

Geschlechter-Diätetik.
Gender und Speisekonventionen

Bulletin Esskulturen

2. Jahrgang 2020

Mappe II, Faszikel 7-12



Esskulturen

Objekte

Praktiken

Semantiken

Geschlechter-Diätetik.

Gender und Speisekonventionen

Inhalt

Mira van Leewen

Die Barttasse.

Vom Sammlungs- zum Ausstellungsobjekt

Uta Schaffers

Einverleibungen.

Fremde – Frauen – Essen

Maria Mothes

„As fragile as a Tea Glass“.

Ein weibliches Identifikationsobjekt in
The Bastard of Istanbul von Elif Shafak

Mila Brill

Konventionen in der Halböffentlichkeit.

Von verbotenen Früchten
und einer angeeigneten Shisha-Zange

Stefan Meier

A wie Adam, Z wie Zacherl – und E wie Eva?

Fernsehköche als Repräsentanten eines
kulinarischen Lifestyles

Maja Linke

Retrotopie mit Schnurrbarttasse

und das Recht, zu gehorchen

Impressum

Vordere Umschlagklappe:

Schnurrbarttasse (gedruckt auf Esspapier)

unter Verwendung eines Fotos der Deutschen Stiftung Denkmalschutz
Sammlung Poignard im Landesmuseum Koblenz © GDKE, Pfeuffer

Mira van Leewen (Landesmuseum Koblenz)

Die Barttasse. Vom Sammlungs- zum Ausstellungsobjekt

Nie zuvor war die gedankliche Verknüpfung von Männlichkeit und Bart als deren Insignie so eng wie in der zweiten Hälfte des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Folglich verwendeten Männer viel Zeit und Aufwand für die Bartpflege und es wurde eine Reihe von neuen Produkten für den Bart entwickelt und in Umlauf gebracht. Darunter erscheint die Barttasse als Objekt, welches zum einen die Funktion hat, der Insignie Bart ihre makellose Außenwirkung zu erhalten. Zum anderen wird sie selbst als repräsentatives Tischgeschirr zur Insignie, die nicht nur den sozialen Status oder die Zugehörigkeit bestätigt, sondern darüber hinaus konkret zur Selbstvergewisserung und -darstellung des Rollenbildes in der Öffentlichkeit beiträgt.

Ein Objekt durchläuft innerhalb seiner Geschichte einen steten Bedeutungswandel und erlangt, vor allem im Kontext einer Ausstellung, unterschiedliche Zuschreibungen. Die Implikationen, die sich mitunter in ein Objekt einschreiben und ihm über lange Zeiträume hinweg anhaften, sind eng verknüpft mit den sozialen Mustern sowie den kategorialen Strukturen der Subjekte (Betrachter, Nutzer) und werden wiederum im Rahmen einer Ausstellung auf unterschiedliche Weise inszeniert, rezipiert wie erweitert.

Die Barttasse als Objekt der Sammlung Poignard

Lediglich bei einigen wenigen Objekten der Sammlung Poignard ist nachzuvollziehen, wann Alex Gaston Poignard (1921-2015) sie für seine Sammlung zur Wohnkultur aus der Zeit zwischen 1830 und 1930 aus den Beneluxländern, Frankreich und dem deutschen Westen erworben hat. Selten besitzen die Gegenstände eine verzeichnete Provenienz oder eine Notiz zu ihrem Erwerbort. Provenienz oder Erwerbort der Barttassen sind nicht bekannt. Das Sammlungsdepot verfügt über drei Aktenordner mit Kopien aus Auktionskatalogen und Beiträgen aus Zeitschriften, wovon manche mit handschriftlichen Notizen des Sammlers versehen sind. In deutscher, niederländischer oder französischer Sprache hat Alex Poignard erfasst, ob ein vergleichbares Objekt in seiner Sammlung vorhanden ist.

Zu den Barttassen findet sich ein englischer Artikel mit dem Titel *Moustache Cup*. Hier hat Poignard nur die Herkunft des Beitrags vermerkt: *Discovering Antiques London 1970*. Auf einer DIN-A4 Seite informiert der Artikel über die Bedeutung der Barttasse im Viktorianischen Zeitalter, spricht eine Kaufempfehlung für Sammler aus und benennt Erwerbssorte wie durchschnittliche Kaufpreise. Dazu werden vier Barttassen abgebildet. Die Beschreibung der Barttasse ist auffällig poetisch verfasst, so lautet die Einleitung: „In Victorian times nearly every gentleman sported a thick and bushy moustache. Certainly he looked distinguished, but over a simple cup of tea the head of the household could suffer considerable loss of dignity“. Es ist nicht auszuschließen, dass Poignard aufgrund des Artikels seine Barttassen erworben hat. Jede der elf Barttassen zeichnet sich durch ein individuelles Design aus, was ihnen innerhalb der Sammlung den Status wertvoller Einzelstücke der Wohn- und Alltagskultur verleiht. Alex Poignard hat die Barttassen vermutlich keinem praktischen Zweck zugeführt, sondern sie bereits seinerzeit als besondere Trinkgefäße für seine Sammlung erworben.

Barttasse (Inv.Nr. 1779.15), Seitenansicht.
Deutsche Stiftung Denkmalschutz,
Sammlung Poignard im Landesmuseum Koblenz,
Foto: Ulrich Pfeuffer, GDKE.



