Gesetzen sucht, sondern eine interpretierende, die nach Bedeutungen sucht.“ (Geertz 1983: 9)

Ihm zufolge setzt sich Kultur somit aus Symbolen und Zeichen zusammen, die in einem übergeordneten Symbol- und Zeichensystem eingebettet sind. Der Inhalt dieser Symbole und Zeichen ist dabei einer ständigen Veränderung ausgesetzt, der sich nach den Interessen und Bedürfnissen des jeweiligen Individuums richtet. Daraus resultiert aus Geertz Konzept von Kultur, dass es zum einen ein Produkt und zum anderen ein festgelegtes Element sozialer Interaktion ist. (vgl. Geertz 1983: 10f.)

Veranschaulicht wird die „dichte Beschreibung“ nach Geertz durch ein Beispiel aus Gilbert Ryles „Collected Papers“ „Thinking and Reflecting“ und „Thinking of Thoughts“. In seinem Artikel beschreibt Ryles die Mimik zweier junger Männer, deren rechtes Augenlid sich rapide bewegt. Während die Bewegung des ersten Mannes unbewusst aus biologischer Notwendigkeit heraus getätigt wird, um sein Auge zu befeuchten, verweist die Augenlidbewegung des zweiten Mannes vielmehr auf ein bewusstes Zwinkern. Unter diesem Zwinkern wird in diesem Sinn ein symbolhaftes Zeichen verstanden.

Dabei wird die Bewegung absichtlich ausgeführt, richtet sich an eine ausgewählte Person, der eine bestimmte Information zukommen soll. Die Botschaft unterliegt einem in der Gesellschaft determinierten Code und exkludiert außenstehende Personen. Darüber hinaus soll erkannt werden, dass es beim Zwinkern nicht um zwei Handlungen, nämlich einer Lidbewegung und einer Codevermittlung, und beim Zucken nicht nur um eine alleinige Lidbewegung, geht. Ryle bezeichnet das Zwinkern als „öffentlichen Code“, dessen Augenlidbewegung eine geheime Botschaft innewohnt, die eben als Zwinkern definiert wird. (vgl. Geertz 1983: 10f.) Geertz beschreibt Bedeutungen als öffentlich und in weiterer Folge auch Kultur als öffentlich, da ohne der Existenz von Wissen im Bezug auf das Zwinkern, keine derartige Handlung möglich sei. (vgl. Geertz 1983: 18)

Im weiteren Verlauf des Beispiels lässt er einen dritten Jungen hinzukommen, der den ersten Buben mit einer Lidbewegung imitiert und dies dabei ins Lächerliche zieht. Dies kann jedoch weder in die Kategorie des „Zwinkerns“ noch in die des „Zuckens“ eingeordnet werden. Er zwinkert zwar ebenfalls bewusst, jedoch beinhaltet diese Ausführung einen anderen gesellschaftlich determinierten Code, dem die Verhöhnung und nicht die geheime Botschaft grundhaft wird.

Ryle will mit dem Exempel sagen, dass von Ethnologen die einzelnen Fälle - wie hier das Zucken, Zwinkern, Verhöhnung durch Zwinkern - durch die Aufbringung von Verständnis in erster Linie und den Versuch der Deutung in zweiter Linie untersucht werden müssen. Durch faktische dünne Beschreibung wäre hingegen all diese Information verborgen geblieben. (vgl. Geertz 1997: 12f.) „*Analyse ist also das Herausarbeiten von Bedeutungsstrukturen*“ (Geertz 1997: 15).

Er hält insofern fest, dass Kultur unter besonderer Berücksichtigung behandelt werden sollte. Somit gäbe es Vermutungen die anhand von Bedeutungen ins Leben gerufen wurden, welche in weiterer Folge einer Bewertung unterliegen. Griffigere Vermutungen enthalten

Schlussfolgerungen die Erklärungen bieten sollen, jedoch nicht um „*darin, den Kontinent Bedeutung zu entdecken und seine unkörperliche Landschaft zu kartographieren*“ (Geertz 1997: 30). (vgl. Geertz 1997: 29f.)

Zentral ist hier, dass der Fokus der Deutung im Einzelfall hervorgeht und nicht in der Induktion, das heißt in der Generalisierung von Aussagen aus etlichen Fällen. Daher kann man aus Geertz Beschreibungen von Kultur drei Aspekte heranziehen. Diese reichen von der ethnographischen Aufzeichnung als Deutung und Interpretation im Prozedere des sozialen Diskurses bis hin zur Abstrahierung des „Ausgesprochenen“ aus dem vergänglichen Moment. (vgl. Geertz 1997: 30)

Gottowik (1997) hebt zweierlei Aspekte in Geertz Konzept der Kultur hervor. Zum einen die Berücksichtigung innerhalb der Strukturen in Bezug auf die Interaktion, welche dem ständigen Wechselkurs des Einflusses unterliegt und zum anderen die ausgeübten Deutungen des Einzelnen. (vgl. Gottowik 1997: 234)

Weiters äußert sich Gottowik kritisch hinsichtlich der Beurteilung von besseren oder passenderen Interpretationen. Aufgrund der Nichtbezugnahme an eine Epoche oder Kultur, erscheint ihm die Bewertung von besseren Interpretationen nicht ganz stimmig. (vgl. Gottowik 1997: 18)

3.1.2. Identität

Ähnlich wie der Kulturbegriff stellt auch der Identitätsbegriff eine große Herausforderung für die Kultur- und Sozialanthropologie dar. Demzufolge unterliegt der Terminus der Identität gleichermaßen dem Alltagssprachgebrauch und wird in unterschiedlichen Ausformungen eingesetzt. Hierzu kommt der Begriff in der westlichen Welt im Sinne der Identitätsproblematik bei ethnischen Minderheiten, sowohl in privaten Belangen als auch bei Versuchen einer Renaissance von Identität in bestimmten Regionen zum Einsatz. (vgl. Heinz 1993: 1)

Keupp (1999) geht darauf ein, dass dem Begriff ein „*hohes zeitdiagnostisches Potential*“ (Keupp 1999: 8) inne wohne, welches aus „*Umbruch-, Befreiungs- und Verlusterfahrungen*“ (Keupp 1999: 8) resultiert. (vgl. Keupp 1999: 8) Aufgrund der Erkenntnis, dass dem Terminus Identität zu geringe Aufmerksamkeit zukommt, stellt der

Identitätsbegriff in unterschiedlichen Disziplinen – insbesondere der Kultur- und Sozialanthropologie – ein wichtiges Untersuchungsgebiet dar. (vgl. Keupp 1999: 8)

Barnard und Spencer (1996) sprechen im Kontext der Identität grundsätzlich von zwei bestimmten Ausdrucksformen. Auf der einen Seite wird unter diesem Terminus die Einzigartigkeit und Individualität des Individuums betont - in diesem Zusammenhang ist von der „Selbstidentität“ die Sprache. Hier wird Identität in der direkten Auseinandersetzung mit anderen produziert, indem das Individuum sich von „den anderen“ unterscheidet und dadurch auf sich selbst schließt. Auf der anderen Seite stehen die Aspekte der Gemeinsamkeiten im Vordergrund. Dies bedeutet folglich, dass der Einzelne sich anderen verbunden fühlt beziehungsweise von anderen bestimmten Gruppen oder Einheiten aufgrund von gemeinsamen Abstraktionen zugeschrieben wird. Dies umfasst der Begriff der ethnischen Identität. In diesem Sinn wird von Identitäten bei Gruppen, Kategorien, Einheiten, Institutionen alle Art, sowie bei einzelnen Individuen, Familien, Gemeinschaften, Klassen und Nationen gesprochen. (vgl. Barnard/Spencer 1996: 292)

Keupp (1999) geht in seinem Werk „Identitätskonstruktionen - Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne“ von Identität als „[...] subjektiver Konstruktionsprozeß [...] zu dem Patchwork einer paßförmigen [sic!] Identitätskonstruktion verknüpfen, das sie sinnhaft in ihrer Welt verortet und zugleich handlungsfähig macht“ (Keupp 1999: 7) aus. (vgl. Keupp 1999: 7)

Identitätsmodell nach Erik H. Erikson

Der Psychoanalytiker Erik H. Erikson (1973) warf den Begriff der „Identität“ auf und brachte diesen somit in der Wissenschaft in Umlauf. In Relation zu Freud und dessen Psychoanalyse formuliert Erikson den Identitätsbegriff folglich als „schlummernden Bestandteil“ eines Jeden, welcher jedem Individuum inne wohnt. (vgl. Erikson 1973: 124)

„Der Begriff >>Identität<< drückt also insofern eine wechselseitige Beziehung aus, als er sowohl ein dauerndes inneres Sich-Selbst-Gleichsein wie ein dauerndes Teilhaben an bestimmten gruppenspezifischen Charakterzügen umfaßt [sic!]“ (Erikson 1973: 124).

Damit will Erikson darauf hinweisen, dass der Mensch in einem Lernprozess steht - und zwar, in einer Gruppe sein Selbst am meisten auszuleben, wo es aus der Perspektive anderer am bedeutsamsten verortet wird. (vgl. Erikson 1973: 124)

Aus Eriksons Identitätskonzept geht hervor, dass er eine Unterscheidung zwischen der sogenannten Ich-Identität und der Gruppenidentität zieht. Angemerkt sei hier die intensivere Auseinandersetzung Eriksons mit dem Gefühl der Ich-Identität. Aus seinen Beiträgen geht hervor, dass die Ich-Identität als das geformte Selbst innerhalb einer sozialen Realität definiert wird. Der Blick ist dabei stets in Richtung kollektive Zukunft gerichtet. Dagegen definiert er die Gruppenidentität, welche aus der Wahrnehmung einer individuellen Verarbeitungsform von Erfahrungen im Kollektiv resultiert. (vgl. Erikson 1973: 17f.)

Erikson differenziert in weiterer Folge den Begriff der Ich-Identität von der persönlichen Identität. Hier gibt es zwei Aspekte. Das Selbst eines Individuums wird in seiner zeitlichen Gleichheit und Kontinuität wahrgenommen, während von außen selbiges am Individuum erkannt wird. Laut Erikson wird unter der Ich-Identität nicht nur das körperliche Existieren eines Menschen verstanden. Ausschlaggebend ist die Existenz einer persönlichen Identität, die der menschlichen Hülle eine Ich-Qualität zum Beispiel in Form von biographischen Daten zuschreibt. (vgl. Erikson 1973: 18)

Identitätsbegriff bei Assmann

Der Ägyptologe Jan Assmann entwickelte ein Identitätssystem, welches mit dem „[...] *Reflexivwerden eines unbewußten [sic!] Selbstbildes [...]*“ (Assmann 1992: 130) operiert. Dies bezieht sich einerseits auf die einzelne Person, als auch auf die Gruppe. (vgl. Assmann 1992: 130)

Ihm zufolge sei Identität ein soziales Phänomen, welches sich durch die „*Dialektik von Deszendenz und Aszendenz*“ (Assmann 1992: 131) ausdrückt. (vgl. Assmann 1992: 130f.)

Zur besseren Veranschaulichung stelle man sich ein Puzzle vor. Ein einzelnes Puzzleteil steht in Abhängigkeit vom Gesamtbild aller Puzzleteile und erlangt die Identität erst unter der Funktion, welches es im Gesamtbild zugeschrieben bekam. Das Gesamtbild kann allerdings erst dann zu jenem werden, wenn alle Puzzleteile Hand in Hand einher gehen. Genauso verhält es sich mit dem Individuum.

Hierzu anknüpfend spricht Assmann von zweierlei Dimensionen, welche sich rund um die Ich-Identität („Individuation“) und die Wir-Identität („Sozialisation“) drehen. Dabei zieht er eine weitere Unterscheidung in Bezug auf die Ich-Identität, indem er die individuelle und die personale Identität weiter unterscheidet. Ersteres wird von Assmann als der von den anderen unterscheidbaren Unikaten biographischen Rahmen eines Individuums, der die

charakteristischen Merkmale und einzigartigen Wesenszüge umfasst, verstanden. Die personale Identität hingegen bezieht sich auf die durch Sozialisation geprägten Aneignungen von Rollen, Eigenschaften und Kompetenzen des Individuums. Demnach behandelt die personale Identität den Bereich der sozialen Anerkennung. Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass Identität ein „[...] *gesellschaftliches Konstrukt [ist] und als solches immer kulturelle Identität*“ (Assmann 1992: 132). (vgl. Assmann 1992: 131f.)

In Bezug auf die kollektive Identität, so bedeutet dies die konstituierte Reproduktion einer Gruppe, die für die Identifikation innerhalb dieser Gruppe sorgt. Demzufolge steht die Identifikation im Abhängigkeitsverhältnis zur Gruppe, welcher die Lenkung der Reproduktion obliegt.

In diesem Kontext äußert sich Assmann weiter über die Signifikanz des sozialen Selbstbild und der damit verbundenen sozialen Erinnerung. Demzufolge lässt sich ableiten, dass eine Gruppe ihren Zusammenhalt über Geschehnisse aus der Vergangenheit definiert, wodurch der Aspekt der Geschichte eine erhebliche Gewichtsaufwertung erlebt. Somit entwickelt sich die Selbstdefinition aus der Vergangenheitsbewältigung. (vgl. Assmann 1992: 132)

3.1.2.1. Das Wiener Kaffeehaus als identitätsstiftender Raum

Wird das Wiener Kaffeehaus der Identität gegenübergestellt, so besteht durchaus eine starke Relation beider Komponenten. Demzufolge identifiziert sich ein Wiener Kaffeehaus in erster Instanz über die Gäste und in zweiter Instanz über die Abgrenzung zu anderen kaffeeähnlichen Ausschänken.

Die naheliegendste Verbindung lässt sich über die Stammgäste erkennen. Laut eines interviewten Gastes definiert sich die Persönlichkeit eines Kaffeehauses auch über die Stammgäste. Bereits das Eintreffen des Stammgastes weist erste identitätsstiftende Elemente auf. Dabei erkennt der Ober den eintretenden Gast sofort und begrüßt ihn daraufhin. Beim Stammgast fällt eine persönlichere Begrüßung aus, entweder mit dem Namen oder wie üblich mit Titel und/oder Berufsbezeichnung. Der Stammgast empfindet dabei nicht nur ein Zugehörigkeitsgefühl dem angeeigneten Kaffeehaus gegenüber, sondern auch ebenso den Räumlichkeiten. Dabei eignet er sich im Lauf der Zeit ein bestimmtes Areal wie die Theke oder einen ganz bestimmten Platz in der Lokalität an. Der Ober, welcher zumindest über den groben geschichtlichen Hintergrund des Stammgastes Bescheid weiß, versorgt ihn mit seinem üblichen Kaffee, welcher ohne Bestellvorgang zu Platz getragen wird. Die alleinige Tatsache,

dass der Ober über die Vorlieben und wenn sie noch so kleinlich oder abwegig sind, informiert ist, lässt das Zugehörigkeitsgefühl wachsen. Dabei haben die Stammgäste stets ihre individuellen Abläufe, welche natürlich dem Ober oder anderen Stammgästen bekannt sind.

Obwohl das Kaffeehaus über viele Einzelgänger verfügt, spielt das Gruppengefüge eine tragende Rolle. So werden sich bei längerer unvorhergesehener Abwesenheit eines Stammgastes der Ober, aber auch die anderen Stammgäste, wundern.

Dass die Gruppenzugehörigkeit auch verschiedenen Disziplinen, Berufsgruppen oder Vorlieben entspringen kann, versteht sich von selbst. So ist in Wien stets bekannt, wo die Architekten, die Taxifahrer, die Uniprofessoren oder die Wirtschaftler verkehren. Freilich ist dies keine absolute Tatsache, allerdings resultierte dies zum einen aus meiner empirischen Forschung und zum anderen aus Informationen der Tourismusbranche.

Neben der sozialen Identität spielt ebenso die kulturelle Identität im Kaffeehaus eine Rolle. Festmachen lässt sich dies bereits an der Sprache und an den vorgegebenen Traditionen. Abgesehen vom Wiener Dialekt identifiziert sich ein Wiener Kaffeehaus über seine eigene Kaffeehaussprache. Wie sich noch zeigen wird, betrifft dies die Namensgebung der Kaffeespezialitäten, genauso wie das verwendete Geschirr oder den Bestellvorgang beim Ober. Auch auf das Beharren auf die Bezeichnung des „Herrn Ober“ wird Wert gelegt und nicht hinterfragt. Das sind ungeschriebene Regeln der Kaffeehaussprache.

Wiener Kaffeehäuser grenzen sich klar von internationalen Kaffeehäusern ab. Günther Hawelka erwähnt dabei die strikte Trennung der Melange vom Cappuccino oder das Stehcafé in Italien von dem persönlichen Service in Wien. Dies lässt sich schon allein an der Aussprache des Getränks Kaffee erkennen. Dabei spielt die Betonung auf die Endsilbe „ee“ in Bezug auf das Wort Kaffee eine tragende Rolle, um sich hierbei von der deutschen Betonung auf das „a“ im Wort Kaffee klar zu distanzieren. (vgl. Weigel 1978: 6)

Die kollektive Identität kommt in erster Linie schon in architektonischer Hinsicht zum Tragen. Gemeint ist hierbei, dass Wiener Kaffeehäuser in großer Anzahl in alten Gebäuden zu finden sind, dessen Raumgröße und Grundriss sich schon einmal von anderen Großketten oder Konzeptcafés unterscheiden. Dem folgt die spezielle Einrichtung, wobei historische Entstehungsprozesse ihre Spuren hinterließen und größtenteils zu einem ähnlichen

Einrichtungsstil von Wiener Kaffeehäusern geführt haben. Gerade die materielle Kultur wurde oftmals in den Interviews erwähnt und stellt somit einen wesentlichen identitätsstiftenden Faktor dar.

Weiters spielt das Personal, genau genommen der Ober, eine ebenso wichtige Rolle. Die Beziehung zum Ober und in weiterer Hinsicht zu anderen Gästen stärkt das Wir-Gefühl. Darüber hinaus wird jedoch auch, wie nach Berndt Querfeld, die Beständigkeit eines Wiener Kaffeehauses hervorgehoben, ganz nach dem Motto: Das, was wir geschafft haben, muss ein anderer erst einmal nachmachen.

Der Bezug auf die jahrelange Tradition, die Kaffeehausliteraten, die zum Kaffeehaus gehörige Massensliteratur, die Theaterstücke und Volkslieder über das Wiener Kaffeehaus schafft ein starkes Identitätsgefühl. Michael Hawelka sprach in diesem Kontext auch darüber, nicht jeden aufkommenden Trend mit zu machen. Dieses Beispiel verdeutlicht, wie auf die „erhaltenen Traditionen“ immer wieder zurückgegriffen wird. Dazu gehört des Weiteren das Zeitunglesen, aber auch das Billard-, Brett- und Kartenspiel oder auch die klassische Musik. Demzufolge lässt sich die Tragweite der kulturellen Identität ableiten.

Schließlich lässt sich das Wiener Kaffeehaus als identitätsstiftender Ort definieren. Dies machte sich schon an den Äußerungen der befragten Gäste oder Kaffeehausbesitzer bemerkbar. Immer wieder wurde von „meinem“ oder „unserem“ Kaffeehaus gesprochen, dessen Aneignung sich durch Wendungen wie „bei uns ist das nicht so“ oder „wir machen das so und so“ wiederholt ausdrückte.

3.1.3. Soziale Räume

Im Zuge meiner Forschungsarbeiten stieß ich auf die Theorie des „Sozialen Raums“ nach dem Soziologen Pierre Bourdieu (1985). Er gehört zu den wichtigsten Vertretern in der Kultur- und Sozialanthropologie, und entwickelte zudem auch bedeutende Beiträge für andere Disziplinen.

In Anlehnung an die Soziologie spricht er in diesem Zusammenhang von einer vorherrschenden Sozialtopologie, worin sich die soziale Welt laut seinen Aufzeichnungen als mehrdimensionaler Raum zeigt „[...] dem bestimmte Unterscheidungs- bzw. Verteilungsprinzipien zugrundeliegen; und zwar die Gesamtheit der Eigenschaften (bzw. Merkmale), die innerhalb eines fraglichen sozialen Universums wirksam sind, das heißt darin ihrem Träger Stärke bzw. Macht verleihen“ (Bourdieu 1985: 9). (vgl. Bourdieu 1985: 9)

Weiters schließt er daraus, dass innerhalb dieses Raumes einzelnen Akteure beziehungsweise Gruppen, die sich um diesen bilden, eine relative Position zugeschrieben wird. (vgl. Bourdieu 1985: 10)

Bourdieu macht innerhalb des Aspektes der Akteure Gebrauch von der Verteilung diverser Kapitalsorten um die Struktur und Machtvorkommnisse eines Raums aufzuzeigen. Hierzu zieht Bourdieu vier Kapitalformen heran, die ich in gekürzter Form ausführen werde.

Das soziale Kapital umfasst die Gesamtheit aller Beziehungen des Kennens und Anerkennens und schließt die Familie als wesentlichen Faktor mit ein, während beim ökonomischen Kapital die materiellen Aspekte wie Grund und Geld im Vordergrund stehen.

Die dritte Form nennt sich das kulturelle Kapital und beinhaltet jeglichen Erwerb von Wissen durch Bildung und schließt Erziehungsformen mit ein. (vgl. Jurt 2008: 72f.)

Weiters wird beim kulturellen Kapital zwischen inkorporiertem, objektiviertem und institutionalisiertem unterschieden. Ersteres bezeichnet körpergebundenes Kapital, welches einen zeitlichen Aufwand zur Wissensaneignung benötigt. Dies kann jedoch in keinerlei Hinsicht geschenkt, getauscht, vererbt oder gekauft werden. Daraus lässt sich ermitteln, dass diese Kapitalsorte mit Arbeit verbunden ist und im direkten Abhängigkeitsverhältnis zur sozialen Umgebung des Akteurs steht. Hiermit sind die Familie, die Bekanntschaften, aber auch der Bildungsgrad des jeweiligen Aufenthaltsortes zu verstehen. Objektiviertes Kulturkapital steht im Zusammenhang mit dem inkorporierten Kapital, jedoch wird in diesem Fall kulturelles Kapital auf materieller Ebene übertragen. Beispielhaft wären hierfür Gemälde

oder Schriften, dessen Wert nur dann bestehen bleibt, solange eine Aneignung und ein Gebrauch vorliegen. (vgl. Bourdieu 2001: 95-101) Mit der Begrifflichkeit der Institutionalisierung wird auf das inkorporierte Kulturkapital angespielt, durch welches mittels Titeln einem Individuum institutionelle Anerkennung zugeschrieben wird. Dieser Zuspruch leitet sich aus dem anerkannten Wissen ab, anhand dessen die berufliche Laufbahn bewertet wird. (vgl. Bourdieu 2004: 38)

Die letzte Kapitalform, das symbolische Kapital, meint das Prestige und die Ehre, die parallel zu anderen Kapitalsorten innerhalb des Feldes verlaufen. (vgl. Jurt 2008: 72) Die separate Bearbeitungsweise des symbolischen Kapitals bei Bourdieu hat einen wesentlichen Grund, nämlich das Bestehen von Wahrnehmungskategorien, in denen Attribute von außen, also von anderen, erkannt werden und infolgedessen Wertinhalt zugesprochen bekommen. (vgl. Bourdieu in Schärfer 2009: 24)

Durch die Annahme, dass jedem Akteur in unterschiedlichem Ausmaß Kapitalformen inne wohnen, kann abgeleitet werden, dass sich in weiterem Sinne die Konstruktion des sozialen Raums an der Verteilung der Kapitalsorten innerhalb der Akteure ablesen lässt. Demnach besteht zwischen ihnen eine konstante Auseinandersetzung der Kapitalprinzipien. Die Struktur unterliegt dabei dem Abhängigkeitsverhältnis des determinierten Habitus und der vorherrschenden Ordnung.

Grundsätzlich stellt Bourdieu das Modell des sozialen Raums durch die Rekonstruktion sogenannter Kraftfelder dar, in denen positionierte Akteure anhand ihrer Kapitalsorten um Stellungen ringen. Demzufolge beginnt diese Machtausübung, sobald eine der Kapitalformen ins Ungleichgewicht gerät. Die Umwandlung in ökonomisches Kapital kann beispielsweise jede jeweilige Kapitalsorte transformieren. (vgl. Bourdieu in Schärfer 2009: 20)

Im Kapitel 3.1.3.1. soll eine Verbindung zum Wiener Kaffeehaus hergestellt werden, um Bourdieus Theorie des sozialen Raums auf mein Forschungsthema anzuwenden.

3.1.3.1. Das Wiener Kaffeehaus als sozialer Raum

In Anbetracht der vorangegangenen Ausführung möchte ich folglich das Wiener Kaffeehaus als sozialen Raum näher untersuchen.

Durch Bourdieus Abhandlung des sozialen Raums konnte festgestellt werden, dass die Akteure des Kaffeehauses ihre Position durch eine Disposition der Kapitalsorten in einem stets dynamischen Prozess beziehen. Deutlicher lässt sich dies an einem Gast festschreiben, welcher zum ersten Mal ein Wiener Kaffeehaus betritt. Aufgrund der mangelnden oder nicht verfügbaren Vorkenntnisse wird dieser Probleme haben, einen Habitus über das alltägliche Kaffeehaustreiben abrufen zu können. Durch die Ansammlung unterschiedlich ausgeprägter Kapitalsorten zeigt sich sodann die Positionierung im Feld.

Werden die Kapitalformen näher untersucht, so weist das Wiener Kaffeehaus meines Erachtens vor allem soziales und kulturelles Kapital auf.

Die Gruppenzugehörigkeit im Sinne des sozialen Kapitals definiert sich im Wiener Kaffeehaus auf unterschiedlichen Ebenen über Beziehungsgeflechte des Kennens und Anerkennens. Auf einer Makroebene können grundlegende Besucher von Wiener Kaffeehäusern oder auch Kaffeetrinkern in Wiener Cafés zusammengefasst werden. Die Mesoebene manifestiert sich innerhalb von Stammgastgruppen, die stets im selben Kaffeehaus verkehren. Die Mikroebene bezieht sich zuletzt auf das Individuum, welches sich der Gruppe der unbekannten Gäste und in weiterer Folge der Räumlichkeit zugehörig fühlt.

Dabei kann die Zugehörigkeit zu einem Café ebenfalls durch ein Familienmitglied oder auch durch das Angehören an einer Universität vermittelt werden. Vereinfacht kann ein Stammgast, der seinen Enkel mit ins Kaffeehaus nimmt das kulturelle Kapital auf den Enkel übertragen.

In anderer Hinsicht kann die Gruppenzugehörigkeit durch die Anwendung der gleichen Sprache oder Manieren zum Ausdruck gebracht werden. Dies setzt zum Beispiel das Wissen um Kaffeespezialitäten oder die Bezeichnung des „Herrn Ober“ voraus. Ungeschriebene Kaffeehausgesetze und Manieren, wie die Abnahme des Hutes, wenn der Raum betreten wird, spielen hier eine wesentliche Rolle.

Wichtig ist an dieser Stelle festzuhalten, dass die Gruppenzugehörigkeit gepflegt werden muss, um materielle und symbolische Vorteile konstant zu erzielen. Das stetige Auffrischen des Kennens und Anerkennens ist dabei zentral und führt folglich zum Erwerb von Macht.

Kulturelles Kapital ist im Zuge der Beschäftigung mit Wiener Kaffeehäusern durch die Unterformen von inkorporierten, objektivierten und institutionalisierten Kulturkapital zu behandeln.

Indes unterliegt der Gast dem Einfluss der familiären Erziehung, die sich in individueller Hinsicht unterscheidet. Abhängig davon, wie viel Wissen ein Gast in Form von Büchern, Filmen oder anderen Quellen in seiner Erziehung aufnehmen konnte, ergibt sich das kulturelle Kapital.

Die Relevanz des objektivierten Kapitals bezieht sich mit Sicherheit auf die alten traditionellen Möbel im Café. Hierbei wird abgesehen vom materiellen Belang auch der symbolische Wert hinzugezogen. Gewiss trägt das ökonomische Kapital in diesem Kontext eine wesentliche Rolle.

Jedoch hat die Titelvergabe in den Wiener Kaffeehäusern einen noch größeren Stellenwert - Besitzern von kulturellem Kapital wird die Anerkennung in Form eines Titels zugesprochen. Wie später noch ausgeführt wird, ist die Betitelung der Stammgäste wie „Herr Doktor“ oder „Herr Kommerzialrat“ in den Wiener Cafés keine Seltenheit. Auch in diesem Fall dringt die Notwendigkeit des ökonomischen Kapitals durch.

Während ich ökonomisches Kapital in geringem Ausmaß feststellen konnte, könnte unter Umständen das Konsumverhalten näher untersucht werden, jedoch auch dieser Anhaltspunkt kann nicht geltend gemacht werden. Einziges Merkmal könnte in der Wahl des Kaffeehauses fest gemacht werden. In diesem Kontext bezieht sich das Café Landtmann oder das Café Sacher auf die teurere Kategorie von Wiener Kaffeehäusern, in deren Kreisen womöglich ökonomisches Kapital im Hinblick auf Immobilien oder Autos einer anderen Bewertung entgegen stehen.

Das symbolische Kapital führt bei Anerkennung der außenstehenden Personen zu verstärktem Ansehen des Akteurs. Dies wirkt nicht nur als identitätsstiftender Faktor, sondern trägt auch zur Aufrechterhaltung der Aufmerksamkeit bei. So lässt sich das symbolische Kapital des Obers erkennen, welcher seinem Ruf und seinen Tätigkeiten Beachtung geschenkt haben möchte. Dies gilt ebenfalls für die Position einzelner Stammgäste oder auch Literaten oder Künstler.

Zusammenfassend kann das Wiener Kaffeehaus als sozialer Raum im Sinne von Bourdieu

Theorie bezeichnet werden. Die Ausführung der Kapitalsorten hat zum einen eine Gewichtung auf die kulturellen und sozialen Kapitalformen im Café aufgezeigt und zum anderen anhand konkreter Bezugnahmen mögliche Positionsverhältnisse exemplarisch dargestellt.

3.1.4. Was ist das „Wiener Kaffeehaus“?

Während meiner Recherche- und Forschungsarbeiten zu meinem Diplomarbeitsthema hinterfragte ich regelmäßig die Begrifflichkeiten rund um die Wiener Kaffeehäuser. Dabei schien die Konfrontation mit der Tourismusbranche unumgänglich. Die Repräsentation der Wiener Kaffeehäuser durch die Tourismussparte aber auch in den Medien erweist sich als besonders einschlägig. Die Beschreibungen sind dabei von Stereotypen durchzogen und werben mit einer bestimmten Vorstellung eines Wiener Kaffeehauses.

„Wien Tourismus“ beschreibt hierbei die Institution wie folgt:

„Das Wiener Kaffeehaus ist als Oase der Gemütlichkeit rund um den Globus bekannt. Traditionscafés locken mit vielfältigen Kaffee-Variationen, internationalen Zeitungen und Mehlspeis-Kreationen. Seit 2011 zählt die traditionelle Wiener Kaffeehauskultur sogar zum immateriellen Kulturerbe der UNESCO. Moderne Vertreter des Kaffeehauses bereichern die Tradition durch stylisches Flair. Mit dem Café verwandt ist die Konditorei. Gugelhupf, Sachertorte und viele anderen Torten und Kuchen verführen zum süßen Genuss.“ (URL2)

Abgesehen von den immer wieder auftauchenden Abgrenzungsmerkmalen zu anderen Kaffeeausschenken, welche sich auf die einzigartigen Kaffeespezialitäten, das nationale sowie internationale Zeitungsangebot und die Mehlspeisen stützen, wird noch ein weiterer Aspekt angesprochen: die Gemütlichkeit. Wiederholt wird auf die spezielle Atmosphäre in diesen Räumlichkeiten aufmerksam gemacht, die scheinbarer Bestandteil aller traditionellen Kaffeehäuser sein soll. Mit der Bezugnahme auf das immaterielle Kulturerbe kann ergänzend frei mit dem Begriff der Wiener Kaffeehauskultur hantiert werden. (vgl. URL2)

Etwas präziser ist dabei die Beschreibung der Touristenplattform „Verein zur Förderung internationaler Studenten in Wien“, die ebenfalls die Atmosphäre des Wiener Kaffeehauses als zweites Wohnzimmer bezeichnet. Dies wird vor allem durch die Zeitung und die multiplen gesellschaftlichen Funktionen der Nutzung ausgeführt. Hier wird aber auch besondere Gewichtung auf das Glas Wasser und seiner traditionellen Nachfüllung gelegt, welches in einem Wiener Kaffeehaus nicht fehlen darf. (vgl. URL3)

Während die Internetseite der „Stadt Wien“ den gesamten Fokus auf die Wiener Kaffeehauskultur als immaterielles Kulturerbe legt, widmet der Reiseführer des „Lonely

Planet“ einen ganzen Textabschnitt dem Thema Wiener Kaffeehäuser. Darin lässt sich eine kurze geschichtliche Einführung finden, sowie eine kurze Schilderung des Kaffeehausgastes und dem besonderen Flair der Wiener Kaffeehäuser selbst. Dieses soll durch die Möglichkeit der langen Aufenthaltsdauer des Einzelnen, durch die Rauchwolken, die Zeitungen und der etwas barschen Kellner erzeugt werden. (vgl. Haywood et al. 2011: 182f.)

„Die Wiener Kellner markieren übrigens ihr Territorium: Sie sind arrogant, von einer Minute auf die andere plötzlich mürrisch (speziell wenn wieder irgendwo das Handy klingelt), und dann wieder überaus zuvorkommend.“ (Haywood et al. 2011: 182)

Die „Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser“ kreierte eigens für das Wiener Kaffeehaus ein Internetportal das umfassende Informationen beinhaltet. Hier erfährt man vom Pikkolo bis hin zu den Kaffeehausliteraten eine ganze Bandbreite über das Wiener Kaffeehaus. In diesem Fall präsentiert das Internetportal die Wiener Kaffeehäuser etwas moderner als auf anderen Internetseiten beziehungsweise in Reiseführern. Demzufolge richtet sich die Beschreibung der angeführten Kaffeehauszene scheinbar gezielt auf das jüngere Publikum. So wird nicht nur von der Einrichtung eines Wireless LAN gesprochen, sondern ebenso Bezug auf die Kaffeehausketten genommen. Zuletzt wird die klassische Musik durch das Angebot „zeitgemäßer“ elektronischer Musik in diversen Cafés erweitert. (vgl. URL5)

Eingehend beschäftigt sich auch der „Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer“ mit der Umschreibung der Charakteristik des Wiener Kaffeehauses. Neben dem Einrichtungsstil wird ebenso der Kommunikationsfaktor in den Räumlichkeiten dieser Institution geschildert. Mit dem Titel *„Im Wiener Kaffeehaus kann man vieles, muss es aber nicht!“* (URL7) wird die zeitliche Komponente hervorgehoben. Dadurch wird auf die Option einer langen Aufenthaltsdauer im Wiener Kaffeehaus hingewiesen, dessen Räumlichkeiten für das Individuum von früh morgens bis spät abends zur Verfügung gestellt werden. (vgl. URL6)

Unzählige Definitionen in Bezug auf das Wiener Kaffeehaus stammen darüber hinaus von den Bohémiens, also den Wiener Kaffeehausliteraten. Der Bekanntheitsgrad der Beiträge ist dabei unermesslich. Vor allem zu Werbezwecken, aber auch in der Literatur werden immer wieder die Schriften der Kaffeehausliteraten aufgegriffen. Diese widmeten sich ebenfalls dem Wiener Kaffeehaus, weswegen zahlreiche Versuche der Beschreibung gefertigt wurden.

„Im Kaffeehaus sitzen die Leute, die allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen“.
(Kretschmer 2006: 3)

„Das Kaffeehaus ist das Laster des Wiener. [...] Es ist ein Rausch ohne Gift. [...] Man kann allein sein, ohne sich allein zu fühlen - das ist dem Wiener die liebste Form der Geselligkeit.“ (Friedländer in Neumann 1997: 30f)

Nach Torberg ist das Kaffeehaus für die Gäste (vgl. Torberg 1975: 183) *„[...]der Nährboden, aus dem sie ihre geheimen Lebenssäfte sogen [...]“* (Torberg 1975: 183)

Nachdem nun ein Einblick in die aktuellen Repräsentationen hinsichtlich des Wiener Kaffeehauses gewährt wurde, soll die vorliegende Arbeit folgend die Anfangsprozesse erfassen. Die Schilderung soll von der Ankunft der Kaffeebohne bis heute einen Bogen spannen, sodass auch einem Unwissenden letzten Endes die Institution Wiener Kaffeehaus näher gebracht werden kann.

3.1.5. Kaffee und Kaffeehaus-Sortiment

Die wirtschaftlich interessantesten Kaffeebohnenvorkommnisse beziehen sich auf zwei verschiedene Sorten: die „Coffea Arabica“, welche zu etwa 70% zur Produktion von Kaffee weltweit verwendet wird und zum anderen die „Coffea Canephora“ (auch bekannt unter dem Namen „Coffea Robusta“), deren Anteil 30% beträgt. (vgl. URL9) Der Unterschied der beiden Bohnen stellt im Endeffekt das Anbauggebiet dar. Während die beliebte Arabica-Kaffeebohne im Hochland angebaut wird, wächst die Robusta-Bohne im Tiefland. Aufgrund der unterschiedlichen Anbaugebiete entsteht eine Vielzahl an Geschmacksvariationen. (vgl. URL10)

Die letztendliche Qualität der Bohne steht im direkten Abhängigkeitsverhältnis zu klimatischen Bedingungen und Bodenbeschaffenheit sowie der Art der Technik bei der Ernte. Weiters obliegt die Kaffeequalität der Art der Aufbereitung, der Lagerung und schließlich der Exportbedingungen auf Schiffen.

Im Zielland angekommen entscheidet das Wechselspiel von bestimmten Komponenten das letztendliche Geschmacksresultat. Diese stellen sich zusammen aus der Qualität der importierten Bohne, den Wasserbedingungen, dem Grad der Mahlung, dem Verhältnis der Mengenzugabe der jeweiligen Substanzen, der Temperatur der Brühe sowie aus der Zeitspanne, in der es zur Vermengung von Kaffeemehl und Wasser kommt. (vgl. Edelbauer 2000: 9)

Trotz der zahlreichen Kaffeehäuser, die weltweit existieren, werden die Wiener Kaffeehauspezialitäten besonders angepriesen. Edmund Mayr äußert sich hierzu wie folgt: *„[...] und wohl einzigartig bis heute..unerreicht weltweit ist die Vielfalt unserer Kaffeerezepte [...]“* (Mayr, I2 am 07.06.2011).

Im nachstehenden Text befindet sich eine Auflistung der Wiener Kaffeehauspezialitäten, welche im Sinne der „Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser“ in „Österreichische Kaffeehausklassiker“, „Originelles&Spezielles“, „Kaffee einmal kalt serviert“ und „Aus der weiten Welt“ gegliedert werden. (vgl. URL11) Diese Auflistung an Kaffeegetränken sollte ungefähr in allen traditionellen Wiener Kaffeehäusern, zumindest beinahe vollständig in der Menükarte vorhanden sein.

„Österreichische Kaffeehausklassiker

Kleiner Schwarzer

Ein Mokka in kleiner Schale, auf Wunsch auch „kurz“ serviert

Kleiner Brauner

Ein Mokka in kleiner Schale mit Kaffeeobers serviert

Großer Brauner

Ein doppelter Mokka in größerer Schale mit Kaffeeobers serviert

Großer Schwarzer

Ein doppelter Mokka in größerer Schale, auf Wunsch auch „kurz“ serviert

Franziskaner

Eine Melange mit Schlagobers – statt Milchschaumhaube

Melange

Ein Mokka, etwas verlängert, mit warmer Milch versetzt und Milchschaumhaube; in großer Schale serviert

Kleine Schale Gold

Ein Mokka mit heißer Milch aufgegossen und Milchschaumhaube, in einer kleinen Schale serviert

Kaffee verkehrt

Ein Mokka mit sehr viel Milch; ein heller Milchkaffee

Verlängerter Schwarzer

Ein Mokka in einer großen Schale mit heißem Wasser aufgegossen

Verlängerter Brauner

Ein Mokka in einer großen Schale mit heißem Wasser aufgegossen und einem Schuß [sic!] Kaffeeobers

Einspänner

Ein Mokka mit aufgesetztem Schlagobers; in einem Einspännerglas, mit Staubzucker extra serviert

Kapuziner

Ein doppelter Mokka mit Schlagobers“ (URL11)

„Originelles & Spezielles

Überstürzter Neumann

In eine leere Kaffeeschale kommt Schlagobers, das dann mit einem doppelten Mokka „überstürzt“ wird

Obermayer

Ein doppelter Mokka, auf den sehr kaltes flüssiges Obers mittels eines umgedrehten Kaffeelöffels aufgesetzt wird

Fiaker

Ein Mokka mit einem kleinen Rum heiß serviert

Maria Theresia

Ein doppelter Mokka mit einem Schuß [sic!] Orangenlikör und Schlagobers, im Glas serviert“ (URL12)

„Kaffee einmal kalt serviert

Wiener Eiskaffee

Köstliches Vanilleeis mit kaltem Mokka aufgegossen und mit Schlagobers serviert

Mazagran

Ein doppelter Mokka mit Eiswürfeln gekühlt und Maraschino versetzt, im Glas serviert

Gerührter Eiskaffee

Köstliches Vanilleeis mit kaltem Mokka und Schlagobers glatt gerührt“ (URL13)

„Aus der weiten Welt

Cappuccino

Ein verlängerter Mokka mit heißer Milch und Milchschaum, mit Kakaopulver bestreut

Caffè Latte

Ein Mokka mit viel Milch und Milchschaum in einem hohen Glas mit langem Löffel serviert

Irish Coffee

Ein doppelter Mokka mit Irish Whiskey, Zucker und Schlagobers; im Glas serviert“ (URL14)

Weitere Getränke: Wasser, Heiße Schokolade, Tee, Wein (vgl. URL15)

Speisen: Wiener Gulasch, Wiener Schnitzel, Tafelspitz, Eierspeis, Wiener Würstel (vgl. URL16)

Mehlspeisen: Gugelhupf, Kipferl, Sachertorte, Milirahmstrudel“ (vgl. URL17)

Unabdingbar sei an dieser Stelle laut Aufzeichnungen das Einmaleins des üblichen Kaffeehausgeschirrs der Wiener Kaffeehäuser. Dies beinhaltete beispielsweise die Größen des Porzellans, in welchem der Kaffee oder Tee, je nachdem, serviert wurde. Die kleinste Form nannte sich „Nußschale“, die heutzutage als Mokkaschale bezeichnet und mit dem alleinigen Wort „klein“ ebenfalls verstanden wird. Gefolgt wird diese vom Doppelmokka, auch „groß“ genannt, er wird von der Teeschale abgelöst. Diese Schale findet Verwendung für die berühmte Melange und hat nichts mit dem Aufgussgetränk Tee zu tun. Allerdings ist die Größenordnung im Kaffeehaus zumeist auf die „kleine“ und „große“ beschränkt, sodass die Melange in der Doppelmokkaschale angeboten wird. Bei der Bestellung eines Tees, musste auf die Bezeichnung einer „Schale Tee“ zurückgegriffen werden, um einer Verwirrung zu entgehen.

Den Schwierigkeitsgrad des Kaffeehausvokabulars, nur angedeutet, lässt erahnen, welche Komplexität ein Nicht-Wiener beziehungsweise Nicht-Österreicher alleine bei den Behältnissen der Heißgetränke ausgesetzt war und ist. Dass diese jedoch markant für die

heutigen Wiener Kaffeehäuser sein sollen, war damals vermutlich noch nicht abzusehen. (vgl. Oberzill 1983: 79f.)

3.1.6. Die Geschichte des Wiener Kaffeehauses

3.1.6.1. Die Einführung des Kaffees in Europa

Die Einführung des Kaffees in Europa entpuppt sich als Entdeckungsreise, die im Jemen ihren Ausgangspunkt hat und schließlich in Wien endet.

Einen Blick in das 16. Jahrhundert zurückgeworfen, hat man eine Zeit vor Augen, in der die Gerüchteküche um das merkwürdige „schwarze Getränk“ zu brodeln begann und die ersten Kaffeebohnen aus dem Orient den europäischen Boden erreichten. Bereits im 9. Jahrhundert soll laut Quellenaufzeichnungen im Südwesten Äthiopiens, in einer Region namens Kaffa, die Thematik um die schwarze Mixtur erstmalig aufgeworfen worden sein. Genauere Informationen bezüglich der Verwendung und Verarbeitung von Kaffee in dieser Zeit existieren allerdings nicht.

Fakt ist jedenfalls, dass in dieser Region bereits der „Coffea Arabica“ spross. Die Kaffeepflanze an sich gehört zur Gattung der Schattengewächse und erreicht eine Höhe von maximal 15 Metern. Die Farbe der Kaffeekirsche bezieht sich dabei auf den Grad der Reife, der je nachdem grüne, gelbe oder rote Früchte hervorbringt. In dieser Kirsche befinden sich zwei grüne Kerne, die in Fruchtfleisch eingebettet sind. Die Äthiopier nennen diese Kerne „Bun“, „Buna“, „Ban“ oder „Bunch“, woraus sich der Begriff „Bohne“ ableiten lässt. Bis heute wurde im Sprachgebrauch der Äthiopier allerdings kein Begriff für „Kaffee“ eingeführt, in diesem Gebiet wird nach wie vor „Buna“ verköstigt. (vgl. Sindemann 2008: 15) Von dort aus gelangte jedenfalls etwa um das 15. Jahrhundert der Kaffee nach Jemen und schon zum damaligen Zeitpunkt wurde der Wert der Frucht erkannt, weswegen eine weitreichende Bepflanzung von Kaffeesträuchern veranlasst wurde. (vgl. Heise 1996: 11)

Die ersten Erkenntnisse in Bezug auf die Wirkung des Kaffees brachten zahlreiche Legenden mit sich. So wurden verschiedenste Erklärungen aufgestellt und aufgegriffen, um das lückenhafte Wissen mit Informationen über den magischen Trunk auszufüllen. (vgl. Sindemann 2008: 15)

Folgende Schilderung einer der unzähligen Geschichten geht aus den Publikationen eines Philologen namens Banjesius im Jahr 1671 hervor. Der aus Syrien abstammende Römer wurde entweder mit seinem Wissen über die Wirkung des Kaffees aus der Heimat bereichert oder

übersetzte verschriftlichte Materialien aus orientalischen Quellen in eine christliche Version. (vgl. Heise 1996: 12) Demzufolge soll sich ein Hirte aus Jemen über das eigenartige Verhalten einer ihm anvertrauten Ziegenherde den Kopf zerbrochen haben, welche über ungewöhnlich große Pupillen verfügte und zu später Stunde kaum ein Auge zu brachte. Um das Mysterium aufzuklären, soll er die Ziegen nachts beobachtet und dabei eine spannende Entdeckung in Bezug auf ihre Futtergewohnheiten gemacht haben. Die Ziegen sollen hierbei an bestimmten Sträuchern die Früchte abgepflückt und gegessen haben, was ihr aufgebrachtes und quirliges Benehmen zu erklären vermochte. (vgl. Singer 1959: 36) Der Hirte schnitt einen Zweig dieser Früchte ab, verarbeitete sie in Form eines Aufgusses und erfuhr so erstmalig etwas über die besondere Wirkung der Kerne. Dies sollte der erste Anstoß gewesen sein, das Getränk aufgrund der belebenden Wirkung bei nächtlichen Aktivitäten einzunehmen.

Die Legende aus arabischer und türkischer Sicht ähnelt der vorigen mit dem Unterschied, dass sich hier ein Hirte auf den Weg zu Mönchen einer Sufi-Gemeinschaft macht, um von einem Baum zu berichten, der von einem angenehmen und aromatisierenden Duft umgeben sein soll. Schuld daran soll ein einschlagender Blitz gewesen sein, durch welchen der Baum einen neuartigen Geruch verströmte.

Die zweite Legende behandelt hingegen eine Schilderung rund um einen gewissen Omar, welchem aufgrund eines Schuldspruchs im Falle einer Verleumdung eine Verbannung bevorstand. Die Strafe sollte er in einer Steinwüste austragen müssen. Nachdem dort jedoch nichts Essbares aufzufinden war, entdeckte er in letzter Instanz einen mysteriösen Strauch zwischen zwei Steinen. Die Kerne des Strauches habe er mit heißem Wasser aufgekocht, wobei ihm die Wirkung des Getränks ungeahnte Kräfte verlieh, die ihm und seinen Begleitern eine Rückkehr aus der Steinwüste ermöglichte. Dies veranlasste Omar, ab sofort seine Mitmenschen mit seiner Entdeckung zu bereichern. Schon bald erlangte er durch das wundersame Getränk, dem sogar eine heilende Wirkung zugesprochen wurde, Ansehen. Auch der Kalif, sein Strafvollzieher, bekam Wind davon und beteuerte dadurch Omars Unschuld. Folglich durfte Omar nicht nur nach Hause zurückkehren, sondern er wurde überdies reich beschenkt, da der Kalif die Kräfte Allahs im fremden Getränk zu erahnen vermochte. (vgl. Heise 1996: 12ff.)

Der eigentliche Begriff „Kaffee“ wird aus dem altarabischen Sprachgebrauch „qahwah“ bezogen, dessen Bedeutung mit das „Erhebende“ oder „Anregende“ übersetzt werden kann. Wein ist beispielsweise als ein solches „qahwah“ betitelt und war aufgrund des Alkoholverbots für die Bevölkerung im arabischen Raum unzugänglich. Guter Ersatz ließ sich allerdings im Kaffee finden, der aufgrund seiner Wirkung besondere Beachtung genoss.

Demzufolge behandelt der dritte Legendenkreis den muslimischen Propheten Mohammed. Dieser litt eines Tages an einer schweren Krankheit, als ihm plötzlich der Erzengel Gabriel erschien und ihm mit einem schwarzen Trunk Hilfe leistete. Augenblicklich fühlte Mohammed sich wieder genesen und versprühte Energien, die ihn dazu befähigen würden, 40 Reiter aus dem Sattel zu heben sowie 40 Jungfrauen in einer Nacht mit Liebe zu beschenken. (vgl. Sindemann 2008: 17)

Bis jetzt wurde der Weg der Kaffeebohne bis in den arabischen Raum verfolgt. Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Fortsetzung der Reise der Kaffeebohne nach Europa und schließlich nach Wien.

3.1.6.2. Die Einführung des Kaffees in Wien

An die vorangegangene Reise der Kaffeebohne nach Europa knüpfe ich mit dem Aufkommen oder besser gesagt mit dem Fund der Kaffeebohne in der österreichischen Hauptstadt an.

Auch Wien schien lange Zeit mit einer Legende rund um den berühmten Georg Fran(t)z Kol(t)schitzky² umhüllt gewesen zu sein. (vgl. Oberzill 1983: 11)

Demnach hielt man geraume Zeit an der Annahme fest, dass die Entdeckung des Kaffees in Wien mit der Türkenbelagerung im Jahr 1683 ihren Ursprung fand. Wien steckte in dieser Zeit in der heiklen Situation, von den Türken schon seit Wochen umzingelt zu sein, wobei sich der Belagerungsradius stetig verringerte. Es brauchte zu der Zeit einen Kundschafter, der das Entsatzheer³ über die bangende Gefahr der Türken informierte. (vgl. Kretschmer 2006: 4) Hierbei kam Georg Kolschitzky ins Spiel, der ursprünglich aus Galizien, aus der Stadt

² Der Name wird in unterschiedlichen Schreibweisen angeführt, wobei ich mich in Bezug auf die vorliegende Arbeit nach Oberzill für „Franz Kolschitzky“ entschieden habe. (vgl. Oberzill 1983: 11)

³ Unter dem Begriff „Entsatzheer“ wurde zur Hilfe im Sinne der Befreiung einer belagerten Stadt gerufen, welche mittels eines Boten zumeist informiert wurde. (vgl. Brockhaus 1988: 430)

Sombor, stammte und die riskante Aktion freiwillig auf sich nahm. Der Orientwarenhändler und „[...] geweste(r) Dollmetsch bey der Orientalischen Compagnie [...]“ (Oberzill 1983: 12). stellte seine Dienste seiner zweiten Heimat (und dies besonders zur Freude des Stadtkommandanten Starhemberg) zur Verfügung. Kolschitzky war nicht nur der türkischen Sprache mächtig, er verfügte auch über ein breites Wissen in Bezug auf Sitten und Gebräuche des Orients. Dies erwies sich als überaus vorteilhaft, um unbemerkt durch das Lager der Türken zu schleichen und zum Entsatzheer zu gelangen. Verkleidet mit Pluderhose und der Aussicht auf eine sagenhafte Belohnung bei seiner Rückkehr, führte der Botengänger den Auftrag erfolgreich aus und drang mit seiner Botschaft bis zum Herzog Karl von Lothringen vor. Weitere vier Wochen dauerte es bis zur Befreiung Wiens durch das Entsatzheer. Kolschitzky wurde dafür reichlich entlohnt. So wurden ihm nicht nur 200 Dukaten Honorar verliehen, sondern auch die Gewerbefreiheit zugeteilt, die ihm das Recht einräumte, ein Gewerbe nach Belieben auszuüben. (vgl. Oberzill 1983: 11f.) Allerdings wartete die größte Beute im verlassenen Lager der Türken auf Kolschitzky, nämlich gefüllte Säcke mit graugrünen Bohnen, worüber niemand Kenntnisse hegte. Nur der schlaue Kolschitzky wusste über das Gold in den Säcken aus seinem Geburtsland Bescheid, dessen Handel um die Bohne im Orient bereits längst im Gange war und mit größter Leidenschaft als verarbeitetes Heißgetränk verköstigt wurde. (vgl. Kretschmer 2006: 4). Die als Kamelfutter verteuflten Kaffeebohnen Säcke wurden also unbeachtet an Kolschitzky ausgehändigt und mit der neu gewonnenen Gewerbefreiheit in das erste Wiener Kaffeehaus investiert. (vgl. Oberzill 1983: 14f.) Als dann unbeabsichtigt, jedoch zur Freude der Wiener „Zuckergoscherln“, Honig mit dem schwarzen Trunk vermenzt wurde und später noch der Schuss Milch beigefügt wurde, soll die erste Stunde des Wiener Kaffees geschlagen haben. Dem folgten das erste Wiener Kaffeehaus „Zur blauen Flasche“ und der neugewonnene Heldenstatus Kolschitzkys als „Erfinder des Kaffeegetränks“, was Kolschitzky genüsslich auskostete. (vgl. Kretschmer 2006: 4f.) So äußerte er sich in der ersten Ausgabe nach der Befreiung der Türken im Buch Johann Martin Lerchs:

„Ich wünsche jedem Glück, daß ihm wie mir gelinge Damit sein rühmlichs Tun auch bei der Nachwelt klinge. Ich lebe schon vergnügt; mir bleibt zum Überrest Noch endlich diese Ehr: Ich bin der erst gewest“ (Singer 1959: 10).

Seine neu eröffneten Pforten pflegte Kolschitzky von nun an als Kaffeesieder zu pflegen, der

bekannt für die überschwängliche Begrüßung seiner Gäste war. Demzufolge soll er jeden Neuankömmling mit einer Umarmung begrüßt und den Gast mit der Anrede „Bruderherz“ willkommen heißen haben. Dies veranlasste seinen späteren Beinamen: Kaffeesieder Bruderherz. (vgl. Teply in Witzmann 1980: 19) Den Höhepunkt seiner Karriere und somit Krönung seines Ruhms verlieh ihm die Erfindung des Wiener „Kipferl’s“. Im Sinne des osmanischen Halbmondes und der damit verbundenen Assoziation der Belagerung der Türken, sollte dieses Süßgebäck den Gedanken, den Feind symbolisch verspeisen zu können, hervorrufen. So abenteuerlich die Geschichte auch klingen mag, so spärlich entsprechen die Informationen den Tatsachen.

Faktisch richtig scheint jedenfalls zu sein, dass Georg Franz Kolschitzky, gebürtiger Galizier, im August 1683 als Botenträger zu Herzog Karl von Lothringen bestellt wurde und wahrlich für seine Dienste, wie damals viele andere Kuriere, sein Leben riskierte. Jedoch habe ihm letztlich seine Selbstvermarktung, wie beispielsweise das von ihm publizierte Flugblatt „in wärender Belägerungszeit“ zwar zu seiner Popularität verholfen, jedoch habe sie nicht in der geschilderten Form stattgefunden. (vgl. Kretschmer 2006: 5) Ein erneutes Mal ließ sich Kolschitzky allerdings nicht mehr auf die Funktion als Kundschafter ein, mit der Begründung, dass die Türken seine Personenbeschreibung aufgenommen hätten und daher das Risiko zu hoch wäre, ein weiteres Mal seinen Kopf als Kundschafter hinzuhalten. Nur sein mutiger Diener Georg Michailowitz, welcher niemals in den Genuss der Lorbeeren Kolschitzkys kam, wagte zwei nachfolgende Kurierdienste, wobei dessen letzter Auftrag ohne einer Rückkehr von statten ging. Jedenfalls erinnert heutzutage ein Straßenschild mit den Namen „Kolschitzkygasse“ im Wiener Gemeindebezirk Wieden an Kolschitzkys Taten, was seiner Funktion als Kurier gebührt. (vgl. Singer 1959: 11)

Die Frage nach dem Verbleib der Kaffeebohnsäcke der Türken bleibt damit ungeklärt, jedoch des Rätsels Lösung rund um den ersten Kaffeesieder findet sich mit dem Namen Johannes Diodato, auch Deodat, Theodat genannt.

Bevor ich jedoch auch auf Diodato näher eingehe, sollte bedacht werden, dass der schwarze Trunk im osmanischen Reich bereits eineinhalb Jahrhunderte vorher in Stambul, heutiges Istanbul, verköstigt wurde. Vermutlich kam schon vor der Türkenbelagerung Wiens 1683 die ein oder andere Person mit „Kahve“ in Berührung. Da Stambul das erste Kaffeehaus schon 1554 errichtete, entwickelte sich schon früh eine Kaffeekultur, dessen Getränk beispielsweise

Gästen als Willkommensgruß angeboten wurde.

Darüber hinaus hatte der kaiserliche Offizier namens Luigi Conte Marsili in Wien eine Abhandlung in italienischer Sprache verfasst, die die Zubereitungsarten von Kaffee beschreibt. Der Titel des Werkes nennt sich „Bevanda Asiatica“ und wurde bereits um 1685 angefertigt.

Aufgrund der forcierten Handelsbeziehungen zwischen Wien und dem osmanischen Reich wurde im späten 17. Jahrhundert die schon erwähnte „Erste Privilegierte Orientalische Kompagnie“ ins Leben gerufen, der eben Kolschitzky seine Dienste in Sachen Dolmetschen erwies. Parallel dazu zogen Kaufleute aus dem Südosten an die Wiener Donau, worunter sich hauptsächlich Armenier befanden, die eine rege Handelskolonie errichteten. An dieser Stelle kommt wieder der in Istanbul geborene Johannes Diodato ins Spiel, ein Kaufmann und Juwelier, der 1666 seinen Hauptwohnsitz nach Wien verlegte. 1685, also zwei Jahre nach der zweiten Türkenbelagerung, eignete sich Diodato ein paar ausgewählte Grundstücke in der Leopoldstadt an. (vgl. Kretschmer 2006: 6) Von besonderem Interesse führe ich hier den 17. Jänner 1685 an, der Tag an dem Diodato sein Ansuchen „[...] daß *Türkische Getränkh, als Caffé, The und Scherbet [ein Art Limonade], zu praeparieren [...]*“ (Oberzill 1983: 16) bewilligt bekam. (vgl. Oberzill 1983: 16) Der Tag also, an dem das Kaffeehaus nun tatsächlich gleichsam seine Geburtsstunde feierte. Dies Hoffreiheit, die es ihm erlaubte Kaffee, Tee und Sorbeten ausschenken zu dürfen, stand ihm alleinig und exklusiv für die folgenden 20 Jahre zu. (vgl. Kretschmer 2006: 6f.) Aufgrund dieses Sonderstatus musste Diodato keine Steuern zahlen, wodurch sich die Frage nach den nicht vorhandenen Dokumenten seiner Person erklärt. Allerdings ist mittlerweile bekannt, dass er sich in der heutigen Rotenturmstraße 14, im 1. Wiener Gemeindebezirk, niederließ und im gleichen Gebäude, im sogenannten Hachenbergischen Haus, als erster Kaffeesiender Wiens, sein eigenes Café eröffnete. Der Standort Diodatos war wohl kein zufälliger, da es sich rund um Waag- und Mauthaus um eine Geschäftsgegend für „Raizen“ handelte. Diese waren vermutlich auch die ersten Genießer des schwarzen Trunks, da die Wiener der schwarzen Flüssigkeit noch mit großer Skepsis gegenüber standen.

Diodatos Laufbahn wurde durchkreuzt, als er für zehn Jahre Wien verlassen musste um in Venedig mit einem Geschäftsmann über sein dortiges Vermögen zu verhandeln. Dies blieb nicht lange unbemerkt und Kurierdienste, die es Diodato gleich machten und ebenfalls die

Freiheit erhielten, in einem offenen Gewölbe einen Ausschank zu errichten, sahen ihre Chance auf dem Tablett serviert, welche sie auch ergriffen. Ohne jegliche Zeit zu verlieren stellten sie einen Antrag auf das Recht Kaffee und diverse Getränke zum Verkauf anbieten zu dürfen. Dies gelang ihnen auch ohne sonderlich großen Aufwand, da sie als Steuerzahler die Befugnis erhielten, im Gegensatz zum gegenwärtigen steuerentlasteten Diodato. (vgl. Oberzill 1983: 18f.) Bestürzt und geknickt musste Diodato bei seiner Rückkehr nicht nur feststellen, dass ihm ab sofort nicht nur der alleinige Ausschank verwehrt blieb, sondern ebenfalls der Zutritt in die Genossenschaft der bürgerlichen Kaffeesieder. Diodato hatte damals das Bürgerrecht zugesprochen bekommen, jedoch die Hoffreiheit gegen das Gesetz nicht aufgegeben, um wie schon erwähnt keine Steuern zahlen zu müssen. Seine Abwesenheit machte nun also Platz für Neuankömmlinge, wobei der Name Isaak de Luca zu den wichtigsten in der Geschichte zählt.

De Luca war gleichsam der direkte Nachfolger Diodatos und er war ebenfalls Armenier. Ihm ist es zu verdanken, dass nach seiner Erteilung der Gewerbe Konzession 1697 die Kaffeesiederei als bürgerliches Gewerbe in Wien verankert wurde. Hand in Hand erweiterte sich Isaak de Lucas Geschäftskreis mit den ebenso gebürtigen Armeniern Andreas Pain und Philipp Rudolf Kämberg. 1699 beerbten die drei Kaffeesieder Leopold Rieß, der wiederum von Joseph Devich nachbesetzt wurde. Wie ein losgetretener Stein, kam die Entwicklung und Etablierung der Wiener Kaffeehäuser ins Rollen. Dabei richtete Isaak de Lucas seine erste Kaffeelokalität in der Salvatorgasse, „heutige Salvatorgasse 2 im ersten Wiener Gemeindebezirk, ein und zog dann in die heutige Goldschmiedgasse im ersten Wiener Gemeindebezirk.

Das Sprießen der Wiener Kaffeehäuser aus allen Ecken und Enden sollte zu Beginn zwei Areale kennzeichnen. Zum einen befanden sich einige Kaffeehäuser innerhalb der Mauern des Schlossergassls, dem heutigen Bereich des Grabens, und zum anderen im Bereich der damals einzigen verkehrstüchtigen Verbindung zur Leopoldstadt, an der Schlagbrücke.

Spannende Entwicklungen wurden auch nach Diodatos Tod vernommen. Die verbrüdeten Armenier Anton und Franz Ignaz Deodat gehörten nämlich weitestgehend zur Diodato Familie und siedelten sich ebenfalls in Wien an. Sie heirateten ein Geschwisterpaar, wobei Anton die Witwe Isaak de Lucas zur Ehefrau nahm und dadurch das Kaffeehaus „Zur Blauen Flasche“ in die Familie aufnahm. Weiters konnten sie mit dem Erwerb des Bürgerrechts zwei

Kaffeestuben an der Schlagbrücke ergattern und verfügten letzten Endes tatsächlich zur Gänze über das „Kolschitzky Erbe“. In Anlehnung an seine Person wurde das Café mit der Beschilderung „Zum Bruder Herz“ versehen.

Allein die Verschmelzung der Diodato, Deodat und de Luca Kreise verwehrt einer Übersicht in Sachen Wiener Kaffeehausgeschichte, insbesondere in Bezug auf Kolschitzkys Legende, nahezu die Transparenz. (vgl. Kretschmer 2006: 7f.)

3.1.6.3. Wasserbrenner

Mit dem Aufkommen der ersten Kaffeehäuser und dem neuen Angebot von Aufgussgetränken wie Tee und Kaffee, sowie auch Limonaden und Sonstigem, lag die Tatsache nahe, dass der Alkohol sehr rasch im Kaffeehaus Einzug fand. Allerdings ließen sich auch die vorherrschenden Wasserbrenner nicht die Chance durch die Lappen gehen und eigneten sich die Heißgetränke in ihren Lokalitäten an. Dies zum Leid der Kaffeessieder, dessen Auseinandersetzung um das jeweilige Ausschanksrecht einen regelrechten Konkurrenzkampf zwischen der bis dato prävalenten Wasserbrennerdomäne und den neuen Kaffeessiedern verursachte. (vgl. Gugitz 1940: 19f.) Jedoch erzielte das Kaffeehaus 1723 erste Erfolge, indem der Stadtrat sich über ein Verbot aussprach, welches Wasserbrennern den Ausschank von Kaffee untersagte. (vgl. Singer 1959: 44) Andererseits hieß es seitens des Amtsschimmels Maria Theresias von Habsburg weiter:

„Es widerstrebe aber der natürlichen billichkeit, daß der unfleiß ihres advokaten eine so schwäre gewerbs= Benachtheilung nach sich ziehen und so vielle familien um ihre nahrung bringen sollte! Jedermann seye bekannt, wie sehr sich die zeiten veränderet und daß dermahlen keine kalte, sondern bloß die warme Lust-getränke gesucht werden, dahero ihnen Wasserbrennern betrüblich fallen müsse, daß sie mit ihrem uralten gewerb vollends aufligen, die Caffée=sieder hingegen sich emporschwingen, ohngeacht ihre Befugnis weith minders gegründet seye.“ (Gugitz 1940: 39)

Bis zur endgültigen Verschmelzung beider Gewerbe zu einem wurde indes den ärmsten Wasserbrennern der Ausschank von Kaffee zugestanden, dessen Offerte Wasserbrenner wie beispielsweise Johann Jakob Tarone mit Freude nachgingen. Ihm gelang es sogar später, als oberstes Mitglied der Kaffeessiederinnung seinen Platz zu okkupieren. In Kapitel 3.1.6.5. werde ich darauf noch einmal etwas genauer eingehen. (Vgl. Oberzill 1983: 21f.)

3.1.6.4. Vorstadtcafé vs. Stadtcafé

Wiens Kaffeehäuser situierten sich in erster Linie innerhalb den Mauern der Innenstadt und zählten zu anfangs nicht einmal eine Handvoll von Cafés in den Vorstädten. Pioniere dieser sogenannten Vorstadtkaffeehäuser waren mit Sicherheit die Lokalitäten mit Kaffeeausschank an der Brücke zur Leopoldstadt. (vgl. Gugitz 1940: 68f.) Die sogenannte Schlagbrücke verband die Stadt mit der Leopoldstadt, und blieb bis 1782 auch das einzige Bindeglied darstellte. Hier versammelten sich einige Kaffeebuden und -hütten und etablierten ein gefestigtes Kaffeehauswesen durch „Raizen“, Armenier, Juden und Türken. (vgl. Teply 1980:168)

3.1.6.5. Die ersten namhaften Kaffeehäuser

Die heutige Auffassung von Wiener Kaffeehäusern und deren Gestaltung des Innenlebens ist in keinem Maße mit den ursprünglichen Kaffeeausschanken des 18.Jahrhunderts vergleichbar. Damals noch in düsteren Räumlichkeiten und mit Pluderhosen ausgestattetem Service, würde die jetzige Interpretation solch eines Gewölbes heutzutage wahrscheinlich als „Bruchbude“ betitelt werden. (vgl. Sindemann 2008: 51)

Den Aufzeichnungen zufolge konnte nichts an Bequemlichkeit und dergleichen darin gefunden werden, der reine Ausschank des neuartigen Getränks stand an oberster Stelle. Heutige Schriften belegen dies durch den Bestand eines solchen Gewerbes, das demnach nur spärlich in seiner Einrichtung ausgestattet war. Hier lässt sich ebenfalls herauslesen, dass das Glas Wasser in der Kaffee gastronomie noch keine Verwendung fand. Einzig und alleine das Café Milani konnte mit einer beträchtlichen Anzahl von Spiegeln die Vorreiterrolle in Bezug auf die Wertlegung hinsichtlich der Einrichtung übernehmen. Das Voranschreiten einer Umgestaltung der Wiener Kaffeehäuser sollte bis nach dem Wiener Kongress auf sich warten lassen und fand seinen Einzug in die Lokalitäten der Wiener Kaffeesieder somit erst spät. (vgl. Oberzill 1983: 102f.)

Die nun folgenden Kaffeehäuser zählen zu jenen, welche sich Rang und Namen mit Hilfe ihrer Lokalität erarbeiten konnten. Sie stellen jene Kaffeehäuser dar, die den Typ des heutigen Kaffeehauses mitprägten. (vgl. Gugitz 1940: 51)

Café Taroni

Dass gerade ein ehemaliger Wasserbrenner mit dem Namen Johann Jakob Tarone (Taroni), wie vorher schon angedeutet, sich an das Werk eines Kaffeesieders heranwagen würde und dies auch erfolgreich, mag für den ein oder anderen überraschend klingen. Tatsächlich rangiert sein Name ganz oben auf der Skala jener Kaffeehäuser, welche sich in die Geschichte eingebrannt haben. Ihm wird nicht nur das Aufstellen von Tischen und Stühlen vor seinem Kaffeehaus zugeschrieben, wodurch Tarone in weiterer Folge als Begründer des „Schanigartens“ gilt, ebenso gehört Tarone zu den Urhebern der Sommerkaffeehäuser. Diese zeichneten sich durch ein Zelt in der Nähe des Kaffeehauses aus, in dem Erfrischungsgetränke den Herren, sowie den Damen gereicht wurden. Gerade das weibliche Geschlecht zeigte sich über den Schanigarten, sowie das Sommerzelt überaus angetan. Schien diese Form doch zu jener Zeit wesentlich ansprechender zu sein, als im Gegensatz die Innenräume eines Kaffeehauses. (vgl. Gugitz 1940: 51f.) Auf die ausführliche Beschreibung der Schanigärten wird in Kapitel 3.1.6.9.1. noch einmal genauer eingegangen.

Das politische Kaffeehaus („Rebhuhn“)

Im sogenannten Café Rebhuhn wurde nicht nur Kaffee kredenzt, es wurde diskutiert, debattiert und bei Zeiten sogar gezankt, dass sich die Balken bogen. Dabei stand die Politik immer im Mittelpunkt und die Zeitungen wurden bis auf den letzten Buchstaben aufgesogen, nur um danach gleich alles Gelesene in der Gruppe wieder debattieren zu können. Erst als 1784 die Redefreiheit des Kaffeehauses maßgeblich reduziert wurde, dämmten vormals lautstark diskutierte Themen, wie die Religion, nach und nach ein. Trotz Übernahmen sowie Höhen und Tiefen der Zeit, konnte sich das Café Rebhuhn zumindest mehr oder weniger durchschlagen und ziert heute noch die Goldschmiedgasse, im ersten Wiener Gemeindebezirk, als älteste Einrichtung unter den Kaffeehäusern. (vgl. Singer 1959: 59f.)

Das vornehme Kaffeehaus („Milani“)

Das Café Milani entfaltete sich wie eine Rose und zeigte sich in aller Pracht als Vorläufer der Einrichtungskreationen, die die Wiener Kaffeehäuser in späteren Jahren noch erfahren sollten. Vor allem die Spiegelausstattung, aber auch das Angebot an Unterhaltung wie das Billard oder dergleichen, verhalf dem Café zu großem Ruhm. Dagegen äußerte man sich weniger enthusiastisch, wenn es um die Gäste dieses pompösen Kaffeehauses ging. Hier musste man

beengt, wie die Sardinien, seine Zeit im Kaffeehaus absitzen, während der Besitzer hin und wieder versuchte, die ausschließlichen Glas-Wasser-Abnehmer zu vertreiben und neue potentielle Konsumenten herein zu lassen. (vgl. Gugitz 1940: 57f.) Das Gewerbe florierte dermaßen, dass er mit weiteren Kaffeesiedern die Bewilligung erhielt, auf der Bastei ein Limonadenzelt zu errichten. Dieses Vorrecht begünstigte den alten Milani, ein Sommercafé zu eröffnen, welches aus allen Nähten platzen sollte. Wenig später erhielt es den bekannten Namen „Ochsenmühle“. Damit wurde auf jene Gäste angespielt, die sich zum Beine vertreten kreisend um das Zelt herum bewegten. Nach und nach bürgerte sich dieses Verhalten ein, sodass der Name der Ochsenmühle kennzeichnend für das Sommerzelt wurde. (vgl. Oberzill 1983: 49) Dem Andrang und Geschäft nicht gewachsen, musste Milani der Tatsache ins Auge blicken, seine Betriebe niedergewirtschaftet zu haben und musste aufgrund seiner Schulden sein Handwerk niederlegen. Sein restliches Leben verbrachte Milani ohne Geld und mit Schulden. Er starb schließlich 1808. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 87)

Das Kramersche Kaffeehaus

Neben dem Café Hugelmann gehört das Kramersche Café zu den bekanntesten Kaffeehäusern seiner Zeit. Benannt wurde es dabei nach seinem Begründer, Jakob Kramer, dessen Café, trotz früher Übernahme, den Titel beibehalten sollte. Was die Lokalität selbst anbelangt, so entsprach das Kaffeehaus den üblichen Gewölben, welche wie schon erwähnt alles andere als gemütlich einzustufen waren. Demzufolge war es finster und eng, es konnte sich eine runde Zahl von etwa 20 Gästen einfinden. Sechs Tische, ein paar Sessel, ein paar Bänke vor dem Eingang waren hier zu finden und ein Schild mit einem schwarzen Mann, der eine Messingkanne in den Händen hielt, ragte über der Eingangstür. Jedoch gelang es erst unter dem Besitzer Michael Hertl, sich den Rang zu erarbeiten, der dem Kramerschen Café die Bezeichnung Literatencafé zuschrieb. (vgl. Gugitz 1940: 62ff.) Bereits bei der Übernahme konnte das Kaffeehaus mit zahlreichen Zeitungen, welche nationaler und speziell internationaler Natur waren, auf sich aufmerksam machen. Dies zog die damaligen Gelehrten nahezu magisch an, zum Schmökern in den Zeitungen im Café Kramer zu verkehren. Was das Kramersche Café besonders machte war unter anderem die Tatsache, dass viele Gäste aufgrund des Lesens dorthin gingen und darüber hinaus der Genuss eines Billardtisches im ersten Stock eingeräumt wurde. Ein gewaltiger Ansturm auf das Café blieb jedoch aus, was dem langen Ausharren der Schriftsteller und Dichter entgegen kam. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 88ff.) Die räumliche Trennung begünstigte den Aufenthalt jener Kaffeehausgästen, die

wegen dem Billard spielen oder aus gesellschaftlichen Zwecken ein Kaffeehaus besuchten. Insbesondere gewährte dieses Café denjenigen Unterschlupf, die allen voran „falsche“ Zeitungen lasen. (vgl. Sinhuber 1993: 15) Somit war eine perfekte Basis für alle Literaten gegeben. Darunter fanden sich bekannte Köpfe wie Ayrenhoff, Blumenauer, Dziszanowsky oder Haschka.

Nach dem Tod Hertls sollte es schlecht um das Café der Denker stehen. Nachdem dessen Frau das Kaffeehaus kaum alleine bewältigen konnte, verkaufte sie die Räumlichkeit an einen gewissen Herrn List. Dieser versuchte mit aller Kraft sein neu erworbenes Café zu vergrößern, um mehr Gäste anlocken zu können, nebst seiner treuen Kundschaft der schlaunen Geister. Doch seine Hände waren gebunden, stand man doch dem einstigen Literatencafé mit großer Skepsis entgegen. Letzten Endes verwirklichte Blasius Tschitschmann 1804 den Ausbau des Cafés mit einer Vergrößerung durch das Nachbargebäude. Dies umgesetzt verwandelte er das Kaffeehaus zu einem von vielen, das individuelle Antlitz ging verloren und 1866 fand dessen Präsenz schließlich ein Ende. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 89f.)

Das Hugelmannsche Kaffeehaus

Aufgrund der wachsenden Konkurrenz an Kaffeehäusern mussten die Kaffeesiender alternative Wege finden um Geld einzutreiben. Hierzu griffen sie vorwiegend auf das Billardspiel zurück, welches sich als überaus ergiebig erwies. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 92f.) Bahnbrechend für diese Art der Einnahme, war definitiv das Hugelmannsche Café. Dort versammelte sich die Crème de la Crème von Billardspielern, das Café sollte zur Ausbildungsstätte für alle Spielwütigen werden. (vgl. Reischl in Veigl 1991: 24f.)

Die Praterkaffeehäuser

Aus einem ehemaligen Jagdterritorium des Kaisers Joseph II gestaltete sich nach der Einwilligung zur öffentlichen Nutzung dieses Gebietes eine Kaffeehausdreifaltigkeit. (vgl. Singer 1959: 68) Die sogenannten Pratercafés, welche sich zu anfangs noch auf die Sommerzeit beschränkten, allerdings aufgrund der großen Nachfrage schon bald täglich die Pforten für ihre Gäste öffneten. (vgl. Oberzill 1983: 64) Der Standort in der sogenannten Vorstadt eignete sich auch wunderbar für ein Schlendern durch die grünen Alleen und für Freizeitaktivitäten in der damaligen Rasenlandschaft des Praters. (vgl. Singer 1959: 69)

Konzertcafés

Wenn in Wien über das Musizieren in Kaffeehäusern gesprochen wird, so wird damit unweigerlich ein gewisser Herr Wiegand assoziiert. Ihm wurde im Jahr 1794 die Erlaubnis zugesprochen, Unterhaltung mittels Musik in seinen Lokalitäten auszuüben. (vgl. Gugitz 1940: 139) Herr Wiegand fungierte als Kaffeesieder des Cafés Bellevue und bezauberte seine Gäste mit lieblichen Klängen. Sein Standort unweit vom Kärtner Tor, im ersten Wiener Gemeindebezirk, ermöglichte ebenfalls „Open Air Konzerte“, die sich im Sommer bis in die frühen Morgenstunden dehnten. (vgl. Singer 1959: 128) Auch nach Übernahme des Kaffeehauses durch Kleopha Lechner, wurde die Leidenschaft zur Musik keinesfalls getrübt. Somit konnten sich Konzertcafés entfalten und erlangten bei den Wienern besondere Beliebtheit. Hier fanden sich mit der Zeit zahlreiche Persönlichkeiten ein, womit sich die Konzertcafés ausreichend rühmten. Beispielhaft dafür wäre die Uraufführung Ludwig van Beethovens, welcher das B-Dur Trio im ersten Prater Café zum Besten gab oder die musikalische Präsenz von Johann Strauß. (vgl. Heise 1987: 155) Die Neuartigkeit in den Konzertcafés spielte sich in das Herz der Wiener Bevölkerung, plötzlich tönte beim Schlendern durch die Straßen aus allen Winkeln Musik hervor. Von der Geige, über die Klarinette, bis hin zur Harfe wurde tagein, tagaus gespielt. (vgl. Singer 1959: 128) Der traditionelle Musikstil Österreichs schrieb Geschichte und erfuhr gleichsam in den Wiener Konzertcafés aus dem 19. Jahrhundert seine Geburtsstunde. (vgl. Weinzierl 1990: 87)

3.1.6.6. Napoleons Kontinentalsperre und Surrogate

Als Napoleon Bonaparte mit seinem französischen Heer Europa überrollte, hielten die Gäste im Kaffeehaus den Atem an. Demnach lag die Türkenbelagerung 1683 etwa 120 Jahre zurück, jedoch wurden Napoleons Eroberungsfeldzüge gefürchtet. Offen und friedvoll zeigte sich Wien, dessen Strategie sich dadurch auszeichnete, eine unauffällig Haltung während des Einzugs der Franzosen in Wien einzunehmen. Dabei blieb es tatsächlich bei einem Einzug der Truppen und die befürchtete Eroberung blieb aus. Während Wien die Besatzung der Franzosen friedfertig ertrug und die Truppen keine Anstalten hegten, Gewalt anzuwenden, verlief es in den Wiener Kaffeehäusern weniger ruhig. Vermutungen über die zukünftigen Veränderungen und Debatten über Napoleons nächsten Schachfeldzug durchströmten die Lokalitäten.

Mit dem Jahr 1806 zogen die Truppen wieder ab und eine neue Krise machte sich breit, da Napoleon am 21. November 1806 eine Kontinentalsperre über die Briten verhängte.

Diese hatte zum Zweck, Großbritannien wirtschaftlich zu blockieren und im weiteren Sinn eine Niederlage der Gegner zu erzielen. Das Gesetz blieb bis 1814 in Kraft und hatte für die Wiener Kaffeehäuser verheerende Auswirkungen. Somit mussten die Kaffeesieder ab sofort aus wirtschaftlichen Gründen auf Ersatz-Kaffee zurückgreifen, ohne Rücksicht auf jegliche Verluste. (vgl. Riha 1967: 43-48)

Derweilen war man überaus kreativ hinsichtlich des Einsatzes verschiedenster Surrogate. „Chicorée“, oder auch Zichorienwurzel genannt, wurde dabei eine ganz besondere Rolle zugetragen. In Deutschland hatte man schon früh Zichorienwurzeln als geeignete Ersatzzutat verwendet und nun schien Wien die kaffeeleere Zeit ebenso mit Surrogaten solcher Art überbrücken zu müssen. Darunter schlichen sich Dahlienknollen, Löwenzahnwurzeln, Spargelholz oder Hagebutten, die möglicherweise dem ein oder anderen vielleicht sogar gemundet haben mögen, allerdings mit dem Kaffee nicht einmal annähernd verglichen werden konnten. (vgl. Oberzill 1983: 31f.) Vermutlich wurde den Kaffeehausgästen ab diesem Zeitpunkt klar, wie etabliert der Genuss des Kaffees bereits war und wie sehr das Getränk den Menschen fehlte. Demzufolge war es kaum verwunderlich, dass die Zeit ohne Kaffee für einige Kaffeehausgäste ganz besonders schwer gewesen sein musste. (vgl. Gugitz 1940: 127) Dass die Qualität des Kaffees vermindert war, lag auf der Hand und trotzdem wurde der Kaffee wortlos serviert. Die Gäste kritisierten im Zuge dessen den horrenden Preisanstieg des Kaffees.

Mit 1. Juli 1813 und dem damit verbundenen Siegeszug der Deutschen über die Korsen und in weiterer Folge der Schlacht bei Leipzig, die letzten Endes Napoleon die Zügel entriss, war die Sperre - Kaffee sei Dank - wieder aufgehoben. Die Zichorie konnte wieder ihre ursprüngliche Funktion als Blume einnehmen und die Wiener konnten, trotz teurerem Kaffee, ihren aromatischen Kaffee wieder in vollen Zügen genießen. Eines muss man jedoch der Kontinentalsperre lassen: Durch den plötzlichen Ausfall von Kaffee, mussten die Kaffeesieder nicht nur auf Surrogate zurückgreifen, sie mussten ihr Lokal gastronomisch ausbauen. Nebst einigen Neuerungen, wurde unter anderem an Produktionsarten von Zucker gefeilt, worunter die neue Verarbeitung der Zuckerrübe fiel. Zusätzlich wurde begonnen, neben Alkohol auch kleinere Speisen anzubieten, damit den Kaffeesiedern keine Schließung drohte. Dies hatte zur Folge, dass die Kontinentalsperre Napoleons gleichermaßen den Grundstein für die heutigen

Café-Restaurants legte.

Dem ganzen Spuk der kaffeelosen Zeit ein Ende gesetzt, konnte Wien nach einer Durststrecke wieder den Blick nach vorne richten und die Zeiten des eingeschränkten Handels als „kreativ ausgenutzt“ betrachten. (vgl. Riha 1967: 49f.)

Das Neunersche Kaffeehaus („Das Silberne Kaffeehaus“)

Besondere Anerkennung wurde um 1808 herum auf ein ganz spezielles Kaffeehaus gelegt, nämlich das des Ignaz Neuner. Innerhalb kurzer Zeit entwickelte sich das Neunersche Café zu einem Kaffeehaus, welches Rang und Namen hatte. Dies veranlasste den Kaffeesieder im Jahre 1823 das Café dem gesellschaftlichen Andrang entsprechend erneuern zu lassen und er erschuf einen Palast aus Silber. Die Tatsache, dass von Tablett bis Türklinke alles versilbert wurde und große Spiegel in der kompletten Lokalität schillerten, wurde schon bald zum Markenzeichen, sodass das Neunersche Café den Beinamen „Silbernes Kaffeehaus“ erhielt. (vgl. Sinhuber 1993: 50) Das Kramersche Café wurde gleichsam vom Silbernen Café abgelöst, nachdem sich hier bis 1840 die Literaten in das neuartige Café eingefunden hatten. So wird berichtet, dass Grillparzer neben Raimund einen kleinen Braunen genoss, während Ignaz Castelli und Johann Nepomuk Vogl in einer Zeitung blätterten. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 100) Dass sich das Kaffeehaus aufgrund der zahlreichen Dichter und Schriftsteller Feinde verschaffte, mag jedoch nicht überraschen. (vgl. Singer 1959: 158) Galt das Kaffeehaus doch, wie das Kramersche, als politisch liberal praktizierend und dem Absolutismus den Rücken kehrend. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 101f.) Demzufolge hatte Fürst Metternich stets ein Auge auf das Treiben des Silbernen Kaffeehauses geworfen und polizeiliche Kontrollen angeordnet. (vgl. Singer 1959: 158)

Nach dem Ableben des Cafétier Ignaz Neuner und dem verfrühten Tod seines Sohnes musste dessen Frau mit ihren Kindern das Kaffeehaus weiterführen. Diesem Druck konnte die Witwe nicht länger als ein paar Jahre standhalten und so war auch das Silberne Café dem Untergang geweiht. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 102)

3.1.6.7. Nachkriegszeit

Nachdem der erste Weltkrieg 1918 seinen Abklang fand und die Nachkriegszeit angebrochen war, mussten die Menschen wieder Normalität in die bis vor kurzer Zeit herrschenden Kriegszustände bringen. Dies war auch das Jahr, als das berühmte Café Central in die Fußstapfen des Café Griensteidl trat und das Kaffeehaus für längere Zeit eine neue Funktion einnahm, nämlich die des Tauschhandels. Aufgrund der Armut fingen die Menschen an, einige Kaffeehäuser als Handelsbörse zu nutzen, um den nachziehenden Konsequenzen des Krieges – der Inflation – entgegen zu wirken. Allerdings mussten zahlreiche Kaffeesieder, vor allem in den Vorstädten, der prekären Lage ins Auge blicken und aufgrund fehlender Gäste die Flinte ins Korn schmeißen.

Erst mit der Einführung einer neuen Währung schien sich die Lage wieder zu beruhigen. Der Schilling ermöglichte etwa die Stabilisierung in wirtschaftlicher Hinsicht, jedoch waren die Nachwehen des Krieges konstant zu spüren. Die hohe Arbeitslosigkeit machte sich ebenfalls im Kaffeehaus bemerkbar, wodurch zahlreiche Gläser Wasser serviert wurden. Das Café Herrenhof schien jedoch standhaft zu bleiben und sicherte sich mit der Zeit den Ruhm des Café Central. In dieser Periode verankerte das Kaffeehaus seinen Ruf als Ort des freien Politisierens.

Bis zum Jahre 1938 hatten sich die Wiener Kaffeehäuser wieder einigermaßen erholt, jedoch sollte mit 12.März 1938 die größte Katastrophe hereinbrechen – der zweite Weltkrieg. Mit Ende des Krieges 1945 standen die übrig gebliebenen Kaffeehäuser erneut am Anfang. (vgl. Riha 1967: 50-61) Jedoch sprach ein zentraler Faktor vor allem in Nachkriegszeiten stets für das Kaffeehaus, nämlich die geheizten Räumlichkeiten im Gegensatz zu den ungeheizten eigenen vier Wänden. (vgl. Dor in Horvath et al. 1990: 11)

3.1.6.8. Die Wiener Kaffeehausliteraten

Café Griensteidl

Unumstritten bleibt der Ruhm rund um das einstige Literatencafé Griensteidl. Der bereits ausübende Kaffeesieder und eigentliche Apotheker Heinrich Griensteidl eröffnete sein Café 1847, ein Jahr vor der Revolution. Es befand sich im damaligen Herberstein Palais, welches an der Ecke zwischen Schauflergasse und Herrengasse situiert war. (vgl. Neumann 1997: 60)

Die Lage gegenüber des Hofburgtheaters und nahe der Hofreitschule beeinflusste den

Werdegang des Café Griensteidl, indem sich hier der Gegenpol zum Café Daum und dessen konservativ denkenden Gäste bildete. (vgl. Singer 1959: 198) Die liberale Einstellung verschaffte dem Café für kurze Zeit sogar den Beinamen „Café National“, welches aufgrund seines rebellischen Ansatzes gerade für Metternich ein Dorn im Auge war. Hier führte der Zahlkellner „Schorsch“ seinen Undercover-Auftrag in seiner Funktion als Spitzel aus, auf welchen ich in Kapitel 3.1.6.9.1. eingehen werde. (vgl. Sinhuber 1993: 103)

Die Räumlichkeiten des Cafés zeichneten sich durch einen großen Saal aus, dessen Mittelpunkt ein riesiger Zeitungstisch darstellte. Die Unzahl an Zeitungen übertraf alles bisher da gewesene und wurde mit Meyers Conversationslexikon erweitert. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997:105) Während das Kaffeehaus etwa erst in der letzten Dekade zum Literatencafé avancierte, fanden sich die Köpfe der Wiener Arbeiterbewegung ein. Demzufolge fungierte das Griensteidl als Lagerstätte des ersten Demonstrationmarsches der Arbeiter im Jahr 1869. Dabei hielt der Kaffeesieder Griensteidl unentwegt Schreibmaterial für seine Gäste bei der Hand. (vgl. Neumann 1997: 61)

Die Zuschreibung eines Literatencafés folgte jedoch erst mit dem Aufkommen des „Jungen Wien“. Zu den regelmäßigen Gästen konnten etwa bereits Franz Grillparzer oder Ludwig Anzengruber gezählt werden, doch die Berühmtheit des Cafés sollte erst mit der sogenannten literarischen Clique erworben werden. (vgl. Oberzill 1983: 86f) Die „Jung Wien“ Dichtergemeinschaft rund um Hermann Bahr musste erst Einzug im Kaffeehaus finden, um den Erfolg des Cafés aufblühen zu lassen. Diese Dichtergemeinschaft bestand dabei aus Arthur Schnitzler, Karl Kraus, Richard Beer-Hofmann, Felix Salten, Peter Altenberg, aber auch Hugo von Hofmannsthal. (vgl. Sinhuber 1993: 105) Die als „platonische Akademie“ bekannte Gemeinschaft verdross die restlichen Gäste des Cafés, welche letztere mit der Zeit schließlich mieden, da Dichter nur ihres gleichen gelesen, gedichtet und debattiert haben. Der damit vorherrschende Dichterzentrismus, verlieh dem Literatencafé den Beinamen „Café Größenwahn“. (vgl. Oberzill 1983: 87f.)

Stefan Zweig (1997), welcher in der Blütezeit der Griensteidlianer zur Schule ging, beschreibt das Kaffeehaus als Bildungsstätte. Das Interesse hinsichtlich Kunst, Theater, Museen, Bücher und der Universität überstieg den Lehrstoff am Gymnasium, sodass die Schüler außerschulisch überaus aktiv waren. Neueste Zeitungen, Bücher und Musikstücke wurden eifrigst verfolgt und verschlungen, wobei der Enthusiasmus solche Ausformungen annahm,

dass untereinander konkurriert wurde. Zweig beschrieb das Desinteresse der Lehrenden am eigenen Fach und an den Schülern, wodurch die Lehrkräfte weder die versteckten Gedichte von Rilke im Lateinbuch registrierten, noch die Tatsache, dass beim Lehrstoff Schillers unter den Bänken Nietzsche gelesen wurde. Ihm zufolge gab es bloß einen Ort, der die Wissbegierde der Schüler stillen konnte, nämlich das Wiener Kaffeehaus. Gemeinsam verweilten sie stundenlang im Café, um alles an Informationen und Gedichten zu erhaschen, was die Jung Wien Männergesellschaft preisgab. Zweig verdeutlicht dies an einem Beispiel unter den Jugendlichen:

„Wenn wir zum Beispiel den damals noch verfemten Nietzsche diskutierten, erwähnte plötzlich einer von uns mit gespielter Überlegenheit: >>Aber in der Idee des Egotismus ist ihm doch Kierkegaard überlegen<<, und sofort wurden wir unruhig. >>Wer ist Kierkegaard, vom dem X. weiß und wir nicht?<<.“ (Zweig in Neumann 1997: 69)

Dabei fungierte die junge Truppe als interessierter, hinterfragender und enthusiastischer Fanclub, welcher den Dichtern nicht unrecht war. So wurde einst Stefan Zweig Johannes Brahms vorgestellt, der ihm auf die Schulter klopfte. Dieses Erlebnis brannte sich nicht nur in sein Gedächtnis, es verursachte einen langandauernden Trancezustand.

Das Verkehren unter den Dichtern der sogenannten Moderne ermöglichte nicht nur die Aneignung kritischen Hinterfragens, sondern auch die Beschäftigung mit einer Thematik dieser neuen Kunst, die sich hauptsächlich unter jungem Publikum breit machte. (vgl. Zweig in Neumann 1997: 66-72) Jedoch auch das Griensteidl beendete mit 21.Jänner 1897 seine Erfolgslaufbahn und musste den neuen Stadtplänen Wiens weichen. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 107) Der ewige Einzelgänger Karl Kraus nützte die Gelegenheit und belangt mit seinem Text „Die demolirte Literatur“ seine Kaffeehauskollegen.

„Mit den alten Häusern fallen die letzten Pfeiler unserer Erinnerungen, und bald wird ein respectloser Spaten auch das ehrwürdige Café Griensteidl dem Boden gleichgemacht haben.“ (Kraus in Neumann 1997: 85)

Er beschreibt die neuen Veränderungen mit dem Einleitungssatz *„Wien wird jetzt als Grossstadt demolirt“* (Kraus in Neumann 1997: 85). (vgl. Kraus in Neumann 1997:85) Speziellen Bekanntheitsgrad erlangte das Kraussche Werk durch die Anprangerung Hermann Bahrs, dessen Abneigung folgendermaßen Ausdruck verliehen wird:

„Die ganze Literaturbewegung einzuleiten, die zahlreichen schwierigen Ueberwindungen vorzunehmen, nicht zuletzt, dem Kaffeehausleben den Stempel einer Persönlichkeit aufzudrücken, war ein Herr aus Linz berufen worden, dem es in der That bald gelang, einen entscheidenden Einfluss auf die Jugend zu gewinnen und eine dichte Schaar von Anhängern um sich zu versammeln.“ (Kraus in Veigl 1991: 94)

Dies führte er weiter aus und bezeichnet es, als „[...] [e]ine Linzer Gewohnheit, Genialität durch eine in die Stirne baumelnde Haarlocke anzudeuten, fand sogleich begeisterte Nachahmer - die Modernen wollten es betont wissen, dass ihnen der Zopf nicht hinten hing“ (Kraus in Veigl 1991: 94). (vgl. Kraus in Veigl 1991: 94)

Die lose Zunge des Kraus war allerdings nicht zur Gänze für bare Münze zu nehmen. Dies gestand er spätestens in seinen Ausgaben, die er in der eigens gegründeten Zeitschrift, der „Fackel“, veröffentlichte.

Das Ende des Literatencafé Griensteidl bedeutete allerdings den Beginn der Ära des Café Central. Durch die Demolierung suchten die Gäste in unterschiedlichen Kaffeehäusern neuen Unterschlupf, während jedoch der Großteil ins Café Central auswich. (vgl. Singer 1959: 225ff.)