Eine Barttasse in Form und Funktion

Die hier exemplarisch von der Seite wie von oben abgebildete Barttasse mit Untertasse (1779.15) aus weißem Porzellan hat wie für alle Barttassen charakteristisch im Tasseninneren einen fest eingesetzten Steg. Der Steg in Form eines Schnauzbartes besitzt wie auch die Tasse und Untertasse sowie der J-förmige schulterständige Henkel einen Goldrand. Die zylindrische Tasse ist mit einem umlaufenden Dekorband versehen, welches auch auf der flachen Untertasse angebracht ist. Das Dekorband besteht aus floralen Elementen (gelb-rote und kleinere blaue Blüten mit rankendem Blattwerk) und alternierenden ornamenthaften Zwischenstücken, bei denen die schwarze Linienrahmung mit gelber aufgesetzter Perlleiste unterbrochen ist. An der Unterseite des Tassen- wie Untertassenbodens ist die Tasse ge-

Barttasse (Inv.Nr. 1779.15), Aufsicht.
Deutsche Stiftung Denkmalschutz,
Sammlung Poignard im Landesmuseum Koblenz,
Foto: Ulrich Pfeuffer, GDKE.



kennzeichnet mit der Angabe PST AG. Die Bodenmarke steht für die deutsche Porzellanmanufaktur Lengsfeld und wurde von 1908 bis 1920 in dieser Form verwendet. Damit kann die Barttasse auf diesen Zeitraum datiert werden.

Die Barttasse hat die Funktion, den Bart zu schützen. So gelangt das in der Tasse befindliche Heißgetränk gezielt durch die kleine Öffnung zwischen Steg und Tassenrand in den Mund, wobei der Bart auf dem Steg aufliegt und sauber bleibt. Zudem ist er auch vor heißem Dampf geschützt, sodass auch die möglicherweise zur Modellierung des Bartes eingesetzten Mittel nicht in Mitleidenschaft gezogen werden.

Die Barttasse als Objekt der Kulturgeschichte

Die Quellenlage zur kulturgeschichtlichen Einordnung der Barttasse ist äußerst bescheiden. Vermutlich ist die Barttasse im 19. Jahrhundert vom englischen Töpfer und Besitzer einer Porzellanfabrik Harvey Adams erfunden worden. Das neue Tischgeschirr verbreitete sich bald in ganz Europa und wurde wohl oftmals als einzelne Tasse und nicht im Set oder Service verkauft. Zudem dienten die Barttassen häufig als Souvenir oder Geschenk. Während der Hochzeit der Barttassen zwischen 1880 und 1910 fertigen alle namhaften Porzellanmanufakturen wie Meissen, Royal Crown Derby, Imari, Royal Bayreuth und Limoges Barttassen nach eigenen Entwürfen. Neben einigen Exemplaren aus Steinzeug oder Silber ist die Barttasse aus Porzellan die geläufigste Variante. Wie die Abbildungen zeigen, ist ihre Oberfläche zumeist mit einem zeitgenössischen Zierdekor versehen, häufig wird – wie auf der hier abgebildeten, um 1920 entstandenen Barttasse – auch ein Name oder ein Spruch aufgebracht: „Beim Trinken soll die Tasse nützen/ den flotten Schnurrbart dir zu schützen“. Am Rand, Henkel oder Bartschutz sind viele Exemplare vergoldet.

Dass die Barttasse gerade Mitte des 19. Jahrhunderts in Erscheinung tritt, lässt sich weder aus ihren praktischen Funktionen (Schutz des Bartes) noch unmittelbar aus den historisch gegebenen technischen Produktionsmöglichkeiten herleiten. Der Zeitpunkt ihres Aufkommens und ihrer Verbreitung scheint vielmehr an soziokulturelle Entwicklungen gebunden zu sein. Neben dem allgemeinen Wandel von Ess- und Tischsitten sowie der dazugehörigen Gebrauchsobjekte kommen hier vor allem zwei den Zeitgeist betreffende Moden zusammen.



Barttasse um 1920 (Inv. Nr. 1783.15).
Deutsche Stiftung Denkmalschutz,
Sammlung Poignard im Landesmuseum Koblenz,
Foto: Ulrich Pfeuffer, GDKE.

Erstens erlangten Porzellanwaren im 19. Jahrhundert eine enorme Verbreitung und Beliebtheit, insbesondere handelte es sich dabei um Tassen, die als Erinnerungs- und Sammelobjekte zu erschwinglichen Preisen Einzug in nahezu jeden bürgerlichen Haushalt hielten:

Eltern, Kinder, Freunde, Verwandte, Vorgesetzte und Untergebene geben sich in Tassen ihre Gefühle kund, die Tasse ist das bevorzugte Geschenk, der beliebteste Zimmerschmuck; wie Friedrich Wilhelm III. sein Arbeitszimmer mit Pyramiden voller Porzellantassen füllte, so sammelte auch der Bürgersmann in seiner Servante in Tassen die Erinnerung an die wichtigsten Ereignisse, die wertvollsten Stunden seines Lebens. (Max von Boehn, p. 136)

Diese Popularität der Tischgeschirre förderte, unter nun etablierten Herstellungsmethoden, den Erfindungsreichtum sowie die Designvielfalt innerhalb der Porzellanproduktion – insbesondere der Tassen und ihrer Sonderformen.