Café Central & Café Herrenhof

Die Rahmenbedingungen des neuen Kaffeehauses für Literaten schienen in jeder Hinsicht passend. Die Lokalität in der Herrengasse verfügte nicht nur über einen sagenhaften Ruf zu Zeiten der Monarchie, sondern bot gerade innenarchitektonisch so Einiges. Dabei besaß das Central beim Eintreten einen ersten kleineren Raum, an dem kleine Logen an den Fenstern zu finden waren. Während dieser Teil des Kaffeehauses für gedämpftes Licht sorgte und vermehrt von Einzelgängern bezogen wurde, stellte der daran grenzende große, hohe Raum mit Glasdecke eine helle Atmosphäre her. Diese Räumlichkeit war ausnahmslos den Stammgästen vorenthalten. Der Platz hatte nicht nur den Vorteil, Privatsphäre zwischen den einzelnen Tischen zu schaffen, sondern wurde ebenso hinsichtlich der Brett- und Billardtische genutzt. Dies verursachte eine strikt geregelte Stammgasttischordnung, die sich in unterschiedlich künstlerischer Ausprägung vereinte. (vgl. Malmberg 1961: 133f.)

Die Neuorientierung der Literaten im Central fundiert auch in der Tatsache, dass Kraus nur für bestimmte Zeit dort verharrte, bis er in ein anderes Café weiter zog. Peter Altenberg

hingegen fand dort für einige Zeit seinen Heimatort und führte im damaligen Literaturlexikon das Café Central als Adressenanschrift an. Dabei wird gemunkelt, dass er aufgrund dessen Hausregeln einführte, die es jedem untersagten, sich die Nägel an seinem Tisch zu schneiden. (vgl. Oberzill 1983: 95)

Neben ihm fanden sich Größen wie Egon Friedell oder Adolf Loos ein. Aber auch Victor Adler, Friedrich Torberg und Anton Kuh frequentierten das Café in seinen Glanzzeiten. Peter Altenbergs Liebe zum Café Central nahm solche Ausmaße an, dass er eine Hymne für das Café verfasste, nachdem jedes Problem mit dem Medikament Café Central zu heilen wäre.⁴ (vgl. Neumann 1997: 114)

Alfred Polgar (1991) honorierte sein Stammlokal mit der Niederschrift „Theorie des Café Central“, in der er die Aussage tätigt, dass das Café Central kein übliches Kaffeehaus darstellt, sondern vielmehr einer Weltanschauung nachkommt. Wesentliche Komponente soll hier das Nicht-anschauen der Welt sein. Dabei verschmilzt der sogenannte Centralist mit dem Ort Kaffeehaus und umgekehrt. Polgars Worte gewannen Berühmtheit, indem er meint:

„[...] [d]as Café Central liegt unterm wienerischen Breitengrad am Meridian der Einsamkeit. [...] Seine Bewohner sind [...] Menschen, die allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen“ (Polgar in Veigl 1991: 159).

Er beugt sich dabei weiter aus dem Fenster und bezeichnet das Café als *„[...] ein rechtes Asyl für Menschen, die die Zeit totschiagen müssen, um von ihr nicht totgeschlagen zu werden“* (Polgar in Veigl 1991: 159). (vgl. Polgar in Veigl 1991: 158f.) Seine Beschreibung erwarb dabei nicht nur Ruhm und Anerkennung, sondern entwickelte sich zu einer Definitionsgeltung aller Wiener Kaffeehäuser. Geltend sei diese allerdings nur teilweise zu betrachten. Gerade die Thematik der mangelnden Zeit ist heutzutage nicht mehr tragbar. (vgl. Neumann 1997: 115)

Neben den Konsum-Schnorrern gab es eine weitere Kategorie, nämlich die der sogenannten „Geistes-Schnorrer“ (Sinhuber 1993: 122). Ersteres betraf zumeist nicht zahlende beziehungsweise nicht zahlen könnende oder wollende Stammgäste, während zweiteres eine extreme Form der Schwärmerei zu Literaten bedeutete, die sich dadurch verfolgt fühlten. (vgl. Sinhuber 1993: 122)

⁴ Kaffeehaushymne Peter Altenberg: siehe Kapitel 6.

Den ersten Weltkrieg hinter sich gelassen und nach dem Fall der Donaumonarchie lechzte die Bevölkerung nach der Revolution. Diese zog von 1918 bis 1938 ein Spannungsverhältnis zwischen der christlich-sozialen Partei und der sozialdemokratischen Partei nach sich sowie auch im literarischen Bereich. Dadurch kehrte die literarische Revolution im Café Central ein, und in weiterer Folge im sogenannten neueröffneten Gegenstück, dem Café Herrenhof. Dies befand sich ebenfalls in der Herrengasse. (vgl. Sinhuber 1993: 133f)

Anton Kuh beschreibt die damalige Situation folglich: „*Denn kurz und gut [...] später saß alles, was politisch und erotisch revolutionär gesinnt war, drüben im neuen Café - die Mumien blieben im alten*“ (Kuh in Neumann 1997: 133). Jedoch beinhaltete dies eine Grauzone: jene Gäste, die beide Cafés mit ihrer Anwesenheit beehrten, wurden als „Pendler“ bezeichnet. Zu nennen wären hierbei Hermann Broch, Hugo von Hofmannsthal, Robert Musil, Alfred Polgar, Joseph Roth und Franz Werfel. Darunter gab es auch einige Neuzugänge, allen voran eine Gruppe von emigrierten Pragern. Anton Kuh rekrutierte etwa Ernst Polak oder Leo Perutz als neue Tischkompagnons zu sich. (vgl. Oberzill 1983: 98f.)

Der Pendlerstatus hatte jedoch auch seine Tücken. So wurde dem verwahrlost aussehenden Dichter und bekannten Schnorrer Otto Kryzanowsky dieser Rang zum Verhängnis. Als er noch einem Kaffeehaus treu blieb, wussten alle im Café Central über seine tägliche Anwesenheit von früh morgens bis spät abends Bescheid. Durch den Wechsel ins Café Herrenhof sorgte dies jedoch kaum mehr für Verwunderung bei den Gästen. Im Gegenteil, wenn er nicht im Central anzutreffen war, wurde sofort vermutet, dass er sich im Herrenhof aufhielt. Dies war jedoch sein Untergang. Durch die konstante Annahme, dass er jeweils im anderen Café säße, bemerkte niemand, dass er seit Wochen kein Kaffeehaus mehr aufsuchte. Der Vermieter reagierte nicht auf seine Bitte, seine Freunde im Café zu kontaktieren. Er hätte dem verkommenen Aussehen Kryzanowsky einen Umgang in solchen Kreisen nicht zugetraut und mutmaßte über Fantasien des Kranken. Der Hunger und die Grippe führten letztendlich zu seinem Tod und in weiterer Folge zu einem Skandal innerhalb der Kaffeehausgesellschaft. (vgl. Kuh in Neumann 1997: 136f.) Das Café Herrenhof galt unter Dubrovic (1987) zu jenen, die als „*Orte der loyalen Begegnung*“ (Dubrovic 1987: 31) beschrieben wurden und in denen ein Gefühl des Zusammenhalts wahrgenommen werden konnte. (vgl. Dubrovic 1987: 31)

Mit dem Jahr 1960 lag das Herrenhof in seinen letzten Atemzügen, dessen abnehmender Ruhm mit 1938 begonnen hatte. Spätestens zu diesem Zeitpunkt blieben die jüdischen Gäste aus, was so gut wie alle Literaten miteinschloss.

Erst mit dem Aufkommen des Café Hawelka, schien sich das Literatendrama wieder zu beruhigen. (vgl. Oberzill 1983: 99)

3.1.6.9. Beschreibung des frühen Wiener Kaffeehauses

Auf sich aufmerksam machten die damaligen Kaffeegekölbe, welche meist durch Beschilderung eines kaffeeschlürfenden Türken oder Schwarzen, der die zu anfangs noch türkische Messingkaffeekanne in den Händen hielt, gekennzeichnet waren. (vgl. Gugitz 1940: 55) Der kreativen Ader des Kaffeehaussieders überlassen, wurden die Kaffeehäuser nach und nach in Bezug auf ihre Inneneinrichtung Stück für Stück bereichert, und das Inventar zumeist um Marmortische, Holzmöbel, Spiegel, Kronleuchter, Fensterlogen, Billardtische und Zeitungsständer erweitert. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 77f.)

Der Höhepunkt der Innengestaltung fand mit dem Bau der Ringstraßenkaffeehäuser statt, deren Ambiente nur so von Prunk und Pracht strotzte. Es dauerte nicht lange bis die Nachricht der ungewöhnlich pompösen Kaffeehäuser in Wien auch internationalen Anklang fand und Schanigärten ebenso wie Plüschbänke zu den Marmortischen als Elemente der Wiener Kaffeehäuser zählten. Die neue Wohlfühloase mit Wohnzimmeratmosphäre war geboren und der Meilenstein für Wien als Kaffeestadt wurde gelegt. (vgl. Moser 2009: 54)

Dabei zeigt sich, dass die Kaffeehäuser, die vermehrt Rückzugsgebiete in Form von Ecken und Nischen aufwiesen, von besonderer Beliebtheit waren. (vgl. Riha 1967: 73f.)

Auffallend scheint in weiterem Sinne die Konstruktion der Räumlichkeiten, welche zumeist eine L-Form aufweist. Dies mit Sicherheit zur Erleichterung der Sitzkassierin, da sie am Spitz in der Mitte die Übersicht behalten konnte. (vgl. Neumann 1997: 279)

3.1.6.9.1. Elemente

Thonet

„*Revolutionär wie simpel*“ (Wurmdobler 2005: 25) erhob und erhebt sich noch heute eine bestimmte Art der Holzmöbeltechnik, die damals die Wiener Kaffeehäuser im Nu eroberte. Für diese Glanzleistung alleine muss ein gewisser Herr Michael Thonet die Rechnung tragen. Er war es, der sich um 1830 herum in Boppard, Rheinpreußen, an der Bugholztechnik versuchte. (vgl. Oberzill 1983: 113) Bei einer Gewerbeausstellung traf er auf den

österreichischen Staatskanzler Clemens Lothar Fürst von Metternich, der das Talent des jungen Tischlers erkannte und ihn ermutigte, seine Arbeit nach Wien zu verlegen und dort weiter zu verfolgen. Michael Thonet vertraute auf den Rat des Fürsten und setzte dessen Idee in die Tat um. Bereits ein Jahr später zog er mit Sack und Pack nach Wien und ließ seine Familie nachkommen. Als Angestellter einer Möbelfabrik rund um Franz List fertigte er Sessel im Holzbugstil an, welche jedoch nur um wenig Geld verkauft wurden. Er schien den Wert dieses Gewerbes um die Bugholztechnik gespürt zu haben, da er sein gesamtes Hab und Gut 1849 in die Weiterentwicklung dieser Technik legte und seine fünf Söhne dabei einschulte. Die Folgejahre sollten den Durchbruch für die Familie darstellen. (vgl. Moser 2009: 36-40) Als Anna Daum bereits im gleichen Jahr die ersten Holzbugsessel für ihr Kaffeehaus erwarb, bestellte sie gleich eine ganze Ladung der heute berühmten Thonet-Seriennummer 4. (vgl. Sinhuber 1993: 103) Der Erfolg durch die Verbreitung der Möbel Michael Thonets konnte sich wahrlich sehen lassen, weswegen er 1953 seine Firma mit dem Namen „Gebrüder Thonet“ gründete. (vgl. Moser 2009: 40)

Thonetmöbel wurden zu einem Teil des Wiener Kaffeehauses und waren bald in nahezu allen Kaffeehäusern als fixe Bestandteile inkludiert. Vom Sessel bis hin zum Garderobenständer wurden Thonets Kreationen eingesetzt. (vgl. Oberzill 1983: 114)

Bei dem Versuch, dem Café Museum ein alt-neues Gesicht zu geben, ließ der Architekt Adolf Loos neue Entwürfe der Thonetsessel anfertigen, die dem Biedermeier zugeneigt waren. Nach Eröffnung des neuen Cafés hielt der Kunstkritiker Ludwig Hevesi Loos' Arbeit als „[...] *etwas nihilistisch⁵ zwar, sehr nihilistisch, aber appetitlich, logisch, praktisch* [...]“ (Neumann 1997: 145) schriftlich fest. Das Gegenteil von Ludwig Hevesi's Prophezeiungen trat ein und Adolf Loos konnte in seinem Leben die Karriereleiter hoch empor steigen. Seit diesem Tag ist das Café Museum unter dem Rufnamen „Café Nihilismus“ bekannt. (vgl. Oberzill 1983: 114f.)

Beleuchtung

Während bis ins 19. Jahrhundert für die Beleuchtung des Wiener Kaffeehauses Kerzen, Öllampen oder sogar Feuerstellen benutzt wurden, hatte der Service die Aufgabe, darauf zu achten, dass die rechte Beleuchtung für das Lesen der Zeitung nicht ausging. Jedoch wurde nach 1900 mit großer Freude das Aufkommen des elektrischen Lichtes empfangen, welches

⁵ In diesem Kontext wird der Begriff „Nihilismus“ aus philosophischer Sicht verwendet, welcher alles Existierende als nichtig und sinnlos betrachtet. (vgl. Brockhaus 1991: 611)

das Verweilen in den Wiener Kaffeehäusern erheblich komfortabler machte. (vgl. Heise 1996: 155f.)

Spiegel

Das Café Milani galt, wie bereits in Kapitel 3.1.6.5. erwähnt, als Pionier unter den Wiener Kaffeehäusern, welches Spiegel als Einrichtungselemente verwendete. Kaffeehausbesitzer profitierten dadurch nicht nur in Bezug auf die vermeintliche Vergrößerung des Raumes, die Gäste hatten so auch den Vorteil, das Geschehen rund herum im Auge zu behalten. Ein Reisender aus Dresden beschrieb hierzu nach seinem Besuch, das Café Milani als reinstes „Spiegelkabinett“. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 78)

Zeitungen

Dass wir heute über ein riesiges Repertoire an Zeitungen verschiedener Redaktionen verfügen, ist der Erfindung des Buchdrucks 1445 zu verdanken. Gutenberg hat damals mit seiner Innovation den Grundstein für das Aufkommen unserer heutigen Zeitung gelegt und wie so schön gesagt wird, damit das europäische Mittelalter hinter sich gelassen. (vgl. Singer 1959: 15)

Insbesondere das Auflegen von Zeitungen in Kaffeehäusern speziell für Gäste entspringt der Grundidee der Wiener Kaffeetradition. Dabei stellten Flugblätter im 16. Jahrhundert, also während der Reformationszeit, einen wichtigen Faktor dar, da sie die wissbegierige Bevölkerung von Politik bis Kultur informierten. Zu den ersten Blättern zählte 1621 die „Ordinari Zeittung“ unter Matthäus Formica, dessen Titelschrift später in „Ordinari-Reichs-Zeitungen“ unbenannt wurde. Dessen Inhalt drehte sich ausnahmslos um Neuigkeiten aus dem Ausland. Ein Jahr später gesellten sich die „Ordentlichen Postzeitungen“ hinzu, die sich einerseits auf den Wiener Kaiserhof spezialisierten, andererseits aber auch ost- und südeuropäische Themen einbrachten. In diese Reihe gliederten sich weiters der „Corriere ordinario“, der „New ankommenden Currier“, die „Gazette de Vienne“, das „Wiener Früh- und Abendblatt“ und letztlich das „Wiener Blättchen“, dessen Ausgabe täglich in ganz Österreich in Erscheinung trat, ein. Die uns heute geläufige Zeitung bestand zum damaligen Zeitpunkt allerdings noch aus wenigen dünnen Blättern.

Die sogenannte Postkutsche machte es möglich, dass Wien zwei Mal pro Woche mit Neuigkeiten aus dem Ausland beliefert wurde. Unter den bedeutendsten Druckern, stand der Name Johann Ghelen ganz oben auf der Liste, welcher nicht nur über einen italienischen

Hofdrucker verfügte, sondern auch weitere Projekte in die Tat umsetzte. So fertigte er nicht nur den „Posttäglichen Mercurius“ an, sondern fungierte ebenfalls als Gründer des „Wienerischen Diariums“, der heutigen „Wiener Zeitung“. Dieses Blatt publizierte internationale und überregionale Informationen, sowie Neuigkeiten über den österreichischen Adel, Kaiserhof, amtliche Erlässe und offizielle Bekanntmachungen. (vgl. Sindemann 2008: 61-65) Dass das Zeitunglesen rasch seinen fixen Platz im Kaffeehaus gefunden hat und dementsprechend mit ausländischen Zeitungen ergänzt wurde, lässt sich aufgrund des politischen und sozialen Entwicklungsgrades unschwer errahnen. Dennoch ist interessant, welches großartige Angebot an Zeitungen von „The London Chronicle“ bis hin zur „Hamburgerzeitung“ im Kaffeehaus zur Verfügung stand. Vorzugsweise das Kramersche Café zählte zu den Institutionen mit beträchtlicher Auswahl zum Schmökern. (vgl. Gugitz 1940: 77)

Der Besitzer des Kramerschen Kaffeehauses war auch derjenige, welcher den Zeitungshalter beziehungsweise den Zeitungsspanner einführte. Friedrich Nicolai, ein deutscher Schriftsteller und Buchhändler sprach sich nach seinem Besuch in der Stadt freudig über die neue Besonderheit aus: (vgl. Sinhuber 1993: 30)

„In den Wiener Kaffeehäusern werden die Zeitungen an ein besonderes Brett, woran ein Stab ist, mit dem sie eingeklemmt sind, mit einem Schloße festgeschlossen. Solche Bretter liegen wohl Paar Dutzend herum. Diese Erfindung ist nicht übel, damit die einzelnen Blätter nicht verworfen und verschleppt werden.“ (Gugitz 1940: 77)

Zu Beginn konnte noch von einem Ausleben des freien Schreibens gesprochen werden, in diversen Tagesblättern wurde kaum ein Blatt vor den Mund genommen. Solch einem Handeln sollte jedoch schon bald Einhalt geboten werden. Den sogenannten eigens angefertigten Zeitungen sollte das Handwerk gelegt werden, um solchen „Taugenichts“ das Ventil ihres politischen und ärgerlichen Geredes einzudämmen. Hierzu verkündete Majestät Maria Theresia über die Kenntnis von den „falschen“ Zeitungen und den damit verbundenen Maßnahmen, die diese Schriften nach sich ziehen würden. Da die offiziellen Zeitungen bereits einer Zensur ausgesetzt waren, sollten durch polizeiliche Spitzel und strengere Regeln gegen Untaten besser vorgegangen werden können. Dies zog Maßnahmen, wie etwa das Verbot der Auflegung von Zeitungen an Sonn- und Feiertagen und etliche weitere Vorschriften, nach sich. (vgl. Oberzill 1983: 57)

Aus den Briefen eines Eipeldauers an seinen Vetter geht im Zuge der Teuerung des Kaffees nach der Kontinentalsperre durch Napoleon ein Erlebnis im Kaffeehaus hervor. Er berichtet darin über einen Kaffeesieder, der trotz der horrenden Preise nach wie vor über 11 Tageszeitungen im Kaffeehaus verfügte, welche jedoch von einem Tag auf den anderen bis auf das letzte Stück verschwanden. Der Landstraßer Cafétier regte sich lauthals über solch eine Schandtät auf, bis am Tag danach ein Junge ins Café eintrat. Er hatte alle Zeitungen wieder zurückgebracht worauf ein kleiner Zettel mit der Aufschrift: „*Ich habe mich schrecklich tummeln müssen, bis ich die Zeitungen alle durchgesehen hab.*“ (Richter 1972: 285) angebracht war. (vgl. Richter 1972: 284f.) Die Funktion der Spitzel soll im Folgenden näher erläutert werden.

Zensur & Spitzel

Dem Durchbruch der Kaffeehäuser folgte vor allem unter Maria Theresias Herrschaft ein straffes Vorschriftensystem, welches es den Kaffeesiedern wahrlich schwer machte. So wurde ihnen nicht nur mittels kürzerer Öffnungszeiten an Sonn- und Feiertagen ein Strich durch die Rechnung gemacht, es wurden gleichermaßen die Zeiten, in denen das Billardspiel erlaubt war, ebenfalls durch Maßnahmen eingeschränkt. Nicht zu vergessen gab es eine gesetzliche Sperrstunde, die mit 23 Uhr anfiel. (vgl. Gugitz 1940: 45) Dem Journalismus oblag, wie oben schon erwähnt, ein strenges Zensursystem. Demnach wurden harte Strafen verhängt, wenn protestantische oder antiklerikale Schriften in jeglicher Form ausgehändigt, in den Druck gegeben oder auch nur in den eigenen vier Wänden besessen wurden. Bücher mussten nach dem Kauf erst von einem Pfarrer praktisch abgesegnet werden, um überhaupt in das persönliche Eigentum überzugehen. (vgl. Sinhuber 1993: 16)

Maria Theresias Söhne, Joseph II und Leopold II schienen ihre Regentschaft nicht ganz so eng zu sehen und milderten einige ihrer Bestimmungen. Jedoch änderte sich dies schlagartig mit der Regierung unter Franz I. Um die österreichische Bevölkerung hinsichtlich der Geschehnisse der französischen Revolution unwissend zu lassen, wurde der Strengegrad der Zensur prompt wieder angehoben. (vgl. Oberzill 1983: 58f.)

Wenn es jedoch um die polizeilichen Behörden ging, so pflegten die Kaffeehausgäste einen überaus kollegialen Umgang miteinander. So hatte es sich beispielsweise innerhalb kürzester Zeit herumgesprochen, wenn ein Spitzel das Kaffeehaus betrat. (vgl. Oberzill 1983: 62)

Begebenheiten, wie die folgende aus dem berühmten Café Griensteidl machen das Leben zu jener Zeit greifbarer:

„So ganz ungefährlich war diese Zeit aber für die Griensteidlianer doch nicht. Denn der Zahlkellner >Schorsch< hatte, wie sich herausstellen sollt, im Dienste der politischen Polizei ein Auge darauf geworfen, wer von den Gästen besonders häufig zur >Times< griff. Aber der spitzelnnde Markör flog auf und schließlich hinaus, und mit der Vernaderung hatte es dann auch ein Ende.“ (Neumann 1997: 61)

Unterhaltung im Kaffeehaus

Beim Gedanken an ein Wiener Kaffeehaus blitzen unweigerlich Assoziationen aus der Unterhaltungsbranche wie Billard, Karten- oder Brettspiele auf, welche definitiv zur Ausstattung eines Kaffeehauses gezählt werden. Während Schach den Geist beanspruchte, musste man sich beim Kartenspiel zwar ein gewisses Maß an Wissen aneignen, jedoch unterlag dieses Spiel einer gewissen Portion Glück. Beim Billard hingegen wurden beide Komponenten von einer Person abverlangt, da man nicht nur Geschicklichkeit und Strategie unter Beweis stellen, sondern auch hier um sein Glück bangen musste. Dabei wurden zum Großteil Spielzimmer eingerichtet, um dieser Unterhaltung Platz einzuräumen. Die Besonderheit lag im Speziellen darin, dass nicht nur Ausdauer abverlangt wurde, es wurde auch mit einer Leidenschaft gespielt, die das Gewinnen nicht unbedingt zur Voraussetzung hatte. Hierzu vereinigte man sich zu fixen Spielrunden, die beispielsweise wöchentlich an bestimmten Tagen stattfanden. Somit kam, spielte und verabschiedete sich der Gast mit gedanklicher Freude auf die nächste Partie. (vgl. Riha 1967: 117ff.)

Billard

Die Einführung des Kaffees in Wien geht ungefähr mit dem Aufkommen des Billardspiels in Österreich einher. Aus dem Westen, genau genommen aus Frankreich, kommend, schien die neue Spielart den Wienern besonders große Freude zu bereiten. Streng übersetzt wird das Spiel „Kunst der Kugel“ genannt und teilt sich in die französischen Begriffe „bille“ und „art“. Um das Billardspiel auch in kalten Wintermonaten ausüben zu können, wurde ein Tisch mit Rändern gebaut, welcher mit grünem Stoff ausgelegt wurde. Der Tisch war ab sofort wettertauglich, man konnte von nun an auch in Räumlichkeiten spielen. Der grüne Stoff erinnert heute noch an die damaligen Rasenreste. (vgl. Sindemann 2008: 52)

Wurde einst dem alten Sonnenkönig zu Präventionszwecken das Billardspiel aufgetragen um

körperlich fit zu bleiben, so geriet das Spiel unter die Bürger und fand schnell großen Anklang. Der schwere Billardtisch, der einer Kegelbahn ähnelte, war als Eigenanschaffung freilich zu teuer, demzufolge fand das Billardspiel in den Kaffeehäusern Einzug und konnte auch nur dort ausgeübt werden. Unter den verschiedensten Billardspielarten wurde die Pyramidpartie besonders gerne ausgetragen. Es handelt sich hierbei um sechzehn elfenbeinfarbene Bälle und einem roten, welche pyramidenförmig aufgelegt wurden. Mittels eines Stockes wurde das Gebilde durch einen kräftigen Stoß in Bewegung versetzt, um dem roten Ball Platz zu machen. Bei jeder eingelochten Kugel schrillte ein Glöckchen. Um die Stelle einer Kugel auf dem Tisch zu markieren, zwirbelten die Spieler an ihren Puderlocken um in weiterer Folge mit dem weißen Finger den grünen Stoff anzuzeichnen. (vgl. Singer 1959: 45) Dabei handelte es sich bis zum 18. Jahrhundert freilich nicht um den heute bekannten Queue, sondern um einen gebogenen Stock und auch die Bande bekam erst nach und nach ihre heutige Form. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 91)

Eigentliches Interesse gilt dem Spezialisten in Sachen Billard, dem Kaffeehauskellner oder auch „Marqueur“ genannt. Er war zum einen für das Zählen der Partiepunkte zuständig und zum anderen selbst ein geübter Spieler. Demnach sprang der Marqueur immer dann ein, wenn es an Mitspielern mangelte, was nicht allzu selten vorkam. Mit der Zeit wurde aus dem wuchtigen Billardtisch, auch „Elefant“ genannt, der heutige Salonbillardtisch auf dem man Karambolage spielte und vor nicht allzu langer Zeit manifestierte sich aus der Bezeichnung „Marqueur“ der „Herr Ober“ im Kaffeehausalltag. (vgl. Singer 1959: 46)

Das Geschäft mit dem Billard rentierte sich enorm, da ein Cafétier bei ausgebuchtem Billardspielbetrieb bis zu zwölf Gulden einnahm und dadurch hohe Verdienste verzeichnete. Die starke Besteuerung wird vermutlich auch der Grund dafür gewesen sein, warum das rege Billardspiel toleriert wurde. So wurde pro Billardtisch im Kaffeehaus eine Steuer von zwölf Gulden im Jahr verhängt, sodass die Cafétiers liebend gerne ihre Tische rund um die Uhr zur Verfügung gestellt hätten. (vgl. Oberzill 1983: 40) Dass das Billard jedoch nicht nur eine Geldquelle darstellt, lässt sich aus den Briefen des Eipeldauers herauslesen.

„Ich such mir also d'Zeit mit'n Spieln z'vertreibn, und da lieg ich oft den halben Tag auf'n Billiar, und wenn mir auch 's Geldl ausgeht, so gibt's schon wieder mitleidige Kaffeemieser, die mir eins leichen, damit s' d'Kundschaft erhalten.“ (Richter 1972: 174)

Hitzig könnte man die Atmosphäre beim Billardspiel beschreiben und wenn man nicht aufpasste, während man sich quer durch die Billardtische schlängelte, so schien es ein Recht zu geben, demjenigen einen kräftigen Stoß mit dem Billardstock zu erteilen, wenn dieser den Weg ungünstig versperrte. (vgl. Hirschfeld in Neumann 1997: 28) Selbst Wolfgang Amadeus Mozart war zwar kein begnadeter, jedoch ein überaus leidenschaftlicher Billardspieler, welcher sich des Öfteren in Kaffeehäusern blicken ließ, um eine Partie nach der anderen zu spielen. (vgl. Moser 2009: 48f.)

Obwohl Wolfgang Amadeus Mozart zu diesen Zeiten bereits Geld für seine Kompositionen verdiente, gelang es ihm immer wieder, mit leeren Taschen nach einer Billardpartie nach Hause zu gehen. (vgl. Sindemann 2008: 58)

Dass dem ganzen Spaß jedoch einige Regeln und Verbote unterlagen, wurde schon bei der Besteuerung angedeutet. Gewiss wurden Wetten, bei denen es um Geld ging nicht gerne am Billardtisch gesehen, da dies der staatlichen Lotterie und nur dieser überlassen sein sollte. (vgl. Sinhuber 1993: 13)

Ebenso gab es Regelungen in Bezug auf die Öffnungszeiten von Kaffeehäusern. Beispielsweise wurde es den Cafétiers untersagt, ihr Kaffeehaus an bestimmten Feiertagen zu öffnen. Bei Erlaubnis bestimmter zeitlicher Ausnahmen wurde auch nur in Hinsicht auf eine Befugnis der Ausschank von Kaffee ermöglicht. Nachdem die vorgegebene Uhrzeit von 15 Uhr wiederholt von Kaffeesiedern nicht eingehalten wurde, mussten die Cafétiers als Maßnahme eine weitere Stunde länger auf den Beginn einer Billardpartie warten. Darüber hinaus durfte anfänglich nur im Erdgeschoss, in Räumen mit Fenstern zur Straße und bei offen gehaltenen Fensterläden bis zur Sperrstunde, welche dringlichst eingehalten werden musste, gespielt werden. Es wurde sogar das Zeitunglesen an Sonntagen verwehrt.

Die Aufhebung einiger der strengen Verbote konnte erst ein Jahr nach dem Tod Maria Theresias erreicht werden, als ihr Sohn Joseph II ins Rampenlicht rückte. Erste Profite konnte der Kaffeesieder Leichnamtschneider aus der Leopoldstadt daraus ziehen, welcher 1781 mit einem Billardtisch im ersten Stock auf sich aufmerksam machen konnte. Allerdings wurde 20 Jahre später dieses Gebot wieder erlassen, da die Cafetiers in den Städten im Gegensatz zu den Vorstädten Umsatzbußen aufgrund der hohen Mieten befürchteten.

Als Zentrum der besonders begabten Billardspieler erwies sich schon bald das Hugelmannsche Café, in der heutigen Praterstraße des zweiten Wiener Gemeindebezirks, (vgl. Sindemann 2008: 57), welches auch „Universität“ der Billardspieler genannt wurde. Reisende

von überall kamen in das Kaffeehaus, um die Besten der Besten spielen zu sehen. Dieses Café war es auch, in dem die talentiertesten, vor allem aus Ungarn stammenden, Marqueure verkehrten. Den Platz des Nachfolgers erkämpfte sich später das Neunersche Café. (vgl. Oberzill 1983: 44f.)

Kartenspiel

Diejenigen, die sich nicht viel aus dem Billardspiel machten oder lieber schaulustig eine Billardpartie verfolgten, hatten allerdings auch andere Möglichkeiten der Freizeitbeschäftigung. Vordergründig stand hierbei das Kartenspiel an der Tages- und Nachtordnung. Wo bereits um 1714 Kaffeesiedern nahegelegt wurde in ihren Räumlichkeiten bestimmte Spielarten anzubieten, pendelte sich später ein beliebter Zeitvertreib von Bridge, Whist und schließlich Tarock ein. Die Verbreitung des Spiels nahm solche Ausmaße an, dass man Wiens Spielstätten in den Kaffeehäusern als Tarockzimmer bezeichnete. (vgl. Heise 1996: 192f.) Zur besseren Orientierung welcher Vergnügen das für einen Geldbeutel bedeutete, gibt es Aufzeichnungen in denen die Preise festgeschrieben wurden. (vgl. Gugitz 1940: 76) Eine Person zahlte „ [...] für Tarockkarten bei Tag 7 Kreuzer, bei Nacht 10 Kreuzer“ (Gugitz 1940: 76).

Brettspiele

Rommé, Canasta, Bridge und Domino standen ganz oben auf der Beliebtheitsskala im Hinblick auf Brettspiele. Als Königsdisziplin der Brettspiele erlangte, ein wenig später als das Kartenspiel und Billard, ein Spiel besondere Berühmtheit: das Schachspiel. Interessant ist hierbei, dass diese Art von Spiel nirgends anders einen Platz gefunden hat, als im Kaffeehaus. Nie wäre es in Frage gekommen, beispielsweise in einem Gasthaus Schach zu spielen. (vgl. Riha 1967: 122f.)

Schach

Den Quellen zufolge fand sich das Schachspiel etwa ab dem 18. Jahrhundert in den Kaffeehäusern ein. Dem Bedürfnis nach geistigem Anspruch nachkommend, trieb es die besten Spieler ins damalige Kramersche Café. Hier ereigneten sich verbale Kämpfe, während eine geniale Schachstrategie die nächste jagte. Mit der Zeit übersiedelte das Herz der Schachspieler vom Kramerschen in das Neunersche Café. (vgl. Oberzill 1983: 46)

Ob, so wie damals behauptet, eine Zunahme von aktiven Schachspielern zu mehr Frieden

verholfen hätte, sei dahingestellt. Die Tatsache, dass die Grundlage des Schachspiels ist, dass die eine Seite mit geschickten Strategien und cleveren Schachzügen versucht die andere auszuloten, wird in diesem Kontext ausgeblendet. Vielmehr bezieht sich dieser Ausspruch auf die eingehende Gehirnarbeit während eines Spieles. Demzufolge hätte nach Riha möglicherweise in der Realität durch solch ein gewissenhaftes Handeln viel Leid erspart werden können. (vgl. Riha 1967: 121f)

Abgesehen vom „Was-wäre-wenn-Spiel“ wurde das Brett-, Karten- und Billardspiel oftmals durch die Präsenz eines Kiebitzes⁶ begleitet, der es sich erlauben durfte, seine Meinung bei jeder Partie kundzutun und sich somit in der Spielkultur des Wiener Kaffeehauses verankerte. (vgl. Riha 1967: 123f)

Rauchen

Bis zur Durchsetzung des neuen Rauchergesetzes, welches im späteren Verlauf im Kapitel 3.2.1.3. erläutert wird, war es in Wiener Kaffeehäusern durchaus üblich, zu rauchen. Dass dies anfangs gar nicht der Fall war, wissen nur die Wenigsten. Bis zum 18. Jahrhundert mussten die Raucher, die damals noch eine Minderheit bildeten, warten, um überhaupt in gesonderten Räumen „*Tabak schmauchen*“ (Gugitz 1940: 78) zu können. (vgl. Gugitz 1940: 78) Ursprünglich wurde höchstens Schnupftabak in den Kaffeehäusern zu sich genommen, um keine anderen Gäste zu belästigen. Dabei schlenderte immer wieder der Cafétier von einem Tisch zum anderen und bot eine zumeist große Bandbreite an verschiedenen Schnupftabaksorten an. Ob die Pfeife als neues Genussmittel rein zufällig aufkam oder ob dies mit der Aufnahme der Tabakproduktion als staatliches Gut einher geht, bleibt zu vermuten übrig. (vgl. Singer 1959: 134f.) Die Pfeife kam in Mode und durfte in abgetrennten Raucherzimmern zu sich genommen werden. 1786 fand man sogar die Ankündigung eines Kaffeesieders, der damit prahlte, im Garten seines Kaffeehauses das Pfeiferauchen zu erlauben. Jedoch stand das Angebot an Pfeifen in Wiener Kaffeehäusern keineswegs an der Tagesordnung.

Schlagartig änderte sich die Situation, als ein Verbot des Rauchens an öffentlichen Plätzen über die Stadt verhängt wurde. (vgl. Oberzill 1983: 47) Schlaue Köpfe kamen auf die Idee,

⁶ In Anlehnung an eine Vogelart meint der Begriff „Kiebitz“ zumeist passive Zuschauer einer Spielpartie, welche stets starke Kritik ausüben durften, jedoch keine Befugnis hatten Interventionen in die Praxis umzusetzen. (vgl. Riha 1967: 123)

einen Pfeifenkopf aus Porzellan, an dem etliche Röhrchen angebracht waren, an einen großen runden Tisch zu hängen. Somit konnte eine große Anzahl an Gästen sich an einen Tisch gesellen und gemeinsam rauchen. (vgl. Gugitz 1940: 78f.) Der Erfolg der türkischen Pfeife führte dazu, dass alle Nichtraucher, denen der Geruch zuwider war, den Pfeifenrauchern weichen mussten. Die Wiener verschmähten sogar lange Zeit die vornehme Zigarre, war sie doch unspektakulär im Gegensatz zur Pfeife. Das gleiche Schicksal traf später ebenfalls die Zigarette. (vgl. Singer 1959: 135f.)

Zwischenzeitlich legten die Kaffeesieder das Rauchen wieder auf Eis um in die bis dato vorherrschenden Männerkaffeehäuser auch das weibliche Geschlecht anzulocken. Da jedoch die Räumlichkeiten zum Großteil auf Männer ausgerichtet waren, wurden sie von Frauen großteils gemieden. Demzufolge kehrte man, weil sich „Altes bewährt“ zurück zum Ursprung und konzentrierte sich auf die rauchende Männerdomäne in den Wiener Kaffeehäusern. Erst später sollten sich Damenzimmer etablieren, doch dazu komme ich in Kapitel 3.1.6.9.3. (vgl. Oberzill 1983: 47f.) Bis zur Errichtung der Kaffeehäuser entlang der Wiener Ringstraße harter die Zigarette geduldig aus um auf ihren großen Auftritt zu warten und aus dem Schatten der Pfeife zu treten. Mit Erfolg, denn ab sofort waren Pfeifen passé und Zigaretten immer populärer. (vgl. Singer 1959: 136)

Schanigarten

In Wien versteht man unter dem Terminus „Schanigarten“ einen Platz vor einem Kaffeehaus, Gasthaus oder einem anderen Gastronomiebetrieb, welcher mit Tischen und Sesseln ausgestattet ist. Die Gäste haben somit die Möglichkeit, unter freiem Himmel Getränke oder Speisen zu genießen.

Die Erklärung für die Namensgebung des „Schanigartens“ scheint jedoch bis heute nicht geklärt. (vgl. Wurmdobler 2005: 24) Dabei rangieren zwei Versionen ganz oben auf der Liste etlicher Erklärungsoptionen, welche am plausibelsten erscheinen. Erstere Ausführung geht ins Jahr 1750 zurück, als der bereits erwähnte Kaffeesieder namens „Gianni Taroni“ vor seinem Kaffeehaus am Graben erstmalig offiziell Tische und Sesseln postieren durfte. Von da an konnten Bummel und zielorientierte Gäste Platz in „Giannis Garten“ nehmen. Über die Zeit hinweg und mit dem Einschlag des Wiener Dialekts schien sich aus „Gianni’s Garten“ der „Schanigarten“ entwickelt zu haben. (vgl. Sinhuber 1993: 27)

Die zweite Variante soll sich ebenfalls mit Herrn „Tarone“, zugetragen haben, welcher mit dem italienische Kaffeesieder Milani befreundet war. Als ihm Tische und Sesseln direkt vor

dem Kaffeehaus gewährt wurden, soll er Personal angefordert haben, diese ins Freie zu tragen und dabei gesagt haben: „*Schani, trogn Goatn ausse!*“ (Oberzill 1983: 102). Jean, also übersetzt Johann, soll damals für Laufburschen ein häufig vorgekommener Name gewesen sein. Demnach ließe sich erahnen, dass sich aus dem damaligen Jean ein heutiges „Schani“ manifestierte. Das heute noch gebräuchliche, allerdings negativ behaftete Wort „Schani“, rührt daher, dass diese Arbeit als gewöhnlich und minder bewertet wurde. Damit wird heutzutage impliziert, keine Arbeit verrichten zu wollen, die der Funktion eines Dieners ähnelt. (vgl. Oberzill 1983: 102f.)

Telefon

Neben dem kostenlosen Service an Zeitungslektüre, Lexika, Adressbuch, Gläsern Wasser und Schreibutensilien durfte selbstverständlich das Telefon in einem Wiener Kaffeehaus nicht fehlen. Somit wurde zu damaliger Zeit das Wiener Kaffeehaus zum Büro umgestaltet, in welchem Telefonnachrichten geschäftlicher aber auch privater Natur empfangen werden konnten. So muss man sich den damaligen Ablauf einer Telefonnachricht beispielsweise folgendermaßen vorstellen: Wenn das Telefon im Wiener Kaffeehaus zu klingeln begonnen hatte, rief der Marqueur quer durch das Café: „*Herr von Pollitzer wurden von einer Dame angerufen, war aber nicht die Frau Gemahlin*“ (Hirschfeld in Neumann 1997: 28). (vgl. Neumann 1997: 27f.) Dass solche aus der Literatur stammenden Anekdoten zu Tratsch und Klatsch führten, muss hier nicht weiter ausgeführt werden.

3.1.6.9.2. Personal

Herr Ober

Teil der Institution - Wiener Kaffeehäuser - stellt mit Sicherheit das Personal dar, welches unter der Verwaltung des Obers, auch: Marqueur, des Pikkolos sowie des Zuträgers stand. Zu Beginn der Karriere musste sich der Auszubildende mit der Position des „Pikkolos“ zufrieden geben. Bei der Anprobe des weißen Sakkos wird sich spätestens der Wunsch auf tun, einmal in die Fußstapfen des Herrn Franz, Josef oder sonst eines Marqueurs zu treten. (vgl. Riha 1967: 137) Ihm wurden Aufgaben wie die Versorgung der Gäste mit reichlich Wasser, der Aufbau der Tische und natürlich in früheren Zeiten die Unterhaltung der Damenwelt zu Teil. Dies war nicht allzu schwer, da der Pikkolo ohnehin unter die Fittiche der Damen genommen wurde. Denn er war es, der als vermeintlicher Liebesbotschafter fungierte und zusah, dass die Briefe

auch tatsächlich beim rechten Empfänger ankamen. (vgl. URL18) Darüber hinaus wurde er beauftragt, das Geschirr zu waschen sowie im Service zu arbeiten, und wurde Schritt für Schritt eingeschult. (vgl. Riha 1967: 139)

Wesentlich ehrenvoller konnte die Ernennung zum „Zuträger“ beurteilt werden. Seine Stellung als rechte Hand des Marqueurs erlaubt es ihm, den Marqueur in Assistenzangelegenheiten zu unterstützen. Dazu zählt nicht nur der Service, sondern auch die Befehlsgewalt über den Pikkolo, sowie die Urlaubsvertretung für den Marqueur. Letzteres bedeutete sogar den Aufstieg zum sogenannten „Springer“, der in der Rangordnung direkt unter dem Ober stand. Bei Eintritt der Pension oder Beendigung des Dienstverhältnisses des Marqueurs konnte der Springer nachrücken und die angestrebte und ehrenwerte Aufgabe übernehmen. Die Transformation der Bezeichnung des Marqueurs in die des „Herrn Ober“ erfolgte erst später.

Nebst körperlicher Belastbarkeit musste der Herr Ober eines Wiener Kaffeehauses auch Sicherheit und Feingefühl beweisen, um sich zwischen den engen Tischen, mit einem Turm an Geschirr in den Armen, gekonnt hindurch zu bewegen und dazu noch ständig ein Auge auf das Kaffeehaustreiben zu werfen. Die Kunst dabei ist *„wie ein unsichtbarer Geist durch das Lokal zu schweben und Wünsche von den Augen der Gäste ablesen zu können“* (Moser 2009: 84-87).

Im Kellnergewerbe könnte der Aufstieg zum Wiener Kaffeehaus Marqueur mit einem Ritterschlag im Mittelalter verglichen werden und verlangt weit mehr als die übliche Serviceleistung. (vgl. Moser 2009: 80-84) Die Bedeutung des Marqueurs wird des Öfteren mit einem Professorgrad in der Gastronomiebranche verglichen. Daher ist die Funktion des Obers für ein Wiener Kaffeehaus unabdingbar und stellt im Kundenverhältnis für den Gast freilich eine wahre Herausforderung dar.

„Und so kann es vorkommen, daß [sic!] man sich einem Philosophen gegenüber sieht, der das Kaffeehaus augenzwinkernd als Anstalt betrachtet, die Gäste als seine Patienten und den Kaffee als deren tägliche Medizin“ (Neumann 1997: 14).

Demzufolge sollten die Bedürfnisse des Gastes gestillt werden, egal, ob ein „Küß die Hand, gnä Frau“ oder bloß ein paar nette Worte über Gott und die Welt erwünscht waren, auf den Marqueur war immer Verlass. So wird berichtet, dass nur derjenige Marqueur werden konnte, der sich zu dieser Funktion im Kaffeehaus berufen fühlte.

Gekleidet waren die Marqueure stets elegant - sie sollten zumeist einen Smoking angehabt und ein Wiener „Mascherl“, worunter eine Fliege zu verstehen ist, den Hals geziert haben. (vgl. Neumann 1997: 14) Bis zum 18. Jahrhundert schienen Marqueure in grünen Jacken mit metallenen Knöpfen und schwarzen Hosen uniformiert gewesen zu sein. Unter der Jacke verbarg sich eine rote Weste, des Weiteren wurde eine weiße Binde um den Hals geschlagen. Schnallenschuhe, Strümpfe und eine grüne Schürze komplettierten den Aufzug des Marqueurs. (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 84f.)

Um ein geeignetes Profilbild eines Obers zu verdeutlichen, aber auch erfüllen zu können, müssen einige Punkte aus seinem Metier beachtet werden. Zum einen trug er die Verantwortung für die Belegung der einzelnen Tische, damit er einen Überblick behalten konnte, wo seine Stammgäste zu sitzen hatten. Zum anderen musste der Ober über ein hervorragendes Einschätzungsvermögen bei Menschen verfügen, um bei Eintreffen des Gastes eine sofortige Kategorisierung der Person vorzunehmen. Dabei war es wichtig, auf einen Blick einschätzen zu können, ob es sich um einen Laufgast, einen Stammgast oder einen Tourist handelte. Darüber hinaus sollte er beispielsweise bei Stammgästen schnellstens Detailwissen abrufen, um in weiterer Folge private Informationen austauschen zu können und parallel dazu den „Kaffee wie immer“ zu beschaffen.

Um die Arbeit des Obers zur Perfektion zu treiben, sollte er darüber hinaus auf seine ihm bekannten Stammgäste größte Aufmerksamkeit legen und auch Einfühlungskraft hinsichtlich ihrer aktuellen Gemütsverfassung beweisen. Dies brachte ihm den Vorteil auf den Gast im richtigen Moment zu reagieren, und statt einem Cognac dem Stammgast vielleicht zwei zu verkaufen. Dies verschaffte dem Ober Vertrauen und wenn er damit auch noch ins Schwarze traf, zukünftig womöglich sogar mehr Konsum. Doch hatte der Ober keineswegs den Ruf eines Banausen, im Gegenteil, Stammgästen wurde zeitweise in finanzieller Sicht Hilfe geleistet. Ein Ober wusste nur allzu gut darüber Bescheid, dass man hie und da über die Stränge schlagen musste. Solch ein Vorzug wurde jedoch nur Stammgästen zu Teil. Darüber hinaus informierte er die Gäste über einen kontinuierlichen Wechsel und Austausch der Zeitungen. Um den eigenen Stammgästen immerfort die gewünschten Tagesblätter anbieten zu können, trug er demzufolge stets einen kleinen Zeitungsvorrat bei sich.

Nach den vorangegangenen Aspekten wundert es wohl kaum, dass der Ober über ein bestimmtes Schauspielvermögen verfügte oder sich zumindest aneignen musste. So sollte

keinem Ober die persönliche Tagesverfassung angesehen werden, da diese höchstens bei Stammgästen zu verlautbaren gewesen wäre. Ein Ober sollte immer zuvorkommend, nett und höflich sein, dies war ein Prinzip. In weiterer Hinsicht musste er über aktuelle und kulturelle Veranstaltungen, politische Geschehnisse, aber auch über die neuesten Scherze Wissen verfügen. Dies hatte zur Folge, dass der Ober neben seiner Funktion als Servicepersonal und einer Art Freund auch als Ratgeber seinen Dienst erweisen sollte. Problemen wie beispielsweise das Nicht-zahlen-können von Laufgästen sollte auf geschickte Weise möglichst der Wind aus den Segeln genommen werden.

Zu einer der wichtigsten Aufgaben zählte die Verwaltung der „Inkasso“. Wenn ein Gast zahlen wollte, wurde es freilich nicht gewünscht, dass der Ober sofort herbeigelaufen kam, um ja keinen Eindruck der Geldgier zu vermitteln. Weiters sei der Beurteilung des Services eines guten Obers auch die Art der Bezahlung anzumerken. So wird ein erfahrener und professioneller Ober ohne Rechnung und aus dem Kopf heraus alle Bestellungen aufzählen bevor der Gast das Geld zückt. Dabei sei höchste Diskretion verlangt und kein Anschein der Freude oder des Ärgers im Gesicht des Obers abzulesen. (vgl. Riha 1967: 137-147)

KELLNERPRÜFUNG

„PRÜFER: ...So und jetzt hätt ma noch den Schurl. Komm außer. Pikkolo!