Zweitens lässt sich das Aufkommen der Barttasse in einen Zusammenhang mit der hohen Popularität des Bartes zu dieser Zeit stellen. Dies gilt auch für das Herkunftsland der Barttasse, das viktorianische England. Hier wird der hohe Stellenwert des männlichen Bartes beispielsweise mit dem Krimkrieg (1853-1856) in Verbindung gebracht, da viele Soldaten der englischen Armee während der Stationierung auf der Halbinsel Krim sich einen

Bart wachsen ließen. Als der Krieg endete und die britischen Truppen nach England zurückkehrten, nahm die Öffentlichkeit dieses Erscheinungsbild mit großer Begeisterung an. Ähnlich verhielt es sich mit den Rückkehrern von Expeditionen in ferne Länder und Kolonien, die das Image vom starken männlichen Bartträger und Eroberer prägten. Das Interesse an Bärten und ihrer Pflege nahm in akademischen und politischen Kreisen rasant zu. Etwa für ein halbes Jahrhundert gehörte der modellierte Bart zum Bild des „anständigen Gentlemans“ und wurde zu einem festen Bestandteil des modernen, maskulinen viktorianischen Mannes. Die Barttasse kann demnach auf der Basis des Zusammentreffens zweier kulturgeschichtlicher Entwicklungen als Erzeugnis eines Zeitgeistes eingeordnet werden.

Welche Bedeutung der Bartwuchs und die Bartmode für die Ausbildung des Männlichkeitsideals dieser Zeit und die damit verbundene Vorstellung von Geschlechtermerkmalen und -rollen gehabt haben kann, lässt sich auch dem essayistischen Traktat *The Philosophy of Beards* (1854) des Bankangestellten Thomas S. Gowing aus der Grafschaft Suffolk entnehmen:

Ehe wir fortfahren, sei hier kurz auf die Frage geantwortet, aus welchem Grund Frauen, wenn Bärte für Männer doch so notwendig sind, mit keinerlei Einrichtung dieser Art ausgestattet wurden? Die Erklärung dafür liegt meiner Ansicht nach darin, dass sie eben Frauen sind und folglich niemals dazu bestimmt waren, den Nöten und Schwierigkeiten ausgesetzt zu sein, die Männer zu erdulden haben. Die Frau wurde als hilfreiche Gefährtin des Mannes erschaffen, und es war so eingerichtet, dass der Mann sie im Gegenzug mit all seiner Kraft vor den äußeren Umständen schützen sollte. (Thomas S. Gowing, p. 21)



Zeitungsausschnitt Barterzeuger,
Beiblatt der *Fliegenden Blätter* um 1890.

Privatbesitz Mira van Leewen,
Foto: Ulrich Pfeuffer.

Die Notwendigkeit des Tragens eines Bartes erschließt sich für Thomas S. Gowing aus seinen vermuteten medizinischen Schutzfunktionen gegenüber Krankheiten und den Unwirtlichkeiten der Natur. Die damit verbundene Konstruktion von Geschlechterrollen entspricht dem vorherrschenden Bild von Mann und Frau im 19. Jahrhundert. Der Bartwuchs wird an dieser Stelle zum Abgrenzungsmerkmal, das sowohl eine persönliche/intime (Körper) als auch eine öffentliche (Sichtbarkeit) Dimension hat. Körperliche Unterschiede von Mann und Frau werden herangezogen, um die klassischen Geschlechterrollen als naturgegeben zu legitimieren.

Wie im viktorianischen England werden auch im übrigen Verbreitungsgebiet der Barttasse dieser Zeit (Europa und Nordamerika) mit dem Bart Männlichkeitsideale und zeittypische Rollenverteilungen zwischen Mann und Frau verbunden und entsprechend beworben: Der Bart dient als Zeichen von Männlichkeit, Stärke, Potenz und Tapferkeit, frei nach dem Motto: Ohne Bart, kein richtiger Mann. Dass die Behaarung oder die Nichtbehaarung männlicher Gesichtspartien sowie deren Gestaltung sich nicht allein auf den modischen Geschmack seines Trägers reduziert, sondern Ausdruck eines individuellen oder kollektiven sozialen, politischen, religiösen sowie geschlechtsspezifischen Statements war und ist, zeigt auch die kürzlich präsentierte Sonderausstellung *Bart – zwischen Natur und Rasur* der Staatlichen Museen zu Berlin (2015/2016) sowie die aktuelle Schau *BART – Mode, Rebellion, Männlichkeit?* im Historischen Museum Bielefeld (2019). Die Barttasse kann über ihre Funktion als Essgeschirr hinaus als Ausdrucksmittel männlicher Identität betrachtet werden.

Die Barttasse als Exponat

An der Barttasse zeigt sich prägnant die wechselseitige Beeinflussung von Artefakt und Mensch. Das Objekt Barttasse eröffnet in seiner kulturgeschichtlichen Dimension Anknüpfungspunkte zu einem Geschlechterrollenverständnis, das Aspekte der Vereinnahmung des männlichen Bartwuchses in Bezug auf herrschende Männlichkeitsideale aufzeigt. Im Bereich der modischen Stile und Accessoires herrschen häufig stabile Normen für Männer und Frauen, welche die hergebrachten Geschlechterrollen sichern und

über ihre symbolische Funktion hinaus eine Art sozialer Kontrolle generieren. Unter hygienischen Aspekten entwickelt sich ein mehr oder weniger streng kodiertes Regelverhalten mit komplexen Begründungs- und Bedeutungszusammenhängen, welches sich nicht nur auf die Kleidersitten, sondern auch auf die Sitten und Gebräuche bei Tisch auswirkt und damit auf die dazugehörigen Objekte der Esskultur, wie am Beispiel der Barttasse ersichtlich.