SCHURL mit Hangerl: devot Der Herr gewünschen, bitte? Schon befohlen?

PRÜFER: Um eine Idee zu servil sagens das. A Wiener derf nie vergessen lassen, daß er von Natur aus eigentlich resch is! Paß auf: wann ein Herr bestellt: „Einmal Sahne“! Was denkst dad da sofort?

SCHURL: Daß der Herr a Preuß is, Herr Professor. Eine „Sahne“ is nämlich in Wahrheit immer „ein Schlag“, äußerstenfalls ein „Obers“.

PRÜFER: ...Stellts euch einmal alle vor, ein Gast ruft „Zahlen!“ Was machts Ihr da? Alle zeigen auf. Na, Franz?

FRANZ: I geh sofort hin und kassier ein.

PRÜFER: Ganz falsch. Ihnen muß ma umschulen auf ein Gaskassier. - Pepi?

JOSEF: Ich schau, ob der Gast zu mein Rayon gehört.

PRÜFER: Schon besser. Was meinen Sie, Fräulein Hansi?

HANSI: I scher mi net drum.

PRÜFER: Sehts es, von einer Frau müßts Ihr euch beschämen lassen! ... Karl fahren Sie fort!...

KARL: Dann derf der Ober nie sofort hingehen. Sofort hingehen is absolut unfein, das schauert ja aus, als ob man in St.Pölten ausgelernt hätt und net beim „Sacher“. Besser Fliegen fangen oder jede andere Arbeit, nur net hingehen.

PRÜFER: Sehr richtig. Besser Fliegen fangen oder jede andre Arbeit, nur net hingehen! Mit dieser Lebensregel wollen wir unsere heutige Gewerbebeförderung beschließen. Alle ohne Ausnahme sind mit Auszeichnung für reif erklärt, österreichische Volksbräuche in alle Winde zu tragen, gemäß dem Wahlspruch auf unserem Panier: Alle erheben sich und sprechen mit dem Prüfer unisono: Wiener Kaffee über alles, wenn er nur will!!.“ (Weys in Veigl 1991: 278-279)

SITZKASSIERIN

Ab dem 19. Jahrhundert vertrat nur eine Frau den weiblichen Minimalprozentanteil im Wiener Kaffeehaus und dies mit exklusiver Präsenz. Mit Stolz thronte sie auf einem erhöhten Plateau um das Geschehen des Kaffeehauses im Blick zu behalten und fungierte parallel dazu als Kontrollorgan über die Rechnungen der Kellner, sowie der Rechnungen am Buffet. (vgl. Gugitz 1940: 186) Zumeist handelte es sich um die Gattin des Kaffeesieders, dessen Tochter oder im Notfall um ein nettes Mädchen, welches nicht nur über ein freudiges Gemüt verfügen sollte, sondern auch mit Zahlen geschickt umging. (vgl. Singer 1959: 172)

Der Schriftsteller Otto Friedländer beschrieb das Anlitz der Sitzkassierin als anmutig, mit blonder Mähne, üppiger Brust und Juwelen an den Ohren versehen. Die „Gnädige“ war dabei keineswegs auf den Mund gefallen und wusste mit einer Männerrunde wahrlich umzugehen. Obgleich sich das ein oder andere zweideutige Anbot ereignet habe, über eine Liaison zwischen der Sitzkassierin und irgendeinem Gast wurde niemals gemunkelt. (vgl. Friedländer in Neumann 1997: 34) Doch wurde sie umringt von Verehrern und Kavalieren und immer wieder konnte man einen Seufzer der Anbetung im Raum vernehmen. (vgl. Singer 1959: 172) Um dem Begriff eines Kavaliers gerecht zu werden, verstanden es die meisten Männer, der Dame des Hauses mittels Komplimenten oder scherzhaften - zweideutigen - Äußerungen den Hof zu machen. Auf Grund dessen erschien es dabei klar zu sein, der Sitzkassierin an ihrem Namenstag beispielsweise durch süße Leckereien zu entzücken.

Spätestens mit dem Einsatz einer Registrierkasse in der Küche wurde die Ära der Sitzkassierin gekappt und wird nunmehr durch vereinzelt übrig gebliebene Podeste erinnert. (vgl. Friedländer in Neumann 1997: 34)

3.1.6.9.3. Gast

Den Kern des Kaffeehauses bildeten laut Dubrovic - abgesehen von den Kaffeehausliteraten - in erster Instanz die hohe Anzahl Intellektueller, ungeachtet welchen Alters und welcher Arbeit sie nach gingen. Gemeinsames Interesse bezogen jedoch die meisten aus der Literatur, den Wissenschaften oder der Kunst, deren Wir-Gefühl stieg dementsprechend. (vgl. Dubrovic 1987: 31)

Fritz Riha (1967) widmet dem Gast eines Wiener Kaffeehauses besonderen Stellenwert, indem er verschiedene Kaffeehaustypen herausfiltert, die damals die Schwelle zum Wiener Kaffeehaus beschritten. Das Spezielle daran ist, dass zwar der Ausspruch „der Kunde ist König“ bis zu einem gewissen Grad gelebt wurde und wird, allerdings im Wiener Kaffeehaus eben nur bis zu einer bestimmten Grenze ausgeübt wurde. Im Folgenden sollen nicht nur die verschiedenen Kategorien von Gästen aufgezählt werden, es soll auch das Aufeinandertreffen eines Gastes auf den Ober und damit folgende Abläufe widerspiegeln. Dies macht nach Riha die Wiener Kaffeehäuser einzigartig, fast schon zu Unikaten. (vgl. Riha 1967: 103) Vorbehalten soll jedoch sein, dass es nur diese Arten von Kaffeehausbesuchern gab, da unzählige Möglichkeiten vorstellbar sind, warum, wer, wann, wie und wo ein Kaffeehaus betrat. Der grobe Rahmen soll nur ein Bild geben, damit man in Gedanken eine Vorstellung eines Wiener Kaffeehauses und seinen Gästen in Gedanken lebendig werden lassen kann.

Laufgast

Mit dem Terminus „Laufgast“ wurden jene Kaffeehausbesucher gemeint, die nicht von der Sonderstellung eines Stammgastes profitierten. Dieser Gast wurde demnach nicht schlechter bedient, allerdings schöpfte dieser nicht aus dem Pool an zusätzlichen Vorteilen. Die Nominierung zum Stammgast musste erst einmal durch Loyalität zum Kaffeehaus bewiesen werden und zog einige Maßnahmen nach sich.

Laut Riha besuchte der Laufgast ein Kaffeehaus zwar mit einer gewissen Intention, jedoch wählte er vermutlich die Lokalität nach Ortsnähe aus und nicht nach dem Lieblingscafé. Er verfügte nicht über ein favorisiertes Kaffeehaus, sondern suchte einen geeigneten Platz, um sein Vorhaben umsetzen zu können.

Riha ging nun im Allgemeinen von einem „guten“ und einem „unguten“ Gast aus der Sichtweise des Obers aus. So war ein Gast schon dann mit einem „guten“ Benehmen zu

betiteln, wenn der Gast höflich und nicht zu penetrant agierte. Dabei sollte er weiters nicht zu pingelig sein und keinesfalls, und das gilt wirklich für alle Gäste, den Ober als Diener abstempeln. Die Menschenkenntnis stellte ein überaus wichtiges Instrument für den Ober dar, welches er durch markante Szenarien, ob er es mit einem „guten“ oder „unguten“ Gast zu tun hatte, zum Ausdruck bringt. Insbesondere zeigte sich dies bei der Bestellung und der damit verbundenen Anrede des Obers. Ausrufen wie „Ober“ oder „Hallo“, sowie ein abfälliges Schnipsen mit der Hand oder das Schlagen einer Gabel an einem Glas würde nach Riha den Ober alles andere als in Entzückung versetzen. Hier durfte sich der Gast kaum wundern, dass der Ober auf solch ein ungutes Betragen entweder gar nicht reagierte oder erst nach geraumer Wartezeit. Ein wienerisches „Herr Ober“ wollte eben gelernt sein, so Riha. (vgl. Riha 1967: 103f.)

Ein „Entschuldigung“, oder wie man in Wien zu sagen pflegt „tschuign“, ist eine weitere Möglichkeit, den Ober anzusprechen. Dies rührt aus der Zeit, als Bedienstete für ihre Herren Einkäufe verrichten mussten und bei den höher angesehenen Händlern für ihre Aufdringlichkeit beziehungsweise Unverschämtheit um Verzeihung baten. (vgl. Wurmdobler 2005: 13)

Ein zusätzlicher Anhaltspunkt, um eine Unterscheidung zwischen einem „guten“ und „unguten“ Gast zu treffen, wurde bei Riha zum Zeitpunkt der Bezahlung sichtbar. So sollten mögliche Fehler des Obers nicht lautstark diskutiert werden, um das ganze Kaffeehaus darüber in Kenntnis zu setzen und den Ober nicht in eine ungute Lage zu bringen. Immerhin konnte diesem bei dem stressigen Kaffeehaustreiben freilich der ein oder andere Fehler unterlaufen.

Weiteres Unterscheidungskriterium fällt Riha zwischen „auffälligem“ und „unauffälligem“ Gast. Der auffällige Gast äußerte sich von Beginn an als unübersehbare Person. Dies schaffte er bereits beim Eintreten in das Kaffeehaus, indem er gefühlte Stunden in der Tür verbrachte und seinen Blick durch die Räumlichkeiten schweifen ließ. Sein Gesichtsausdruck sprach dabei Bände, die überhebliche Haltung wurde von allen bemerkt. Dem nicht genug, vermochte er Gehuste oder andere Geräusche von sich zu geben, um endlich Aufmerksamkeit zu erhaschen. Selbstverständlich machte er dies, während er den Weg zu einem Platz, welcher seine Person am Besten in Szene werfen würde, beschritt. Die persönliche Bühne für sich gefunden, setzte er seinen Auftritt fort, indem er lauthals nach dem Ober rief und exklusive Wünsche äußerte. Dies natürlich nur, um seine Einzigartigkeit zu unterstreichen.

Mit einer genauso indiskreten Trinkgeldübergabe verabschiedete er das Kaffeehaus wie begonnen.

Der „unauffällige“ Gast, so Riha, ist wiederum jener, dessen Eintreten niemand bemerkte, sodass der Ober mit kurzem Herzflattern zu ihm eilte um das Säumnis durch eine zügige Bestellung zu überspielen.

Die meiner Ansicht nach wichtigste Unterscheidungskategorie betrifft den „gesprächigen“, sowie den „stillen“ Gast. Dies deswegen, weil beide Kaffeehaustypen unabdingbar für ein Kaffeehaus sind. Riha spricht sich darüber aus, dass weder die eine Kategorie, noch die andere ein Kaffeehaus alleine überdauern kann. Somit wusste der „gesprächige“ Gast das Kaffeehaus auf seine Weise zu unterhalten und unterstützte gleichsam den Ober als wertvollen Zuwachs im Kaffeehaus. Allerdings stellte der „stille“ Gast das unbeschreibliche Kaffeehausflair her, obwohl zwischen Ankunft, Verzehr und Abschied kaum Interaktion von staten ging. (vgl. Riha 1967: 104f.) Die Verschmelzung beider Typen, vermerkt Riha, macht das Spezifikum Wiener Kaffeehaus als Institution Wiens aus.

Zuletzt führt Riha noch die Kategorien eines „zielbewussten“ und eines „unentschlossenen“ Gastes aus. Dem Ersteren wurde eine gewisse Planung im Vorhinein zugesprochen, die bei Eintreffen nach Vorsatz durchgeführt wurde. Er beschritt ein Kaffeehaus, wusste binnen kürzester Zeit, welchen Platz er wünschte und in weiterer Folge was er konsumieren wollte. Solch eine Art von Mensch verfügte daher auch immer über einen Plan B, falls irgendetwas nicht nach Vorhaben verlief. Dies zeigt sich nicht nur im Hinblick auf Kaffee, Platzwahl, Zeitungsauswahl, sondern auch in anderen Belangen.

Dem „unentschlossenen“ Gast wurde schon eher ein Schild mit der Aufschrift „Ballast“ umgehängt. Bei Eintreffen erwies sich ein solcher schon als nahezu lästig, indem er sich nicht sicher war, ob er sich überhaupt im richtigen Kaffeehaus befand. Unfähig einen Platz aus der Menge überhaupt herauszufiltern stellte die Platzwahl für ihn ein Ding der Unmöglichkeit dar. In der Hoffnung, die Entscheidung abgenommen zu bekommen, käme der Fall eines einzelnen freien Platzes gelegen. In anderem Falle hätte er sich vermutlich den Ober zur Seite genommen und zahlreiche Fragen in Bezug auf den besten Platz gestellt.

Der Aspekt des Trinkgeldes schien für Wien ebenfalls eine Besonderheit darzustellen, sodass nach Riha die Einschätzung eines Gastes spätestens bei der Bezahlung seine Typisierung

auferlegt bekam. (vgl. Riha 1967: 105f.) Ein ungeschriebenes Kaffeehausgesetz besagte, dass einem Marqueur nicht mehr als 20-30 Groschen Trinkgeld gegeben wurden. Ist es jedoch höher, wäre der Gast dem Ober schon suspekt gewesen. Derjenige, der die gewohnten Vorschriften nicht brach hätte den Respekt des Obers erlangt. (vgl. Hirschfeld in Neumann 1997: 28) Nicht gerne wurde darüber hinaus gesehen, wenn ein Gast sich vom Ober bis auf die letzte Münze das Geld herauslegen und beim Gehen auf dem Tisch liegen ließ. Ein „Vielen Dank, passt schon so“ hätte ausgereicht, um die gewohnten Abläufe nicht durcheinander zu bringen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Ober den Gast beim Eintreten genauso unter die Lupe nahm, wie der Gast die Bedienung des Obers. Dabei sollten nur einfache Regeln befolgt werden, um einen Ober, so wie Riha es aufzählt, glücklich zu stimmen: Nett, nicht überheblich und keine Allüren während des Trinkgeldprozesses. Wobei hervorgehoben werden sollte, dass Kaffeehausgänger zum Großteil zu den positiven Gästen gezählt werden. (vgl. Riha 1967: 106f.)

Riha geht noch weiter und beschreibt darüber hinaus weitere Arten des Gastes, indem er Zeitungsleser und Spieler herauspickte. Allerdings erschien mir eine strikte Liste mit Kaffeehausbesuchern unbegrenzt, sodass die groben Züge des Laufgastes und Stammgastes genug Spielraum für andere Gästetypen hergaben.

Stammgast

„Die rechte Freude am Kaffeehaus hat nur der Stammgast“ (Friedländer in Neumann 1997: 33). Der Terminus Stammgast könnte, wie bereits erwähnt wurde, einem Ritterschlag gleichen, welcher vom Ober an den Gast verliehen wurde. Mit Stolz trug ein Wiener seine Stammgastvorrechte nach außen und suhlte sich im Bad der Anerkennung. Dass der Ober dabei die Funktion eines Meisters übernahm, der seinen Schülern über die bestandene Aufnahme aufklärte oder eine nichtbestandene Absage erteilte, wurde schon in vorherigen Kapiteln angedeutet. Denn er entschied über die Auserwählten und dazu brauchte es nicht übermäßiges Trinkgeld oder den „Anführer“ der Bestellungen. (Vgl. Friedländer in Neumann 1997: 33) Fritz Riha definiert den Stammgast grob als jemanden, der frequentiert stets das gleiche Kaffeehaus aufsuchte und dort seinen routinierten Ablauf abspielen ließ. Dabei schrieb Riha dem Stammgast drei charakteristische Aspekte zu, nämlich die Gewohnheit, die Trägheit und zuletzt die Geborgenheit. Dabei wirkt der Begriff der Gewohnheit ungemein

negativ konnotiert. Bringt man doch Gewohnheit mit Trivialität in Verbindung und wenn das Wiener Kaffeehaus eines nicht ist, dann laut Riha banal. Trotz allem wurde eine Bindung mit der Lokalität eingegangen und die Bequemlichkeit sorgte dafür, dass selbst Prinzipien vernachlässigt wurden, um dem Kaffeehaus loyal zu bleiben.

Der Gast sehnte sich instinktiv danach, nicht ein Fisch unter Tausenden zu sein, er wollte einer von den ganz besonders schillernden Meerestieren sein. Der Ober bot dem Stammgast genau dies, in Form der persönlichen Anrede beim Vor- oder Nachnamen und der Hinzufügung des Titels. Dadurch verspürte der Gast das Gefühl von Wertigkeit und in weiterer Folge unglaublich viel Selbstvertrauen. Dabei musste die Position, die man dem Gast zutrug nicht einmal der Wirklichkeit entsprechen, weil niemand dessen vermeintliche Funktion je hinterfragt hätte. Da ein Stammgast auf mehreren Ebenen kultiviert sein sollte, konnte ein Herr Doktor mit passendem Aussehen und zunehmenden Alter den Titel eines Professors adaptiert bekommen. Ein anderes Beispiel wäre ein wohlhabender Mann, der aufgrund seines Vermögens als „Herr Chef“ bezeichnet wurde. Demzufolge wurden die vollen Hosensäcke des Stammgastes noch einmal deutlich betont. Ist der Stammgast dann noch mit privater Gesellschaft im Kaffeehaus unterwegs, so wurde solch eine Anrede mehr denn je strapaziert.

Dieses Lechzen nach Anerkennung wurde somit seitens des Personals unterstützt sowie angestrebt, weswegen sich für Österreich die Frage stellt, ob genau aus diesem Grund besonderer Wert auf Titel gelegt wird. In Österreich wird oftmals sogar die Frau eines Arztes „Frau Doktor“ genannt, ohne jegliche medizinische Ausbildung genossen zu haben.

Jedenfalls unterscheidet sich ein Kaffeehaus mit Stammgästen insofern vom Gasthaus und dessen Stammtischen, weil es in erster Instanz nicht darum ging, die Stammgäste gemeinsam an einem Tisch zu platzieren, sondern individuell den Bedürfnissen des Gastes nachzukommen. Das Kaffeehaus sollte dabei das „*Mekka der Individualisten*“ (Riha 1967: 111) darstellen, dessen Stammgäste unmotiviert an unterschiedlichen Plätzen Tag für Tag verharren. Größere Gruppierungen sind dabei freilich nicht ausgeschlossen, allerdings fanden solche Treffen in Form von Klubs oder Vereinen statt, die sich zu bestimmten Zeiten im Monat zusammenfanden.

Als Säule zur Aufrechterhaltung des Kaffeehauses stand es dem Stammgast ebenso zu, über jegliche Informationen und Geschehnisse des Kaffeehauses, insbesondere in Bezug auf die

Gäste, auf dem Laufenden gehalten zu werden. Dabei ging es womöglich wie in den heutigen Seitenblickemagazinen zu. Dadurch sollte aber nicht die Bedeutung dieses Geredes als sinnlos abgestempelt werden. Die Neugierde über Stammgäste im Lokal war sogar dermaßen groß, dass das Personal zeitweise bestochen wurde, um etwaige Informationen über den Unbekannten zu beschaffen.

Kaffeehausbesucher, die zwar als Stammgast auserkoren wurden, jedoch nichts über ihre Persönlichkeit preisgaben oder nicht einmal ein einziges Detail ihres Privatlebens verlautbarten, wurden nahezu als Erschwernis des gesellschaftlichen Treibens eines Wiener Kaffeehauses angesehen. Solche Fälle ließen jedoch zweifellos die Gerüchteküche des unbekannten Stammgastes brodeln und so ergötzte man sich an den wenigen bekannten Anhaltspunkten. Demzufolge scheint es auch klar, dass solch ein Stammgast, wenn er von einem Tag auf den anderen das Kaffeehaus nie wieder betrat, trotz allem eine große Lücke hinterließ.

Verwunderlich ist keineswegs, dass Stammgäste, die Stunden ihres Tages im Kaffeehaus verbrachten und eine Bindung zueinander herstellten, einer Familie ähnelten. Dabei fand ein Austausch persönlicher und ideeller oder sachlicher Ebenen statt, die nach Riha mit einer Maturaklasse verglichen werden konnten. Diese intensive Zeit einer Matura hat ein Band zwischen den einzelnen Personen geschaffen, welches zu einem „Wir-Gefühl“ heranwuchs. Man hatte die Option seine privaten Gemächer von zu Hause in einem anderen Kontext, hier im Kaffeehaus, wieder zu finden. Die einen sprachen dabei über „unser“ Kaffeehaus, die anderen genossen ihr Dasein alleine und auf ihre Weise.

Nichtsdestotrotz konnte sich ein Wiener Kaffeehaus einen guten Ruf, gemessen an der Anzahl der Stammgäste, verdienen. Wenn diese dann noch wichtige Personen aufgrund ihres Berufes oder einer anderen relevanten Funktion waren, konnte dies den Qualitätsgrad des Kaffeehauses steigern.

Schließlich gehörte, wie schon erwähnt, zum Profil eines Stammgastes noch der Vorzug, bei mangelnder Liquidität, nicht zahlen zu müssen, sondern durch Aushilfe des Obers, zu späterem Zeitpunkt seine Schulden begleichen zu dürfen. (vgl. Riha 1967: 107-113)

Damen

Die Anteilnahme des weiblichen Geschlechts am Kaffeehausgeschehen blieb den Damen bis Mitte des 18. Jahrhunderts verwehrt. Erst mit dem Aufkommen des Café Taroni und dessen Idee, den Platz vor der Lokalität mit Tischen und Stühlen zu schmücken, sollte damit nach und nach auch die Damenwelt bezirzt werden. (vgl. Weinzierl 1990: 137f.) Dies zur Freude der weiblichen Bedürfnisse, waren doch die üblichen Kaffeehäuser schmutzigg und die Luft mit dichten Rauchwolken durchzogen. Auch die anderen Kaffeekieder mussten feststellen, dass das Angebot des Café Taroni dem Kosumverhalten der Damen mehr entsprechen würde, als dem der Männer. (vgl. Oberzill 1983: 48) So gehörten zu den besonderen Leidenschaften vieler Frauen die Schokolade und der Kakao. (vgl. Riha 1967: 178) Auch Sommercafés wie das Milani beziehungsweise die „Ochsenmühle“ waren wesentlich beliebter. (vgl. Gugitz 1940: 58) Sie verfügten über sogenannte Kaffeepavillons und auch Zelte, in denen die Anwesenheit der Damen geduldet wurde. (vgl. Heise 1987: 128) Obwohl die Zeit der Einrichtung von sogenannten Damensalons bereits angebrochen war, sollte sich dieser Begriff erst Mitte des 19. Jahrhunderts einen Namen machen. Erstmalige Aufzeichnungen dieser Damensalons, konnten im „Silbernen Kaffeehaus“ im Jahre 1833 beobachtet werden. (vgl. Weinzierl 1990: 138f) Doch bis dahin schien es ein langer Weg zu sein, hieß es selbst bei Otto Friedländer:

„Jeder Mensch kann in jedes Kaffeehaus gehen – ausgenommen natürlich die Damen. Damen allein werden nicht bedient, wenn sie aber bedient werden, ist das kein gutes Zeichen – dann sind sie offiziell geduldet, um dort Herrenbekanntschaften zu machen und werden dabei generös von den Kellnern gefördert, die ihrerseits wieder von den Damen generös bedacht werden. Aber wirkliche Damen gehen nur nach einer Soirée oder nach dem Ball mit ihren Herren ins Kaffeehaus [...]“ (Friedländer in Neumann 1997: 30)

Auch in Sachen Unterhaltung stellte sich eine Geschlechtertrennung heraus, war doch das Schach- und das Billardspiel für die Damen in keinerlei Hinsicht zugänglich. Diese mussten sich mit den Brettspielen wie Rommé oder Bridge zufrieden geben. (vgl. Riha 1967: 123) Somit hatten sich die Gemächer der Damensalons erst viel später zu einem angesehenen Gegenstück der dominierenden Männerkreise in den Kaffeehäusern etabliert. (vgl. Weinzierl 1990: 138) Anton Kuh beschrieb die Anerkennung der Frau im Kaffeehaus mit dem Aufkommen des Café Herrenhof als „[...] eine Remise für wartende Frauen“ (Kuh in Neumann 1997: 140)

Eine Dame jedoch, die weder warten, noch um ihren Ruf bangen musste, war zu jeder Zeit ein willkommenes Gesicht in den Wiener Kaffeehäusern, nämlich die bereits erwähnte Sitzkassierin. (vgl. Friedländer in Neumann 1997: 34)

3.2. Empirie / Ergebnisse

3.2.1. Ergebnisse aus der Teilnehmenden Beobachtung

3.2.1.1. Elemente

Wird durch Wiener Reiseführer durchgeblättert, so tauchen unentwegt die Einrichtungselemente im Stil des Historismus auf, welche meinen Forschungen zufolge als Grundvoraussetzung für die Institution des Wiener Kaffeehauses gelten. Ebenso verhält es sich mit Internetseiten, die das Thema Wiener Kaffeehaus behandeln.

Die genauere Beschäftigung mit der Innenausstattung und somit den Elementen eines Wiener Kaffeehauses aus heutiger Sicht muss jedoch neu aufgerollt werden. Gerade aufgrund Sanierungs- und Renovierungsarbeiten wurde viele Wiener Kaffeehäuser umgestaltet. Somit entspricht im Allgemeinen der Begriff des Wiener Kaffeehauses nicht vereinheitlichten Kriterien. Vielmehr wird grundsätzlich, wie in der Entstehungsgeschichte beschrieben, auf die „wesentlichsten“ Elemente eingegangen, allerdings verfügt jedes Wiener Kaffeehaus in differenziertem Ausmaß darüber. Die genannten und vor allem in Touristenführern vorkommenden Elemente ähneln den damals beschriebenen Charakteristika, welche laut Reiseführern noch heute in dieser Weise vorkommen. Darunter zählen die Kaffeespezialitäten, die Zeitungen und die Holzmöbel. Meiner Ansicht nach variieren die einzelnen Komponenten je nach Kaffeehaus, selbst die Kaffeevielfalt zeigt Abweichungen auf. Thonetmöbel, Plüschbänke, Kleiderhaken und Ähnliches sind etwa in den meisten Lokalisationen vorzufinden. Deutlich kann dies am Beispiel des Café Schopenhauer gemacht werden. Grundsätzlich werden Wiener Kaffeehäuser eher mit dunklen Holzmöbeln assoziiert, jedoch gehört dieses Café zu den Ausnahmen und ist mit hellem Holz ausgestattet.

Bestehende Wiener Kaffeehäuser bieten nach wie vor kulturelle Informationen in Form von Postern oder Broschüren. Genauso steht es um interne Veranstaltungen, wie etwa Lesungen, oder Vernissagen.

In einigen Kaffeehäusern ist des Weiteren auch ein Klavier vorzufinden, welches zu bestimmten Zeiten für musikalische Unterhaltung sorgt.

Als auszugrenzendes Element zählt seit 2009/10 oftmals der Aschenbecher. Dieser ist nur mehr teilweise in bestimmten Wiener Kaffeehäusern auffindbar. Je nach Raumkapazitäten gilt

dasselbe für Schanigärten und Billardtische. Der Zeitungshalter ist dagegen noch weit verbreitet sowie die Anzahl der inter- und nationalen Blätter. Aufgrund des ausgebauten Speiseangebots, wurden zum Teil die Küchen erweitert, wobei separate Raucher- oder Damensalons eine Seltenheit geworden sind. Das Café Weimar verfügt beispielsweise noch über einen Keller, der früher als Rauchersalon genutzt wurde. Heutzutage bleiben die Türen zu diesen Räumlichkeiten allerdings versperrt und sie werden nur zu speziellen Anlässen geöffnet.

Der wohl weitreichendste Wandel wurde in technischer Hinsicht vollzogen. Demzufolge wird es immer üblicher, Steckdosen bei allen Sitzgelegenheiten vorzufinden sowie einen Zugang zu Medien für den Gast zu ermöglichen.

Michael Hawelka sprach sich darüber aus, indem er meinte, dass das Wiener Kaffeehaus nicht jedem Trend nachgehen sollte. Ein Beispiel dafür wäre die Produktaufnahme von Red Bull im Sortiment. Er berief sich auf die Begründung der Beständigkeit eines Wiener Kaffeehauses. Demnach sollten Veränderungen über einen längeren Zeitraum beobachtet und nicht sofort adaptiert werden.

Im Zuge dessen wurde auf die Thematik Wireless LAN eingegangen. Dies sei laut Michael Hawelka ein gutes Paradebeispiel, da sich das Café Hawelka der medialen Erneuerung anschließt, jedoch einige Zeit abwartete, bevor ein vermeintlicher Trend in der eigenen Lokalität integriert wird. Die Einführung des Internets sieht er weiters als positiven Zuwachs für das Wiener Café an, da die Menschen wieder einen neuen Grund haben, ins Kaffeehaus zu gehen. Vielmehr verlegen die Gäste ihr Büro oder ihr zu Hause wieder ins Café.

Ähnlich steht es um das Schnurtelefon in den Kaffeehäusern. Während meinen Forschungen kam kein einziges der alten Telefone in Verwendung. Fast jeder Gast verfügt heutzutage über ein Mobiltelefon, daher besteht keine Notwendigkeit eines Schnurtelefons mehr.

3.2.1.2. Personal

Bei näherer Betrachtung lässt sich die heutige Personalstruktur eines Wiener Kaffeehauses mit jener aus früheren Zeiten nur mäßig vergleichen.

Unter Berücksichtigung des sozialen Wandels ist jedoch eines geblieben: der persönliche Service. Demzufolge ist das Prozedere vom Ober, der eine persönliche Bestellung am Platz des Gastes aufnimmt, um danach in die Küche zu verschwinden und mit einem Tablett des gewünschten Produktes zurück zu kehren, noch erhalten geblieben.

Diesem Aspekt sollte aufgrund der steigenden Anzahl von Selbstbedienungscafés und Kaffeehausketten durchaus Beachtung geschenkt werden.

Die zu Beginn angedeutete Struktur des Personals unterlag dabei einigen Veränderungen. Die damalige Gliederung in Pikkolo, Zuträger, Springer und letztendlich Ober konnte ich in dieser Form in keinem der beobachteten Kaffeehäuser finden. Die häufigste Art der Bedienung besteht meinen Aufzeichnungen zufolge, aus mehreren Kellnern gleicher oder ähnlicher Tätigkeitsbereiche, wobei ich durchaus hierarchische Strukturen in manchen Lokalitäten beobachten konnte. Somit grenzen sich die älteren Kellner im Hierarchieverhalten von den kürzlich eingetretenen Kellnern ab, indem sie diese vorzugsweise Bestellungen aufnehmen, während die „neueren“ Kellner vermehrt Abräumtätigkeiten nachgehen.

Aus dem Interview mit einem langjährigen Kellner eines Wiener Kaffeehauses (G10) ging hervor, dass sich die Personalstruktur langsam wieder in Richtung Ursprung entwickelt. Ihm sei aufgefallen, dass eine Besinnung auf zugeschriebene Aufgabenbereiche bestimmter Personalträger neuerdings zu vernehmen wäre. Dabei betonte er jedoch, dass eine vollständige Übernahme des alten Systems zu jetzigen Zeitpunkt nicht vollständig denkbar sei. Jedoch werden die Vorzüge der einstigen Arbeitsteilung teilweise wieder aufgegriffen.

Als Faktum der Neuzeit kann mit Sicherheit auch das weibliche Personalgewerbe angesehen werden, welches in allen Typen von Kaffeehäusern anzutreffen ist. Was früher undenkbar war und mit der Einführung der Frau als Kaffeehausbesucherin in die Wege geleitet wurde, kann mit dem Jahr 2012 als durchaus etabliert betrachtet werden.

Spannend erscheint mir allerdings hier, dass aus den informellen Gesprächen mit G3 hervorgeht, dass das Wiener Kaffeehaus - beziehungsweise die Wiener Kaffeehauskultur - noch immer hauptsächlich mit männlichem Service in Verbindung gebracht wird. Ihrer Ansicht nach, befand sie sich im Café Jelinek als klassischem traditionellem Wiener

Kaffeehaus. Als ich jedoch nachhakte und eine Art Beschreibung über die heutigen Lokalitäten verlangte, meinte sie, dass sie ein Wiener Café ausnahmslos mit männlichen Obern verband (an diesem Tag servierte im Café Jelinek allerdings nur eine Kellnerin). Sie ging sogar weiter und verlautbarte, dass alles andere nicht als Wiener Kaffeehaus bezeichnet werden könne. Nachdem ich sie auf das weibliche Personal im Café Jelinek aufmerksam machte, schien sie überaus verwirrt und revidierte ihre Aussage.

Grundsätzlich war G3 kein Einzelfall, die Wahrnehmung des Wiener Kaffeehauses als männliche Domäne kam von 14 von 20 Befragten vor. Die Verknüpfung des damaligen männlichen Obers im Smoking ist in heutiger Hinsicht jedoch nicht mehr haltbar. Allein in der Tourismusbranche preisen Traditionscafés wie das Café Sperl an, über weibliche Kellnerinnen zu verfügen.

Gehen wir zum nächsten Aspekt, der Bekleidung des Servicepersonals. Die strikte Kleidungs Vorschrift spielt ebenfalls in heutiger Zeit ebenfalls nur mehr begrenzt eine Rolle. Mehr als die Hälfte der befragten Gäste äußerte sich etwa über Smoking und Fliege des Kellners und verwendete des Öfteren die Zuschreibung „aufgemascherlt“ und „gestriegelt“, jedoch konnte ich meinen Beobachtungen zufolge keine bestehende Kontinuität feststellen. Schwarz-weiße Bekleidung, also schwarze Unterleibs- und weiße Oberleibsbekleidung zeigt sich häufig, jedoch gilt heutzutage keine uniforme Regel mehr.

Die von mir beschriebene Oberfigur ist charakterlich durchaus noch in einigen Wiener Kaffeehäusern vertreten. Vor allem Stammgästen gegenüber verfügt der Ober meist über eine beachtliche Beziehung. Somit konnte ich bei Eintritt eines Gastes sofort an der Art und Weise, wie der Ober auf diesen reagiert, herausfinden ob es sich um einen Stammgast handelt. Dieser wurde entweder mit einem Händeschütteln und einer persönlichen Anrede oder einer bloßen Anrede beim Namen begrüßt. Bei Gästeandrang wurde trotz allem die Zeit in Anspruch genommen um zumindest den Kaffee für den Stammgast vorzubereiten und beim Servieren des Getränks der namentlichen Anrede des Stammgastes Beachtung zu schenken.

Hier scheint es mir angebracht zu erwähnen, dass die Anrede mit Titel (ob diese rechtmäßig sein mögen oder auch nicht) durchaus regelmäßig angewendet wurde. So sind beispielsweise ein „Grüßi, Herr Professor“ oder ein „Morgen, der Herr Architekt“ frequentiert zu vernehmen gewesen. Dabei wussten die Ober in allen beobachteten Fällen über die übliche Bestellung des Stammgastes Bescheid.

Wird die Benennung des Obers genauer untersucht, so wird nicht zwingend nach dem „Herrn Ober“ gerufen, sondern es werden auch durchaus Synonyme wie Kellner, Bedienung, Serviererin, Fräulein oder ein ledigliches „*Entschuldigung bzw. tschuign!*“ (Wurmdobler 2005: 13) verwendet.

Die sogenannte Unfreundlichkeit der Kellner, die oftmals von den Befragten erwähnt wurde, ist ebenfalls nur bedingt wahrzunehmen gewesen. Das Bild des grantigen Ober, wie es beispielsweise die Kellnerprüfung darstellt, ist heutzutage nicht mehr einheitlich in dieser Form auffindbar. Vermutlich aufgrund der starken Konkurrenz von Kaffeehausketten und individuellen Cafés bemühen sich die Ober der Wiener Kaffeehäuser zumeist sehr wohl darum, ihre Gäste nicht nur kompetent, sondern auch freundlich zu bedienen. Eine mürrische Reaktion bekam ich allerdings stets, wenn ich bewusst einen Cappuccino bestellen wollte. Hierbei reagierten alle Ober mit Unverständnis und einem barschen Ton, der mich über die Wiener Melange aufklären sollte. Demzufolge konnte ich die namentliche Einhaltung der Kaffeevielfalt in den Kaffeehäusern durchwegs beobachten.

Ein interessantes Kriterium ist auch das Glas Wasser. Obwohl ich Stunden in verschiedensten Wiener Kaffeehäusern verbrachte und wiederholt im gleichen Café präsent war, wurde in keinem einzigen Café mein Wasser wieder aufgefüllt. Diesen Vorzug konnte ich alleinig bei einem Stammgast beobachten, ansonsten bei keinem einzigen Gast. Allerdings konnte ich stets solange ich wollte in einem Kaffeehaus verharren ohne weitere Bestellungen aufnehmen zu müssen.

Interessant schien mir weiters die Art der Bezahlung. Hier wurde weder darauf geachtet eine bestimmte Summe an Trinkgeld zu erhalten, noch eine auffällige Diskretion anderen Gästen gegenüber aufgebracht. Jedoch konnte ich auch beobachten, dass in vielen Fällen kurz nach der Wunschäußerung des Bezahlens kassiert wurde und ein bewusstes „den-Gast-warten-lassen“ auf Seiten des Obers nahezu ausblieb. Dies kann natürlich auch mit dem sozialen Wandel in Zusammenhang gebracht werden, sodass auf solche Aspekte heutzutage gerne verzichtet wird.

Von Bestätigung kann in diesem Sinn ebenfalls keine Rede sein, wenn es darum geht, stets einem bestimmten Typ Ober zu begegnen. Nicht jeder Ober verfügt über eine markante Persönlichkeit, zurückhaltendes und reserviertes Personal ist auch in Wiener Kaffeehäusern anzutreffen.

Allerdings gibt es sehr wohl Ober, die sich über die Jahre hinweg einen Namen gemacht haben und ihre ganz eigene Note zum Wiener Kaffeehaus beitragen.

Zusammengefasst lässt sich das Personal nach meinen Beobachtungen im Vergleich mit früheren Zeiten nur in bestimmten Punkten vereinen. Dies bezieht sich konkret auf die persönliche Bedienung vom Ober zum Gast. Darunter fällt zum einen die physische Betätigung die gewünschte Bestellung direkt an den Tisch der Kaffeehausbesuchers zu tragen, sowie zumeist im Falle des Stammgastes ein kurze Plaudersequenz abzuhalten. Der Bezug zu den Kaffeehauspezialitäten wird nicht nur forciert, sondern dabei auch durch Aufklärungsarbeit umgesetzt.

Persönlichkeiten unter den Obern von traditionellen Wiener Kaffeehäusern sind gewiss in bestimmten Cafés zu finden, genauso wie die persönliche Anrede der Stammgäste.

Im Café Alt Wien untersuchte ich die Umstände um dem Titel eines Stammgastes nachzugehen. Zwei Monate lang, besuchte ich jeden Sonntag um dieselbe Zeit das Kaffeehaus und bestellte dabei immer dasselbe: einen Verlängerten und einen Topfenstrudel. Nach sechs Wochen erkannte der Ober meinen regelmäßigen Aufenthalt und bevor ich meinen üblichen Platz eingenommen hatte, kam er mir mit meiner gewöhnlichen Bestellung entgegen. Außerdem hinterfragte er meine Tätigkeit, da ich stets mit Block und Stift zu meinen Beobachtungen Feldnotizen anfertigte.

Allerdings konnte ich auch andere Szenarien beobachten. Als ein Mädchen das Café Alt Wien betrat, warf der Ober ihr einen Blick zu und meinte „Ah, die Dame, schon wieder da“, während das Mädchen lachte, dem Ober zuzwinkerte und sagte „Ja, Stammkundenschaft“. Als ich ein wenig später mit ihr ins Gespräch kam, stellte sich heraus, dass sie bereits drei Tage hintereinander aus Umzugsgründen bereits im Kaffeehaus verbrachte. Dass der Ober allerdings schon nach drei Tagen derartig auf sie aufmerksam wurde, schmeichelte ihr.

Einen gegenteiligen Fall konnte ich im Café Jelinek beobachten. Beim Platzieren zweier Herren kam bereits die Kellnerin zu Tisch und nahm die Bestellung auf. Als sie jedoch den Tisch verließ meinte der eine zum anderen trotzig: „Jetzt bin ich schon wieder da und die Blunzn kennt mich noch immer nicht!“. Somit konnte ich zwar eine Ober-Gast Beziehung registrieren, jedoch lässt sich an dieser Stelle schön aufzeigen, dass der Ober nach wie vor seine Stammgäste selbst herauspickt. Ich konnte somit zwar nicht beobachten, dass Ober generell eine grantige Haltung an den Tag legen, jedoch konnte ich im Bereich des

Stammgastes beim Ober stets eine Entscheidungsvollmacht über die Beziehung zum Gast wahrnehmen.

3.2.1.3. *Gast*

Im Kapitel 3.1.6.9.2. gab ich bereits einen Überblick über Rihas Einteilung der Gäste in Lauf- und Stammgast sowie Spieler und Zeitungsleser. Mein Eindruck der heutigen Gäste in Wiener Kaffeehäusern ist, dass durchaus noch in Stamm- und Laufgäste eingeteilt werden kann, da letztere Kategorie alle Gäste mit einbezieht, die keine Stammgäste sind. Martinek (1996) geht in seiner Beschreibung eines Wiener Kaffeehauses auf die Thematik ein, dass zwar die äußere Gestalt des Cafés Veränderungsprozessen des sozialen Wandels unterlag, jedoch die Zweckhaftigkeit dessen, sich in ein Wiener Kaffeehaus zu begeben, nach wie vor die gleiche ist. Seiner Auffassung nach zählen das Zeitunglesen, das Billardspielen oder auch die Funktion des Wiener Cafés als Treffpunkt zu den Hauptintentionen der Gäste. (vgl. Martinek 1996: 18)

Dem muss ich aus heutiger Sicht zum Teil widersprechen. Aufgrund meiner Untersuchungen musste ich sehr wohl feststellen, dass das Billardspielen und das Zeitunglesen allgemein praktiziert werden, allerdings meinen Forschungen nach nicht mehr zu den Hauptkriterien eines Kaffeehausbesuches gezählt werden können.

Jedoch möchte ich vorerst ein paar Schritte zurückgehen und meine Beobachtungen über den Gast im Kaffeehaus auf der Makroebene näher beleuchten. Hierzu konnte ich feststellen, dass die Verteilung zwischen anwesenden Männern und Frauen durchaus ausgeglichen und kein Geschlecht stärker vertreten ist als andere, obwohl der Prozentanteil der Geschlechter im Laufe des Tages schwankte.

Allerdings konnte ich sehr wohl eine Differenz bei den (von mir als solche identifizierten) Stammgästen feststellen, welche aus meiner Sicht hauptsächlich männlichen Geschlechts sind. Somit kann aus meinen Beobachtungen heraus in Bezug auf die Stammgäste eine eindeutige Tendenz in Richtung männlicher Dominanz erkannt werden. Lediglich sechs Frauen fielen unter meine Zählung der registrierten Stammgäste während meiner gesamten Forschung. Der männliche Anteil umfasst 28 Männer zusammen.

Hierbei kann ebenso das Alter der Gäste Erwähnung finden. Dies hängt freilich von der unmittelbaren Umgebung des Standortes ab, von den Preisen sowie von der Tageszeit.

Grundsätzlich konnte ich kaum Jugendliche bis 18 Jahre in den Wiener Kaffeehäusern antreffen. Dies sei allgemein vermerkt. Die Präsenz aller anderen Altersstufen hängt wie erwähnt von den oben angeführten Faktoren ab und wird auch durch den Touristenanteil beeinflusst. Während Wiener Kaffeehäuser in der Innenstadt aufgrund ihrer lokalen Station in hohem Maße von Touristen frequentiert sind, konnte ich außerhalb des Rings weniger Touristen vernehmen. Diese Aussage lässt sich allerdings nicht verallgemeinern, da beispielsweise das Café Sperl, welches sich außerhalb des Rings befindet, über einen enormen Bekanntheitsgrad verfügt. Gewiss ist die Rolle der Reiseführer ein zentraler Aspekt hinsichtlich der Beeinflussung von Touristen durch gezielte Bewerbung einzelner Wiener Kaffeehäuser.

Darüber hinaus konnte ich erheben, dass das heutige Wiener Kaffeehaus durchaus als multikulturell bezeichnet werden kann. Somit begegnete ich in allen von mir besuchten Cafés Menschen unterschiedlichster Herkunft und Wurzeln.

Dem füge ich noch die Behauptung hinzu, dass der jeweilige Bildungshintergrund in den Lokalisationen keine Rolle spielt - ob Student, Handwerker, Schauspieler, Architekt, Geschäftsmann - ich sah nahezu alle Bildungsgrade und Berufe die Türschwelle der Kaffeehäuser überschreiten. Auch dies unterliegt freilich dem Aspekt des Standorts, der Preiskategorie und der Tageszeit und weist somit Umverteilungen auf.

Alle Gäste kamen dabei aus den verschiedensten Gründen ins Kaffeehaus, womit ich nun wieder auf die Einleitung dieses Kapitels eingehen möchte.

Dass das Spielen und Lesen in den Wiener Kaffeehäusern noch immer eine Rolle spielt, konnte ich mit eigenen Augen feststellen. Jedoch beschränken sich meinen Beobachtungen nach die Spielrunden auf bestimmte Tages- und Uhrzeiten. Ich konnte daher keine weitreichende Spieleidenschaft unter den Gästen wahrnehmen.

Gelesen wird hingegen in großem Maße. Vorzugsweise konnte ich Zeitungsleser jeglicher Themensparte wahrnehmen, aber auch Lernende und geschäftlich Lesende. Wie bei den Elementen beschrieben, spielen heutzutage Laptops, Mobiltelefone, aber auch iPads und sonstige Neuerungen eine wesentliche Rolle. Die moderne Technik zählt ohnehin zu den Erweiterungsmerkmalen eines Wiener Kaffeehauses.

Parallel dazu existieren jedoch unzählige weitere Intentionen, um ein Kaffeehaus aufzusuchen.

Wie Alfred Polgar einst zitierte: „*Im Kaffeehaus sitzen die Leute, die allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen*“ (Polgar in Veigl 1991: 159). Demnach lässt sich ableiten, dass die Lokalität des Wiener Kaffeehauses gewiss ein Ort ist, in welchem man alleine aber auch in Gesellschaft einige Stunden verbringen kann. Die gebürtige Vorarlbergerin (G1) erzählte hierzu, dass sie das Verweilen ohne Begleitung erst im Wiener Kaffeehaus kennen gelernt hat. In Kontrast zu ihrem Herkunftsort, wo ein alleiniger Aufenthalt im Café die Gerüchteküche brodeln lassen würde. Ihrem Erfahrungswert nach wäre solch ein Verhalten negativ zu betrachten beziehungsweise mit negativen Faktoren verbunden.

Die Beschäftigung der Gäste variierte auf unterschiedlichste Art und Weise. Gäste, die alleine ein Kaffeehaus aufsuchten, lasen zumeist in Zeitungen, Magazinen, Büchern oder etwaigen technischen Geräten; es gab unter ihnen aber auch Telefonierende, Schreibende, sichtlich Wartende, Einsame, Beobachtende, Arbeitende, Rastende, Schlafende, Rauchende, Veranstaltungen besuchende, Gespräche suchende, Touristen, Essende, Trinkende, Denkende oder Gesellige, die darauf warteten angesprochen zu werden.

Eine Zweierformation stellte neben den Einzelgästen die am häufigsten anzutreffende Struktur im Wiener Kaffeehaus dar. Dies bezieht sich auf Paare, welche von mir als Freunde, Verwandte, nahe und ferne Bekannte, Geschäftsleute, Reisende, Wartende, Rastende, Liebende und Verabredende, Streitende, Essende, Trinkende, Lesende, Veranstaltungen besuchende, Spielende, Lernende oder Diskutierende identifiziert wurden. Die unterschiedlichsten Beweggründe sorgten somit für einen Gang ins Wiener Kaffeehaus, um einem kommunikativen Austausch nachzugehen.

Aber auch Gruppen in verschiedenen Variationen ließen sich im Wiener Kaffeehaus beobachten. Insbesondere Spielrunden, Familien- oder Freundschaftskreise, Touristengruppen, Veranstaltungsgruppen, Lerngruppierungen und dergleichen.

Demzufolge konnte ich feststellen, dass das Wiener Kaffeehaus für Einzelgänger sowie für Gesellige aus heutiger Sicht nach wie vor seine Funktion erfüllt.

Dies betrifft ebenso die zeitliche Komponente des Besuchs eines Wiener Cafés. Meine aktive Teilnahme im Forschungsfeld fand von früh morgens bis spät abends statt.

Dabei konnte ich beobachten, dass das Wiener Kaffeehaus von früh morgens bis spät abends von den Gästen besucht wird. Feststellbar sind hier durchaus Kernzeiten, aber auch Leerzeiten die im Abhängigkeitsverhältnis zu Jahreszeiten, Wetterlagen, Uhrzeiten, Arbeitszeiten,

Lehrzeiten, Essenszeiten und Veranstaltungszeiten stehen. Hier spielt ebenfalls der Standort eine tragende Rolle. Alle genannten Faktoren wirken sich auf die Besucherdichte eines Wiener Kaffeehauses aus.

Aus dem Gespräch mit dem Kellner G10 ging hervor, dass die Wiener Kaffeehäuser besonders in den letzten Jahrzehnten den Fokus auf das Frühstück legten, welches später um ein „Wiener Frühstück“ erweitert wurde. Aus Hirschfelds Auflistung lässt sich dieses mittels einer „[...] Kombination von Tee, Kaffee, Schokolade, mit Butter, einem Ei und Jam“ (Hirschfeld in Neumann 1997: 26) beschreiben. Die Frühstückszeit gilt meinen Beobachtungen nach heutzutage zur zentralen Besuchszeit eines Wiener Kaffeehauses, während in Café-Restaurants die Mittagszeit ebenso genutzt wird. Die Nachmittagszeit, welche Hirschfeld als die essentielle Periode des Cafés ansieht, wird vom Publikum der Arbeitenden in Anspruch genommen, während Karten- und Billardspieler sich des späteren Nachmittags begnügen. (vgl. Hirschfeld in Neumann 1997: 28) Dem kann ich aufgrund meiner Untersuchungen nicht vollkommen zustimmen. Ich habe sehr wohl die Nachmittagsphasen als Kernzeit wahrgenommen, allerdings um den oben genannten Beschäftigungen nachzugehen, welche nicht nur vorzugsweise von Geschäftsleuten oder Spielern genutzt werden.

Ebenso wie das Mittagessen, wird auch das Abendessen insbesondere in Café-Restaurants serviert. Mir schien allerdings das Mittagsgeschäft willkommener als das Abendgeschäft. Zu späterer Stunde stellt das Wiener Kaffeehaus ebenso seine Dienste zur Verfügung, allerdings beobachtete ich aufgrund des neuen Rauchergesetzes⁷ (vgl. URL19) eher verhaltenen Andrang. Inwieweit ein Wiener Kaffeehaus abends stärker besucht wird oder nicht, hängt auch hier von verschiedenen Faktoren ab. Zum Beispiel werden Unterschiede im Hinblick auf die Jahreszeiten wahr genommen, sodass im Sommer aufgrund des Schanigartens dem Rauchverbot entgegen gewirkt werden kann.

Das Nachtleben leidet dabei genauso unter dem Rauchverbot, wie unter früheren Sperrstunden. Jedoch, um es wie G1 auszudrücken, halten sich die Probleme in Grenzen,

⁷ Aktuelles Rauchergesetz seit 2009/2010: Das Rauchen in Gastronomiebetrieben wird grundsätzlich toleriert bei: Trennung des Raucher- vom Nichtraucherabteils durch eine Tür, der Rauch darf nicht in den Nichtraucherabteil strömen, der zentrale Raum muss im Nichtraucherbereich liegen, die Verteilung der Sitzplätze muss mindestens zur Hälfte dem Nichtraucherabteil angehören. Ein-Raum Betriebe, welche über eine Fläche unter 50m² verfügen, dürfen selbst über den Vollzug eines Nichtraucher- oder Raucherlokals bestimmen. (vgl. URL19)

solange der Alkohol im Kaffeehaus fließt. Dadurch profitieren die Kaffeehäuser von den Nachtschwärmern.

Der von mir befragte Kellner G10 sprach im Zuge dessen einen interessanten Aspekt an. Er äußerte sich über das veränderte Trinkverhalten der Menschen, welches sich seiner Ansicht nach zum Negativen gewandelt hat. Aus Erfahrungen von Nachtdiensten erklärte er, dass früher (also noch vor gut 15-20 Jahren) die Gäste durchaus um Mitternacht noch Kaffee getrunken hätten. Dies sei heute undenkbar, da schon alleine aus gesundheitlicher Sicht von Koffein spät abends abzuraten sei. Zynisch machte er sich über den Kaffee als Herzinfarktauslöser lustig. Dass die heutige Hektik Schuld an den Herzerkrankungen sei und der Kaffee früher die Gäste auch nicht umgebracht hätte, erklärte er mit voller Überzeugung.

Beobachtungen hinsichtlich der Beziehung zwischen Ober und Gast konnte ich in unterschiedlichen Formen wahrnehmen. Zum einen besteht die klare Ober-Stammgast Beziehung, wie ich sie bereits ausgeführt habe, nicht mehr in dem Ausmaß wie früher, und zum anderen betraten manche Gäste das Kaffeehaus ohne dem Ober auch nur irgendeine Beachtung zu schenken. Darunter gab es Gäste, die nicht einmal einen Blickkontakt zum Ober herstellten und bei aufgeschlagener Zeitung ihre Bestellung aufgaben oder telefonierten. Andere Besucher wiederum erkannten etwa die Präsenz des Obers und versuchten eine kurze belanglose Gesprächssituation aufzubauen, indem sie zumeist nach verschiedenen Kuchen- oder Getränkesorten fragten. Ich konnte sogar Gäste erspähen, die sichtlich zum ersten Mal das jeweilige Kaffeehaus betraten und auf Anhieb einen Draht zum Kellner suchten.

Vermutlich gilt weiterhin die Regel, dass sich der Ober gleichermaßen den Gast aussucht wie der Gast den Ober.

3.2.2. Die Zukunft des Wiener Kaffeehauses

Die Einschätzung eines Zukunftstrends hinsichtlich der Entwicklung der Wiener Kaffeehäuser ist in einer Zeit, in der Kaffeehäuser unterschiedlichster Konzepte parallel bestehen - vom Wiener Kaffeehaus über individuelle Cafés bis zu Großkonzernen - ein höchst diffiziles Thema.

Bereits während meiner qualitativen Forschung kristallisierten sich markante Themenbereiche heraus, die immer wieder seitens der Experten sowie der Gäste Erwähnung fanden.

Der wohl größte Kritikpunkt an den Wiener Kaffeehäusern bezieht sich in erster Linie auf die Kaffeequalität. Obwohl meine Forschungsergebnisse noch zeigen werden, dass die Aussagen über den Geschmack des Kaffees von Person zu Person variieren, herrscht dennoch die gemeinsame Annahme, dass die Qualität des Kaffees über die Jahre keine positive Weiterentwicklung durchgemacht hätte, vor. Insbesondere Barista-Ausbildner Edmund Mayr legt höchsten Wert auf die Zubereitung des Kaffees und meint „[...] *auf der anderen Seite kann es mir passieren, dass ich eben heute ins [...] McCafé oder Starbucks oder Bäckereikette oder Tankstelle oder Universitätskantine [...] gehe, wenn dort ein guter Barista steht, kann ich unter Umständen dort besseren Kaffee kriegen*“. (Mayr, I2 am 07.06.2011)

Marco Schärf sieht daher die Wiener Kaffeehäuser aufgrund des vermehrten Wettbewerbs zukünftig gezwungen, die Kaffeequalität zu steigern. Um beständig zu bleiben und mithalten zu können, sieht er diese Maßnahme als unumgänglich. Allen voraus ist definitiv das Café Hawelka. Der Enkel Michael Hawelka berichtete mir von dem Herbst 2011 gestarteten Projekt einer eigenen Rösterei. Dabei soll die Neuerung des Kaffees polarisieren und parallel dazu mehr Aufklärungsarbeit bei den Jugendlichen auslösen. Ein Problemfeld bezieht sich laut ihm auf das Altern der Zielgruppe und der bevorstehenden Aufklärungsarbeit bei den Jüngeren. Er selbst spricht sich empört über das Unwissen der heutigen Jugend über das Wiener Kaffeehaus aus. „*Seit ich 15 bin und ich kann mich erinnern wie es vor 15 Jahren war und ich komme mir so vor, als wäre ich ein Gletschermensch, der erzählt wie der Gletscher früher war*“. (Hawelka M., I1 am 26.10.2011)

Eine andere Auffassung existiert seitens Berndt Querfeld. Er zielt etwa auf eine Verbesserung der Kaffeequalität ab, ist jedoch der Annahme, dass der Kaffee bei den Gästen letztendlich zweitrangig ist.

Schließlich äußert sich Edmund Mayr im Hinblick auf eine zukünftige Entwicklung insofern, als dass in den Kaffeehäusern, in denen die Qualität nicht angehoben wird, vermutlich auch

das Zielpublikum aus bleibt. Touristen würden demzufolge zwar weiterhin ins Kaffeehaus kommen, aber die Bewohner Wiens kämen kein zweites Mal.

Wie in weiterer Folge noch ausgeführt wird, spielt die Rolle der Touristen laut Michael Hawelka eine tragende Rolle. Er erklärt, dass der Tourismus die Wiener Kaffeehäuser in eine Art Stillstand zwingt und die Entwicklungsmöglichkeiten aufgrund dessen äußerst eingeschränkt sind. Dabei geht er davon aus, dass der Aspekt des Tourismus und die damit verbundene Musealisierung in Zukunft mit Schwierigkeiten verbunden sein werden.

Weitere Entwicklungsbereiche werden von Berndt Querfeld diskutiert. Er zeigt sich kritisch hinsichtlich der Renovierungsarbeiten der Wiener Kaffeehäuser. Somit fehlt es laut ihm anderen Kaffeehausbesitzer an dem Bewusstsein, ihren Betrieb in Stand zu halten. „[...] *das ist wie beim Oldtimerverkauf nicht? Wirtschaftlich ist es nicht, das ist eine Liebhaberei.*“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011) Eine Liebhaberei, die laut Berndt Querfeld jedoch notwendig ist - auch ein Oldtimer muss renoviert werden, um fahren zu können; ein Beispiel, das auf das Wiener Kaffeehaus umgemünzt werden kann. Geschieht dies nicht, blieben ihm zufolge die Gäste aus und letztendlich müsse das Kaffeehaus zusperren.

Außerdem sieht Herr Querfeld weiteres Erweiterungspotential darin, mit Kreditkarten zahlen zu dürfen und einen Zugang zu Wireless LAN zu verschaffen. Er bezeichnet diese Aspekte als globale Etablierung, der sich das Wiener Kaffeehaus beugen muss.

Gleichmaßen steht es laut ihm um Trends der Gastronomiebranche. Nach einer Periode in der die Menschen sich verstärkt für Bioprodukte interessierten, wird heutzutage alles in Richtung Nachhaltigkeit gelenkt. Laut Herrn Querfeld könnte das Wiener Kaffeehaus von kreativen Umgestaltungen in diese Richtung profitieren.

Wie das bereits erwähnte Wireless LAN sieht er den Einbau von ausreichend Steckdosen für Laptops als wichtige Maßnahme für jedes Kaffeehaus. Auch Michael Hawelka bezeichnet Gäste, die mit dem Laptop im Café arbeiten möchten, als wichtige Zielgruppe in der heutigen Zeit.

Wiener Kaffeehäuser, die zu heutiger Zeit noch nach dem Motto „No handys“ agieren, kann Berndt Querfeld hierbei nicht nachvollziehen.

Er lehnt die Furcht vor Veränderungen ab und meint „[...] *auch wenn man glaubt das iPad wird alles ablösen [...], also sozusagen, da vorne stehen 20 iPads [...] und man holt sich die Presse hinunter..das glaube ich nicht*“. (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Eine ganz andere Befürchtung hinsichtlich der Zukunft von Wiener Kaffeehäusern beschreibt eine der von mir befragten Stammgäste. Sie vermutet, dass früher oder später der erste Bezirk keine oder deutlich weniger Einwohner haben wird, da der Mietzins in der inneren Stadt immer weiter in die Höhe steigt. Im Wegfallen der Bewohner rund um die Kaffeehäuser glaubt sie die Stammgäste schwinden zu sehen.

Rössner (1999) beschreibt das Wiener Café als die perfekte Verschmelzung eines öffentlichen und gleichzeitig privaten Raums (vgl. Rössner 1999: 22) - und dies wird sich meiner Meinung nach auch in den nächsten Jahrzehnten nicht ändern.

Grundsätzlich ist ein Zukunftstrend schwer abzusehen, wodurch alle Äußerungen lediglich Vermutungen bleiben. Mit etwas Ironie äußert sich Marco Schärf über eine mögliche Zukunftsprognose „[...] es ist eine Frage auf die es keine Antwort gibt [...] es kann sein...es kommt der neue Schädling und frisst alle Kaffeesträucher auf“. (Schärf, I4 am 25.10.2011)

Die bereits geschilderte Entstehungsgeschichte der Wiener Kaffeehäuser zeigt jedoch, dass das Wiener Café seit jeher mit dem Zahn der Zeit zu kämpfen hatte und Weiterentwicklungen schlechtweg nicht als negativ betrachtet werden können und sollen. Die Beschäftigung mit dem Thema scheint mit der Aufnahme der Wiener Kaffeehauskultur in die Liste der „Österreichischen UNESCO Kommission - Nationalagentur für das immaterielle Kulturerbe“ jedoch an Bedeutung gewonnen zu haben.

3.2.3. Ergebnisse aus den Interviews und informellen Gesprächen

Meine teilnehmende Beobachtung habe ich bereits an früherer Stelle erläutert, nun soll im folgenden Abschnitt der zweite Teil meiner empirischen Forschung zur Wiener Kaffeehauskultur dargestellt werden. Die Resultate entspringen hierzu den halbstrukturierten Leitfadeninterviews mit den Experten, welche in erster Linie diskutiert und schließlich analysiert werden. Danach soll eine Analyse der informellen Gespräche Einblick auf die Perspektive der Gäste gewähren.

3.2.3.1. Experten

Für meine empirische Forschung in Bezug auf die Untersuchung der Wiener Kaffeehauskultur habe ich mir einen Rahmen an unterschiedlichen Perspektiven geschaffen um das Thema zu behandeln. Zu Beginn werde ich die Befragung der Experten näher ausführen. Dabei habe ich Interviews mit Kaffeehausbesitzern arrangiert, die sich weiters gliedern lassen in zwei Besitzer von Wiener Kaffeehäusern (dem Café Hawelka und dem Café Landtmann) und einen österreichischen Kaffeehauskettenbesitzer der Coffeeshop Company. Als Gegenstück konzentrierte ich mich auch auf die Seite der Konsumenten und führte zahlreiche Gespräche mit Gästen unterschiedlichen Alters, Geschlechts und Herkunft. Im Anschluss werde ich die Perspektive seitens der „Österreichischen UNESCO Kommission“ und das damit verbundene immaterielle Kulturerbe darlegen, um einen Einblick aus einem ganz anderen Gesichtspunkt zu erhalten.

Im Folgenden werde ich die unterschiedlichen Meinungen hinsichtlich der Wiener Kaffeehauskultur filtern und analysieren. Dabei hat sich im Laufe meines Forschungsprozesses herausgestellt, dass die Grenzen zwischen der Definition des Wiener Kaffeehauses und jener der Wiener Kaffeehauskultur schwimmend verlaufen und sich beider Termini immer wieder überlappen. Dies soll vorweg beim Lesen berücksichtigt werden.

Edmund Mayr

Als Barista-Ausbildner und Leiter des „Wiener Kaffeemuseum - Kaffeekompetenz Zentrums in Österreich“ hat Edmund Mayr in Wien tagtäglich mit dem Getränk Kaffee zu tun. Als Leiter verschiedener Seminare und Ausbildungen ist er demnach mit der Gruppe der Kaffeehausbesitzer vertraut. Nicht jedes Café nimmt die Möglichkeit solcher Tagesseminare oder erweiterten Ausbildungen wahr, allerdings können sich die Baristas des Mac Café (und daher auch die Meinl Group) zu den Nutznießern dieses Kaffeeangebots zählen. Dieses Fachwissen des Kaffeegetränkexperten Mayr spielte für mich und meine Arbeit eine zentrale Rolle. Mein Interesse galt dabei seiner Perspektive als Getränkeprofi auf die Institution des Wiener Kaffeehauses und zudem der Frage nach der Wiener Kaffeehauskultur.

Gleich zu Beginn unseres Interviews macht Herr Edmund Mayr seinen Standpunkt klar, indem er deutlich zwischen einer „Kaffeekultur“ und einer „Kaffeehauskultur“ differenzierte:

„[...] das heißt 30 Milliliter ist ein perfekter Espresso..ob ich aus dem jetzt einen Einspanner [...] also so Wiener Kaffeespezialitäten zubereite [...] oder einen Latte Macchiato [...] dann geht es hier um eine Getränkekultur..um einen perfekten Kaffee ... und das andere ist auf der andern Seite die Kaffeehauskultur..muss nicht identisch sein, dass ich dort mit der Erwartungshaltung hingehe und einen guten Kaffee bekomme.“ (Mayr, 12 am 07.06.2011)

Hier entpuppte sich bereits die erste Abgrenzung in Bezug auf eine Begrifflichkeit des Wiener Kaffeehauses. So ging er im Speziellen darauf ein, dass das Wiener Kaffeehaus mit Sicherheit nicht die perfekte Zubereitung eines Kaffees als oberste Priorität ins Auge fasst. Selbst wenn es um die Wiener Kaffeevielfalt geht, werden diese Belange kaum berücksichtigt, meinte Edmund Mayr.

Er sprach sich weiters darüber aus, dass andere Institutionen, wie beispielsweise einige Kaffeehausketten *„[...] kein Wiener Kaffeehaus werden und wenn sie es noch so schön mit Leder und drum und dran..aber sie haben eine perfekte Kaffeekultur bereitet..... Kaffeehauskultur ist eine Geschichte..ohne vielleicht Rücksicht zu nehmen, immer auf den besten Kaffee [...]“*. (Mayr, 12 am 07.06.2011)

Hier wird sehr schön gezeigt, dass sich nach Edmund Mayr neue Café-Konzepte zwar durch ihre Getränkekultur messen können, jedoch die Wiener Kaffeehauskultur in keiner Weise adaptiert werden kann. Herauszufiltern ist weiters, dass die Einrichtung in Bezug auf die Wiener Kaffeehauskultur als Kriterium genommen werden darf.

So war im weiteren Verlauf interessant zu beobachten, dass ich auf meine Frage bezüglich der

Elemente eines typischen Wiener Kaffeehauses eine Antwort über seine Definition der Wiener Kaffeehauskultur präsentiert bekam.

„ [...] das heißt 1873 war in Wien eine Weltausstellung [...] da war klar, das ist ein Wiener Kaffeehaus..und diese vier einzigartigen Dinge [...] das musiziert und getanzt wurde, das so viel gespielt wurde..Billard, Schach, Gesellschaftsspiele..das so viel gelesen wurde bis zu 230 Tageszeitungen...und [...] unerreicht weltweit ist die Vielfalt unserer Kaffeezepte [...] diese vier Dinge zusammen ergeben für mich [...] die klassische Wiener Kaffeehauskultur“. (Mayr, 12 am 07.06.2011)

Diese Beschreibung scheint in erster Instanz konkret und greifbar. Er stellt weiters in den Raum, dass die Komponente der Innenausstattung als fünfter Punkt dazu gezählt werden könnte, allerdings verwies er auf andere Kaffeehäuser in Europa, wie beispielsweise in Venedig, die über ähnlich eingerichtete Kaffeehäuser verfügen. So meint er in diesem Kontext *„[...] also mit dem allein...erhält uns auch niemand“.*(Mayr, 12 am 07.06.2011) Er hebt dabei die Besonderheit der vier aufgezählten Elemente hervor, über die in dieser Form kein anderes Kaffeehaus außerhalb Österreichs verfügt.

Als Paradebeispiel für ein Wiener Kaffeehaus, welches den Kriterien Edmund Mayrs entspricht, wurde das Café Sperl genannt. Dieses Wiener Café findet laut ihm Erwähnung aufgrund der großen finanziellen Investitionen des Kaffeehausbesitzers, der stets auf die Erhaltung des ursprünglichen Gesichts des Cafés bedacht war. Ganz anders sprach er sich über das Café Hawelka aus, welches seiner Ansicht nach *„[...] mit der Wiener Kaffeehauskultur überhaupt nichts zu tun [...]“* hat. *„[...] nur weil jetzt der...ah..der Kaffee mit einem Glas Wasser serviert wird..ist das nicht die Wiener Kaffeehauskultur..das..ist..ganz was Eigenständiges..weltweit einzigartig..aber..man sollte es nicht..mit der Wiener Kaffeehauskultur in Zusammenhang bringen“.* (Mayr, 12 am 07.06.2011)

Seine Ansicht überrascht in Anbetracht der Kriterien keineswegs, da das Café Hawelka zum Beispiel über keinen Billardtisch verfügt und auch kein Piano vorhanden ist. Demzufolge sind bereits zwei der vier Kriterien Mayrs nicht erfüllt.

Erstaunlich ist des Weiteren, dass Edmund Mayr zwar über eine klare Vorstellung der Wiener Kaffeehauskultur verfügte, im Laufe des Interviews aber immer wieder einen weiteren Aspekt als wichtig markierte. Dies zeigte sich, indem er sich immer wieder über ein gewisses Wohlempfinden im Wiener Kaffeehaus äußerte. So merkte er an, dass die Intention, ein

Kaffeehaus zu betreten nicht unbedingt etwas mit der Kaffeequalität zu tun hat, „[...] den er hat zu Hause womöglich besser hat, [...] diese Herrschaften [...] treffen sich im Wohlfühlkaffeehaus [...] im Zweitwohnsitz.“ (Mayr, 12 am 07.06.2011)

Daran lässt sich schließen, dass eine Voraussetzung der Wiener Kaffeehauskultur möglicherweise auch eine Art Gemütlichkeit ist. Mayr zufolge ist „[...] das Kaffeehausgehen [...] etwas..ganz Spezifisches [...] sich dort hineinsetzen, dann stunden...die Chance stundenlang sitzen zu bleiben“ (Mayr, 12 am 07.06.2011) eine Besonderheit des Wiener Kaffeehauses. Auch hier erweist sich nach seinen Aussagen das Wiener Kaffeehaus als Ort des Verweilens.

Letztlich stellt er mit der Aussage „[...] die Klassiker, ich, ich liebe sie, wenn ich dafür Zeit habe..ah..ja und..schau nicht unbedingt am Kaffee, sondern erlebe eben die Kaffeehauskultur mit, diesem Wohlfühlen“ (Mayr, 12 am 07.06.2011) unter Beweis, dass sich nach ihm der Wohlfühlfaktor sehr wohl in die Wiener Kaffeehauskultur integriert.

Als es darum ging, fehlende Elemente der Wiener Kaffeehäuser aufzugreifen, welche Edmund Mayr jedoch als passend zur Wiener Kaffeehauskultur empfände, verwies er auf die Stehtheke, die in Italien üblich ist. Er vermisse diese Art des Kaffeekonsumierens in Wien und wünschte, Wien hätte diesen italienischen Trend zu damaliger Zeit übernommen. Edmund Mayr legt ebenfalls viel Wert auf eine Weiterentwicklung der Wiener Kaffeehäuser und konkretisiert diesen Wunsch mit dem „Latte Art“-Trend, der bis dato noch keinen Einzug in die Wiener Kaffeehäuser gefunden hat. Der Begriff „Latte Art“ meint eine kunstvolle Verzierung des dichten, cremigen Milchschaums. Damit erhofft er sich, dass die Kaffeehausbesitzer ihr Augenmerk wieder verstärkt auf die Kaffeequalität richten würden „[...] damit auch wirklich..das Wort Kaffee, Kaffeehaus wieder ein bisschen einen höheren Stellenwert kriegt“. (Mayr, 12 am 07.06.2011)

Unter Berücksichtigung Edmund Mayrs Beruf wundert es kaum, dass dieser die Kaffeequalität gerne verbessert gesehen hätte - gleichzeitig beschrieb er selbst, dass die Gäste eben nicht nur aufgrund des Kaffees die Wiener Kaffeehäuser besuchten. Erst als sich das Thema um das Preis-Leistungs-Verhältnis drehte, sah Edmund Mayr der starken Konkurrenz von Kaffeehausketten in diesem Bereich eine Entwicklung in Richtung verbesserter Kaffeequalität unvermeidbar.

Auf das Gesagte Edmund Mayrs noch einmal einen Blick geworfen, fallen einige Aspekte

besonders auf. Er unterscheidet zwischen einer hervorragenden Getränkemkultur, die er hauptsächlich Kaffeehausketten zuschreibt auf der einen Seite, und der Wiener Kaffeehauskultur, welche man nur in den Wiener Kaffeehäusern vorfindet, auf der anderen Seite. Diese besagte Wiener Kaffeehauskultur setzt er mit jenen Wiener Kaffeehäusern gleich, welche folgende Punkte erfüllen: das Tanzen und Musizieren; das Spielen wie Schach, Billard oder Brettspiele; das Zeitunglesen und zuletzt die Kaffeevielfalt.

Dabei stellt er den möglichen Aspekt der Innenausstattung als zusätzliches Kriterium in den Raum, entscheidet aber im weiteren Verlauf des Gesprächs, dass auch andere Länder ansprechende alte Kaffeehäuser besitzen, sodass nur die ersten vier Punkte in dieser Form als Elemente der Wiener Kaffeehauskultur identifiziert werden können. Außerdem spricht er das Thema der Erhaltung von Wiener Kaffeehäusern in heutiger Zeit an und empfindet beispielsweise das Café Sperl als ausgezeichnetes Vorzeigecafé im Hinblick auf eine naturgetreue Renovierung.

Den Wohlfühlfaktor im Wiener Kaffeehaus grenzt Edmund Mayr in den Kriterien für die Wiener Kaffeehauskultur aus, jedoch verweist er im Interview an einigen Stellen eindeutig darauf. Demzufolge drückt er das Wohlempfinden in den Wiener Kaffeehäusern indirekt als wesentliches Kriterium aus. Hier hebt er die Einzigartigkeit der Wiener Kaffeehäuser hinsichtlich dessen hervor, dass man so lange wie gewünscht verweilen kann.

Wenn es darum geht, die Wiener Kaffeehauskultur zu erweitern, so spricht er sich darüber aus, dass er italienische Stehcafés in Wien vermisst. Außerdem würde er eine positive Entwicklung der Kaffeequalität schätzen und hofft, dass genau dies in Zukunft passiert.

Günther und Michael Hawelka

Eines meiner Experteninterviews wurde mit den Kaffeehausbesitzern des Café Hawelka durchgeführt. In der Annahme, mit dem Enkel des Gründers Leopold Hawelka zu sprechen, betrat ich zum vereinbarten Zeitpunkt das Café und fand mich kurz darauf völlig unerwartet in einem Doppel-Interview - nicht nur der Enkel, Michael Hawelka, war gekommen, sondern auch der Sohn, Günther Hawelka.

Für Vater und Sohn war von Beginn an klar, dass ein Wiener Kaffeehaus bestimmte Kriterien erfüllen muss, um dieser Definition zu entsprechen. So müsse nach Günther Hawelka die räumliche Innenausstattung eines Wiener Café Jugendstil-Elemente aufweisen, und mit Sitzmöglichkeiten der Thonetreihe, aber auch Kleiderständer und Kleiderhaken ausgestattet sein. „[...] man kommt hinein und wird begrüßt, kann seine Sachen ablegen, sie müssen nicht am Sesselrand ah dahinrutschen, die dann vielleicht auch am Boden landen [...]“. (Hawelka G., I1 am 26.10.2011)

Michael Hawelka unterstrich die Wichtigkeit von Details, die den Komfort des Gastes unterstützen sollen und wies parallel dazu auf die gut durchdachte Einrichtung eines Wiener Kaffeehauses hin. Details und Einrichtung tragen laut beiden Interviewpartnern zur Atmosphäre des Kaffeehauses bei und schaffen das Empfinden von „Gemütlichkeit“. Dabei zählt der Service genauso zum Repertoire eines Wiener Kaffeehauses wie der Zugang zu den Medien, wobei stets eine gute Mehlspeise stets zum Verzehr angeboten werden sollte. Der Alt Wiener Zuckerbäcker Günther Hawelka legte auf diesen Bereich besondere Gewichtung. In diesem Zusammenhang sprach Michael Hawelka einen zentralen Punkt an:

„[...] es war nicht so, dass man ein Kaffeehaus aufgesperrt hat und es war alles schon Silbertablett, Glas Wasser, Porzellan, [...] die haben sich ja ganz langsam entwickelt [...] ahm ein gutes Auftreten des Obers (...) Sitzmöglichkeiten ... ein Schanigarten, das sind alle Dinge, die haben sich erst entwickeln müssen [...]“. (Hawelka M., I1 am 26.10.2011)

Für Michael Hawelka schien es essentiell, die Elemente der Wiener Kaffeehäuser im Kontext des Wachstumsprozesses über die Jahrzehnte zu berücksichtigen. Dass eine lange Entwicklung durch die Geschichte nach und nach ihre Spuren und Ausformungen hinterließ, macht seiner Meinung nach das Wiener Kaffeehaus zu dem, was es heute ist:

„[...] dann hat es geheißen ja, schmeißt man das alte Klumpert hinaus, das war ja altes Klumpert in dem Sinn, nicht, [...] hat mein Vater gesagt, das alte wunderschöne Kaffeehaus können wir ja nicht..ah können wir ja nicht entrümpeln, entrümpeln, hat er gemeint, das Geschäft geht, warum soll ich renovieren das Kaffeehaus [...] und heute suchen alle Cultura [...] nicht?“. (Hawelka G., I1 am 26.10.2011)

Dieses Beispiel Günther Hawelkas zeigt nicht nur, dass speziell das Café Hawelka über den gesamten Familienbestand hinweg besondere Achtsamkeit auf die Bewahrung der Ursprünglichkeit des Cafés gelegt hat. Damit wollte er ebenso klar machen, dass das Café Hawelka als Teil der Wiener Kaffeehauskultur auch die Masse meiden und nach Individualität streben möchte. Der konkret angesprochene Bezug auf die Kultur schließt die Art der Ausstattung des Cafés mit ein und zeigt die Unklarheit der Abgrenzung zwischen Wiener Kaffeehäusern und der sogenannten Wiener Kaffeehauskultur. Beide Begriffe werden bereits an dieser Stelle aufgegriffen, weil beide von Anfang an abwechselnd die Termini im gleichen Kontext verwendeten.

Der Funktion des Obers wird seitens der Familie Hawelka eine ganz zentrale Rolle zugeschrieben. So spricht sich Günther Hawelka wie folgt darüber aus: *„Der Ober ist die Brücke zum Gast und die Brücke zum Geschäft [...]“* (Hawelka G., I1 am 26.10.2011). Teil der Wiener Kaffeehauskultur ist in diesem Sinne der Umgang des Obers mit den Gästen *„[...] es muss..ähm..jemanden geben, der sich darum bemüht die Gäste zu empfangen und auch zu platzieren“* (Hawelka G., I1 am 26.10.2011). Deutlicher macht Michael Hawelka die Relevanz des Obers, indem er sagt: *„[...]..die Art und Weise wie der Kaffee serviert wird [...] wie der Gast bestellt [...] das ist nicht nur einseitig, sondern zweiseitig [...]..der eine weiß, wie das System läuft und der andere versteht es [...]“* (Hawelka M., I1 am 26.10.2011).

Für Michael Hawelka stand eindeutig die Gast-Ober Beziehung im Vordergrund. Die Interaktion kommt definitiv vor Stehtheken, welche von beiden vehement abgelehnt werden, da der Ober, wie oben bereits erwähnt, den Part des Empfangs, der Platzierung und der persönlich gestalteten Bestellung übernimmt. Günther Hawelka erläuterte dies in etwa so: *„[...] kommt der Ober und sagt ‚Bitte was darfs denn sein? Eine Melange einen großen Braunen?‘“* (Hawelka G., I1 am 26.10.2011). Zu seinen Aufgabengebieten könnte unter Umständen auch das Bringen der Zeitung gezählt werden, wobei Michael Hawelka zu verstehen gab: *„[...] (B1: aber wenn du einen Grantler als Ober hast..) ein Ober muss, darf nicht freundlich sein, er muss aufmerksam sein, in erster Linie, das ist der große Unterschied*

[...]“ (Hawelka M., I1 am 26.10.2011).

In dieser Botschaft steckt schon die wichtige Information der Aufmerksamkeit. Hiermit will betont werden, dass die Freundlichkeit des Obers nicht eine Bedingung seines Berufes darstellt. Allerdings wird auf seine weitsichtige Wahrnehmung Wert gelegt. Er muss demnach die außerordentliche Fähigkeit haben, das gesamte Café im Auge zu behalten und die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste wahrnehmen zu können. Diese Art der Interaktion zwischen Ober und Gast führt Michael Hawelka weiter aus, indem er erläutert:

„[...] (B1: Mitteleuropa) [...] die haben einen gemeinsamen [...] Stil gemacht..und eine ganz andere Entwicklung über die Jahrhunderte und da ist man in ein Lokale gekommen, wo man begrüßt wurde..das schätzen immer noch alle [...] man setzt sich her und dann wird man bedient.. [...] und aus dem heraus..ist die ist die Wiener Kaffeehauskultur eine Abspaltung sozusagen [...]“. (Hawelka M., I1 am 07.06.2011)

Michael Hawelka verdeutlichte hier die unabdingbare Notwendigkeit der Begrüßung seitens des Obers. Er ging dabei besonders darauf ein, dass nach wie vor die Wertschätzung einer Begrüßung bei Eintritt des Gastes nicht nur erwünscht sei, sondern als Komponente zur Wiener Kaffeehauskultur beiträgt. Damit grenzt er alle Kaffeehäuser im Hinblick auf eine Wiener Kaffeehauskultur aus, in welchen der Ober den angesprochenen Pflichten nicht nachkommt.

Der Aussage, dass die Kaffeequalität nicht oberstes Prinzip der Wiener Kaffeehäuser darstellt, stimmten beide Familienmitglieder der Hawelkas zu. Insbesondere das Zitat Günther Hawelkas veranschaulicht auf elegante Art und Weise, wo der Kern der Wiener Kaffeehauskultur steckt *„[...] wenn ich einen guten Kaffee haben will gehe ich halt dort hin, wo es mir besser..serviert wird, nicht [...]“*. (Hawelka G., I1 am 26.10.2011)

Abgesehen von der Tatsache, dass sich das Café Hawelka zum Zeitpunkt des Gesprächs mitten im Entstehungsprozess einer Rösterei befand, verschaffte dieser Ausspruch Klarheit, hinsichtlich einer Definition der Wiener Kaffeehauskultur. Demzufolge lebt ein Wiener Kaffeehaus von der Beziehung zum Gast und generiert damit das Bild, dass Umsätze eine nebensächliche Rolle spielen. Unterstrichen wird diese Vorstellung durch die Aussage Michael Hawelkas, der meint *„[...] in 10 Jahren habe ich noch nie das Wort Maximum hier gehört [...]..ja..also das ist nicht die Philosophie letztendlich“* (Hawelka M., I1 am 26.10.2011).

Insbesondere werden Kaffeehausketten oftmals mit einer unpersönlichen Massenabfertigung sowie mit einem wirtschaftlichen Denken in Verbindung gebracht, weswegen sich Michael Hawelka aufgrund seiner Leidenschaft zum Wiener Kaffeehaus von Kaffeehausketten klar abgrenzt. Günther Hawelka bestätigte indessen die Aussage seines Sohnes, betont jedoch, dass Umsatz in der heutigen Zeit sehr wohl ein wichtiger Faktor im Bezug auf ein Überleben des Kaffeehauses ist.

Weiterer Bestandteil der Wiener Kaffeehauskultur ist laut ihnen das Spielen sowie das Zeitunglesen.

Beide Befragten zählen das Café Hawelka zu den Literatencafés, sowie zum Künstlercafé, welches sie wie folgt definieren:

„[...] das sind Kaffeehäuser [...] wo man gefachsimpelt hat, man hat sich getroffen dann, da haben sich die Spezialisten getroffen, man hat gewusst dort geht man hin [...] Universität sozusagen [...]“. (Hawelka G., II am 26.10.2011)

In diesem Zusammenhang spricht sich Günther Hawelka über die Wichtigkeit des Zugangs zu Medien aus. Allem voran steht die beträchtliche Auswahl an internationalen Zeitungen, in denen geschmökert werden kann. Daraus lässt sich erkennen, dass Zeitungen die Grundlage der Informationsbeschaffung bildeten, die wiederum die Grundlage Intellektueller bildete. Gerade der Ausdruck „gefachsimpelt“ beinhaltet jedoch eine Mischung aus den Wörtern Gerede und Fachwissen und lässt daher großen Interpretationsspielraum.

Als das Element der Kaffeevielfalt in Wien als Teil der Wiener Kaffeehauskultur angesprochen wurde, kamen notgedrungen die Einflüsse, denen die Kaffeehäuser ausgesetzt sind zur Sprache. *„[...] darum sage ich jedem, bitte, in Wien heißt das nicht Cappuccino, sondern Melange [...]“.* (Hawelka M., II am 26.10.2011)

Beide hegen ein Unverständnis denjenigen gegenüber, die in Wiener Kaffeehäusern keine traditionelle Melange bestellen. Sie sind der Annahme, dass sowohl die tradierte Kaffeevielfalt, die Wien zu bieten hat, gepflegt werden muss, aber auch ihre unterschiedlichen Zubereitungsarten den Gästen näher gebracht werden sollten.

Abgesehen davon philosophierte Günther Hawelka über das Wiener Kaffeehaus als Ort der Ruhe. So sei das Wiener Café der ideale Ort, um den Tag zu beginnen und einen Kaffee zu

verköstigen „weil sonst werden die ganzen Sinne im Gehirn nicht freigelegt“. (Hawelka G., II am 26.10.2011) Er zog dabei einen Vergleich zu einem Spital:

„[...] das muss..eine Ruhezeit ja, dass ist der Patient in dem Sinn nicht [...], das ist der zweite Privatsitz, Wohnplatz nicht? Hat er zu Hause Troubles sagt er 'Schatzi, ich geh jetzt ins Kaffeehaus, Liebling, wir sehen uns sowieso am Abend', dann kann er sich ahm..richtig entfalten.“ (Hawelka G., II am 26.10.2011)

Diese Aussage enthält einige Aspekte. Zum einen soll das Kaffeehaus einen Ruhepol zum Leben darstellen, in dem Besinnung vorgenommen werden kann. Zum anderen weist die Aussage auf das Café als Zufluchtsort hin, in denen schwierige Lebenslagen ausgesessen werden können (auch der Brückenschlag zum Spital lässt eine Assoziation zu Genesung zu). Auch der Aspekt der Zeit schwingt stets mit - das Kaffeehaus ist ein Ort für jede Tageszeit. So wird seitens Günther Hawelka das Wiener Kaffeehaus auch in geschäftlichen Belangen als ideale Niederlassung angesehen. Die von Michael Hawelka angesprochene Gemütlichkeit gliedert sich ebenfalls in die Reihe der Merkmale der Wiener Kaffeehauskultur ein.

Nicht nur als Ort der Ruhe wird das Wiener Kaffeehaus gesehen, sondern auch als Ort des Informationsaustausches. Günther Hawelka veranschaulichte dies an einem Beispiel seines Vaters.

„Mein Vater [...], die haben einen Kaffeelieferanten gehabt, das war der Herr Leidinger und der hat gesagt 'Herr Hawelka, Herr Hawelka, ich geben Ihnen einen guten Tipp, dort wird ein Kaffeehaus zugesperrt, kaufen Sie die ganzen Möbel auf', und so haben wir die ganze Einrichtung [...].“ (Hawelka G., II am 26.10.2011)

Dies führte er weiter aus, indem er meinte „[...] im Kaffeehaus bekommt man viele Informationen, Informationen einmal da, einmal dort [...], da gibt es einen Grund zu verkaufen, [...] der weiß auch was..da muss man gleich zuschlagen, wenn man Interesse hat eben nicht [...] “. (Hawelka G., II am 26.10.2011)

Interessant war Michael Hawelkas Ausführung zum Kaffeehaus als Ort der Erziehung:

„Aber wo man erzogen wurde..war im Kaffeehaus, wenn ein junger Mann zu viel geredet hat oder Blödsinn geredet hat..da kann man sich sicher sein, dass ein Anderer aufsteht und sagt

'Jetzt hörst du mir einmal zu junger Mann, das ist nicht so wie du sagst. Sondern so und so und so', 'Warum?', 'Deswegen so und so und so', 'Aber warum?', 'So und so und so'." (Hawelka M., I1 am 26.10.2011)

Hier tritt eindeutig der Familienfaktor in den Vordergrund. Das Wiener Kaffeehaus präsentiert sich somit, wie vorhin schon erwähnt, als zweites Wohnzimmer oder als geschützter Raum, in dem der Übergang vom Jungen zum Mann vollzogen wird.

Michael Hawelka rückte dabei das Café als Schule der guten Manieren ins Rampenlicht und meint hierzu *„[...] ich bin ein Mensch der Stil hat, weil es in meiner Umgebung ist [...]“*. (Hawelka M., I1 am 26.10.2011) Ein wesentlicher Faktor bezieht sich in nächster Linie auf den Tourismus, der immer wieder Thema während des Interviews war. Bemerkenswerte Gedankengänge konnte ich dabei Hawelkas Enkel entnehmen. *„[...] Tourismus, und das ist eigentlich das Gefährlichste von allem, konserviert das Kaffeehaus.“* (Hawelka M., I1 am 26.10.2011)

Spannend an dieser Äußerung finde ich den hier angedeuteten Zwiespalt zwischen dem Wunsch die eigene Tradition zu bewahren und den gebundenen Händen, Änderungen vorzunehmen. Denn er führte weiter aus, dass *„[...] ohne dem Tourismus, würde es jedes zweite Wiener Kaffeehaus nicht mehr geben [...]“*. (Hawelka M., I1 am 26.10.2011) An dieser Stelle macht sich der Zwist besonders bemerkbar. Herausgefiltert bedeutet dies, dass die Wiener Kaffeehäuser in einem Abhängigkeitsverhältnis stehen und somit auf den Tourismus angewiesen sind. Aus diesem Grund ist das Wiener Kaffeehaus gezwungen, die in den Reiseführern beschriebene Interpretation der Wiener Kaffeehauskultur zu berücksichtigen. Jedoch macht Günther Hawelka klar:

„[...] ein Land kann nur bekannt werden, wenn es eine Kultur vorzuweisen hat..das ist auch ein Teil der Wiener Kultur, ins Kaffeehaus, das hat es immer schon gegeben [...] Wien steht für Stephansdom (II: mhm) Riesenrad und Café Hawelka allgemein.“ (Hawelka G., I1 am 26.10.2011)

Sieht man sich diese Textzeilen genau an, so hebt Günther Hawelka die Relevanz des Cafés auf Augenhöhe mit dem Wahrzeichen Wiens, dem Stephansdom. Hier rückt in den Vordergrund, welcher identitätsstiftender Ort das Wiener Kaffeehaus darstellt. Er spricht dabei weiter und meint:

„[...] es wird ja viel geschrieben über die Wiener Kaffeehauskultur und erstens sind in aller Munde und es wäre ein, ein, eine Erbsünde, wenn man das Hawelka, wenn das Hawelka wäre zu, das kann man nicht machen [...] und da hat es Leute gegeben, die haben gesagt, die haben gemeint 'Das Hawelka ist ein Muss..ein Muss‘“. (Hawelka G., I1 am 26.10.2011)

Auch Michael Hawelka bestätigte die Aussage seines Vaters, in dem er sagt:

„[...] jeder der diese Türschwelle betritt entscheidet sich zweierlei..einerseits sagt er 'Das Lokal, es ist dunkel, es ist verraucht, [...] es ist extrem schäbig..nein da gehe ich nicht hinein', der andere kommt hinein und sagt 'Wo bin ich da gelandet, das ist ja, das ist ja echt ein Lokal, ein ganz altes Lokal, wie geht das?' von der ersten Sekunde an, das geht relativ schnell, entweder man begeistert sich dafür oder man kann nichts damit anfangen.“ (Hawelka M., I1 am 26.10.2011)

Dazu gehört außerdem seitens Günther Hawelka das Zeitunglesen, das Glas Wasser, das lange Sitzen und das Kartenspielen.

Zusammenfassend ergeben sich einige Kernaspekte aus dem Interview. So verwiesen Vater und Sohn Hawelka gezielt auf die Einrichtung des Cafés, welches sich aus einem Wachstumsprozess im Laufe der Zeit entwickelt hat. Entscheidend ist laut den beiden eine vorsichtige Haltung gegenüber aufkommenden Trends. Der Umgang mit neuen Erfindungen und Vorlieben wurde dabei stets eingehend überdacht und konnte somit die Beständigkeit des Cafés ermöglichen. Gleiches bezieht sich auf das wirtschaftliche Denken, welches laut den Hawelkas heutzutage zumeist im Vordergrund eines Gastronomielokals steht. Umsatz ist für sie freilich notwendig, allerdings nicht das vorrangige Ziel ihres Betriebes.

Weiters sprechen sie den persönlichen Service und die damit verbundene Beziehung des Obers zum Gast an. Dem Interview zufolge gehört die Beziehung zum Personal genauso zum Kaffeehausalltag, wie eine Begrüßung und Verabschiedung beim Eintreten oder Verlassen des Kaffeehauses.

Undenkbar wäre darüber hinaus ein Wiener Kaffeehaus ohne Spielgelegenheiten, Zeitungen und dem berühmten Glas Wasser zum Kaffee.

Auf anderer Ebene wird zudem auch auf die Seitenvielfalt des Wiener Kaffeehauses Bezug genommen. Dies bedeutet vielmehr, dass sich das Wiener Kaffeehaus als Informations-, Bildungs-, Erziehungs- und Erholungsstätte verstehen lässt, welches zu jeder Tageszeit

besucht werden kann.

Die Atmosphäre sei zudem mit einer einzigartigen Gemütlichkeit beschrieben, die aus allen genannten Aspekten entsteht und für ein Wohlbefinden der Gäste sorgt.

Ein wichtiger Faktor ist ihnen zufolge der heutige Tourismus, welcher in den Wiener Kaffeehäusern Einzug gefunden hat, jedoch nicht nur mit Vorteilen verbunden ist. Demnach steht das Wiener Kaffeehaus auch unter dem Zwang einer Konservierung für Touristen. Schließlich geht Michael Hawelka von einer Dichotomie der Wahrnehmung des Wiener Kaffeehauses aus, welche sich in Ablehnung oder Zuneigung ausdrückt.

Berndt Querfeld - Café Landtmann

Ein besonderes Anliegen war mir ein Experteninterview mit dem Besitzer des Café Landtmann und Fachgruppenobmann der Wiener Kaffeehäuser, Herrn Berndt Querfeld, zu führen. Da er zweierlei Funktionen in Bezug auf Wiener Kaffeehäuser ausübt, schien mir ein Austausch mit ihm als äußerst informativ und hilfreich für mein Diplomarbeitsthema zu sein. Bezüglich der Darstellung des Wiener Kaffeehauses hatte Berndt Querfeld eine klare Vorstellung.

„[...] das Kaffeehaus zeichnet sich als ein Kaffeemieser aus, dass, dass, das was wir so sehen als Kaffeehaus nicht multiplizierbar ist, dass das ein standortbezogener, namensbezogener, einrichtungsbezogener Ort ist [...] und ziemlich einzigartig darsteht...so wie auch der Stephansdom [...] nicht multiplizierbar ist [...] so und da drinnen steht ein Kaffeemieser oder eine Kaffeemieserin, da gibt es einen persönlichen Bezug.“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Mit dieser Formulierung grenzte sich Berndt Querfeld klar von allen Kaffeehäusern ab, die dieser Zuschreibung nicht entsprechen. So wirkte sich der Standort, der sich laut ihm größtenteils innerhalb des Rings und vereinzelt außerhalb befindet, auf die Bezeichnung eines „Wiener Kaffeehauses“ aus. Außerdem erwähnte er, dass die meisten Wiener Cafés an Gebäudeecken situiert sind und in alten Räumlichkeiten ihren Sitz haben. Interessant erscheint hierbei die Tatsache, dass er Bezug auf die Namensgebung eines Kaffeehauses nahm. Verfügen doch die meisten Kaffeehäuser, welche beispielsweise im Reiseführer als traditionell oder alt bezeichnet werden, über den Namen der ehemaligen Besitzer. Der Aspekt der nicht vorhandenen Multiplizierbarkeit von Wiener Kaffeehäusern wirft interessante Fragen hinsichtlich der Einordnung und Wahrnehmung von Kaffeehausketten auf. Nicht zuletzt wird das Kriterium der Einrichtung angeführt, womit der Bogen nach Berndt Querfeld im Hinblick auf die Definition von Wiener Kaffeehäusern gespannt wurde.