So wird deutlich, dass sich über eine erste Ebene der Kontextualisierung hinaus, die Form, Funktion und Herkunft beschreiben, anhand des Objektes eine erweiterte Kontextualisierung anschließen kann, welche die Barttasse als markierendes Moment für die Konstitution einer individuellen wie auch einer kollektiven Identität im Bereich der Esskultur hervorhebt. Nämlich dann, wenn die Barttasse zur Insignie des einzelnen Bartträgers wird und zugleich als soziales Signal die Gruppe der Bartträger bestätigt und damit als geschlechterabgrenzendes Tisch- und Essobjekt hervortritt. Es wäre abschließend zu prüfen, ob auch Objekte im Bereich der repräsentativen Tischkultur existieren, die gezielt für den Schutz bzw. die formvollendete Darstellung eines physisch-weiblichen Modemerkmals entwickelt wurden.

Literatur:

Max von Boehn, *Die Mode im XIX. Jahrhundert II*, München 1907.

Thomas S. Gowning, *Die Philosophie der Bärte*, Hildesheim 2018.

Wolfgang Reinhard, *Lebensformen Europas. Eine historische Kulturanthropologie*, München 2006.

Internetquellen:

<https://www.museum-alltagskultur.it/die-schnurrbarttasse/> (Zugriff 20.8.2019).

<http://museen.landschaftsverband.org/lieblingsobjekte-barttasse-im-keramik-um/> (Zugriff 21.8.2019).

<http://www.silvercollection.it/pagina226.html> (Zugriff 20.8.2019).

<https://museumofhealthcare.wordpress.com/2014/12/08/a-hair-razing-history-of-the-beard-facial-hair-and-mens-health-from-the-crimean-war-to-the-first-world-war/> (Zugriff 21.8.2019).

<https://www.sueddeutsche.de/wissen/bartbewegung-im-19-jahrhundert-voll-bart-gegen-luftverschmutzung-1.1972920> (Zugriff 21.8.2019).

Uta Schaffers (Universität Koblenz-Landau)

Einverleibungen. Fremde – Frauen – Essen

Am 21. Juli 1878 nimmt die britische Reiseschriftstellerin Isabella Bird einen „Lunch in Public“ in Yusowa, einem „very objectionable-looking place“ im Norden Japans. Ebenso wie der Ort selbst kann auch das ihr vorgesezte Mahl nicht überzeugen: „a wretched meal of a tasteless white curd made from beans, with some condensed milk added to it“. Der Anblick der fremden Reisenden ist für die lokale Bevölkerung offensichtlich ein Ereignis: Es finden sich, wie sie schreibt, hunderte Schaulustige ein, um sie beim Essen zu beobachten. Die Menschen versammeln sich am Tor und auch auf den umliegenden Dächern des Hofes, um einen besseren Blick auf sie zu erhaschen, was zu einem „Grotesque Accident“ führt, bei dem eines der Dächer unter der Last zusammenbricht. Obgleich sich niemand gravierend verletzt, verstärkt dies die Bemühungen der lokalen Autoritäten, die Ansammlung zu zerstreuen. Ein „old peasant“ weigert sich jedoch zu gehen: Er verlangt Aufklärung, ob es sich bei „the sight“ um einen Mann oder eine Frau handelt – eine Frage, die für ihn offenbar von größter Wichtigkeit ist. Die Irritation und Unsicherheit in der Geschlechter-Frage kann Vielem geschuldet sein: der Kleidung der Reisenden, einer ungewohnten Physiognomie oder Körperpraxis, befremdlichen Essgewohnheiten, die kulturell auch im Hinblick auf die Geschlechterordnung anders codiert waren ... Woran auch immer es gelegen haben mag, Isabella Bird schreibt es der Tatsache zu, dass sie die erste „European lady“ war, „who had been seen in several districts“. Ihr Blick auf Land und Leute, der im Übrigen nicht immer sehr gnädig gestimmt war, wird hier jedenfalls einmal zurück geworfen: Die Sehende, die Beobachterin einer ihr fremden Kultur wird selbst als Fremde gesehen und beobachtet.

Als Frau, die ohne männliche Begleitung weit ausgedehnte Reisen unternahm – unter anderem in die USA, nach Australien, Indien, China und eben Japan – und darüber publizierte, gehörte Isabella Bird auch im westlichen Kulturkreis im späten 19. Jahrhundert immer noch zu einer misstrauisch beäugten Minderheit, die ihre Aktivitäten oft genug mit hohem diskursivem

und praktischem Aufwand rechtfertigen, teilweise auch camouflieren musste. Aus diesem Grund ist es zunächst nicht wenig erstaunlich, dass es nun ausgerechnet die „Food Question“ war, die im Kontext der Vorbereitungen ihrer Reise innerhalb Japans am meisten Interesse hervorrief: „However apathetic people are on other subjects, the mere mention of this one rouses them into interest“. Es mag wohl auch daran gelegen haben, dass japanisches Essen von westlichen Reisenden im 19. Jahrhundert alles andere als goutiert wurde – so schreibt Bird: „the fishy and vegetable abominations known as ‚Japanese food‘ can only be swallowed and digested by a few, and that after long practice“.