Zusätzlich sprach er in diesem Kontext von Wiener Kaffeehäusern, in denen die Besitzer *„[...] viele Jahre im Betrieb mit den Gästen gereift, gealtert, Stammgastgeschichte [...]“* (Querfeld, I3 am 25.05.2011) durchlebt haben.

Unter diese mischen sich allerdings auch ein paar große Eigentümer, deren Kaffeehäuser er als *„seelenlose Orte“* (Querfeld, I3 am 25.05.2011) bezeichnete, welche ihm zufolge nur für die Touristen von Interesse seien.

Die Personifizierung des Kaffeehauses wird dabei nicht nur automatische Bedingung in Bezug auf eine Definition des Wiener Kaffeehauses, sie beinhaltet auch den Beziehungsaspekt von Kaffeehausbesitzer zum Lokal und den Gästen. Auch hier erfolgt eine erneute Abgrenzung zu all jenen Cafés, die sich weder um eine langlebige Beziehung zum Gast noch um eine persönliche, individuelle Note in ihrem Kaffeehaus bemühen. Szenen wie: *„[...] mit all [...] der Unkoordiniertheit [...] sagst du 'Nein die Schirme spannen wir nicht auf', Gestern haben Sie doch gesagt Aufspannen?' 'Gestern schon heute nicht' 'Der Chef hat einen Vogel'.ja, aber genau das macht es aus“* (Querfeld, I3 am 25.05.2011), gehören zum personifizierten Wiener Kaffeehaus einzach dazu.

Der familiäre Aspekt und der Besitzer als greif- und hörbare Seele ist für Berndt Querfeld eine absolute Voraussetzung des Wiener Kaffeehauses. Er sieht dieses Treiben als unabdingbar für die Gäste, die genau das an den Wiener Kaffeehäusern schätzen.

Ausschlaggebend ist für ihn in weiterer Folge die Beständigkeit, und damit verbunden die Frage: *„[...] wenn wir in 50 Jahren schauen, was wird überbleiben [...]?“*. (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Beständigkeit könnte somit ein weiteres Merkmal des Wiener Kaffeehauses sein, da es bereits seit vielen Jahrzehnten existiert und in den wesentlichen Punkten unverändert geblieben ist.

Zusätzlich zu den bisherigen Aspekten zählt für Berndt Querfeld das Zusammenspiel von Ausstattung und Service. Die Einrichtung erläutert er mit der Bezeichnung „Gemütlichkeit“. Ihm zufolge war die Hochhaltung der Gemütlichkeit den Wiener Kaffeehäusern vordergründig. Abgesehen von bestimmten Einrichtungsdetails *„[...] sitzen die Menschen also gerne bequem und tief und und und gleichzeitig möchten sie vielleicht den Rücken bedeckt haben [...] weil das ein bisschen Sicherheit schafft, möglichst gepolstert, [...] großzügige Räume, hohe Räume, Licht [...]“*. (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

All diese Elemente zählen für ihn zu den wichtigsten Bestandteilen der Wiener Kaffeehäuser, welche auch den Inbegriff der Wiener Kaffeehauskultur für ihn darstellen. Genau wie die Inneneinrichtung spielt die bereits erwähnte Servicequalität eine tragende Rolle:

„[...] dieses sprichwörtlich schlechter Service ja..also sie sitzen im Kaffeehaus, zwei Stunden und wollen vom Kellner in Ruhe gelassen werden, nach zwei Stunden schauen Sie auf die Uhr und sagen 'Herr Ober zahlen schnell' und er sagt 'Entschuldigung, jetzt haben Sie zwei

Stunden Zeit gehabt, jetzt werden Sie die Minute auch noch Zeit haben' ja...sagen Sie' [...] eine Frechheit' [...] naja, das hat schon eine Kultur, nämlich die Kultur des Lokaldiktierens, [...] das hat nichts mit unfreundlich und inkompetent zu tun.“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Ersichtlich wird durch diese Aussage, dass seitens Berndt Querfeld auf die Rolle des Obers besonderer Wert gelegt wird. Hierzu verwies er im Gespräch ebenfalls auf die „Kellnerprüfung“, wie in im Kapitel 3.1.6.9.2. bereits ausgeführt, und veranschaulichte damit, dass das Wesen des Obers mit der Tradition gewachsen ist und zu den bis heute geltenden Kriterien zählt. In seiner Aussage verwendet er sogar dezidiert den Begriff der „Kultur“, nämlich wenn er von der Kultur des Lokaldiktierens spricht.

Kurz darauf brachte er ein weiteres Beispiel, eines Szene, an welcher er selbst teilnahm. Bei der Verspätung eines Fluges am Wiener Flughafen, welcher auf kaffeetrinkende Stewardessen zurückzuführen war, ereignete sich kurz darauf Folgendes im Flieger:

„[...] naja ich habe gesagt 'Auch schon da' und sie sagt 'Wie meinen Sie das?' und ich sage 'Na Sie haben ihren Kaffee wenigstens schon gehabt' [...] darauf sagt sie 'Mäßigen Sie sich, sonst verweise ich Sie des Flugzeuges' [...] nicht unfreundlich [...], habe ich mir gedacht 'Aha, na und die kann auch anders' [...] und das darf das Kaffeehaus auch, ja? Das sind, das sind unsere Stewards an Bord ja? [...].“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Anhand dessen untermauerte er die tragreiche Funktion des Obers im Kaffeehaus. Er hebt den Stellenwert des Obers vom Wiener Kaffeehaus an und setzt sich damit von herkömmlichen Konzeptcafés ab. So klingt die Person des Obers fast ein wenig nach einem teilnehmenden Eigentümer des Kaffeehauses, als rechte Hand des eigentlichen Kaffeehausbesitzers. Dies macht nach Berndt Querfeld auch den Unterschied zwischen einem Wiener Kaffeehaus und „[...] neuen Konzeptcafés, mit der frisch eingeschulten Kellnerin, die noch nicht weiß, wie die Kassa funktioniert [...]“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011) aus.

Die Bemerkung, dass das Wiener Kaffeehaus durch die Art des Services zu einer eigenen Art von Atmosphäre und Beziehung zur Lokalität verhilft, folgte bald darauf im Gespräch. Berndt Querfeld grenzt sich hier von Kellnern ab, deren Anwesenheit den alleinigen Zweck erfüllt, Speisen und Getränke zu servieren.

Laut ihm muss in diesem Zusammenhang berücksichtigt werden, dass „[...] nicht alles was

Kaffee verkauft ist ein Kaffeehaus ja, und nicht jedes Kaffeehaus ist ein Kaffeehaus, nur weil Kaffeehaus darauf steht“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Die Rolle des Kaffees und seine Präsenz sind laut dem Besitzer des Café Landtmann eher von nebensächlicher Bedeutung. Die Wiener Kaffeehauskultur definiert sich ihm zufolge auch nicht dadurch, in welchem Ausmaß Kaffee konsumiert wird, denn „[...] *es ist kein Kaffeehaus gebaut worden, [...] wo der Kaffeesieder gesagt hat...ich mache den besten Kaffee Wiens und rund herum baue ich jetzt noch ein Kaffeehaus“* (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Hier wird darauf aufmerksam gemacht, dass der Ort Kaffeehaus eine viel wichtigere Funktion ausübt als das Getränk selbst. Ihm zufolge ist der Kaffee zwar ein Grund, das Kaffeehaus zu besuchen, jedoch wird aus der Sicht des Gastes noch viel mehr erwartet. So zeigte Berndt Querfeld absolutes Unverständnis für den „Latte Art“-Trend, der für ihn zwar witzig, aber sehr unpraktisch ist:

„[...] dann nehmen Sie einmal einen Löffel und rühren Sie einmal um..ja [...] früher war es der Barkeeper, der den Barshaker durch das Lokal gewürfelt hat ja und der Pizzakoch, der halt die Pizza herumgeschleudert hat und jetzt macht einer einen Milchschaum, den kann man auch Schaumschläger nennen ja [...]“. (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Seiner Meinung nach befindet sich der aktuelle „Latte Art“-Trend momentan in einer Phase der Attraktion, die für kurze Zeit Neugierde aufkommen lässt, jedoch bei Weitem nicht dem Genuss von Cocktails oder dem Essen einer Pizza gleichkommt. Berndt Querfeld erklärte mir, dass sich dieser Trend langfristig nicht durchsetzen wird, da er zu Showzwecken zwar einen tollen Effekt erziele, sich aber nicht im Kaffeehausalltag eingliedern lasse. Er bezog sich exemplarisch auf Barkeeper, die auch nicht jeden Cocktail akrobatisch shaken und Pizzaköche, die nicht bei jeder Pizzabestellung den Teig durch die Luft wirbeln lassen.

Allerdings erlangt der Kaffee dann wieder Relevanz, wenn es darum geht, die Kaffeevielfalt der Wiener Kaffeehäuser zu berücksichtigen. Für den Besitzer des Café Landtmann spielt in Bezug auf die Wiener Kaffeehauskultur die Kenntnis der unterschiedlichen Kaffeesorten einen notwendigen Part. So bemerkte er zynisch: „[...] *wir sind Melange und...[...] wenn Sie einen Cappuccino wollen können, Sie nach Italien“* (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Er legte damit dar, dass Gäste über das Sortiment eines Wiener Kaffeehauses Bescheid wissen sollten. In diesem Zusammenhang fragte er sich weiters:

„[...] wie stolz sind wir auf unsere Kaffeehauskultur? Wie verteidigen wir das? Wir sagen, Gehen Sie mir nach Italien in eine Kaffeebar und sagen Sie 'Ich hätte gerne eine Melange'', der wird sagen 'Scusi', der wird sagen 'Cappuccino!'.“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Als spannend erweist sich an dieser Stelle der Bezug auf den Aspekt der Semiotik. In diesem Kontext vergleicht Querfeld die Wiener Kaffeehauskultur mit jener Italiens und beschreibt das wertschätzende Bestehen auf jeweils eigenen Begrifflichkeiten, sowohl auf Seiten der Österreicher als auch auf Seiten der Italiener. Im Vergleich zur Wichtigkeit der Namen der einzelnen Sorten und Getränkearten tritt in dieser Schilderung das Konsumieren des Kaffees als Getränk in den Hintergrund.

Zur allgemeinen Geringschätzung der Kaffeequalität selbst führte Berndt Querfeld ein weiteres Exempel mithilfe einer Kaffeehausanekdote an *„[...] wo die Gäste alles kreuz und quer bestellen und der Ober in die Küche schreit '10 Kaffee bitte'“* (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Im weiteren Gesprächsverlauf ging er auch auf die Zeitung näher ein, welche sich zentral in der Wiener Kaffeehauskultur positioniert hat.

„[...] eine Zeitung, das gehört schon dazu, das Rascheln im Blätterwald und ich merke immer mehr, dass, dass, dass die Stärke des Zeitungstisches und die Auswahl [...] und jetzt nicht klischeehaft, sondern [...] es ist wichtig, dass in der Früh jeder halbwegs seinen „Standard „und seinen „Kurier“ hat.“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Diese Aussage lässt zum einen darauf schließen, dass die Zeitung ein wichtiges Element des Wiener Kaffeehauses darstellt. Zum anderen geht Querfeld damit auf einen akustischen Aspekt ein, der der Wiener Kaffeehauskultur teilhaftig sein soll, nämlich das Rascheln im Blätterwald. Seiner Schilderung zufolge braucht der Gast am frühen Morgen ein gewisses Ritual, dem er sich hingibt. Dazu zählt einerseits das Zeitungsgeräusch und andererseits eine bestimmte Betriebsamkeit, ein reges Treiben, welches dem Wiener Kaffeehaus zugeschrieben wird.

Er veranschaulichte dabei diesen sensorischen Aspekt beispielhaft an einer Szene in einem Skihotel:

„[...] wenn Sie jetzt in so [...] einem Skihotel sind, in der Früh rennen alle vom Frühstücksbuffet in den Skiraum, wo sie die Schuhe anziehen [...] klapper klapper und die

Hektik mit den Ski und den ersten Skilift oder Skikurs zu erwischen, diese Morgenhektik [...] ja und das hat was..nicht dass man das unbedingt will die Hektik und wenn man schweißgebadet ist [...] irgendwie hat das was..dieses Treiben, da raus zu kommen und ich habe dieses Geräusch dieser Skischuhe, diesen Skiraum noch immer in den Ohren [...] super und und in der Gastronomie ist das auch so.“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Hier beschreibt Berndt Querfeld ein ganz spezielles Phänomen, mit dem er die Wiener Kaffeehauskultur auf sensorischer Ebene erfassen möchte. Er meint, dass diese morgendliche Betriebsamkeit mit all den dazu gehörigen Geräuschen, Aktivitäten und Bewegungen, den Gast bei Eintreten das Gefühl vermittelt, dass hier Leben besteht.

Weniger Bedeutung wird von seiner Seite sowohl der Musik als auch dem Rauchen zugeschrieben. Vor allem das Einhalten des Rauchverbots fällt ihm als Nichtraucher nicht schwer und auch die Gäste fänden Gefallen an raucherfreien Zonen. Die Ausnahme sind einige Stammgäste, die jahrelang ihre Zigarette im Wiener Kaffeehaus genossen haben, und das neue Rauchverbot sehr wohl als Problem betrachten. Jedoch wies Querfeld auch darauf hin, dass das Wiener Kaffeehaus sowieso nicht immer als Raucherkaffeehaus galt und ihm demnach nicht dieser Stellenwert zukommen sollte.

Zwiegespalten zeigte sich Berndt Querfeld im Hinblick auf die Musik. Grundsätzlich gehörte die Musik nicht zum Inventar der Wiener Kaffeehäuser, allerdings Sorge ein Klavierspieler dafür „[...] die aufkommende Stille [...] etwas zu überbrücken [...]“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011), wenn die Besucherdichte abends abnimmt.

Es sei auch nicht zu vergessen, dass das Wiener Kaffeehaus von morgens bis abends geöffnet hat und somit der Zeitfaktor ins Spiel kommt. Das Wiener Kaffeehaus ist daher ein „[...] Ort [...] wo man von 7:30 bis Mitternacht etwas anbieten kann“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011) und dem Gast steht somit zu fast jeder Zeit ein Raum für fast jede Tätigkeit zur Verfügung.

In diesem Sinn sprach Herr Querfeld auch vom Wiener Kaffeehaus als „Ort des Wartens“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011). Er bezog sich dabei konkret auf den Zeitraum zwischen zwei Terminen, für welchen kein Ort geeigneter für eine kleine Stärkung oder eine Stunde Zeitunglesen wäre, als das Kaffeehaus. Im Anschluss daran kennzeichnete er das Wiener Kaffeehaus auch als „Ort des Verweilens“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011). Er vermerkte dabei, dass in keiner anderen gastronomischen Einrichtung diese Möglichkeit des längeren Sitzens bei spärlichem Konsum gibt.

Die Räumlichkeiten des Wiener Kaffeehauses haben im Zuge der Literatencafés auch die Zuschreibung als „*Ort des Schreibens*“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011) erhalten. Darüber hinaus verfügt das Wiener Kaffeehaus über die Besonderheit, dass Gäste hier auch geschäftlichen Tätigkeiten nachgehen können, wie etwa Geschäftstermine in diesen Räumlichkeiten wahrzunehmen oder Lernmaterialien ins Kaffeehaus mitzunehmen. Das Café Landtmann wurde zum Beispiel ein Treffpunkt für Journalisten und in weiterer Folge auch zum Zielpunkt einiger politischer Persönlichkeiten. Von den dort veranstalteten Pressekonferenzen können sowohl die geladenen Gäste als auch das Café profitieren.

Jedoch in allererster Instanz ist das Wiener Kaffeeshaus ein „*Ort der Kommunikation*“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011), ein Aspekt, den Querfeld stark betonte. Dieser Ort der Kommunikation steht jedem offen, egal ob Touristen, Geschäftspersonen oder Freunden, die sagen: „*Gemma auf an Kaffee*“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Schließlich erwähnte er, dass Konzeptcafés, Kaffeehausketten oder dergleichen wenig Wirkung auf traditionelle Kaffeehäuser hätten. Er erwähnte hierbei Kollegen, die laut ihren Ärger über eine Werbung von McDonalds äußerten. Er gab an, dass er als Fachgruppenobmann frequentiert auf diesen Fall angesprochen wurde. In besagter Werbung habe McDonalds die Kaffeequalität in Wiener Kaffeehäusern in ein schlechtes Licht gerückt, indem im Stil eines alten Stummfilms eine Wiener Kaffeehausszene gezeigt wurde, in welcher ein Gast den Kaffee ausgespuckt und eine angeekelte Miene verzogen habe. Kurz darauf stand er im neuen McCafé und kam in den Genuss der wohlschmeckenden McDonalds-Kaffeequalität. Berndt Querfeld zeigte sich davon als nicht sonderlich beeindruckt und sagte „[...] *dann muss ich sagen, bei mir ist der Kaffee super; bei mir schaut er auch so aus, da steht die Philosophie dahinter [...]*“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Fasst man die Äußerungen Berndt Querfelds zusammen, wird klar, dass er über ein breites Spektrum an Perspektiven verfügt, wenn es um die Wiener Kaffeehauskultur geht. Er ließ dabei erkennen, dass die Wiener Kaffeehauskultur etliche Facetten aufweist, die im Kontext dieses Themas betrachtet werden müssen. Dabei versuchte er, eine Definition der Wiener Kaffeehauskultur zu liefern, indem er zunächst das Wiener Kaffeehaus beschrieb. Dabei setzte er dieses immer in Beziehung zur Lage, der Innenausstattung und der Betitelung und wies außerdem darauf hin, dass sich Wiener Kaffeehäuser nicht vervielfältigen lassen können.

Tradition ist für ihn ein lang andauernder Prozess, welcher Hand in Hand mit dem Wiener

Café gewachsen ist und worauf großer Wert gelegt wird. Im Mittelpunkt der Lokalität stehen dabei die Kaffeesieder, die das Café lebendig machen, indem sie dem Raum eine Seele verleihen. Ein Café wie das Landtmann spiegelt laut Querfeld dadurch seine Authentizität wider, dass das alltägliche Leben der Kaffeesieder im Kaffeehaus mitläuft. Authentizität ist seiner Ansicht nach das, was das Kaffeehaus vermitteln sollte und was die Gäste wertschätzen.

Ausschlaggebend ist laut ihm außerdem auch die Beständigkeit. Das Wiener Kaffeehaus konnte sich hinsichtlich seiner Kontinuität bereits profilieren; andere Arten von Kaffeehäusern, wie etwa Kaffeehausketten, stehen dem eindeutig nach.

Eine Person, die als rechte Hand der Kaffeehausbesitzer das Wiener Kaffeehaus in Bezug auf die Beständigkeit unterstützt, ist der Ober. Dieser Beruf beruht demnach auf einer großen Verantwortung und beinhaltet weit mehr als bloßes Service. Dieser kurze Abriss der Zuschreibungen und Aspekte der Wiener Kaffeehauskultur soll zeigen, dass eben nicht jedes Wiener Kaffeehaus ein traditionelles ist. Selbst wenn der Begriff „Kaffeehaus“ in der Namensgebung enthalten ist, sagt dies noch lange nichts über die tatsächliche Beschaffenheit und Qualität des Cafés aus. Viel mehr steckt laut Berndt Querfeld hinter der Fassade jener Wiener Kaffeehäuser, die vorübergehende Trends wie etwa den „Latte Art“-Trend nicht unreflektiert verfolgen.

Von großer Bedeutung ist die Tatsache, dass Gäste, die ein Wiener Kaffeehaus betreten, über dessen Kaffeevielfalt Bescheid wissen. Mangelnden Kenntnissen wird mit Aufklärungsarbeit der Kellner entgegengewirkt. Falsche Getränke-Bezeichnungen werden als nicht gültig betrachtet und negativ bewertet, wobei der Kaffee als Getränk sowie seine Qualität nicht die oberste Priorität der Wiener Kaffeehäuser darstellt.

Querfeld sprach sich darüber aus, dass die Verbesserung der Kaffeequalität sehr wohl in seinem Interesse liege, allerdings der Geschmack des Getränks nicht als alleiniges Aushängeschild des Wiener Kaffeehauses genutzt wird.

So soll der Gast bei einem guten Kaffee auf eine Zeitung zurückgreifen können, da Literatur als Merkmal der Wiener Kaffeehauskultur ganz oben rangiert. Der Konsum von Kaffee läuft eher nebenbei, während man sich verschiedensten Aktivitäten widmet. Zum „Kaffeehausalltag“ gehört für Berndt Querfeld nicht nur das Schmökern in Zeitungen, sondern auch das Geräusch von klirrendem Geschirr.

Das Wiener Kaffeehaus versteht Querfeld als einen Ort, an dem es sich nicht nur gut arbeiten und lernen lässt, sondern an dem auch Geschäftsmeetings, Treffen mit Freunden, Bekannten und Verwandten oder Pressekonferenzen stattfinden.

Marco Schärf - Coffeeshop Company

Im Rahmen meiner Interviews sprach ich auch mit Marco Schärf, welcher dem Großunternehmen der Schärf Company angehört, unter dessen Dach die österreichische Kaffeehauskette „Coffeeshop Company“ entstand.

Im Laufe des Interviews stellte sich dabei die Frage, wie sich die Coffeeshop Company kategorisieren lässt. Marco Schärf erklärte mir, dass sie sich zwischen einem Kaffeehaus und einem Coffeeshop situiert. Bis es jedoch zu dieser Definition kam, holte er etwas aus und ging auf die Geschichte der Coffeeshop Company näher ein. Er berichtete von seinem Großvater, welcher über ein Jahrzehnt in Amerika wohnte und das Aufstreben der Starbucks Kaffeehauskette mit eigenen Augen verfolgte. Von dieser Vorlage inspiriert entwickelte sich die Coffeeshop Company in Österreich, wobei der Start der amerikanophilen Kette von Erfolg geprägt war, welcher allerdings nicht lange anhielt. So schnell wie er kam, nahm er auch wieder ab, wodurch das Team der Coffeeshop Company angeregt wurde, das Konzept des Coffeeshops zu hinterfragen. Er sprach sich darüber aus, dass sie sich den Kopf zerbrochen hätten und letztendlich die Antwort für ihre Situation bereits auf der Hand lag:

„[...] der Fehler war am Anfang, das kann man ganz offen sagen, der Fehler war anzunehmen, dass dieser Trend aus Amerika gekommen ist, [...] dieser Trend hat in Europa gestartet schon vor ein paar hundert Jahren [...] nämlich in den Kaffeehäusern, ist dann wie viele andere Sachen nach Amerika gekommen, wurde dort interpretiert [...] den lokalen Gegebenheiten angepasst [...] und hat so den Weg zurückgefunden nach Europa [...]“.

(Schärf, I4 am 25.10.2011)

In dieser Aussage impliziert Marco Schärf, dass die Österreicher die Kaffeehauskette der Coffeeshop Company deswegen ablehnten, weil sie in dieser neuen Vertriebsform das Wiener Kaffeehaus gesucht und nicht gefunden hätten.

Er baute sein Argument weiter aus, indem er meinte, dass die Österreicher *„[...] von der Kultur her gewöhnt sind Service zu haben [...], Ambiente zu haben und auch nicht nur Kaffee zu genießen im Kaffeehaus“* (Schärf, I4 am 25.10.2011).

Hier lässt sich sehr schön herausfiltern, in welchem Zusammenhang er die Wiener Kaffeehauskultur beschreibt. Im Aufbau der Kaffeehauskette schienen genau diese Faktoren der Grund für das Ausbleiben eines Durchbruchs gewesen zu sein.

Dies führte dann zum Umbau der zu Beginn spärlich und steril gestalteten Inneneinrichtung der Coffeeshop Company. In architektonischer Hinsicht wurde versucht, das Ambiente des

dem stark ausgeprägten „To Go“ Stils durch den Einbau an bequemen Sitznischen wieder in Richtung Gemütlichkeit und Komfort zu verändern. Seit 2003 schlägt somit die Coffeeshop Company laut Schärf eine Brücke zwischen Kaffeehauskette und Wiener Kaffeehaus. „[...] wie gesagt, auch in der Architektur.ah.also Wohlfühlambiente, Service, wir sind ja die einzige Coffeeshopkette, mehr oder weniger, ah die ja Service anbietet [...]“ (Schärf, I4 am 25.10.2011).

Interessant stellt sich hier der Aspekt des Wohlfühlens heraus. Wie viele andere meiner Interviewpartner bezeichnete auch er das Wiener Kaffeehaus als Ort der Gemütlichkeit. Unterstrichen werden die Bedeutsamkeit des Services und des Obers wie folgt:

„[...] für was ist das Wiener Kaffeehaus heute bekannt? Für den grantigen Kellner ja..[...] man weiß, man sagt 'Was, sie sind grantig? Aber sie haben Schmä. 'Sie haben einfach einen Wiener Schmä.“ (Schärf, I4 am 25.10.2011)

Laut Marco Schärf stellt die Persönlichkeit des Obers einen enormen Bestandteil der Wiener Kaffeehauskultur dar und er geht weiters darauf ein, dass das Profilbild des Obers auch nicht zwingend mit einer freundlichen Haltung in Verbindung gebracht werden muss. Der Bezug auf den „Wiener Schmä“ zeigt auf der einen Seite die Wertschätzung des Obers und andererseits die Identifikation Wiens mit dem Wiener Kaffeehaus. „[...] das Herz sind die Mitarbeiter [...] der Rest ist, ist das Werkzeug.“ (Schärf, I4 am 25.10.2011) Demzufolge definierte die Coffeeshop Company das Wiener Kaffeehaus und die Wiener Kaffeehauskultur um herauszufinden, inwiefern sich diese Elemente im Coffeeshop integrieren lassen, um Beständigkeit zu erlangen. Hier kam das Team zum Entschluss, dass der Service eine zentrale Rolle spielt, denn „[...] konzeptionell kann alles wunderbar sein, wenn die Komponente nicht passt [...] das sieht man dann auch [...]“.

Als jedoch konkret das Thema der Wiener Kaffeehauskultur zur Sprache kam, entgegnete er:

„[...] das Wiener Kaffeehaus ist eine Institution..sie ist gewachsen..ah..das [...] kann man nicht gezielt schaffen [...] das muss entstehen [...] da hat sich schon so viel Geschichte abgespielt, dass du das unmöglich architektonisch nicht kopieren kannst, geschichtlich nicht kopieren kannst, das ist was es ist [...]“. (Schärf, I4 am 25.10.2011)

Dieser Aussage kann entnommen werden, dass nach Marco Schärf die Wiener Kaffeehauskultur aus dem geschichtlichen Kontext heraus entstanden ist und daher in

Kaffeehausketten nicht wieder gefunden werden kann. Genau wie Berndt Querfeld spricht auch Schärf davon, dass man das Wiener Kaffeehaus nicht multiplizieren kann. Demzufolge kann angenommen werden, dass die Wiener Kaffeehauskultur nur in den Räumen der Wiener Kaffeehäuser, welche sich im geschichtlichen Kontext entwickelt haben und über die bisher erwähnten Elemente verfügen, aufzufinden ist.

Führt man diesen Gedanken weiter, bedeutet dies auch, dass in der Coffeeshop Company als Kaffeehauskette keine Wiener Kaffeehauskultur zu finden wäre - allerdings besagt eine Passage der „Coffeeshop Company“-Homepage *„Die Idee des amerikanischen Coffeeshops wird gezielt auf die hochwertige Wiener Kaffeehauskultur umgelegt“* (URL20) Hierzu äußerte sich Marco Schärf, dass damit die zu anfangs erwähnten Elemente der Wiener Kaffeehäuser, welche in die Coffeeshop Company übertragen wurden, gemeint waren. Das heißt das Ambiente, das Wohlfühlen, der Service und die Produktrange erweitert wurden. Dieser Widerspruch konnte im restlichen Verlauf des Interviews nicht mehr näher erläutert werden.

Zuletzt sprach er sich noch über die Vorzüge eines Wiener Kaffeehauses aus, da *„[...] Traditionshäuser [...] halt da auch die Möglichkeit haben [...]...einfach die eigene Persönlichkeit auszuleben [...]“*. (Schärf, I4 am 25.10.2011)

Hier lässt sich herauslesen, dass jedes Wiener Kaffeehaus über einen markanten Charakter verfügt, wodurch sich die Wiener Kaffeehauskultur in diesen Räumen entfalten konnte.

Der Analyse zufolge, kann zusammengefasst werden, dass sich Marco Schärf bei der Entstehung der Kaffeehauskette „Coffeeshop Company“ mit den Begrifflichkeiten Wiener Kaffeehaus, Wiener Kaffeehauskultur und Coffeeshop auseinandersetzen musste. Er bezeichnete die anfängliche Interpretation des amerikanischen Trends als sogenannte Falschinterpretation. Damit ist gemeint, dass Kaffeehausketten nicht als neue Erfindung Amerikas betrachtet werden dürfen, sondern vielmehr ein aus Europa stammendes, in Amerika den lokalen Bedingungen angepasstes Kaffeehaus ist, welches nun wieder den Weg nach Europa zurückgefunden hat.

Er ist davon überzeugt, dass die Gäste gerade in Wien die Wiener Kaffeehauskultur im Coffeeshop vermissten, sodass sie sich vom neuen Konzept anfangs abwandten. Demzufolge fehlten den Gästen das bequeme Ambiente durch ausreichende Sitzgelegenheiten, der qualitative Service, das ergänzende Angebot von zusätzlichen Getränken und Speisen zum

Kaffee und der Aspekt des Wohlbefindens. Dieses Geheimrezept Wiener Kaffeehäuser erkannten Marco Schärf und sein Team und adaptierte anhand dessen ihre Filialen der Coffeeshop Company.

Als ein Spezifikum des Obers von Wiener Kaffeehäusern nannte er den Wiener „Schmäh“. Der Charakter des Obers ist von hoher Wichtigkeit - er stellt eine Repräsentation der Wiener Kultur dar.

Die Wiener Kaffeehauskultur resultiert laut Schärf aus der historischen Entwicklung und ist in keiner Form zu imitieren.

Dies würde weiters bedeuten, dass die Wiener Kaffeehauskultur in Kaffeehausketten, oder zumindest in der Coffeeshop Company, nicht reproduziert werden kann. Dem gegenüber steht jedoch eine Aussage auf der Homepage der „Coffeeshop Company“, welche sehr wohl darauf eingeht, dass die Wiener Kaffeehauskultur geschickt mit dem amerikanischen Konzept vermischt wurde. Meiner Ansicht nach wird hier auf die Erweiterung des Coffeeshops, um einige Elemente der Wiener Kaffeehauskultur hingewiesen. Schärfs Aussagen zufolge braucht es aber mehr, um einer Zuschreibung als Wiener Kaffeehauskultur gerecht zu werden.

Antrag um Aufnahme der Wiener Kaffeehauskultur im immateriellen Kulturerbe

Mit der Aufnahme der Wiener Kaffeehauskultur in das immateriellen Kulturerbe 2011 wurde meine Aufmerksamkeit im Speziellen auf die „Österreichische UNESCO Kommission“ gelenkt. Nicht nur die Tatsache, dass der dezidierte Ausdruck der „Wiener Kaffeehauskultur“ in Verwendung geriet, sondern auch die Kategorie des immateriellen Kulturerbes war für mich von großem Interesse hinsichtlich meiner Forschung.

Die UNESCO entstand aus den Ausläufern des zweiten Weltkrieges, wo sich eine eigenständige Organisation der Vereinten Nationen abkapselte. Oberste Priorität dieser Organisation war die Friedens- und Sicherheitsarbeit, wodurch den Bereichen der Bildung, Wissenschaft, Kultur aber auch der Kommunikation Unterstützung geboten werden sollte. Die österreichische Mitgliedschaft wurde bereits 1948 besiegelt. Das UNESCO-Übereinkommen zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes erfuhr erst mit April 2006 seine Gültigkeit.

Mit der Bereiterklärung seitens Frau Dr. Eva Stiermayr, welche seit April 2009 in der österreichischen UNESCO-Kommission als wissenschaftliche Mitarbeiterin tätig ist, wurde ein Interview durchgeführt. Dieses bestand aus der Aufzählung von Informationen aus den UNESCO Unterlagen, welche sie mir im Nachhinein zur Bearbeitung meiner Forschungsfrage aushändigte. Ihre Funktion bezieht sich konkret auf den Bereich des immateriellen Kulturerbes in Österreich, hierzu wurde eigens eine Nationalagentur in Wien eingerichtet. Der Völkerrechtsvertrag zwischen Österreich und der UNESCO trat dabei mit 2009 in Kraft.

Die Tätigkeitsbereiche der Nationalagentur für immaterielles Kulturerbe sind „[...] *Bewusstsein für die Erhaltung, Vermittlung und Förderung des immateriellen Kulturerbes in Österreich zu schaffen, und ein österreichisches Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes zu erstellen.*“ (URL26) Es steht jedem Staat frei, über die eigenen Traditionen in dieser Liste zu verfügen. Das Überprüfungsorgan ist dabei ein sogenannter Fachbeirat, welcher sich aus Repräsentanten der Ministerien, der Bundesländer Österreichs, sowie Experten zusammensetzt. (vgl. URL27)

Demnach gelangen verschiedenste Anträge in die Nationalagentur ein; so auch der für meine Arbeit relevante Antrag zur „Wiener Kaffeehauskultur“ durch den Kommerzialrat Maximilian Platzer. Er ist der Kaffeehausbesitzer des Café Weimar, übt derzeit die Funktion des Klubobmanns der Wiener Kaffeehausbesitzer aus.

Laut der österreichischen Nationalagentur des immateriellen Kulturerbes müssen folgende Kriterien gegeben sein, um für eine Auszeichnung in Frage zu kommen:

- 1) „Das Element zählt zu den Praktiken, Darstellungen, Ausdrucksformen, Wissen und Fertigkeiten, die Gemeinschaften, Gruppen und gegebenenfalls Einzelpersonen als Bestandteil ihres Kulturerbes verstehen.
- 2) Es wird in einem oder mehreren der folgenden Bereiche zum Ausdruck gebracht:
 - a. mündlich überlieferte Traditionen und Ausdrucksformen, einschließlich der Sprache als Trägerin des immateriellen Kulturerbes;
 - b. darstellende Künste;
 - c. gesellschaftliche Praktiken, Rituale, Feste;
 - d. Wissen und Praktiken in Bezug auf die Natur und das Universum;
 - e. traditionelle Handwerkstechniken.
- 3) Das Element wird von einer Generation an die nächste weitergegeben.
- 4) Es wird von Gemeinschaften und Gruppen in Auseinandersetzung mit ihrer Umwelt, in ihrer Interaktion mit der Natur und mit ihrer Geschichte fortwährend neu gestaltet.
- 5) Das Element vermittelt ein Gefühl von Identität und Kontinuität, wodurch die Achtung vor der kulturellen Vielfalt und der menschlichen Kreativität gefördert wird.
- 6) Es steht mit den bestehenden internationalen Menschenrechtsübereinkünften sowie mit dem Anspruch gegenseitiger Achtung von Gemeinschaften, Gruppen und Einzelpersonen sowie der nachhaltigen Entwicklung im Einklang.
- 7) Eine möglichst weitreichende Beteiligung von Gemeinschaften, Gruppen, und gegebenenfalls Einzelpersonen, die dieses Erbe schaffen, pflegen und weitergeben, muss gewährleistet werden und nachweisbar sein.“ (URL25)

Eva Stiermayr gewährte mir Einsicht in die Dokumente des Klubobmanns, die dem Fachbeirat ausgehändigt und schließlich auch in dieser Form bewilligt wurde.

Im Anbetracht der zu erfüllenden Kriterien wurde entschieden, dass die Wiener Kaffeehauskultur dem zweiten Punkt, den gesellschaftlichen Praktiken, Ritualen und Festen, also 2)c), zuzuordnen sei.

Im Schreiben des Klubobmanns Platzer wird die Wiener Kaffeehauskultur in bestimmte Bereiche gegliedert. Zum einen wird die Geschichte des Wiener Kaffeehauses umrissen, um die Entwicklung des Wiener Kaffeehauses zu unterstreichen. Dabei wird besonders auf die seit dem 17. Jahrhundert bestehende „Kaffeepräsenz“ beziehungsweise auf die Nachfrage der Bevölkerung nach Kaffee in Phasen der Nicht-Präsenz hingewiesen.

„Der Zoll auf Kaffeebohnen wurde so hoch, dass ihn sich kein Kaffeesieder zu leisten vermochte. Als 1808 Österreich der Handelssperre beitrug, standen die Wiener Kaffeehäuser kurz vor dem Ruin. In dieser durchaus kritischen Zeit wurde den Wiener Kaffeehäusern erstmals gestattet [...] Wein und warme Speisen zu servieren – das Wiener Kaffee-Restaurant war geboren.“ (Platzer 2011)

Die Erwähnung der Türkenbelagerung im 17. Jahrhundert soll den langen Zeitraum darlegen, in dem sich die Wiener Kaffeehäuser entfalten konnten, während die Passage um Napoleon die Beständigkeit der Tradition betonen soll.

Darüber hinaus wird ebenfalls auf die Überlebensbemühungen der Kaffeehäuser angespielt und die Weiterentwicklung gerade durch schlechte Zeiten empor gehoben. So habe sich das Kaffeehaus in einer der schwierigsten Perioden durch das Angebot eines erweiterten Sortiments gerettet. Die kreative Ader des Individuums, welche zu Zeiten Napoleons und der kaffeelosen Ära mit Sicherheit an den Tag gelegt werden musste, trug dabei Früchte und wird in diesem Sinne angeführt. In Anbetracht der Tatsache, dass durch Napoleon das Kaffeehaus Überlebensstärke beweisen musste, um bestehen zu bleiben, war es auch die Schnittstelle für eine erweiterte Kaffeehausform, die sich bis heute in den verschiedensten Arten präsentiert.

Als wesentliches Merkmal des Wiener Kaffeehauses, welches Teil der Wiener Kaffeehauskultur ist, wird folgendes genannt:

„Charakteristisch zeichnet das Kaffeehaus [...] die ganz spezielle Ambiente aus [...] denn die Gäste bekommen ihren Kaffee traditionell auf Marmortischen serviert. Auch die Logen und Polsterungen der Sitzflächen und die typischen Thonetstühlen bieten den Kaffeehausbesuchern besonderen Komfort. [...] Entscheidend sind kleine Details wie der traditionelle Zeitungstisch und die Innenausstattung im Stil des Historismus.“ (Platzer 2011)

Interessant erscheint mir hier der Verweis auf Möbelstücke, welche dem Kaffeehaus traditionell zugeschrieben werden.

Demnach sollte erwähnt werden, dass heutzutage nicht mehr alle Wiener Kaffeehäuser auf

echte Thonetstühle zurückgreifen, sondern hauptsächlich Nachbauten, beziehungsweise einfache Holzstühle als Sitzmöglichkeiten verwendet werden.

Hier stellt sich klarerweise die Frage, ob sich bei Nichteinhaltung dieses Kriteriums ein Wiener Kaffeehaus sich auch so nennen darf.

„Das Kramersche Kaffeehaus am Graben war 1720 das erste Wiener Kaffeehaus das auch Zeitungen auflegte und somit seine Gäste mit Nachrichten aus aller Welt versorgte.“ (Platzer 2011)

Wie der im ersten Zitat erwähnte traditionelle Zeitungstisch, wird auch hier der Aspekt des Informationsaustausches mittels Zeitungen in Bezug auf die Wiener Kaffeehauskultur hervorgehoben. Damals waren Zeitungen noch die einzige Informationsquelle, auf deren Basis politisiert und debattiert wurde. Allerdings impliziert diese Äußerung in weiterer Folge, dass nur Wiener Kaffeehäuser, die auch Zeitungen in ihren Lokalitäten aufgelegt hätten, Bestandteil der Wiener Kaffeehauskultur sind. Abgrenzungen wie diese zeichnen sich ebenfalls durch Ausdrücke aus wie: *„In diesem Sinne ist nicht jedes Etablissement in dem Kaffee und Kuchen angeboten wird, auch ein Wiener Kaffeehaus“* (Platzer 2011)

Dies alleine verweist auf eine seitens Platzer definierte Abgrenzung zwischen den einzelnen Kaffeehäusern hin. Eine Liste mit allen Wiener Kaffeehäusern die der Wiener Kaffeehauskultur angehören wurde dieser Bewerbung beigelegt, allerdings habe ich diese leider nicht erhalten.

Im Anschluss an soeben Gesagtes kann aber noch auf einen weiteren Gesichtspunkt aufmerksam gemacht werden. Aus dem Schreiben geht hervor, dass neben den Zeitungen auch das kulturelle Veranstaltungsangebot in den Bereich der Wiener Kaffeehauskultur fällt. Darunter zählt Klubobmann Platzer sowohl Lesungen als auch Klavierabende. Letzteres erklärt sich erneut aus dem historischen Kontext der Konzertcafés, in denen Größen wie Mozart aber auch Beethoven verkehrten. *„Jeder Künstler hatte sein beliebtestes Kaffeehaus und versuchte dieses in seinen Werken, sei es als Bild, Musik- oder Schriftstück der Öffentlichkeit mitzuteilen.“* (Platzer 2011)

Mit diesem Satz wird veranschaulicht, dass der Klubobmann das Wiener Kaffeehaus als identitätsstiftenden Ort beschreibt, den insbesondere Künstler und Schriftsteller nutzten um Inspiration zu suchen. Dies charakterisiert das Wiener Kaffeehaus als Ort für praktizierende

materielle Kultur.

Wesentlich erscheint mir in Bezug auf meine Diplomarbeit ebenfalls die Gewichtung des Antrags im Hinblick auf die Zeit.

„Die großzügigen Öffnungszeiten von 7:30 - 24:00 Uhr bieten den Gästen größtmögliche Flexibilität und stellen sie vor die Entscheidung, ihren Tag früh morgens mit einem Espresso zu beginnen, oder spät abends mit einer Wiener Melange abzuschließen. Die Kaffeehäuser sind ein Ort in dem Raum und Zeit konsumiert werden, aber nur der Kaffee auf der Rechnung steht.“ (Platzer 2011)

Dieser Textabschnitt geht hauptsächlich auf die großzügig angelegte Öffnungszeit eines Wiener Kaffeehauses ein, die den Gast dazu aufruft solange im Kaffeehaus zu verweilen, wie er möchte. Dabei kann der Gast von morgens bis abends seinen Tätigkeiten nachgehen, wobei ihm das Café für vielfältige Nutzung zur Verfügung steht.

Darüber hinaus wird betont, dass es beim Kaffeehaus nicht um eine schnelle Abfertigung geht, sondern darum, dem Gast einen Raum zu schaffen der es ihm möglich macht, sein Getränk zu verköstigen und seiner Tätigkeit nachzukommen, ohne gleich danach eine Rechnung serviert zu bekommen. Das Kaffeehaus ist ein Ort, in welchem die Hektik der Moderne keinen Einzug gefunden hat und dem Gast Zeit gewährt wird - fast könnte man meinen, das Café wäre ein Ort jenseits von Zeit und Raum.

Doch das Wiener Café kann laut Klubobmann Platzer sogar noch mehr, nämlich dass es nicht nur zum Ort *„[...] für ein Plauscherl unter Freunden avanciert, sondern [...] ebenso als Ort für Geschäftsgespräche und Verhandlungen“* (Platzer 2011) gilt.

Damit will Maximilian Platzer das Kaffeehaus Wiens als Raum für zahlreiche Tätigkeiten, ob sie nun privater oder geschäftlicher Natur sind, kennzeichnen. Darin steckt auch die Information, dass Besucher jeden Alters willkommen sind und sie jeder beruflichen Funktion im Kaffeehaus nachgehen können.

Weiters spielt die Atmosphäre im Antrag des Klubobmannes in Hinblick auf das Aufnahmeverfahren der „Österreichischen UNESCO Kommission“ eine tragende Rolle. Hierbei soll auch die Begrifflichkeit des immateriellen Kulturerbes „greifbarer“ gemacht werden. Demnach wird die spezielle Atmosphäre und die Besonderheit des Wiener Kaffeehauses als *„Ort der Kommunikation, sondern auch als Ort der Begegnungen“* (Platzer

2011) beschrieben. „*Ganz egal ob für private oder gesellschaftliche Gespräche – im Wiener Kaffeehaus kommen die Leute zusammen.*“ (Platzer 2011) Dabei repräsentiert sich das Wiener Kaffeehaus auch als einen „*Ort der Stille, der Erholung [...] genau das macht das Wiener Kaffeehaus für seine Besucher so reizvoll: Die Abwechslung*“. (Platzer 2011)

Hier lässt sich herausfiltern, dass die Wiener Kaffeehauskultur einen vielseitigen Raum generiert, der einerseits dem Austausch zwischen Kaffeehausgästen förderlich sein soll und andererseits aber auch die Möglichkeit eines Aufenthalts ohne Gesellschaft in der Lokalität möglich macht. Demzufolge stellt das Kaffeehaus je nach individuellem Befinden einen Rückzugsort oder einen Raum der regen Interaktion dar.

Ein weiterer Aspekt in Bezug auf den Faktor des Wohlbefindens zeigt sich in der Äußerung:

„Viele der Traditionsbetriebe bestehen seit weit über 100 Jahren und legen stets großen Wert auf die Erhaltung des familiären Flairs früherer Zeiten. Dies macht das Wiener Kaffeehaus zu einem Treffpunkt mit Seele und Herz für Jung und Alt.“ (Platzer 2011)

In diesem Abschnitt stecken dreierlei Informationen. Neben abermaligen Verweisen auf die Beständigkeit der Wiener Kaffeehäuser über die Jahrzehnte hinweg ist die Verbindung zum familiären Flair besonderes interessant. Die Beziehung der Gastronomie zur Familie schafft Geborgenheit. Vor allem löst dieser im weiteren Verlauf aufkommende Effekt der Tradierung ein angenehmes Wohlbefinden aus. Insbesondere der Bezug auf die Seele und auf das Herz lässt den persönlichen Faktor eines Wiener Kaffeehauses klar werden.

Zusammengefasst beschreibt der Klubobmann der Wiener Kaffeehausbesitzer multiple Faktoren die das Wesen der Wiener Kaffeehauskultur ausmachen sollen. Zum einen wird dem Wiener Café hinsichtlich der historisch gewachsenen Institution und den damit verbundenen Globalisierungsprozessen Beachtung geschenkt. Dem entnommen spielt die Kontinuität der Wiener Kaffeehäuser ebenso eine Rolle wie bestimmte materielle Kriterien, die als Voraussetzung angesehen werden. Im Antrag wird beispielsweise auf die berühmten Thonet-Möbel eingegangen. Auch die Wichtigkeit der Zeitungen wird unterstrichen. Allerdings fällt es schwer, die im Antrag beschriebenen Abgrenzungspunkte zwischen verschiedenen Wiener Kaffeehäusern zu ziehen. Demnach ist nicht ausgeführt, in wie fern sich ein nicht erfülltes Kriterium auf die Bezeichnung als Wiener Kaffeehaus auswirkt. Weiters wird auf die Literatencafés verwiesen, eine Zeit, in denen Dichter und Schriftsteller durch bestimmte

Kaffeehäuser zogen. Kulturelles Angebot stellt dabei einen Teil des Ganzen dar, welcher durch Lesungen und Klavierabende gefördert wird.

Aus dem Antrag von Platzer lässt sich jedoch durchaus herauslesen, dass mit Wiener Kaffeehauskultur ebenso der identitätsstiftende Aspekt eine tragende Rolle spielt, wenn mit derartigen Termini hantiert wird.

Darüber hinaus werden die Grundzüge, aus denen sich die Wiener Kaffeehauskultur seiner Ansicht nach zusammensetzt, in Form von „Ort für...“ verbalisiert. Dabei ergab sich eine Anreihung von Zuschreibungen. So sei, seitens des Klubobmannes, das Wiener Kaffeehaus ein Ort der Kommunikation und Begegnung, aber auch ein Ort der Stille und Erholung. Zudem steht es dem Gast frei, über die Dauer und die Bestellung zu verfügen, weiters kann von morgens bis abends privaten wie geschäftlichen Angelegenheiten nachgegangen werden. Zuletzt gewährt das Kaffeehaus Geborgenheit in vielerlei Hinsicht. Allem voran steht jedoch aufgrund der Historie der Kaffeehäuser der familiäre Bezug beziehungsweise der familiäre Umgang mit dem Gast. Die Personifizierung eines Wiener Kaffeehauses anhand seiner Besitzer verleiht diesem laut Platzer eine Seele.

3.2.3.2. Gäste

Eine wesentliche Rolle spielen neben den Experten die sozialen Akteure, ohne die ein Kaffeehaus nicht existieren könnte. Anhand informeller Gespräche konnte ich einen Einblick auf Seiten der Konsumenten gewinnen und durch die indirekte Befragung Zugang zu ihrem Wissen über die Wiener Kaffeehauskultur erlangen. Im Laufe der Bearbeitung meiner Gedächtnisprotokolle fiel mir die wiederholte Nennung einiger Themenbereiche auf. Diese werden nun anhand der 20 von mir befragten Personen analysiert und verglichen.

Beschreibung der interviewten Gäste:

- G1: weiblich, Stammgast, zwischen 25-30, Architekturstudentin, im Café Alt Wien
- G2: männlich, zwischen 40-50, Künstler/Maler aus Kanada, wohnhaft in Wien, Café Sperl
- G3: weiblich, zwischen 35-40, Studentin, Café Jelinek
- G4: männlich, 65, Stammgast seit 1975, arbeitet in der Musikbranche, Café Jelinek
- G5: weiblich, zwischen 30-35, Grafikerin, Starbucks
- G6: weiblich, zwischen 40-45, Lehrerin, Coffeeshop Company
- G7: weiblich, zwischen 20-25, Studentin, Café Motiv
- G8: weiblich, zwischen 50-55, selbstständige Floristin, Café Sperl
- G9: männlich, zwischen 50-55, Techniker, Café Weimar
- G10: männlich, zwischen 50-55, Ober seit 1985 in Wiener Kaffeehäusern, das Gespräch fand in seiner Funktion als Gast statt, Café Schopenhauer
- G11: männlich, zwischen 60-65, Architekt, Kleines Café
- G12: männlich, zwischen 25-30, Student, Salettl
- G13: weiblich, zwischen 25-30, Physiotherapeutin, Café Leopold
- G14: weiblich, zwischen 25-30, Studentin, Starbucks
- G15: männlich, zwischen 50-55, keine Berufsangabe, Café Weingartner
- G16: männlich, zwischen 35-40, Verkäuferin, Café Drechsler
- G17: männlich, zwischen 45-50, Informatiker, Café Korb
- G18: weiblich, zwischen 25-30, arbeitssuchend, Salettl
- G19: weiblich, zwischen 30-35, Grafikerin, Café Hummel
- G20: männlich, zwischen 40-45, selbstständig, Café Wortner

Wie im Methodenteil bereits beschrieben, wurden 20 Gäste in Bezug auf mein Thema befragt, welche unabhängig von Geschlecht, Alter und Herkunft ausgewählt wurden. Dabei ergaben sich einerseits Gespräche in traditionellen Wiener Kaffeehäusern, und andererseits in individuellen Cafés und Kaffeehausketten. Daher resultierten meine Forschungsergebnisse in der Umgebung unterschiedlicher Raumkonzepte.

Nach der Analyse meiner Daten kristallisierte sich heraus, dass 19 der 20 erwähnten Gäste die Einrichtung und das Ambiente als wesentliche Faktoren im Wiener Kaffeehaus nannten. Dazu wurden zumeist Attribute wie „altmodisch“ oder „vergammelt“ verwendet. Darunter verstanden alle Befragten alte Räumlichkeiten gekoppelt mit alten beziehungsweise alt aussehenden Möbeln. Teilweise wurde diese Ausführung durch den Zusatz dunkle Holzmöbel erweitert. An dieser Stelle ergänzt G17 den zweiseitigen Aspekt der Bequemlichkeit der Innenausstattung. Trotz der harten Thonetstühle wird das Mobiliar als angenehm empfunden. G2 wies in diesem Kontext auf die vergilbten Tapeten hin, die durch die Zeit und den Rauch eine komplett andere Farbe angenommen haben. Zudem sprach sich G7 über den für sie wichtigen Standort dieser Kaffeehäuser aus. Ihr zufolge befänden sich die meisten Wiener Kaffeehäuser innerhalb des Rings, vereinzelt finden sich noch welche innerhalb des Gürtels. G1 beschrieb den Raum eines typischen Wiener Kaffeehauses mit hohen Räumlichkeiten, welche zumeist eine weitreichende Beobachtungsmöglichkeit bieten, jedoch durch kleinere Abteilungen wie Nischen und Logen für ein Gefühl der Geborgenheit sorgen.

G15 betrachtete das jeweilig angeeignete Wiener Kaffeehaus auch als zweites Wohnzimmer, in dem ein Gefühl der Heimat produziert wird.

Sieben der Befragten sprachen gezielt die Funktion des Obers an, der für sie eines der Wiener Kaffeehausmerkmale darstellte. G14 und G12 beschrieben dabei die Haltung des Obers als stets unfreundlich, während G9 das Äußere des Obers mit schwarzem Smoking und weißem Hemd schilderte. G7 verglich zunächst mit leichter Ironie die Arbeitsweise des Obers mit einem aus reiner Gefälligkeit geleisteten Dienst, wobei der Gast dazu aufgerufen ist, diesen dankend anzunehmen. Es wurde von sieben Befragten über die Kompetenz von Kellner des Wiener Kaffeehauses gesprochen. Explizit wurde von G1, G4 und G12 die persönliche Beziehung zum Ober hervorgehoben, die für sie in keiner anderen Lokalität in solch einer Form anzutreffen ist. G17 sprach in diesem Kontext den zentralen Faktor an, dass der Ober im Wiener Kaffeehaus nicht ständig wechselt, sondern lange Zeit erhalten bleibt, was einen grundlegenden Unterschied zu anderen Kaffeehäusern ausmacht. G4 betrachtete den Ober als

Familienmitglied, da er oftmals über mehr Wissen und Lebenserfahrung verfügt, als einige seiner Freunde. Ihm geht es jedoch gezielt darum, die Aufmerksamkeit des Obers zu bekommen, der sich laut ihm tatsächlich für sein Wohlbefinden interessiert. Somit ist ein Ober kein „*heuchlerisches Gfraster*“, sondern kommuniziert auch offen seine Gedanken.

G11 informierte mich über den neuesten Klatsch und Tratsch im Kaffeehaus. Diese Details beziehe er von den Kellnern, damit er am neuesten Stand bleibe. Dem folgte eine kurze Personenbeschreibung von vier anwesenden Gästen, die mit Beruf, Familienständen und zugeschriebenen Attributen ausgestattet waren.

Ähnlich erging es mir bei G10, der über eine 86-jährige alte Frau sprach. Diese sei seit Jahrzehnten Stammgast in seinem Kaffeehaus, allerdings gesundheitlich schwer belastet. Aufgrund ihres Status ermöglicht ihr das Kaffeehaus jeden Tag die Zustellung des Mittagsmenus nach Hause. Der Ober, also G10 höchstpersönlich, bringe ihr das Essen direkt in die Wohnung, da sie eine enge Beziehung verbindet. Auf der einen Seite heißt er diesen Service gut, auf der anderen Seite verzog er das Gesicht und meinte, dass sie ihn stets mit unterschiedlichen Geschichten länger als eine Stunde aufhalte. Eine weitere Anekdote zum Gewerbe der Kellner wurde von G13 angeführt. Sie betrat an einem Nachmittag das Café Sperl und sah sich nach einem Platz um. Als sie feststellte, dass kein Platz frei war, wurde die Kellnerin auf sie aufmerksam. Sie bat G13 kurz zu warten und verschwand in Richtung Küche. Einen kurzen Moment darauf, kam sie mit einem „*Goldtischerl*“ in den Händen zurück. Ohne auch nur eine Reaktion von G13 abzuwarten, stellte die Kellnerin das Tischchen an der Seite des ehemaligen Pults der Sitzkassierin ab und platzierte G13. Sie erzählte diese Geschichte lachend und fügte dem bei, dass die Kellnerin sie mit einer Geschwindigkeit und Bestimmtheit G13 an diesen Platz verwies, dass sie nichts gegen das für Kinder gebaute „*Goldtischerl*“ einwenden konnte. Eine stolze viertel Stunde verweilte sie dort bis ein Platz an einem normalen Tisch frei wurde.

Die Tragweite der gegenüberliegenden Seite des Gastes, genau genommen die des Stammgastes, wurde hierbei bei sechs von 20 angegeben. G1 betrachtete den Stammgast als die Seele des Kaffeehauses; als das Element, welches das Kaffeehaus am meisten geprägt hat. Sie definierte die Persönlichkeit und den Wesenszug des Cafés anhand der Stammkundschaft. Darüber hinaus werden nach ihrer Ansicht nach Kaffeehäuser bestimmten Gruppierungen zugeordnet. Sie verdeutlichte dies anhand der ihr bekannten Architektenversammlungen, welche im Alt Wien, im Kleinen Café oder im Korb stattfinden. Sie erzählt eine Anekdote

über ihr erstes Jobangebot während ihres primären Semesters als Architekturstudentin in Wien. Als sie eines Tages mit einem Freund in einem Tisch Kaffee saß, setzte sich aus Platzgründen ein Mann zu ihnen. Aus einem kurzen Smalltalk ergab sich eine gesellige Runde mit noch weiteren Gästen. Als sich der Mann als Architekt einer renommierten Architektenfirma entpuppte, wurde noch am selben Abend per Handschlag ein Praktikumsplatz von einem halben Jahr besiegelt. G1 betonte, dass sie nach einem halben Jahr Studium kaum eine Ahnung von Architektur hatte und dies auch dem Architekten gegenüber beteuerte, die Verbindung im Kaffeehaus verschaffte ihr allerdings eine exklusive Position. Zwei der befragten Personen bezogen sich hinsichtlich der Stammgäste auf die Stammgäste als Literaten, denen ihr Café zu Ruhm verhalf. Beide meinten jedoch parallel dazu, dass heutzutage das Ausmaß der Literaten im Café äußerst fraglich ist.

Als besonders spannend betrachte ich den Aspekt der Spiele beziehungsweise des Billard- oder Kegelspieles. Lediglich zwei von 20, genau genommen, G15 und G18, nannten das Billardspiel als elementares Charakteristikum, wobei der Rest der Befragten kein Wort darüber verlor. Brettspiele fanden in keinem meiner informellen Gespräche eine Erwähnung.

Dagegen nahmen sieben Befragte Bezug auf die Kaffeequalität. Alle hatten sie gemeinsam, dass die verschiedenen Spezialitäten für sie von großer Bedeutung waren. Darunter betonten jedoch fünf Personen, dass der Kaffee im Wiener Kaffeehaus im Vergleich zu neueren Kaffeehäusern oder Großketten weniger geschmackvoll wäre. Lediglich G8 und G14 gaben die Kaffeemischungen des Wiener Kaffeehauses als Besuchsgrund an. Interessant ist dabei, dass G14 im Starbucks befragt wurde und den dortigen Kaffee als „*Schloderwasser*“ bezeichnete, und zum Kaffeetrinken ein traditionelles Wiener Kaffeehaus aufsucht. Sie selbst trank zum gegebenen Zeitpunkt einen Chai Tea Latte.

Die zwei von mir befragten Stammgäste, G1 und G4, vermerkten wiederum die nebensächliche Rolle des Kaffees. Laut ihnen stelle der Kaffee die kleine Aufbringung dar, die es dem Gast erlaube, das „*Spektakel Kaffeehaus*“ besuchen zu dürfen. G9 empfand das Nichtvorhandensein eines Konsumzwangs als angenehm - dies sei ein Zeichen dafür, willkommen zu sein. G1 verwies in diesem Kontext auch auf die Untersuchung eines Freundes über die Anzahl der Gäste, welche wirklich bloß Kaffee in Anspruch nahmen. Den Resultaten seines Freundes zufolge würde Alkohol wesentlich öfter „*über den Ladentisch*“ gehen als der Kaffee.

Dies kann ich - abgesehen vom Abendgeschäft - nicht bestätigen. G1 beteuerte, dass „*solange die Leute saufen dürfen, gehen sie auch ins Kaffeehaus*“. In keinem anderen informellen Gespräch, außer bei den Stammgästen G1 und G4, spielte der Alkohol eine Rolle. G6 meinte sogar, es sei eine „*ungemein billige Option einen Ort zu beanspruchen*“. Ihr zufolge schmecke der Kaffee etwa in der Coffeeshop Company besser, jedoch bezahle man auch dementsprechend höhere Preise dafür.

Sechs von 20 sprechen hinsichtlich der Wiener Kaffeehauskultur vom Rauchen als wesentliches Element. G2 trauerte einigen früheren Rauchercafés nach, in welchen von nun an keine Spuren mehr in der Innenausstattung hinterlassen würden. Die vergilbten Tapeten würden über einen speziellen Charme verfügen, der zukünftig in den meisten Lokalitäten nicht mehr möglich ist. G19 spricht dabei die für ihn zusammengehörende Kombination „*Alkohol oder Kaffee mit Zigarette*“ an, die bei Fehlen einer Komponente nur halb so viel Genuss bedeutet. Fünf dieser oben genannten sechs Befragten gaben an, den verrauchten Raum, der sich mit dem Geruch der Kaffeebohnen vermischt, mit dem Wiener Kaffeehaus zu verbinden.

17 von 20 befragten Gästen sind der Auffassung, dass die Zeitung als Bestandteil der Wiener Kaffeehauskultur gilt. Insbesondere die große Auswahl an internationalen Zeitungen wurde oftmals erwähnt. Lediglich eine Person, G11, brachte in diesem Zusammenhang den Zeitungshalter ins Spiel. Er verwies auf diese praktische Erfindung, und meinte, die Zeitung könne ohne dieses Detail nicht als vollständiger Bestandteil betrachtet werden.

Drei Personen sprachen die süße Seite des Kaffeehauses an, die Mehlspeisen. So wie viele Raucher ihren Kaffee mit einer Zigarette verbinden, so gehört für G8, G14 und G18 zum Kaffee eine Torte, ein Strudel oder ein Kuchen.

In Bezug auf das Glas Wasser äußerten sich sieben Befragte. Alle sieben schrieben dem Glas Wasser eine elementare Bedeutung zu, jedoch ging G19 näher auf die Nachbestellung beziehungsweise die eigenständige Auffüllung des Obers ein. Er genieße diesen Service in vollen Zügen und meinte, dass dieser Bestandteil nicht wegzudenken ist. G10 erweiterte das Glas Wasser noch um das silberne Tablett, auf welchem der Kaffee, der Zucker und eben das Glas Wasser mit Löffel zu finden sein muss. G16 erzählte wiederum von ihrer Oma, welche bei einem Kaffeehausbesuch stets zu sagen pflegte: „*Bestell ja kein Glas Wasser, das tut man*“.

nicht“. G7 bestätigte die Zuschreibung der Bestellung eines Glases Wasser als unhöflich insofern, als dass sie einmal ein Glas Wasser bestellte, woraufhin der Ober trotzig reagierte: „Na das hamma wieder gern!“.

Ein weiterer Themenbereich, welcher bei acht von 20 Befragten Erwähnung fand, war die Wahrnehmung des Kaffeehauses als Ort des (Informations-) Austausches und der Politik.

G2 und G4 sprachen dabei berufsbedingt konkret den künstlerischen Aspekt im Kaffeehaus an. G2 nütze das Kaffeehaus als Inspirationsquelle und Arbeitswerkstätte, da er Geschehnisse, Menschen und Dinge im Kaffeehaus selbst malt. Aber auch G12 nützt immer wieder das „kulturelle Programm“ von Kaffeehäusern und besuchte erst kürzlich eine Buchlesung. Einer anderen Form der Nutzung von Kaffeehausräumlichkeiten bedienten sich 13 von 20 Befragten, welche Arbeitstätigkeiten nachgingen. Ob geschäftlich oder zum Lernen, alle der 13 Personen gaben an, ein perfektes Geschäfts- oder Lernumfeld im Kaffeehaus vorzufinden. Das Argument von G1, dass ein Kaffeehaus von seinen Stammgästen beziehungsweise allgemein durch die Gäste seine Persönlichkeit erhalte, wird dadurch untermauert, dass sich Vereinigungen bestimmter Disziplinen in Kaffeehäusern zusammenfinden. Hierzu erklärte mir G16, dass fast jedem Kaffeehaus eine ungeschriebene Charakteristik zugesprochen wird. So sei das Café Landtmann aufgrund seiner Lage als Kaffeehaus der Politik, das Café Weingartner als Café des Billards oder das Café Alt Wien bekannt für seine langen und geselligen Nächte bekannt. Er berichtete des Weiteren über das Café Sperl, wo das Spielen von Billard und auch Karten- oder Brettspiele noch Priorität haben und das Café Prückl, wo die Studenten sich ihre Zeit vertreiben. Alle acht Befragten betonten, alleine aber auch in Gesellschaft das Kaffeehaus aufzusuchen, um Freunde oder Bekannte zu treffen und Konversation zu betreiben. Das längere Verweilen gehört für fünf von 20 unweigerlich dazu. G12 führt sogar an, dass das lange Verweilen „*wienerisch kulturell bedingt*“ sei. Er verstand es als Wesenszug der Wiener Kultur.

Die Gedankengänge von G20 glichen dabei jenen von G12, da sich nach ihm die Seele Wiens im Wiener Kaffeehaus verberge und erst durch das Verweilen etwa zum Ausdruck komme.

Weiters fiel bei drei befragten Personen das Wort Gemütlichkeit, welche durch das alte, abgenutzte Ambiente entstehe. G5 verstand darunter in erster Linie einen „*vergammelten*“ Eindruck, welches jedes alte Wiener Kaffeehaus versprüht, während G20 das „*abgefuckte*“ Mobiliar als gemütlich empfand. G17 verband mit dem Begriff Gemütlichkeit vielmehr die

vom Wiener Kaffeehaus gewohnte „*antisterile*“ Einrichtung, sowie die Präsenz des Obers und die Zeitungsleser.

Mit G3 sprach ich über bestimmte Rituale, welche von den Gästen beziehungsweise vor allem von Stammgästen durchgeführt werden. Sie beschrieb ihr eigenes Ritualverhalten im Kaffeehaus: bei Eintreten des Café Jelinek begutachte sie zuerst die Tortenvitrine an der Theke und seitlich an der Eingangstür. Danach suche sie ihren Platz nach der Kontrolle der Verfügbarkeit ihrer Lieblingsplätze aus. Nach der Platzierung lasse sie sich jedes Mal eine Menükarte geben, um danach wie üblich einen „Häferlkaffee nach Omas Art“ zu bestellen. Lediglich die Wahl der Mehlspeise variiert dabei. Sie erzählte weiter, dass sie in der Zeit zwischen Eintreffen und Service der Kellner zunächst die Gäste beobachte. Erst nachdem sie das Süße verzehrt hätte, würde sie zum Zeitungstisch gehen oder ihre Arbeitsunterlagen aus der Tasche zu holen. Fertig gelesen oder gearbeitet, wird stets ein „*Himbeersaft auf eine halbe mit Leitungswasser*“ bestellt, welcher zumeist nie ganz ausgetrunken wird.

Demzufolge sei das Ritual im Kaffeehaus ein wesentliches Element, welches ihrer Ansicht nach bei allen Gästen beobachtet werden könne, denn „*jeder hat so seine Kaffeehausroutine*“. Einen interessanten Aspekt erwähnte hierbei in Bezug darauf G7. Genau wie G1 bezeichnete sie das „*auf einen Kaffee gehen*“ als Habitus. G1 ging insbesondere auf den Ausdruck „*Gemma auf einen Kaffee*“ näher ein, welcher ihres Wissens nur in Wien in dieser Weise vorzufinden ist.

Drei von 20 empfanden das Wiener Kaffeehaus trotz Lärmpegel der Gäste als Ruhestätte.

Hinsichtlich der Besuchszeiten eines Kaffeehauses äußerte sich G10 durchwegs positiv. Er beschrieb das Wiener Kaffeehaus eben genau aus diesem Grund als zweites Wohnzimmer, da von morgens bis abends die Türen für jeden Gast offen stehen.

G7 sprach im Zusammenhang mit der Zeit über ein ganz bestimmtes Behagen. Sie fühle sich beim Aufenthalt im traditionellen Wiener Kaffeehaus nicht wie in einer hektischen modernen Großstadt, sondern zurückversetzt in frühere Zeiten, in der die Zeit noch langsamer zu verlaufen schien. Der Akt des langen Verweilens wurde dabei von 14 Befragten als wesentliches Merkmal eines Wiener Kaffeehauses genannt.

G8 zufolge setzte sich die Wiener Kaffeehauskultur im Szenario Wiener Kaffeehaus durch das Ansprechen aller fünf Sinne zusammen. Dies erläuterte sie direkt vor Ort. Sie atmete tief ein

und beschrieb den Duft der Bohnen und den Geruch des Zigarettenrauchs. Kurz darauf griff sie ihre Kaffeetasse an und verwies auf den warmen Keramikhenkel, während die andere Hand über den kalten Marmortisch und zuletzt über den weichen Stoff der Sofabänke strich. Das Reden verband G8 mit dem Smalltalk des Personals, aber auch mit Gesprächen mit anregenden Personen. Beim Hören verwies sie auf die Stimmen der Gäste, deren Gemurmel nicht zu überhören war und zeigte mit dem Finger auf klirrendes Geschirr, welches gerade an einem anderen Tisch abgeräumt wurde. Die Getränke und Speisen sorgen weiters für die gustatorische Komponente. Der letzte Sinn, das Sehen, lag für sie auf der Hand, da das Kaffeehaustreiben genug Schauplatz für sie darstelle. Mit dem Sehen wies sie auch auf die Einrichtung hin, womit alle Sinne abgedeckt wären, die ihrer Meinung nach Wiener Kaffeehauskultur an den einzelnen Aspekten wahrnehmen lässt.

G7 verglich den Raum des Wiener Kaffeehauses mit der Institution Staat, in welchem die Gäste zu handelnden Akteuren werden. Sie schilderte weiter, dass die Ober metaphorisch gesehen als die Häuptlinge und Riten fixer Bestandteil dieses Staates seien. Es bestünde ein klares Regelsystem, welches auch eine konkrete Arbeitsaufteilung innerhalb der sozialen Akteure erfordert.

Ein interessantes Beispiel erläuterte auch G2, welcher anhand einer Szene im Beisl Bezug auf die Wiener Kaffeehauskultur nahm. Kurz nach seinem Umzug nach Wien besuchte er ein „Wiener Beisl“. Bereits nach kurzer Zeit entstand aus den vielen Einzelgesprächen ein einziges großes Gespräch im ganzen Kaffeehaus, wodurch einzelne und gruppierte Gäste zu einer Einheit verschmolzen. Eine der Gäste stieg zu späterer Stunde auf einen Stuhl und begann ein Wiener Lied im Dialekt zu singen, woraufhin einer nach dem anderen den Vorsänger imitierte und mitsang. Dieses Zusammengehörigkeitsgefühl sei für G2 einzigartig und nur im Wiener Beisl beziehungsweise Wiener Kaffeehaus in dieser Form zu finden. Dies seien laut seinen Angaben die Orte, an denen die Wiener Kultur, aber auch die Wiener Kaffeehauskultur gelebt und erfahren werden können.

Weniger positiv äußerte sich G11, als der Tourismus angesprochen wurde. Dieser stelle seiner Ansicht nach für das Wiener Kaffeehaus ein Problem dar, da ein Abhängigkeitsverhältnis entstanden sei. Er machte die besondere Atmosphäre der Wiener Kaffeehauskultur an den Stammgästen fest, sodass die Touristen diese zerstören würden oder zumindest bedrohen

würden. Hier fügte er insbesondere die Wiener Kaffeehäuser innerhalb des Rings an, die aktuell noch über zahlreiche Stammgäste verfügten. Dies könne sich jedoch in Zukunft ändern, da die innere Stadt in ein paar Jahrzehnten für kaum jemanden mehr leistbar wäre. Daraus würde laut G11 das Aussterben von Stammgästen in vielen Kaffeehäusern der Innenstadt, aber vor allem in jenen des ersten Wiener Gemeindebezirks resultieren. Die heute noch am frühen Morgen einfallenden Stammgäste, die „*quasi aus dem Bett rollen*“ und das Kaffeehaus anzielen, würden dann plötzlich wegfallen. Somit stünde ihm zufolge die noch spürbare Wiener Kaffeehauskultur, zumindest innerhalb des Rings, zukünftig am Prüfstand. G17 erwähnte zuletzt noch die lange Beständigkeit des Wiener Kaffeehauses, welche er zu schätzen gelernt hat. Demzufolge beurteilte er die Bewahrung der Tradition als positiv, und wünscht sich auch weiterhin ein Kaffeehaus „*dessen Trend sich niemals in Richtung einer eingeführten Tofuschnitte bewegen sollte*“.

Die empirische Erforschung zum Thema Wiener Kaffeehauskultur ergab bestimmte Kategorien, die ich aus allen Gesprächsprotokollen filtern konnte.

Somit gelang es mir, multiple Sichtweisen zu den Themen Standort, Innenausstattung und Raumgestaltung darzustellen. Des Weiteren wurde über das Personal, genau genommen den Ober, den Stammgast, aber auch über Spiele aller Art, Zeitungen, das Glas Wasser, das Rauchen und die Mehlspeisen debattiert. Weiters wurden verschiedene Zuschreibungen, wie etwa das Wiener Kaffeehaus als Stätte der Kommunikation, der Arbeit, der kulturellen Veranstaltungsangebote, der Politik und der Information besprochen. Sowohl Kategorisierungen, als auch Begriffe wie Gemütlichkeit und rituelle Handlungen fanden Gewichtung in meinen Resultaten.

Schließlich wurde aus der Perspektive einiger Gäste das Zusammengehörigkeitsgefühl im Wiener Kaffeehaus aber auch die Rolle des Tourismus und die modernen Veränderungen rund um die Thematik Wiener Kaffeehauskultur angesprochen. Somit konnte letzten Endes ein Spektrum verschiedener Ansichten zu den genannten Aspekten aufgezeigt werden.

3.2.3.3 Exkurs: das Glas Wasser

Im Zuge meiner empirischen Forschung kristallisierte sich ein bis dahin unbemerktes Thema heraus, welches ich im Verlauf der Gespräche mit den Gästen vermehrt ins Auge fasste. So ergab sich während der informellen Gespräche eines Tages zufälligerweise die Frage nach der Bedeutung des Glases Wasser zum Kaffee. Weder konnte mein Gegenüber dazu eine eindeutige Antwort geben, noch ich für mich selbst die Frage endgültig klären. Somit beschloss ich, der Frage nach dem Glas Wasser explizit in meinen informellen und formellen Gesprächen auf den Grund zu gehen.

Vorweg muss erwähnt werden, dass alle befragten Experten überrascht auf meine Frage reagierten. Edmund Mayr äußerte sich grundsätzlich im Hinblick auf das Glas Wasser wie folgt:

„[...] Kaffee besteht zum Großteil aus Wasser und nur zu einem geringen Teil aus Kaffee [...] das heißt jeder Mensch könnte theoretisch so wie ich..ich trinke kaum Wasser, ich lebe hauptsächlich von Kaffee [...].“ (Mayr, I2 am 07.06.2011)

Er drückte sich dabei klar aus, in dem er darauf aufmerksam machte, dass Kaffee nicht wie angenommen dem Körper Wasser entzieht, sondern die natürliche Wirkung des Harntreibens hervorruft. Er selbst greife zum Glas Wasser, wenn es darum geht, den Geschmack im Mund zu neutralisieren *„[...] um den Kaffee zu erleben“* (Mayr, I2 am 07.06.2011).

Auf den geschichtlichen Kontext bezogen, so meinte Edmund Mayr zu wissen, dass das Glas Wasser in früheren Zeiten als Signal für die Situationsbefindlichkeit diene. Bei Betreten des Wiener Kaffeehauses glitt der Blick des Gastes durch das Kaffeehaus und

„[...] wenn jemand ein Glas Wasser am Tisch hat..und den Zeitungshalter [...] relativ steil gehalten hat, dann hat er damit signalisiert..’Lass mich in Ruhe, frag ja nicht ob du bei mir Platz nehmen kannst’ [...] hat jemand zwei Glas Wasser, die Zeitung ein bisschen flacher gehalten, dann hat er signalisiert ’Vielleicht, man kann es probieren’..und wenn jemand drei Glas Wasser bei Tisch gehabt hat und die Zeitung relativ flach gehalten..der hat damit signalisiert ’Man kann sich zu ihm setzen’ [...].“ (Mayr, I2 am 07.06.2011)

Günther Hawelka präziserte ebenfalls seine Ansichten bezüglich des Glas Wassers. Er bezog sich dabei auf den bitteren Geschmack in der Mundhöhle, welcher nach dem Konsum von

Kaffee auftrete. „[...] um diesen Geschmack aus dem Mund zu spülen [...] trinkt man ein Glas Wasser danach [...]“. (Hawelka G., I1 am 26.10.2011) Weiters formulierte er die Feststellung, dass Kaffee Durst erzeuge und daher ein Glas Wasser von Nutzen sei. Michael Hawelka wusste Interessantes hinsichtlich der Historie zu berichten.

„[...] zu Zeiten des Kaffeeaufkommens [...] als das Heißgetränk bekannt wurde, wollte man gleich einen Stil hineinbringen [...] und man wollte dass die Damen und Herren der Aristokratie nicht unbedingt den Löffel ahm zur Seite legen und das Porzellan bedecken, deswegen hat man ein Glas Wasser dazugestellt, damit man, wenn man den Kaffeelöffel umrührt auch das..äh..den Löffel dort versenkt, damit es dann ästhetischer wirkt.“ (Hawelka M., I1 am 26.10.2011)

Zuletzt verwies Günther Hawelka noch auf die Geschichte des eigenen Kaffeehauses auf. Dabei erzählte er vom Leben seines Vaters Leopold, welcher nach dem Krieg versuchte Gäste ins Kaffeehaus zu locken.

„[...] da war man froh, dass man ein paar Pensionisten gehört hat nicht, da hat es geheißen...bitte Kaffee..Wasser bringen [...] damit er länger sitzen kann..damit er länger Zeitung [...] falls er noch länger gesessen ist, hat er noch einmal zwei Glas Wasser nachbekommen..[...] also der hätte können praktisch kommen in der Früh um 8 Uhr bis zur Sperrstunde hätte er sitzen können mit einem kleinen Braunen..er hätte [...] 10 Mal Wasser nur [...] damit er den Gast behält [...].“ (Hawelka G., I1 am 26.10.2011)

Somit machten beide deutlich, dass die Philosophie des Glas Wassers im Café Hawelka in direktem Zusammenhang mit dem Wohlbefinden des Gastes steht. Das Wasser solle demnach eine freundliche Geste gegenüber dem Gast darstellen, um jegliches Unbehagen, einem Konsumzwang zu unterliegen, aus der Welt zu schaffen. Bewegungsgrund bezieht sich hierbei *„[...] um den Gast zu behalten, damit er wieder kommt, damit er lange sitzt [...]“*. (Hawelka G., I1 am 26.10.2011)

Auch Marco Schärf äußerte sich bezüglich des Glas Wassers in zwei Hinsichten aus. Zum einen sprach er wie Michael Hawelka die Version des verdreckten Löffels an, der mit dem Porzellan nicht in Berührung gelangen sollte. Zum anderen vermutete auch er, dass Koffein den Körper entwässert und daher der Körper wieder mit reichlich Flüssigkeit versorgt werden müsse. Seine persönliche Motivation, ein Glas Wasser zu trinken, steht in Relation mit der

geschmacklichen Komponente „[...] um auch ein bisschen zu neutralisieren, um dann wieder den vollen Geschmack zu bekommen [...]“. (Schärf, I4 am 25.10.2011)

Ganz andere Überlegungen stammen vom Kaffeehausbesitzer des Café Landtmann. Ihm zufolge könnte das Glas Wasser auf die Symbolik des Wassers im arabischen Raum zurückzuführen sein „[...] im arabischen Raum wird das Wasser gereicht als erstes Getränk, als Zeichen der Gastfreundschaft [...]“. (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Berndt Querfeld ging im Detail darauf ein, dass in manchen Ländern das Wasser eine Rarität darstellt und daher einen vollkommen anderen Stellenwert besitzt. Was den historischen Kontext anbelangt, so klärte er darüber auf, dass „[...] mit diesem Austausch der Wassergläser, etwas mit, der Kaffee ist ausgetrunken und jetzt serviere ich Wasser nach [...] es verlängert die Gastfreundschaft [...]“. (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Er sprang dabei gedanklich zurück in die Gegenwart und verwies im Zuge der Thematik auf das Problem, welches ein Glas Wasser heutzutage mit sich bringt. Er sei dabei der Annahme, dass „[...] die Noblesse der Menschen nachlässt [...]“. (Querfeld, I3 am 25.05.2011) Dies versuchte er mir anhand von Beispielen begreiflich zu machen, indem er recht sonderbare Bestellungen der Gäste anführte. Seiner Ansicht nach versuchen manche Gäste durch spezielle Wünsche weniger bezahlen zu müssen.

Bestellungen wie ein Glas Leitungswasser mit einem kleinen Kännchen Zitronensaft stehen dabei an der Tagesordnung, um sich ein gewöhnliches Soda Zitrone zu ersparen. Öfter bestellen Gäste auch einen kleinen puren Apfelsaft und ein großes Glas Leitungswasser dazu, um keinen „Apfelsaft gespritzt“ bezahlen zu müssen sondern lediglich ein 1/8 puren Apfelsaft. „[...] wir servieren mehr große Glas Wasser, als wir Mineral verkaufen [...]“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011) erklärte Berndt Querfeld. Er erinnerte sich währenddessen an seinen Vater, der stets gemeint habe „[...]’Wenn du Wasser trinken willst, geh auf das Klo’[...]“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Demzufolge sprach er sich darüber aus, dass die Menschen heutzutage kein Blatt mehr vor den Mund nehmen und die fantasievollsten Ausreden erfinden um Wasser als kostenloses Getränk zu bekommen. Er stellte außerdem die Frage in den Raum „[...] wo hört das auf, wie gastfreundlich ist man und wann sagt man ’Entschuldigung, wir leben eigentlich vom Umsatz’[...]“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Grundsätzlich sei er der Meinung, dass das Glas Wasser „[...] ins Wiener Kaffeehaus wie der Zeitungshalter [...]“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011) gehört „[...] also es ist nicht wegzudenken.

Ob die Kultur des Nachservierens so erhalten bleibt, das weiß ich nicht, aber es gibt die auffordernde Kultur des Gastes [...]“ (Querfeld, I3 am 25.05.2011).

Zur Illustration erzählte Berndt Querfeld von einem Freund, der eine Tankstelle besitzt. Er berichtete, dass sich sein Freund darüber beklagte, dass in Österreich die Druckluft frei zur Verfügung steht und im Jahr unzählige Druckluftbehälter verschwinden. Sein Freund plädierte für eine Bezahlung der Druckluft wie in Frankreich, um den finanziellen Verlust auszugleichen. Berndt Querfeld war davon überzeugt, dass diese Änderung nicht durchgezogen werden könnte.

„[...] es geht nicht [...] weil wir sehen, seit Kindheit an ist das gratis [...] das ist eine Service Leistung, da brauchen wir nicht darüber zu diskutieren [...] eigentlich negativ für jedes Tanken, für jede Drucklufttanken ein Geld kriegen und [...] ist so, das Glas Wasser ist die Druckluft des Kaffeehauses wahrscheinlich [...]“. (Querfeld, I3 am 25.05.2011)

Die Untersuchung der Seite der Gäste im Hinblick auf das Glas Wasser zu untersuchen, ergab vorrangig zwei Tendenzen. Neun von 20 gaben den Kaffee als Grund an; das Glas Wasser sollte der Entwässerung des Körpers entgegenzuwirken. Weitere fünf der Befragten waren der Ansicht, dass das Wasser für die Neutralisierung des Geschmacks serviert werde. Neun Personen gingen davon aus, dass Wasser nach dem Kaffee den aufkommenden Durst lösche beziehungsweise den bitteren Geschmack hinunter spüle. Eine Person gab an, das Wasser vor dem ersten Kaffeeschluck zu verköstigen, um den vollen Geschmack erleben zu können. Zwei Personen schienen sich bisher noch nie Gedanken über das Glas Wasser gemacht zu haben und konnten keine Aussage treffen. Während bei einer Person das Nachfüllen des Glases Wassers als Einladung zum längeren Verweilen zu verstehen ist, empfand ein anderer Befragter das Glas Wasser in Anlehnung an den arabischen Raum als Willkommensgetränk. Die letzte befragte Person gab an „kulturbedingt“ in Wien mit Wasser versorgt zu werden, welches sich zu einer Tradition entwickelt habe und heutzutage einfach als Ergänzung zum Kaffee in Wiener Kaffeehäusern immerzu serviert werde.

Zusammenfassend kann aus den Interviews und informellen Gesprächen geschlossen werden, dass das Glas Wasser quer durch unterschiedliche Meinungsäußerungen hervorbringt. Selbst aus den Experteninterviews scheint zu folgen, dass keine allgemein gültige Regel für das Glas Wasser vorherrscht, was zu unterschiedlichen Ansichten führt. Dabei bleibt offen, ob sich das Glas Wasser aus praktischen Gründen eingebürgert hat oder kulturellens Ursprungs entsprang.

Vermutlich werden heutzutage multiple Annahmen akzeptiert und individuelle Gründe in Verwendung gebracht.

Aktuellen Meldungen zufolge sorgte ein Wasserschutzprojekt für besonders großen Aufruhr. Die Unternehmer Herbert Rohrmair-Lewis und Karl-Eric Pumper starteten Ende Juni die Initiative „Wasserspende“. Um auf die mangelnde Ressource Wasser aufmerksam zu machen, wurde das Projekt „Wasserspende“ in Lokalen, aber eben auch in Restaurants und Kaffeehäusern ins Leben gerufen. Im praktischen Sinne werden die Gäste über das soziale Projekt informiert und aufgefordert, eine freiwillige Spende abzugeben. Dabei wird bei einem halben Liter ein Euro und bei einem ganzen Liter zwei Euro verlangt. Die Hälfte käme dabei den sozialen Projekten zu Gute. Dem Gast ist es jedoch überlassen, dieser Offerte nachzukommen oder bei Verneinung wie zuvor das gratis Leitungswasser zum Kaffee serviert zu bekommen. (vgl. URL22) Angelehnt an ein Züricher Wasserprojekt gründeten die Unternehmer den Verein „Besseres Wasser“ in Österreich und wurden in den Medien scharf kritisiert. (vgl. URL21)

Vor allem nach Zusage einiger Wiener Kaffeehäuser geriet das Projekt unter scharfe Kritik. Norbert Kettner, welcher im Wien Tourismus tätig ist, bezeichnete die Aktion „[...] als gefährlichen Imagekiller“ (URL23) und sieht darin einen leichtfertigen Umgang mit der Tradition des Glases Wassers in den Wiener Kaffeehäusern. Die Wirtschaftskammer zeigt sich hingegen zurückhaltend und bezieht durchaus die Position, dass die Serviceleistung des Glas Wassers in preislicher Hinsicht denkbar wäre. (vgl. URL23)

3.2.4. Ergebnisse hinsichtlich der Forschungsfragen

Die Beschäftigung mit meiner Hauptforschungsfrage nach der Wiener Kaffeehauskultur ließ mich erkennen, dass die Begriffe des Wiener Kaffeehauses und der -kultur stark miteinander verflochten sind. Aufgrund dessen wurden beide Termini während meiner Interviews und informellen Gespräche unentwegt vermischt und traten teilweise mit dem Verständnis eines identischen Inhalts auf. Demzufolge kommen beide Begriffe bei der Beantwortung der Fragen meiner Interviews synonym in Verwendung.

Im Zuge meiner Forschung kristallisierten sich Mehrfachnennungen bezüglich der zentralen Elemente eines Wiener Kaffeehauses heraus.

Anhand der Durchführung qualitativer Interviews und informeller Gespräche konnte dabei das breite Spektrum an diversen Auffassungen eingefangen und analysiert werden.

Besonders häufig wurde der Räumlichkeit an sich, insbesondere der Innenausstattung eine wesentliche Rolle zugesprochen. Während für die Familie Hawelka unter anderem die Kleiderhaken ein besonderes Merkmal darstellten, zählten seitens der Gäste vor allem die harten Holzmöbel und die vergilbten Wände.

Die Höhe der Räume sowie die Anordnung der Sitzgelegenheiten spielten dabei eine ebenso wichtige Rolle, wie ein Billardtisch oder ein Marmortisch mit gusseisernem Fuß. Die multiplen Sichtweisen der Befragten zeigten die unterschiedlichen Bewertungen auf, welche einzelnen Aspekten der Einrichtung zugesprochen wurden.

Hohen Stellenwert hatten auch die Zeitungen sowohl bei den Experten als auch bei den Gästen. Interessanterweise wurde die Bedeutung der Spielmöglichkeiten bei den Experteninterviews durchwegs debattiert, während die befragten Gäste - bis auf das Billardspielen - dem Spielen kaum Aufmerksamkeit schenkten. Vielmehr wurde über die Bedeutung von kleinen Speisen und Mehlspeisen gesprochen, wobei auch das Glas Wasser für einen Großteil der Experten und Gäste zum Wiener Kaffeehaus dazu gehört. Oftmals sind gewisse Komponenten, wie das Glas Wasser, als Bestandteile des Wiener Kaffeehauses nicht wegzudenken, jedoch wird ihre Existenz von Kaffeehausbesuchern kaum hinterfragt.

Einig waren sich des Weiteren alle befragten Personen darin, dass das Personal eine zentrale Rolle einnimmt. Allen voran schien die persönliche Beziehung zum Ober als unabdingbares Merkmal angesehen zu werden. Aufgrund dessen wurde die Ober-Gast Beziehung in meiner

Diplomarbeit ausführlich behandelt.

Berücksichtigt wurde weiters von beiden Seiten stets die „neue“ Gesetzgebung für Rauchercafés. Dieser Punkt führte zu geteilten Meinungen, wobei das Rauchen an sich sehr wohl als wichtiges Element eines Wiener Kaffeehauses angesehen wurde, und zwar nicht nur von den Experten sondern auch von den Gästen.

Darüber hinaus wurde der Aspekt des Modernisierungsprozesses im Wiener Kaffeehaus debattiert, wodurch diverse Perspektiven in Bezug auf Laptops oder Wireless LAN angerissen wurden.

Zudem wurde das kulturelle Angebot hinsichtlich Lesungen und Vernissagen als Zusatzpunkt angegeben, dem große Aufmerksamkeit von einigen Befragten zukam.

Das Getränk „Kaffee“ selbst fand in meiner Arbeit wiederholt Beachtung. Insbesondere unter den interviewten Experten fand eine spannende Debatte über die Bedeutung der Kaffeequalität statt. Während sich Marco Schärf über die Wichtigkeit einer verbesserten Qualität des Kaffees ausspricht, gibt es zwar auch unter den Kaffeehausbesitzern diesen Wunsch, jedoch hat laut ihnen die Rolle des Kaffees nicht unbedingt oberste Priorität. Ihnen zufolge verfügen das Ambiente, die persönliche Bedienung oder die Lese- und Spieloptionen über eine gleichwertige oder sogar wichtigere Rolle. Die interviewten Wiener Kaffeehausbesitzer grenzen sich dabei klar von Schnellabfertigungen und Massenwaren ab und betonen die eigene Individualität sowie die Bedeutung des Wiener Kaffeehauses als „zweites Wohnzimmer“.

Spannende Aussagen ergaben sich unter den Gästen auch hinsichtlich des Kaffeegeschmacks - dieser wurde positiv und negativ bewertet. Jedoch zeigt möglicherweise genau diese unterschiedliche Auffassung den zweitrangigen Aspekt der Qualität des Kaffees. Dabei gaben diejenigen, die den Kaffee geschmacklich niedrig bewerteten, dennoch an, das Wiener Café regelmäßig zu besuchen. Dies ist auch der Grund, warum Wiener Kaffeehaus mehr anbieten, als nur das Getränk „Kaffee“.

Selbiges konnte ich auch im Zuge meiner teilnehmenden Beobachtung feststellen. Friedländer sagte einst über das Wiener Kaffeehaus: „*Der >kleine Schwarze< ist die Eintrittsgebühr ins Kaffeehaus.*“ (Friedländer in Neumann 1997: 32).

Allerdings konnte ich aufgrund des starken Wettbewerbs sehr wohl eine Tendenz in Richtung verbesserter Kaffeequalität in den Wiener Kaffeehäusern wahrnehmen. Das Café Hawelka verfügt seit 2011 sogar über eine eigene Rösterei.

Im Anschluss an die Kaffeequalität untersuchte ich den Hintergrund des Glas Wassers, welches in Wiener Kaffeehäusern stets zu jedem Kaffee kostenlos dazu serviert wird. Meiner empirischen Forschung zufolge konnte ich weder mithilfe von Literaturrecherche noch mittels Interviews und informellen Gesprächen ein eindeutiges Ergebnis hinsichtlich der ursprünglichen Bedeutung des Glas Wassers herausfinden. Vielmehr ergaben meine Ergebnisse diverse Gründe für das heutige Weiterbestehen des Glas Wassers zum Kaffee. In meiner Arbeit geht nicht nur hervor, warum gewisse Elemente gegeben sein müssen, um ein typisches Wiener Kaffeehaus zu erkennen, sondern es wird auch sichtbar, dass einige Komponenten von vielen Gästen bereits in hohem Maße verinnerlicht wurden, dass ihnen eine abstrakte Erklärung ebendieser oftmals schwer fällt.

Dem Ergründen des Wiener Cafés als identitätsstiftender Raum wird in der Arbeit besonderes Interesse beigemessen.

Hierbei konnte ich im Laufe des Diskurses das Wiener Kaffeehaus mit dem Begriff Identität vereinen und näher beleuchten.

Somit stellte sich hinsichtlich der sozialen Identität der Stammgast als wesentliches Kriterium des Wiener Cafés dar. Dies zeigte ich durch die Beziehung des Obers zum Stammgast auf, welcher sich alleine durch die bloße Erkennung und Begrüßung des letzteren bemerkbar machte. Neben der Titelvergabe wurde im Sinne eines „Grüßi Herr Direktor“ die spezielle Bindung unterstrichen. Darüber hinaus beleuchtete ich den Stammgast als identitätsstiftenden Faktor bezogen auf die Beanspruchung „seines“ gewohnten Tisches, im Café. Dieses Beispiel beschreibt ein Ritual, welches bei vielen Stammgästen zu erkennen ist. Ritualschemata, die einem vorherrschenden Habitus unterliegen, zeigen sich sowohl in Einzelsituationen, wie bei der gewohnten Tischwahl, als auch in der Gruppe. Zugehörigkeit zeigte sich ebenso in Bezug auf das Streben nach Individualität und in der Abgrenzung von Massenkonsum.

Alleine die teilnehmende Beobachtung ließ mich bereits nach kurzer Zeit das spezielle Verhältnis zwischen Gast und Ober erahnen. Werden typische Rituale, wie der Kaffeehausbesuch eines Stammgastes um eine bestimmte Uhrzeit, nicht eingehalten, nimmt das Personal sofort wahr.

Ein interessantes Phänomen der Wiener Kaffeehäuser ist laut den befragten Personen die bewusste sowie unbewusste Gruppierung von Gästen ähnlicher Berufssparten. Hierzu war es mir möglich aus informellen Gesprächen spezifische Charakteristika herauszufiltern.

Im Kontext der kulturellen Identität wird die Kaffeehaussprache als zentraler Punkt wahrgenommen. Dies bedeutet, dass kulturelles Wissen notwendig ist, um vor anderen nicht aufzufallen beziehungsweise nicht aufgrund des „Andersseins“ ausgegrenzt zu werden. Hirschfeld spricht hierbei den Fauxpas bei der Aussprache des Wortes „Kaffee“ an - um diesem zu entgehen, sollte man unbedingt Kenntnis über die Betonung der Silben besitzen. Wird die Aussprache des Wortes verletzt, würde sich das Personal denken: „>>„*Oijeh, a Zuagraster*“<<“ (Hirschfeld in Neumann 1997: 25).

Weitere Merkmale wären in der Anrede des Personals aufzufinden; Gäste sollten den Kellner stets mit „Herr Ober“ ansprechen.

Ein strenges Reglement gilt es bezüglich der Kaffeevielfalt der Wiener Kaffeehäuser. Diejenigen, die Cappuccino anstatt einer Melange verlangen, werden äußerst bestimmt auf ihr „Fehlverhalten“ hingewiesen.