Essen und Ess-Akte, insgesamt Esskulturen haben hohe Symbolkraft, so verbinden sich u.a. nationale und kulturelle Identitätsdiskurse mit sozialen und religiösen Fragen. Geschichten vom Essen auf Reisen sind immer auch Geschichten vom ‚Eigenen‘ und vom ‚Fremden‘, die eben das konstituieren: das Eigene und das Fremde. Essen in der Fremde, die Konfrontation mit fremdem Essen und befremdliche Ess-Akte werden in Reiseerzählungen jedweder Couleur verhandelt und funktionalisiert, sie werden in Identitäts- und Abgrenzungsdiskurse eingespeist beziehungsweise ruhen diesen auf. „Anders-essende“, wie Christine Ott es nennt, werden identifiziert, bewertet und gegebenenfalls exkludiert.

Unter dem Stichwort „Doing Food, Doing Gender“ zeigt Ott darüber hinaus, wie stark Essen mit Genderkonstruktionen verflochten ist. Dies zeigt sich u.a. in der Wahl (oder der Zuweisung) von Nahrungsmitteln, der Zubereitung des Essens sowie in Körperpraktiken und dem Umgang mit Artefakten, also dem Essverhalten allgemein. Essen ist auch im Hinblick auf Geschlechterkonstruktionen „ein Medium, das Identität über den Magen in die Essenden einschreibt“, wie Ott konstatiert. Hier „können traditionelle Konzepte von religiöser Zugehörigkeit, von Gender-Identität, von nationaler Identität naturalisiert werden“. Bei dem „wretched meal“, das Isabella Bird vor den Augen so vieler Schaulustiger einnimmt, kreuzen sich also nicht nur die Blicke zwischen den Kulturen und den Geschlechtern, sondern in der Art und Weise, wie Bird ihrem Unbehagen über das Mahl Ausdruck verleiht, gibt sie zugleich Auskunft darüber, in welches Verhältnis sie

sich zur anderen Kultur setzt. In der Einverleibung des ‚anderen Essens‘ kommt uns ‚das Fremde‘ schließlich empfindlich nahe. Es dringt ein in den leiblich-körperlichen Nahbereich, denn, wie Emma-Jane Abbots und Anna Lavis schreiben: „food [...] is placed in the mouth, chewed, tasted, swallowed and digested. Its solidity is thus broken down and rendered into fragments that both pass through, and become, the eater’s body“.

Die hier kurz vorgestellte Blick- und Darstellungsordnung ist im Reise-schreiben über Japan des 19. und frühen 20. Jahrhunderts eher ungewöhnlich. In der Regel sind es männliche europäische Reisende, die sich in diesen Jahren aufmachen, um das Land zu besuchen, das sich erst 1853/54, nach einer über 200 Jahre anhaltenden Periode der nahezu vollständigen Abschottung vom Ausland (ab 1639), dem Handel und dem Kontakt mit westlichen Ländern öffnete und spätestens seit der Präsentation auf der Weltausstellung in Wien im Jahr 1873 groß in Mode war. Zu den zentralen europäischen Imaginationen in Bezug auf Japan gehörte sicherlich ‚die‘ japanische Frau, die im exotistisch überhöhten Sinn-Bild der ‚Geisha‘ ihren Ausdruck fand und als solche in zahlreichen Zeugnissen von westlichen Männern betrachtet und beschrieben bzw. konstruiert wurde. Michael Stein hat eine grundlegende Untersuchung über die japanischen Kurtisanen jenseits westlicher Projektionen vorgelegt, in der er klarstellt: „Das wichtigste Merkmal [...] war ihr Künstlertum“, und viele von ihnen „zählten zu den besten [Künstlerinnen], die Japan hervorbrachte“. Die Grenzen zwischen der künstlerischen Darbietung der Frauen und einem damit teilweise verbundenen „Gunstgewerbe“ waren fließend und das Resultat eines Dilemmas, „in das sie in dem widersprüchlichen Geflecht von eigenem künstlerischem Anspruch, religiösen Vorstellungen, männlichem Wunschdenken und ökonomischer Abhängigkeit gerieten“. Von einer solch feinen Differenzierung und Anerkennung ihrer Kunst war freilich in den gängigen Reisetexten nicht viel zu spüren, und entsprechend vieldeutig bis eindeutig präsentierten sich die Schilderungen europäischer Reisender, wenn es zur obligatorischen Darstellung des Besuchs in einem ‚Teehaus‘ kam, in dem sie Tänzerinnen begegneten, die den unterschiedlichsten Klassen angehörten. Hier finden sich, neben den üblichen, imperialistisch-kolonialistischen Blick- und Diskursordnungen, die für die Beschreibungen japanischer Frauen tradier-

ten Topoi, die bereits ab der Mitte des 19. Jahrhunderts festgeschrieben waren. Bemerkenswert ist dabei nicht zuletzt eine paradoxe Verbindung von zeittypischem Rassismus und Misogynie (was sich beispielsweise in Tier-Analogien äußerte) bei gleichzeitiger Überhöhung sowie einem Begehren, das sich auf die Projektion einer Art Kind-Frau richtet, der eine für den westlichen Mann bedrohliche, mystifizierte Sinnlichkeit zugeschrieben wird.

Zu jedem Besuch im Teehaus, der sehr rasch ein gewichtiger Teil des touristischen Programms für Japan-Reisende wurde, gehörte neben der tänzerischen Darbietung durch eine Gruppe von ‚Geisha‘ auch die Versorgung des europäischen Mannes mit Alkohol und Speisen. Die Inszenierung dieser Sinnesgenüsse auf vielerlei Ebenen wird in den Reisetexten stets sorgfältig ausgestaltet und ähnelt sich häufig auf frappante Weise. Der Autor Bernhard Kellermann etwa beschreibt in seinem einflussreichen Reisetext *Ein Spaziergang in Japan* von 1910 einen Besuch im Teehaus als eine Art Initiation, die ihm direkt nach seiner Ankunft in Tsuruga zuteil wird. Essen und Trinken wird aufgetragen, in „hundert Kleinigkeiten, Säckelchen und Schälchen“ und die Tänzerinnen scheinen ihm wie „schöne[n] gemalte[n] Geschöpfe“, die ihn mit ihrer Darbietung entzücken und erschrecken:

Was war das? Diese Posen, dieses Schreiten, Schütteln der Köpfe, Schielen, die vibrierenden Fächer, dieses Spiel wunderbarer Linien, diese kleinen, süßen, miauenden Schreie, die den Lippen der berückenden Geschöpfe zuweilen entschlüpfen – das war wie ein betörender Zauber. Mir schwindelte.

Als man sich zum gemeinsamen Mahl setzt, heißt es:

In den Pausen kauerten sich meine herrlichen Hexenmeister auf den Matten um mich nieder. Dann waren sie plötzlich kleine schlichte Mädchen, liebliche, winzige Puppen, die mich mit ihren dunkeln liderlosen Augen ansahen. Sie wärmten sich die kleinen Hände an den Feuerurnen, tranken Sake, aßen Apfelschnitze und knabberten Kuchenstückchen, die wie geflochtene Birkenrinde aussahen. Alles war so klein, so zierlich, unwirklich und fremd. Und ich saß mitten darin wie ein unförmiger Riesenklotz, der alles in Trümmer schlagen mußte, sobald er sich erhob.

Der Reisende findet sich als riesenhafter Gulliver in einem Lilliput-artigen Traum- und Märchenland, umgeben von Zauberinnen und Hexenmeistern, die zugleich lebende Puppen und kleine schlichte Mädchen zu sein scheinen. Diese Wunsch-Imagination wird noch durch eine weitere Ebene angereichert, die im Essen anklingt: Die puppenhaften Kind-Frauen blicken den riesenhaften Europäer nach ihren ‚betörenden‘ Tänzen mit dunklen, „liderlosen“ Augen an und essen dabei Apfelschnitze – es ist dies eine ferne Hommage an Eva, die, so Christine Ott, „Adam erst zu unerlaubter Gaumen- und dann zur Fleischeslust“ verführte.

Eine ähnlich spannungsgeladene und paradox anmutende Schilderung findet sich bei dem deutschen Schriftsteller Max Dauthendey, der 1906 durch Japan reiste. Die Reisebeschreibung *Die geflügelte Erde* erschien ebenfalls im Jahr 1910, sie war in freien Langversen mit End- und Binnenreimen verfasst. Folgende Sentenz über den Besuch eines japanischen Gasthauses wird dort zum Besten gegeben:

Im Hotel kamen der winzige Wirt und zehn winzige Dienerinnen zusammen zur Türschwelle / Ihr begrüßend Geschlürfe hat geklungen, als schluckten alle Elf lebendige Austern mit lauten Zungen. Nach einem kochendheißen japanischen Bad / Bedienten mich alle im Eßsaal im lebhaften Verein; Sie verstehen kein europäisches Wort, aber sie führten die Unterhaltung miauend fort, / Wie Kätzlein sich schmiegend, die Gesichter gepudert, die Brauen gemalt, der Mund nur ein Punkt, rot und klein; alle schauen weise und altklug auf mich plumpes Europaschwein, / Das mit Stiefeln das Zimmer betritt, statt mit weißseidener Strümpfe Schimmer; das, statt mit Elfenbeinstäbchen zu essen, mächtig mit Messern und Gabeln Fleischhaufen zerschneid.

Der Europäer-Gulliver speist hier als deutscher Riese zwischen den ‚sieben (respektive zehn) Zwerginnen hinter den sieben Bergen‘ und man wird das Gefühl nicht los, dass diese achtgeben sollten, dass er sie nicht auch mit dem Messer zerschneidet, mit der Gabel aufspießt und verspeist. Die „essbare Frau“ ist eine tradierte Imagination, die sich, wie Christine Ott zeigt, in ikonographischen, narrativen und medialen Zeugnissen in der (hier westlichen) Kulturgeschichte nicht selten findet. Darin paaren sich Phantasien

von sinnlichem Genuss, gustatorisch und sexuell, bei gleichzeitiger Bändigung der gefürchteten ‚triebhaften Natur‘ der Frau. Denn zu Beginn steht ja auch der Reisende durchaus in der Gefahr, als rohe Auster aufgeschlürft zu werden, bevor er in ein „kochendheiße[s] Bad gesteckt und dann als „plumpes Europaschwein“ betrachtet wird. Da die zehn Frauen jedoch einen sehr kleinen Mund haben, „nur ein Punkt, rot und klein“, hält sich die Gefahr, dass die ‚Kind-Frauen‘ zu verschlingenden Frauen werden, in Grenzen.