Zuletzt wird die kollektive Identität behandelt, die sich aus der Perspektive des Kaffeehauses auf einige Aspekte stützt. Zum einen stellte das Kriterium des Standortes einen entscheidenden Faktor dar. Daher war es wichtig, in der inneren Stadt beziehungsweise innerhalb des Gürtels situiert zu sein. Bloß einzelne Wiener Kaffeehäuser schafften es, sich auch außerhalb des Gürtels zu etablieren. Zum anderen bestimmt die ähnliche Einrichtung das identitätsstiftende Gefühl.

Weiters wurde aus meinen Forschungsergebnissen ersichtlich, dass die Beständigkeit der Lokalität über einen langen Zeitraum hinweg maßgebend für die Identitätsbildung ist. Selbiges gilt auch für die gewachsene Tradition, der Kaffeehausliteratur und -lieder sowie dem Zeitunglesen, der Spielmöglichkeiten oder der klassischen Pianomusik.

In engerer Hinsicht obliegen die Kontrolle und die Pflege des Wir-Gefühls vor allem dem Ober, was sich durch seine Funktion und seine Nähe zu den Gästen ergibt.

In Anlehnung an Bourdieu wurde das Wiener Kaffeehaus als sozialer Raum untersucht. Hierbei konnte ich mithilfe der Kapitalsorten Bourdieus Positionierungen im Feld „Wiener Kaffeehaus“ ergründen. Dabei stellte sich heraus, dass der Schwerpunkt des Wiener Kaffeehauses vor allem im kulturellen, sozialen und symbolischen Kapital liegt. Mit der Bezugnahme auf Beispiele konnte ich die Kapitalformen in Verbindung mit dem Wiener Café bringen und veranschaulichen.

Das soziale Kapital kommt durch das Gefühl von Zugehörigkeit und Abgrenzung anderen gegenüber zustande. Dies wird durch ungeschriebene Kaffeehausgesetze beziehungsweise das sich Kennen oder Anerkennen zum Ausdruck gebracht.

Die drei kulturellen Kapitale setzen sich dabei aus inkorporiertem Vorwissen aufgrund der Erziehung oder auch der Umgebung mit anderen Personen zusammen, während objektivierte Kulturkapital auf materieller Ebene stattfindet. An dieser Stelle trägt die Einrichtung eine zentrale Rolle. Das institutionalisierte Kulturkapital spricht klar die Titelvergabe in Wiener Kaffeehäusern an und differenziert hierbei unter den Gästen.

Weiters konnte gezeigt werden, dass symbolisches Kapital insbesondere in Hinblick auf den Ober zu erkennen ist. Dieser erfreut sich nicht nur, im Gegensatz zu Kellnern aus anderen Gastronomiebetrieben, über entsprechendes Ansehen, sondern wird von den Gästen auch als Prestigeträger angesehen.

Ökonomisches Kapital hatte sich im Zuge meiner Forschung als schwächste Kapitalform herausgestellt. Aufgrund der Lage und der unterschiedlich hohen Preise, wird seitens der Gäste zwischen den einzelnen Cafés unterschieden. Demzufolge würde laut einigen informellen Gesprächen ein Kaffeehausgänger des Cafés Sacher einem Publikum angehören, welches über ein hohes Einkommen verfügt.

Im Kontext der Globalisierungsprozesse und der Frage nach Modernisierungen im Wiener Kaffeehaus wurde aufgrund der Tragweite ein Aspekt detailliert untersucht. Dieser bezieht sich auf den Eintrag der Wiener Kaffeehauskultur in die Liste des immateriellen Kulturerbes der „Österreichischen UNESCO Kommission“. Diese Einrichtung ist bemüht ein nachhaltiges Weiterbestehen der Wiener Kaffeehauskultur zu gewährleisten. Der „Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, sich um die Erhaltung und Förderung dieses immateriellen Kulturerbes aufrecht zu kümmern.

Diese Neuerung bereicherte meine Forschungen insofern, als dass auf institutioneller Ebene

ein Kontroll- und Sicherheitsorgan zum Einsatz kommt, welches sich ausschließlich um die Wiener Kaffeehäuser bemüht und in weiterem Sinne um die Wiener Kaffeehauskultur.

Der zweite Schwerpunkt, hinsichtlich der Modernisierungsprozesse innerhalb des Wiener Cafés, wurde in meiner Arbeit auf die neue Technik gelegt. Dabei konnte ich herausfinden, dass Laptops und Wireless LAN in den Wiener Kaffeehäusern durchaus Verbreitung gefunden haben. Den Interviews mit Kaffeehausbesitzern konnte ich entnehmen, dass diese technischen Neuerungen eine positive Wirkung auf den Besucheranstieg hatte. Aufgrund dessen verlegten einige Kaffeehausgänger ihre Arbeit ins Wiener Kaffeehaus.

Die oftmals vorherrschende Angst gegenüber der Technik, dass sie das Verschwinden der Zeitungen bewirken könnte, wird von Experten sowie von vielen meiner informellen Gesprächspartner abgelehnt. Berndt Quersfeld spricht dabei über einen Tisch mit aufliegenden iPads als nicht denk- und umsetzbar. Hierzu konnte ich die Bedeutung der raschelnden Blätter und den Genuss des Schmökerns in Zeitungen sowohl bei den Experten als auch bei den Gästen wahrnehmen.

Unter meine Ergebnisse fiel ebenso, wie vorhin schon erwähnt, die Notwendigkeit einer Steigerung der Kaffeequalität, welche durch die stark anwachsende Konkurrenz von Cafés angehoben wird oder noch werden muss. Obwohl der Kaffee primär nicht ausschlaggebend für einen Kaffeehausbesuch ist, scheint die Verbesserung der Qualität aufgrund des Wettbewerbs für die Kaffeehausbesitzer ratsam zu sein.

Schwere Zeiten brachen allerdings über jene Wiener Cafés herein, die dazu gezwungen wurden ein Nichtraucherlokal zu werden. Die Änderung des Rauchergesetzes zog grundlegende Einrichtungsumbauten nach sich. Demzufolge wiesen meine Ergebnisse auf, dass das Rauchen durchaus von bestimmten Kaffeehausbesitzern und Gästen als wesentliches Element angesehen wird.

Ein zukünftiger Trend der Wiener Kaffeehäuser lässt sich nur schwer ableiten. Jedoch lässt die Unterstützung auf institutioneller Seite die Bewahrung der Wiener Kaffeehäuser vermuten. Strengere Rauchergesetze verursachten großen Aufruhr, da vor allem die Raucher ein Raucherverbot im gesamten Café verurteilten. Aber auch Kritik seitens der Nichtraucher ist erkennbar, die darüber klagen, dass der Wohlfühlfaktor in den neu gestalteten Raucherbereichen viel höher ist, als bei den Nichtrauchern. Für Raucher wird daher in

Zukunft die Wahl des Kaffeehauses danach ausgerichtet sein, wo Raucherzonen vorhanden sind. Eine Verteilung dieser Zielgruppe ist demnach schon geschehen oder zu erwarten.

Weiters kann aus meiner Arbeit entnommen werden, dass die steigenden Mietpreise, insbesondere in der Inneren Stadt, in Zukunft zu einer Wohnflucht und somit auch zu einer neuen Verteilung der Stammgäste führen könnte. Exemplarisch ließ sich dies am Café Alt Wien veranschaulichen. Da momentan noch zahlreiche Altbauwohnungseigentümer im ersten Wiener Gemeindebezirk über alte Mietverträge verfügen, sind noch viele Stammgäste vorhanden, die in direkter Nähe zu ihrem „zweiten Wohnzimmer“ wohnen.

Aus meiner Perspektive sind die ansteigenden Mietpreise durchaus ein Grund, die Zukunft des Wiener Kaffeehauses zu hinterfragen. Dies bezieht sich zum einen auf den tragenden Faktor der Stammgäste, durch welche ein fixer Umsatz gewährleistet ist, und zum anderen auf Kaffeehäuser, die in der Inneren Stadt dann nur noch ausschließlich für Touristen attraktiv sind.

Daran anschließend wurde der Aspekt der Tourismusbranche ebenfalls debattiert. Dabei habe ich vor allem das bereits vorherrschende Abhängigkeitsverhältnis zweier Komponenten analysiert. Meine Forschungsergebnisse zeigten auf, dass die Touristen zwar einen wichtigen Kundenstock darstellen, jedoch die Branche dahinter, nämlich die Reiseveranstalter, das Kaffeehaus durch Musealisierung zum Stillstand zwingt. Die Kritik der Coffeeshop-Besitzer und -Gästen bezieht sich demnach oftmals auf den geringen Entwicklungsprozess der Wiener Cafés, und Wiener Kaffeehausbesitzer klagen darüber den engen Handlungsspielraum, welcher durch den Einfluss der Touristenbranche entsteht.

Aus der Betrachtungsweise der Gäste werden selbst kleinste Veränderungen zumeist negativ wahrgenommen, ohne die Sicht der Wiener Kaffeehausbesitzer zu berücksichtigen. So ging aus Interviews hervor, dass beispielsweise aus Hygienegründen immer wieder Sanierungen durchgeführt werden müssten. Dass der größte Kritiker im eigenen Kaffeehaus sitzt, ist den Kaffeesiedern bewusst.

Feingefühl und Sensibilität in Hinblick auf die Räumlichkeiten und Angebote im Café sind in diesem Fall mit Sicherheit gefragt und werden in Zukunft eine zentrale Rolle spielen.

Anhand der Kulturdefinition der UNESCO sowie mithilfe meiner Ausführung über den Kulturbegriff aus anthropologischer Sicht, war es mir möglich den Teilaspekt der „Kultur“ im Begriff „Wiener Kaffeehauskultur“ zu untersuchen.

„Die Kultur kann in ihrem weitesten Sinne als die Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte angesehen werden, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen. Dies schliesst [sic!] nicht nur Kunst und Literatur ein, sondern auch Lebensformen, die Grundrechte des Menschen, Wertsysteme, Traditionen und Glaubensrichtungen.“ (URL1)

Die vorliegende Arbeit behandelte demnach alle wichtigen Faktoren, die die geistigen, intellektuellen und emotionalen Aspekte umfassen.

Durch die teilnehmende Beobachtung und mithilfe der Interviews sowie der informellen Gespräche war es mir möglich einen Einblick in die Wiener Kaffeehäuser zu erlangen. Wesentliche Themenbereiche wie die Funktionen des Wiener Cafés in Hinblick auf Politik, Kommunikation, Informationsbeschaffung und -austausch wurden diskutiert. Ebenso der Kaffeehausraum als Arbeits- und Lernstätte wurde behandelt, genauso wie die Kaffeehausliteratur. Diese impliziert die schöpferischen Akte, wie Lieder, Gedichte und Malereien. Das Zeitunglesen im Café nahm in meiner Diplomarbeit einen zentralen Aspekt ein und erhielt den gleichen Stellenwert wie die gesellschaftlichen Praktiken in Form von Spieloptionen.

Das Kaffeehaus erwies sich aus Sicht der Befragten als ein Ort, der von morgens bis abends multifunktionell genutzt werden kann. Die Herkunft, die soziale Schicht, die Glaubensrichtung, die Berufsausübung und das Alter spielen dabei eine untergeordnete Rolle. Die emotionale Komponente wurde besonders durch die Analyse des Identitätsbegriffes sichtbar. Durch die Auseinandersetzung mit diesem Terminus gelang es mir, die Aspekte der Zugehörigkeit und Abgrenzung, aber auch der Werte- und Machtdispositionen im Kaffeehaus aufzuzeigen.

Die UNESCO Kulturdefinition umfasst allerdings ebenso materielle Komponenten. Die vorliegende Arbeit beleuchtete detailliert das Kaffeehaus hinsichtlich der Lage und der Inneneinrichtung. Zudem wurden Einzelheiten, wie etwa das Tablett mit Kaffeetasse, Zucker und einem Glas Wasser; der Zeitungshalter, die Zeitungen selbst, der Billardtisch und das Telefon behandelt. Multiple Perspektiven veranschaulichten dabei die materielle Ebene.

Immaterielle Aspekte auf der Gefühls- und Wahrnehmungsebene ergaben sich aus den

Interviews und informellen Gesprächen in Bezug auf die Thematik der Gemütlichkeit und des speziellen Wohlbefindens in den Räumlichkeiten des Kaffeehauses. Demzufolge wurde auf akustische, visuelle und andere sensorische Elemente Wert gelegt und somit eine Relation zwischen dem Wiener Kaffeehaus und den fünf Sinnen gezogen.

Weiteres Augenmerk wurde auf den alltäglichen Sprachgebrauch von Kultur gelegt, wie er beispielsweise auf Lesungen, Vernissagen, Ausstellungen oder Theaterstücke zur Anwendung kommt.

Die Nähe zu kulturellen Institutionen wie der Oper oder des Theaters sowie die Periode der Kaffeehausliteratur verschaffte den Wiener Kaffeehäusern den Ruf, der besagte, dass vor allem Schauspieler, Künstler, Sänger, Professoren oder Schriftsteller das Wiener Café besuchen. Aber auch die Lehrenden werden aufgrund der nahen Lage zur Universität als Zielgruppe des Wiener Kaffeehauses angesehen. Diese Berufssparten vermochten sich auch mit einem niedrigen Gehalt solch einen Luxus zu leisten.

Meine Forschungsergebnisse zeigen auf, dass heutzutage das junge Publikum vermehrt den Kaffeehausketten zugeneigt ist und viele Dichter und Schriftsteller aufgrund der Beobachtungsneugier anderer Gäste einstige Stammcafés meiden. Demzufolge kann ich dem oben geschilderten Ruf aus heutiger Sicht nur teilweise zustimmen.

Neben einem ganz bestimmten Habitus konnte ich auch einige Rituale bei den Gästen, aber auch beim Personal beobachten.

Bei den befragten Personen war stets die Benutzung von Possessivartikeln zu erkennen. Diese sprachen von „ihrem“ Stammcafé und grenzten sich dadurch von anderen Kaffeebesuchern und Kaffeehäusern ab.

Meine Ergebnisse verdeutlichen, dass das Wiener Kaffeehaus auf verschiedene Elemente - wie die Kaffeehaussprache, die Namen der Kaffeespezialitäten oder der persönliche Bezug zwischen Gast und Ober Wert legt.

Durch die Beschäftigung mit der Geschichte des Wiener Kaffeehauses gelang es mir, die damalige politische Funktion des Cafés herauszuheben. Durch die Bandbreite an nationalen und internationalen Zeitungen war es den Gästen möglich, aktuelle Informationen zu erhalten. Das Kaffeehaus symbolisierte bereits damals einen Ort, in dem freie Meinungsäußerung erwünscht und Zensur abgelehnt wurde. Heutzutage spielt die Politik allerdings eine weniger wichtige Rolle. Auch die damalige Relevanz des Cafés als Informationsstätte hat bereits

abgenommen.

Gewachsene Traditionen, wie beispielsweise das Glas Wasser, das Zeitunglesen, die klassische Klaviermusik, die Kaffeevielfalt, aber auch die Speisen und Mehlspeisen, wurden von den interviewten Experten und den informellen Gesprächspartnern zur Gänze oder zum Teil angesprochen.

Wie bereits veranschaulicht, konnten aus der empirischen Forschung die materiellen und immateriellen Komponenten erfasst werden. Zudem wurde ebenso der Begriff der Wiener Kaffeehauskultur als wandelbar aufgezeigt, da er einer Tradierung von einer Generation an die nächste unterliegt.

Abgrenzungen konnten dabei ebenso aufgegriffen werden, wie das Gefühl der Zugehörigkeit.

3.2.5 Fazit

Mein anthropologisches Verständnis von Kultur führte mich zu zwei Resultaten.

Zum einen ergab meine Analyse, dass der Begriff der Wiener Kaffeehauskultur sowohl von den befragten Experten, als auch von den Gästen im alltäglichen Sprachgebrauch existiert und verwendet wird.

Zum anderen konnte ich aufgrund der UNESCO Kulturerläuterung, sowie meiner persönlichen Ausführungen, die Wiener Kaffeehauskultur als „Kultur“ im Sinne der Kultur- und Sozialanthropologie definieren.

4. CONCLUSIO

Das Ziel meiner Diplomarbeit war es, durch multiple Perspektiven ausgewählter Experten und Gäste die Existenz und Beschaffenheit der Wiener Kaffeehauskultur zu erforschen. Nachdem ich zu der Erkenntnis kam, dass dieser Terminus nicht nur im alltäglichen Sprachgebrauch verankert ist, sondern bereits auf institutioneller Ebene zum Einsatz kommt, folgte ein kritischer Diskurs beider Interviewgruppen.

Begonnen mit der Einführung des Kaffees in Wien, über die Entstehung und die historischen Prozesse bis hin zum heutigen Verständnis des Wiener Cafés, ist stets ein roter Faden in meiner Arbeit erkennbar. Durch die historische Aufarbeitung der Wiener Kaffeehäuser konnte ich in der Theorie aufzeigen, wodurch das Wiener Kaffeehaus seine heutige Gestalt angenommen hat. Zudem war es mir möglich die Veränderungsprozesse mithilfe dieses Hintergrundwissens zu analysieren.

Der empirische Teil stellt einen Diskurs dar, in der Begriffe wie „das Wiener Kaffeehaus“ und „die Wiener Kaffeehauskultur“ erarbeitet wurden. Die Resultate erhielt ich aufgrund von qualitativen Interviews mit Experten und informellen Gesprächen mit Gästen.

Während eingehender Recherchen, bin ich zu dem Entschluss gekommen, dass die Wiener Kaffeehauskultur tatsächlich als „Kultur“ aufgefasst werden kann. Dies entnehme ich einer Analyse der Kulturdefinition der UNESCO sowie des Kulturverständnisses der Kultur- und Sozialanthropologie.

Grundsätzlich kam ich zu dem Schluss, dass die Wiener Kaffeehauskultur materielle sowie immaterielle Komponenten umfasst, welche ich in meiner Arbeit eingehend beschrieben habe. Weiters stellte ich fest, dass die Wiener Kaffeehauskultur im historisch geprägten Raum des Wiener Kaffeehauses stattfindet und in keiner anderen gastronomischen Einrichtung auffindbar oder wahrnehmbar ist.

In einigen Fällen zählte der Schanigarten zum Areal des Wiener Kaffeehauses. Andere Befragte wiederum assoziierten den Schanigarten grundsätzlich nicht mit dem Wiener Kaffeehaus und ließen diesen Aspekt komplett außen vor.

Zudem ergaben sich seitens der Befragten einige wiederholt genannte Kriterien, die ein Wiener Kaffeehaus aufweisen sollte, um dem Anspruch der Zugehörigkeit zur Wiener Kaffeehauskultur gerecht werden zu können. Die Gewichtung dieser Kriterien differierte jedoch unter den Befragten.

Hierbei konnte ich in Erfahrung bringen, dass die Definition der Wiener Kaffeehauskultur

nicht vereinheitlicht werden kann. Die Auffassung der Wiener Kaffeehauskultur jedes einzelnen Individuums variierte je nach Kontext des Alters, des Geschlechts, der Herkunft, der Erziehung, der sozialen Netzwerke, des Settings, der Umgebung, des Wohnorts oder auch hinsichtlich der Gefühls- und Wahrnehmungsebene. All diese Aspekte stehen dabei unter dem ständigen Einfluss der Disposition der Kapitalsorten und somit in einem sich ständig wandelnden Prozess.

Die Wiener Kaffeehauskultur kann folglich aus meiner persönlichen Kulturerörterung im Kontext des kultur- und sozialanthropologischen Verständnisses sowie anhand der UNESCO Kulturdefinition dem Anspruch einer „Kultur“-Bezeichnung gerecht werden.

4.1. Ausblick

Einige Themenbereiche kristallisierten sich während meiner Diplomarbeit heraus, welche für zukünftige Forschungsvorhaben von Interesse sind.

Demnach wäre eine intensivere Beschäftigung hinsichtlich des Globalisierungsprozesses notwendig, welcher sich gezielt mit dem Wettbewerb unter kaffeeähnlichen Ausschanken auseinander setzt. Dies würde zusätzlich zu den Kaffeehausketten und individuellen Cafés auch Bäckereien und Tankstellen mit einbeziehen. Heutzutage wird über kurze Distanzen hinweg in diversen Geschäften und Institutionen Kaffee verkauft, sodass die Frage bestünde, ob die vermeintliche Konkurrenz, nämlich die Kaffeehäuser, -ketten und individuellen Cafés untereinander, in Wahrheit Bäckereien und anderwertige Einrichtungen betrifft.

Während mein Hauptaugenmerk auf die Wiener Kaffeehäuser gelenkt wurde, dem sogenannten „coffee to stay“, wären die vorhin bereits erwähnten Verkaufsformen, die „coffee to go“, eine spannende Globalisierungsdebatte.

Weiters wäre eine Untersuchung der Trennungslinien zwischen den einzelnen Begrifflichkeiten der Kaffeehausarten näher zu erörtern. Berndt Querfeld äußerte sich im Interview darüber, dass die Zählungen der Jahresstatistik auch nur einer Schätzung unterliegen. Demzufolge existierten im Jahr 2011, ob aktiv oder ruhend, insgesamt 925 Kaffeehäuser, 763 Kaffeerestaurants, 618 Espressoetriebe, Stehkaffeeschenken und Buffet-Espressi sowie 94 KaffEEKonditoreien. Somit käme die „Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser“ auf eine Summe von 2400 Kaffeebetrieben. (vgl. URL24) Anhand dieser Zahlen könnten Zukunftstendenzen in weiterer Folge diskutiert und analysiert werden.

Alleine die Behandlung des Glas Wassers, welches stets zum Kaffee dazu serviert wird, könnte in Zukunft einen ungemein interessanten Forschungsbereich darstellen. Ein möglicher Verzicht der Glas-Wasser-Tradition in Wiener Kaffeehäusern würde eine hitzige Debatte verursachen.

Zudem könnte der heutige Trend der „Nachhaltigkeit“ und „Bio-Linie“ in Bezug auf Lebensmittel debattiert werden. Hierbei würde sich die Frage ergeben, inwieweit Gäste das Café nach beispielsweise fair gehandeltem Kaffee auswählen. Dabei könnte in weiterer Folge

hinterfragt werden, ob die Herkunft des Kaffees eine größere Rolle spielen wird, als die Röstungs- beziehungsweise die Zubereitungsart.

Abschließend kann festgestellt werden, dass die Kaffeebranche in Wien einen enormen Bedarf an interessanten Forschungslücken aufweist, die es in Zukunft zu untersuchen gilt.

5. QUELLENVERZEICHNIS

5.1. Literaturverzeichnis

Altenberg, Peter (1997): Kaffeehaus. In: Neumann, Petra [Hrsg.]: Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole. 3. Auflage. München: Heyne Verlag. S. 121.

Assmann, Jan (1992): Das kulturelle Gedächtnis: Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen. München: Beck.

Barnard, Alan [Hrsg.]/Spencer, Jonathan (1996): Encyclopedia of social and cultural anthropology. London [u.a.]: Routledge.

Barth, Fredrik (1994): Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Cultural Difference. 3. Auflage. Oslo: Pensumtjeneste.

Beer, Bettina (2008): Methoden ethnologischer Feldforschung. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin: Reimer.

Bernard, Russell H. (2006): Research Methods in Anthropology: Qualitative and quantitative Approaches. Lanham Md. [u.a]: AltaMira Press.

Bourdieu, Pierre (1985): Sozialer Raum und "Klassen". Leçon sur la leçon. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (2003): Die drei Formen des kulturellen Kapitals. In: Jurt, Joseph: Absolute Pierre Bourdieu. Freiburg: Orange Press. S. 95-102.

Bourdieu, Pierre (2004): Gegenfeuer. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft

Brockhaus Enzyklopädie (1988): Entsatz. In 24 Bänden. 19. Völlig neu bearbeitete Auflage. Sechster Band. Mannheim: F. A. Brockhaus GmbH.

Brockhaus Enzyklopädie (1990): Kaffeehaus. In 24 Bänden. 19. völlig neu bearbeitete Auflage. Elfter Band. Mannheim: F. A. Brockhaus GmbH.

Brockhaus Enzyklopädie (1991): Nihilismus. In 24 Bänden. 19. Völlig neu bearbeitete Auflage. Fünfzehnter Band. Mannheim: F. A. Brockhaus GmbH.

Dubrovic, Milan (1985): Vertraute Geschichte. Wien [u.a]: Paul Zsolnay Verlag.

Dor, Milo (1990): Ein Stück Leben. In: Horvath, Michael/ Panzer, Fritz et al: Erweiterte Wohnzimmer. Leben im Wiener Kaffeehaus. Wien: Buchkultur. S. 9-12.

Edelbauer, J. Leopold (2000): Kaffee. Alles über ein Genußmittel das die Welt veränderte. Wien: Pichler Verlag GmbH & Co KG.

Erikson, H. Erik (1973): Identität und Lebenszyklus. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Flick, Uwe (2005): Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung. 3. vollständig überarbeitete und erweiterte Neuauflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Enzyklopädie.

Friedländer, Otto (1997): Kaffeehaus. In: Neumann, Petra [Hrsg.]: Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole. 3. Auflage. München: Wilhelm Heyne Verlag. S. 30–35.

Geertz, Clifford (1983): Dichte Beschreibung: Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Gingrich, Andre (1999): Erkundungen. Themen der ethnologischen Forschung. Wien: Böhlau.

Gottowik, Volker (1997): Konstruktionen des Anderen: Clifford Geertz und die Krise der ethnographischen Repräsentation. Berlin: Reimer.

Gugitz, Gustav (1940): Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte. Wien: Deutscher Verlag für Jugend und Volk.

Haller, Dieter (2005): Dtv-Atlas Ethnologie. München: Dt. Taschenbuch-Verlag.

Hauser-Schäublin, Brigitta (2008): Teilnehmende Beobachtung. In: Beer, Bettina [Hrsg.]: Methoden ethnologischer Feldforschung. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin: Reimer. S. 37-58.

Haywood, Anthony/ Sieg, Caroline (2011): Wien. In: Cityguide. Lonely Planet. 2. deutsche Auflage. Ostfildern: Mairdumont.

Heinz, Marco (1993): Ethnizität und ethnische Identität. Eine Begriffsgeschichte. Mundus Reihe Ethnologie, Band 72. Bonn: Holos Verlag.

Heise, Ulla (1987): Kaffee und Kaffeehaus: eine Kulturgeschichte. Hildesheim [u.a.]: Olms.

Heise, Ulla (1996): Kaffee und Kaffeehaus. Eine Bohne macht Kulturgeschichte. Leipzig: Gustav Kiepenheuer Verlag.

Hirschfeld, Ludwig (1997): Kaffeehauskultur. In: Neumann, Petra [Hrsg.]. Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole. 3. Auflage. München: Heyne Verlag. S. 22-29.

Jurt, Joseph (2008): Bourdieu. Stuttgart: Reclam.

Keupp, Heiner (1999): Identitätskonstruktionen: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.

Kraus, Karl (1991): Eine Periode der Obdachlosigkeit. In: Veigl, Hans [Hrsg.]: Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur. Wien: Kremayr & Scheriau Verlag. S. 90–94.

Kraus, Karl (1997): Die demolierte Literatur. In: Neumann, Petra [Hrsg.]: Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole. 3. Auflage. München: Heyne Verlag. S. 85-110.

Kretschmer, Helmut (2006): Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold: Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser. Wien: Wiener Stadt- u. Landesarchiv (Magistratsabteilung 8).

Kuh, Anton (1997): Central und Herrenhof. In: Neumann, Petra [Hrsg.]: Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole. München: Heyne Verlag. S. 133-140.

Malmberg, Helga (1961): Widerhall des Herzens: Ein Peter Altenberg-Buch. München: Langen Müller Verlag.

Martinek, Thomas (1996): Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch die Wiener Kaffeehäuser. 3. Auflage. Wien: Falter Verlag.

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 5. überarbeitete und neu ausgestattete Auflage. Weinheim [u.a.]: Beltz.

Moser, Sonja [Hrsg.]/ Familie Hawelka (2009): Geschichte & Legenden. Wien [u.a.]: Pichler Verlag.

Neumann, Petra (1997): Wien und seine Kaffeehäuser: Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole. 3. Auflage. München: Heyne Verlag.

Oberzill, Gerhard H. (1983): Ins Kaffeehaus!. Geschichte einer Wiener Institution. 2. Auflage. Wien [u.a.]: Jugend und Volk.

Platzer, Maximilian (2011): Gewährung der Einsicht in die Dokumente über die Aufnahme in das Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes in Österreich. Antrag „Wiener Kaffeehauskultur“. Per E-Mail von Eva Stiermayr am 30.11.2011 erhalten.

Polgar, Alfred (1991): Theorie des „Café Central“. In: Veigl, Hans [Hrsg.]: Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur. Wien: Kremayr & Scheriau Verlag. S.158–162.

Reischl, Friedrich (1991): Das Hugelmannsche Kaffeehaus. In: Veigl, Hans [Hrsg]: Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur. Wien: Kremayr & Scheriau Verlag. S. 22–25.

Richter, Joseph (1972): Briefe eines Eipeldauers über d'Wienstadt. Aus der Reiche >>Die Fundgrube<<. Wien: Buchgemeinschaft Donauland.

Riha, Fritz (1967): Das alte Wiener Caféhaus. Salzburg: Festungsverlag.

Rössner, Michael: Literarische Kaffeehäuser, Kaffeehausliteraten. Wien [u.a.]: Böhlau.

Schärfer, Michaela (2009): Das weiße Gold der Frauen: Karité und Entwicklung in Mali: Eine herrschaftliche Praxis. Diplomarbeit. Dipl. Universität Wien, Institut für Kultur- und Sozialanthropologie.

Schlehe, Judith (2008): Formen qualitativer ethnografischer Interviews. In: Beer, Bettina [Hrsg.]: Methoden ethnologischer Feldforschung. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin: Reimer. S. 119-142.

Schmidt, Christiane (1991): Analyse von Leitfadeninterviews. In: Flick, Uwe [Hrsg.]: Handbuch Qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. München: Psychologie-Verlag-Union. S. 447-456.

Kroeber, Alfred L./ Kluckhohn, Clyde (1963): Culture: A critical review of concepts and definitions. New York: Vintage Books.

Sindemann, Katja (2008): Das Wiener Café: Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft. Wien: Metroverlag.

Singer, Herta (1959): Im Wiener Kaffeehaus. Wien: Verlag für Jugend und Volk.

Sinhuber, Bartel F. (1993): Die Wiener Kaffeehausliteraten. Anekdotisches zur Literaturgeschichte. Wien: J&V, Edition Wien, Dachs-Verlag.

Teply, Karl (1980): Die Anfänge des Wiener Kaffeehauses. In: Witzmann, Reingard [Hrsg.]: Das Wiener Kaffeehaus: Von den Anfängen bis zur Zwischenkriegszeit. 66. Sonderausstellung des Historischen Museums der Stadt Wien. Wien: Eigenverlag der Museen der Stadt Wien. S. 19-26.

Teply, Karl (1980): Die Einführung des Kaffees in Wien: Georg Franz Koltschitzky, Johannes Diodato, Isaak de Luca. Wien [u.a.]: Verein für Geschichte der Stadt Wien: Jugend u. Volk.

Thiele-Dohrmann, Klaus (1997): Europäische Kaffeehauskultur. Düsseldorf [u.a.]: Artemis & Winkler Verlag.

Torberg, Friedrich (1975): Die Tante Jolesch oder der Untergang des Abendlandes in Anekdoten. Gesammelte Werke in Einzelausgabe. Band 8. München: Langen Müller.

Tylor, Edward B. (1913): Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art, and custom. 5. Auflage. London: Murray.

Weigel, Hans (1978): Das Wiener Kaffeehaus. Wien [u.a.]: Molden.

Weinzierl, Regine (1990): Das Kaffeehaus und die Entstehung bürgerlicher Öffentlichkeit im frühzeitlichen Europa. Dipl. Universität Wien, Institut für Geisteswissenschaften.

Weys, Rudolf (1991): Schale Nußgold oder Die Kellnerprüfung. In: Veigl, Hans [Hrsg.] (1991): Lokale Legenden. Wiener Kaffeehausliteratur. Wien: Kremayr & Scheriau Verlag. S. 275–279.

Wurmdobler, Christpher (2005): Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops. Wien: Falter Verlag.

Zweig, Stefan (1997): Das Kaffeehaus als Bildungsstätte. In: Neumann, Petra [Hrsg.]: Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole. 3. Auflage. München: Heyne Verlag. S. 66-78.

5.2. Internetquellen

URL1: Bundesamt für Kultur BAK (2012): Kulturdefinition UNESCO (online). Abruf unter: <http://www.bak.admin.ch/themen/04117/index.html?lang=de> [Letzter Zugriff: 26.05.2012].

URL2: WienTourismus (o.J.): Cafés (online). Abruf unter: <http://www.wien.info/de/einkaufen-essen-trinken/cafes/> [Letzter Zugriff: 26.05.2012].

URL3: Verein zur Förderung internationaler Studenten in Wien (2006-2012): Das Wiener Kaffeehaus (online). Abruf unter: http://www.vienna4u.at/wiener_kaffeehaus.html [Letzter Zugriff: 25.04.2012].

URL4: Stadt Wien (o.J.): Kulturerbe „Wiener Kaffeehauskultur“ (online). Abruf unter: <http://www.wien.gv.at/kultur-freizeit/essen/kaffeehaus.html> [Letzter Zugriff: 13.05.2012].

URL5: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Geschichte - Einst und Heute (online). Abruf unter: <http://www.wiener-kaffeehaus.at/geschichte.aspx> [Letzter Zugriff: 14.04.2012].

URL6: Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer (2009): Kaffeehaus ist überall (online). Abruf unter: <http://www.kaffeesieder.at/jart/prj3/kwk/main.jart?rel=de&content-id=1213111916439&reserve-mode=active> [Letzter Zugriff: 02.05.2012].

URL7: Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer (2009): Kaffeehaus ist überall (online). Abruf unter: <http://www.kaffeesieder.at/jart/prj3/kwk/main.jart?rel=de&content-id=1218679096069&reserve-mode=active> [Letzter Zugriff: 02.05.2012].

URL8: Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer (2009): Unverzichtbares und unentbehrliches (online). Abruf unter: <http://www.kaffeesieder.at/jart/prj3/kwk/main.jart?rel=de&content-id=1218679100999&reserve-mode=active> [Letzter Zugriff: 15.04.2012].

URL9: Österreichischer Kaffee- und Tee- Verband (o.J.): Die Kaffeepflanze (online). Abruf unter: <http://www.kaffeeteeverband.at/cms/cms.php?pageName=26> [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL10: Österreichischer Kaffee- und Tee- Verband (o.J.): Anbauggebiete (online). Abruf unter: <http://www.kaffeeteeverband.at/cms/cms.php?pageName=25> [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL11: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Schmankerl Österreichische Kaffeehausklassiker (online). Abruf unter: <http://www.wiener-kaffeehaus.at/schmankerl-1.aspx> [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL12: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Schmankerl Originelles & Spezielles (online). Abruf unter: http://www.wiener-kaffeehaus.at/schmankerl-1_1.aspx [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL13: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Schmankerl Kaffee einmal kalt serviert (online). Abruf unter: http://www.wiener-kaffeehaus.at/schmankerl-1_2.aspx [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL14: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Schmankerl. Aus der weiten Welt (online). Abruf unter: http://www.wiener-kaffeehaus.at/schmankerl-1_3.aspx [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL15: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Schmankerl Weitere Getränke (online). Abruf unter: <http://www.wiener-kaffeehaus.at/schmankerl-2.aspx> [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL16: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Schmankerl Speisen(online). Abruf unter: <http://www.wiener-kaffeehaus.at/schmankerl-3.aspx> [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL17: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Schmankerl Süßspeisen (online). Abruf unter: <http://www.wiener-kaffeehaus.at/schmankerl-4.aspx> [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL18: Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser (2012): Kaffeehaus-Kultur (online). Abruf unter: <http://www.wiener-kaffeehaus.at/wissbegierige-1.aspx#picc> [Letzter Zugriff: 20.04.2012].

URL19: Wirtschaftskammer Wien (o.J.): Die wichtigsten Fragen zum Tabakgesetz (online). Abruf unter: http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=587304&DstID=765#gesetz [Letzter Zugriff: 03.05.2012].

URL20: Schärf Coffeeshop GmbH (online). Abruf unter: <http://www.coffeeshopcompany.com/coffeeshop-company/firmengeschichte/> [Letzter Zugriff: 03.03.2012].

URL21: Bitzan, Gerhard (2012): Sturm im Wiener Glas: Aus für Gratis-Leitungswasser. In: "Die Presse" Digital (online). Abruf unter: http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/767577/Sturm-im-Wiener-Glas_Aus-fuer-GratisLeitungswasser?_vl_backlink=/home/index.do [Letzter Zugriff: 25.06.2012].

URL22: Bitzan, Gerhard (2012): Geld für Wasser im Kaffeehaus: Trinken und Gutes tun. In: "Die Presse" Digital (online). Abruf unter: http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/1263331/Geld-fuer-Wasser-im-Kaffeehaus_Trinken-und-Gutes-tun [Letzter Zugriff: 10.07.2012].

URL23: ORF Online und Teletext (2012): Streit um Gratiswasser spitzt sich zu (online). Abruf unter: <http://wien.orf.at/news/stories/2540936/> [Letzter Zugriff: 13.07.2012].

URL24: Wirtschaftskammer Wien (o.J.): Anzahl der Berufszweigmitglieder Jahresstatistik 2011 – Wien (online). Abruf unter: http://portal.wko.at/wk/dok_detail_file.wk?angid=1&docid=1838565&stid=667168 [Letzter Zugriff: 10.07.2012]

URL25: Fachbereich Immaterielle Kulturerbe / Österreichische UNESCO-Kommission (2007-2011): Gewährung in die Einsicht der Dokumente über die Aufnahme einer Tradition in das nationale Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes in Österreich (online). Abruf unter: <http://immaterielleskulturerbe.unesco.at/cgi-bin/page.pl?id=31&lang=de> [Letzter Zugriff: 13.07.2012]

URL26: Fachbereich Immaterielle Kulturerbe / Österreichische UNESCO-Kommission (2007-2011): Fachbereich Immaterielles Kulturerbe (online). Abruf unter: <http://immaterielleskulturerbe.unesco.at/cgi-bin/page.pl?cid=3&lang=de> [Letzter Zugriff: 13.07.2012]

URL27: Fachbereich Immaterielle Kulturerbe / Österreichische UNESCO-Kommission (2007-2011): Allgemeine Informationen (online). Abruf unter: <http://immaterielleskulturerbe.unesco.at/cgi-bin/page.pl?id=59&lang=de> [Letzter Zugriff: 13.07.2012]

5.3. Interviewquellen

I1: Hawelka Günther und Michael, Besitzer des Café Hawelka (Sohn und Enkel des Gründers Leopold Hawelka):

Persönliches Interview am 26.10.2011 um 11Uhr.

I2: Edmund Mayr, Leiter des österreichischen Kaffeemuseum - Kaffeekompetenz Zentrum Österreich:

Persönliches Interview am 07.06.2011 um 11Uhr.

I3: Querfeld, Berndt, Besitzer der Café Landtmann:

Persönliches Interview am 25.05.2011 um 10Uhr.

I4: Schärf Marco, Familienmitglied des Schärf Unternehmens, Vertreter der Coffeeshop Company:

Persönliches Interview am 25.10.2011 um 16Uhr.

I5: Stiermayr Eva, Mitglied der österreichischen UNESCO - Kommission, Nationalagentur für immaterielles Kulturerbe:

Persönliches Interview am 30.11.2011 um 12Uhr.

6. ANHANG

6.1. Kaffeehaushymne: Peter Altenberg

„Du hast *Sorgen*, sei es diese, sei es jene --- ins *Kaffeehaus*!

Sie kann, aus irgendeinem, wenn auch noch so plausiblen Grunde, nicht zu dir kommen --- ins *Kaffeehaus*!

Du hast zerrissene Stiefel --- *Kaffeehaus*!

Du hast 400 Kronen Gehalt und gibst 500 aus --- *Kaffeehaus*!

Du bist korrekt sparsam und gönnst dir nichts --- *Kaffeehaus*!

Du bist Beamter und wärest gern Arzt geworden --- *Kaffeehaus*!

Du findest Keine, die dir paßt --- *Kaffeehaus*!

Du stehst *innerlich* vor dem Selbstmord --- *Kaffeehaus*!

Du haßt und verachtest die Menschen und kannst sie *dennoch* nicht missen --- *Kaffeehaus*!

Man kreditiert dir nirgends mehr --- *Kaffeehaus*!“ (Altenberg in Neumann 1997: 121)

6.2. Leitfadeninterviews

- Leitfadeninterview: Traditionelle Kaffeehausbesitzer/Barista-Ausbildner/Gäste:
- Ein paar kurze Eckdaten zu Ihrer Person?
- Welche Elemente gehören für Sie zu einer Beschreibung eines typischen Wiener Kaffeehauses?
- Was war damals anders als heute beziehungsweise welchen Modernisierungen war und ist das Wiener Kaffeehäuser ausgesetzt?
- (Was ist das Besondere an Ihrem Café?)
- Welches Publikum lässt sich im Wiener Café antreffen?
- Mit welcher Intention geht man heutzutage ins Wiener Kaffeehaus?
- Wie werden sich Ihrer Meinung nach Wiener Kaffeehäuser zukünftig verändern/weiterentwickeln?
- Was verstehen Sie unter dem Begriff der Wiener Kaffeehauskultur?
- Welche Position haben Ihrer Meinung nach Großkonzerne wie Starbucks, Coffeeshop Company oder Coffee Day? Wie lassen sich die Kaffeehausketten in der Wiener Kaffeehauskultur integrieren?
- Letzte Frage: Zu jedem Kaffee wird ein Glas Wasser serviert? Was ist der Grund dafür?

Leitfadeninterview: Coffeeshop-Besitzer:

- Ein paar kurze Eckdaten zu Ihrer Person?
- Was ist die Philosophie der Coffee Shop Company?
- Inwiefern unterscheiden sich die Begriffe „Wiener Kaffeehaus“ und „Coffeeshop“?
- Was verstehen Sie unter dem Begriff der Wiener Kaffeehauskultur?
- Auf Ihrer Webseite schreiben Sie: „Die Idee des amerikanischen Coffeeshops wird gezielt auf die hochwertige Wiener Kaffeehauskultur umgelegt.“ Wie ist das gemeint?
- Wie positioniert sich das Konzept der Coffeeshop Company speziell in Wien?
- Welche lassen sich Ihrer Meinung nach Kaffeehausketten in der Wiener Kaffeehauskultur integrieren?
- Welches Publikum lässt sich im Wiener Kaffeehaus/ in der Coffeeshop Company antreffen?
- Mit welcher Intention geht man heutzutage ins Wiener Kaffeehaus/ in die Coffeeshop Company?
- Wie werden sich Ihrer Meinung nach Wiener Kaffeehäuser zukünftig verändern/weiterentwickeln?
- Letzte Frage: Erhält man in der Coffeeshop Company zum Kaffee ein Glas Wasser? Wenn ja/nein, warum (nicht)?

Leitfadeninterview: Nationalagentur des immateriellen Kulturerbes:

- Ein paar kurze Eckdaten zu Ihrer Person?
- Was wird unter dem immateriellen Kulturerbe verstanden?
- Wer kann einen Antrag stellen und was muss dafür getan werden?
- Wie verläuft der Prozess nachdem ein Antrag eingelangt ist?
- Wer entscheidet über die Aufnahme in der Liste des immateriellen Kulturerbes?
- Wie verlief die Bewerbung in Bezug auf die Wiener Kaffeehauskultur?
- Warum wurde die Wiener Kaffeehauskultur letztendlich in der Liste des immateriellen Kulturerbes aufgenommen?

6.3. Kurzfassung und English Abstract

6.3.1. Kurzfassung

Die Wiener Kaffeehauskultur ist ein Begriff, der sich nicht nur im alltäglichen Sprachgebrauch verankert hat, sondern auch auf institutioneller Ebene starken Anklang findet. Dies bewies zuletzt die „Österreichische UNESCO Kommission“, welche im Herbst 2011 die Wiener Kaffeehauskultur in die Liste der Nationalagentur für immaterielles Kulturerbe aufgenommen hat.

Doch was verbirgt sich hinter diesem Begriff und inwieweit ist die Verwendung des Teilbegriffs „Kultur“ aus anthropologischer Sicht geltend?

Die Aufarbeitung der Geschichte der Wiener Kaffeehäuser zeigt den lang andauernden Entwicklungsprozess der die Gestalt des heutigen Wiener Kaffeehauses maßgeblich beeinflusste. Darunter zählen wesentliche Elemente wie die Kaffeehauspezialitäten, das Zeitunglesen, die Spieloptionen, das Rauchen, das Glas Wasser zum Kaffee, die Pianomusik, das kleine Angebot an Speisen sowie das breite Sortiment an Mehlspeisen. All jene Komponenten wurden näher ausgeführt, wobei die Lage und Innenausstattung des Wiener Kaffeehauses ebenso diskutiert wurde, wie die Aspekte auf der Gefühls- und Wahrnehmungsebene.

Mithilfe der UNESCO Kulturerläuterung sowie meiner persönlichen Beschreibung des Kulturbegriffs in Anlehnung meines kultur- und sozialanthropologischen Verständnisses wurde die Wiener Kaffeehauskultur näher untersucht.

In der vorliegenden Arbeit wird zum einen die Beschaffenheit der Wiener Kaffeehauskultur analysiert und zum anderen die Räumlichkeit als identitätsstiftender Funktionsträger. Durch die Behandlung der Kapitalsorten Pierre Bourdieus wird das Wiener Café weiters im Sinne eines sozialen Raums behandelt.

Im Zuge der empirischen Forschung konnte ich anhand qualitativer Interviews ausgewählter Experten sowie informeller Gespräche mit Gästen die Vielfalt an diversen Perspektiven in Bezug auf die Beschäftigung mit der Wiener Kaffeehauskultur analysieren.

6.3.2. English Abstract

The term „Viennese Coffee House culture“ is not only part of the habitual language use but a highly relevant theme on an institutional basis.

In autumn of 2011, the „Austrian Commission of UNESCO“ demonstrated its interest by the affiliation of the „Viennese Coffee House Culture“ in the list of „The Intangible Cultural Heritage“.

However, what does the term of the „Viennese Coffee House Culture“ signify? And does the partial term in its expression apply to the claim of anthropological perspective?

The implementation of the history of Viennese Coffee Houses demonstrates the long duration of development, which considerably leads to the influence of the design.

Among the most important elements are the varieties of coffee, the national and international newspapers, the options of playing, the smoking, the glass of water served with the coffee, the classical music, the offer of small dishes and the range of pastries.

In this context, every single aspect is explained in detail while considering location and interior design. In addition all facts of emotional and perceptive levels are debated.

Moreover, I have made use of the UNESCO's definition of culture as well as my personal understanding out of my culture and social anthropological knowledge to investigate further into my research.

In this diploma thesis, the composition of the „Viennese Coffee House Culture“ and the aspect, of how Viennese Coffee Houses contribute their sense of identity are going to be discussed.

By means of Pierre Bourdieu's types of capital, the Viennese Coffee Houses are going to be assessed as social spaces.

In the course of an empirical investigation, interviews with selected experts as well as informal explorative conversations with selected guests were made. This fact allowed an analysis of the variety of multiple perspectives toward the „Viennese Coffee House Culture“.

6.4. Curriculum Vitae - Desirée Augustin

Persönliche Daten

Geburtsdaten 26. Februar 1988 in Wien

Schulbildung

Seit 2006 Diplomstudium Kultur- und Sozialanthropologie
(Spezialisierung: Interkulturelle Kommunikation)

1998 - 2006 Bundesrealgymnasium Wien 16, Schuhmeierplatz 7

1994 – 1998 Volksschule Wien 14, Karl-Toldt-Weg 12

Berufserfahrung

Februar 2012 - April 2012 FAIRTRADE Österreich, Wien 3

Juni 2010 – Dezember 2010 Quintessentially Wien 9, Lifestyle Concierge

Oktober 2007 - Juni 2010 Universitätsarchiv Wien, Wien 1

2005 Schulpraktikum in der Steuerberatungskanzlei Dr. Otto Grau, Wien 18

2004 Feriapraktikum in der EBIT, Erste Bank Informationstechnologie Ges.m.b.H., Wien 1

Besondere Fähigkeiten

2011 Zertifikat zur Teilnahme des Workshops „Awake the Clown“ – Ein Herz für Wien

2003 – 2006 Ausbildung zur Peer-Mediatorin am BRG 16

2003/04 Zertifikat zur Teilnahme im Marketing- Team am BRG 16

2003/04 Schulsprecherin und SGA Mitglied

2004/05 Zertifikat für ausgezeichnete Sozialkompetenz

Sprachkenntnisse

Englisch, Französisch, Schwedisch, Spanisch
in Wort und Schrift