Dass nun der europäische Mann „mächtig mit Messern und Gabeln Fleischhaufen“ zerschneidet, verweist einerseits auf sein, wie Ott schreibt, „männlich-patriarchalisches Privileg“: Vor allem Fleisch kann als hierarchie-manifestierende Nahrung bezeichnet werden, während Frauen sich ihr ästhetisch-ätherisches Sein nicht zuletzt durch Maß- bzw. Enthaltung beim Fleischessen erhalten sollen (oder eben selbst das Fleisch sind, das vom Mann konsumiert wird). In solcherlei Essphantasien kreuzen sich andererseits aber auch genderbezogene Diskurse mit nationalen und politischen sowie mit imperialistischem und kolonialem (sowie kannibalistischem) Begehren. In der Verkleinerung der Japaner*innen (man denke an den „winzige[n] Wirt“) liegt auch eine Verkleinerung, Bändigung und Effeminierung der japanischen Nation, die erst im späten 19. Jahrhundert, im Austausch mit dem Westen, allmählich begann, den Konsum von Fleisch als Teil einer ‚nationalen Diät‘ zu propagieren (Cwiertka). Die scheinbare Selbstdiffamierung des plumpen, riesenhaften und unästhetischen, fleischverschlingenden Europäers ist in diesem Kontext dann auch als Teil eines höchst ambivalenten und verqueren Versuchs zu lesen, eine traumatische Kränkung zu bearbeiten und zu bewältigen: Die Kränkung, die die europäischen Großmächte 1905 im Japanischen-Russischen Krieg durch die Niederlage Russlands erlitten hatten.

Literatur:

Isabella Bird, *Unbeaten Tracks in Japan. An Account of Travels in the Interior Including Visits to the Aboriginies of Yezo and the Shrine of Nikko*, New York, Tokyo, Osaka, London 2000 (1880).

Christine Ott, *Identität geht durch den Magen. Mythen der Esskultur*, Frankfurt am Main 2017.

Emma-Jane Abbotts, Anna Lavis, *Introduction. Contours of Eating: Mapping the Terrain of Body/Food Encounters*, in *Why We Eat, How We Eat. Contemporary Encounters Between Foods and Bodies*, hrsg. von Emma-Jane Abbotts, Anna Lavis, Surrey 2013, pp. 1-12.

Michael Stein, *Japans Kurtisanen. Eine Kulturgeschichte der japanischen Meisterinnen der Unterhaltungskunst und Erotik aus zwölf Jahrhunderten*, München 1997.

Bernhard Kellermann, *Ein Spaziergang in Japan*, Berlin 1922 (1910).

Max Dauthendey, *Die geflügelte Erde. Ein Lied der Liebe und der Wunder um sieben Meere*, München 1910.

Katarzyna J. Cwiertka, *Modern Japanese Cuisine. Food, Power and National Identity*, London 2006.

Maria Mothes (Universität Koblenz-Landau)

„As Fragile as a Tea Glass“.

Ein weibliches Identifikationsobjekt in *The Bastard of Istanbul*
von Elif Shafak



Teeglas.

Foto: Maria Mothes.



Schnurrbarttasse.

Deutsche Stiftung Denkmalschutz,
Sammlung Poignard
im Landesmuseum Koblenz,
Foto: Ulrich Pfeuffer, GDKE.

Im Hause der Kazancis, einer türkischen Familie in Istanbul, würde die Schnurrbarttasse ein trostloses Dasein fristen. Sie stünde unbenutzt und verstaubt in einem Schrank, von zarten Teegläsern und dekorativen Mokkatasen in den Hintergrund gedrängt. Keine der Frauen in der Familie hätte Verwendung für ein solches Gefäß. Bei den Tchakhmakhchians, einer armenisch-stämmigen Familie in San Franciscos Diaspora, besäße Onkel Dikran den passenden Bart, an dem er von Zeit zu Zeit herum zu kauen pflegt (50). Doch auch er würde Kaffee oder Tee vermutlich aus anderen Tassen trinken. Die Barttasse würde auf dem reich gedeckten Mahagonitisch zwischen Ayran und Tee seltsam anmuten.

Im Roman *The Bastard of Istanbul* rahmen die Teegläser, die vor zwanzig Jahren gekauft wurden, die Geschichte. Erstanden auf dem Bazar, begegnen sie uns zu Beginn und zum Ende der Geschichte. Das Teeglasset weckt eingangs durch die Schönheit der goldenen Verzierungen und die Zierlichkeit der Löffel die Aufmerksamkeit der Protagonistin Zeliha. Die Notwendigkeit

eines neuen Gläsersets begründet sie mit der hohen Zerbrechlichkeitsrate. Am Ende der Erzählung treten die Gläser in einem anderen Licht auf. Schauen wir zunächst aber auf die Rolle des Essens in den unterschiedlichen Schauplätzen des Romans.

Türkei

Da der Haushalt der Kazancis in Istanbul ein reiner Frauenhaushalt ist (der einzige männliche Verwandte ist dauerhaft abwesend), erübrigt es sich, die Rolle der Frau und ihre Tätigkeit im häuslichen Domizil im Vergleich zum Mann zu betrachten. Hier kochen Frauen für Frauen. Die Küche als solches findet wenig Erwähnung, stattdessen spielen die meisten Szenen im Esszimmer am großen Tisch. Trotz der Abwesenheit der Männer ist eine Hierarchie in der Familienstruktur erkennbar. So ist das Oberhaupt nicht die betagte Großmutter (die aufgrund ihrer Alzheimererkrankung kaum mehr als physisch anwesend zu sein scheint), sondern die distanzierte und wenig warmherzige Mutter der Schwestern. Diese wiederum könnten in ihren Charakteren nicht unterschiedlicher sein. Die Zubereitung des Essens erfolgt in abwechselnder Reihenfolge, was nicht nur der Gleichbehandlung der Schwestern geschuldet ist. So beschreibt Shafak im Detail, wie die individuelle Art zu kochen sich auch in den Speisen widerspiegelt. Charaktereigenschaften stehen in Beziehung zur Wahl bestimmter Gewürze und Weltbilder spiegeln sich im Geschmack wider. Das Essen wird somit zu einer individuellen Komposition, getragen von den Emotionen derer, die sie zubereitet haben. Zucker wird zum symbolischen Ausgleich von Cevriyes Enttäuschungen im Leben, vielleicht aber auch Symbol einer süßen Hoffnung; Banus Verlusterlebnisse werden durch eine Fülle von Nüssen und Gewürzen ausgeglichen, die aber gleichzeitig Freigiebigkeit und Selbstlosigkeit darstellen; und das überbordende Ausmaß an Kräutern und die schiere Größe der gefüllten Paprikas spiegeln die innere Welt Ferides mit ihrer emotionalen Zerrissenheit wider, die der Leser aber auch als Zeichen von schillernden Talenten und Facetten des Selbst lesen kann. Die unterschiedlichen Zubereitungsweisen charakterisieren somit die Personen und vermitteln einen intimen Einblick in deren Lebenswelten. Doch wie auch ein

unsensibler Gaumen die Facetten im Essen übersehen kann, so bedarf es kognitiver Aufmerksamkeit beim Entdecken der nuancierten Figuren.

Dabei werden Brüche mit Traditionalismen deutlich. Anstatt sich an ein althergebrachtes, bewährtes Rezept zu halten, zeigen die Frauen Sinn für Kreativität, Mut und nicht zuletzt Sinn für Innovation. Repräsentiert ein Rezept im Original kulinarische Reinheit oder kulturelle Authentizität, indem ein Gericht auf traditionelle Weise zubereitet wird und auch so schmeckt ‚wie ein Gericht zu sein hat‘? Und bedeutet dies im Umkehrschluss, dass jedwede Form von Veränderung des kulinarischen Originals diese Identität preisgibt? Der Roman zeigt, dass noch eine dritte Variante existiert, nämlich die einer alternativen Geschichtsschreibung. Die verschiedenen Auslegungen, die das Rezept der gefüllten Paprika durch die Schwestern erfährt, zeigen einen situativen Ausschnitt aus der Geschichte derjenigen, die es zubereitet, und darüber hinaus eine Reflexion des zeitlichen Moments, in dem Gericht und Zubereitende zusammen fanden. So kann ein Rezept durch die Selbstwahrnehmung des Individuums zur biographischen und geschichtlichen Quelle werden. Im Falle des Romans ist dies so geschickt umgesetzt, dass anhand des Geschmacks und der Art des Kochens die jeweilige Schwester identifiziert werden kann, die das Gericht zubereitet hat.

Amerika

Die Erzählung führt uns zu Rose, einer jungen Frau und Mutter aus Kentucky, deren derzeitige Lebenslage und Gemütszustand eng mit ihrem armenisch-amerikanischen Ex-Mann und dessen Familie verbunden sind. Auch in Arizona, wo Rose mit ihrer Tochter Armanoush lebt, erzählt das Essen eine alternative Geschichte. Der Leser erfährt hier nichts von nuanciertem Kochen oder fein gewürzten Speisen. Stattdessen scheint Fastfood die Ernährung und den Alltag zu dominieren. Der Leser begleitet Rose auf ihrem Weg durch den Supermarkt, der einem Spießbrutenlauf gleicht. Der Supermarkt im Roman ist ein Ort, den man mit der Absicht betritt, nur das Nötige zu erwerben, und den man dennoch mit einem vollen Einkaufswagen und schlechtem Gewissen verlässt. Mit anderen Worten: ein Ort

voller Gefahren für Menschen ohne Standhaftigkeit (35), insbesondere für eine Person, die leicht Risse bekommt, wie ein zartes Teeglas.

Rose, so erfahren wir, neigt zu überstürzten Entscheidungen, die sie später bereut. Doch an besagtem Tag, an dem sie nur rasch neue Windeln für ihre Tochter kaufen möchte und an dem ganz unerwartet ein neuer Mann in ihr Leben treten wird, ist sie fest entschlossen, diesem Affekt nicht nachzugeben. In den endlosen Gängen und zwischen abertausenden Waren werden auch ihre Erinnerungen geweckt und ein innerer Monolog beginnt. So macht ihr das einsame Umherwandern das Scheitern ihrer Ehe bewusst, die ungesunden Süßigkeiten, die sie schachtelweise in den Einkaufswagen häuft, schüren schmerzliche Erinnerungen an ihr Versagen als Hausfrau und Mutter. Dazu kommen das schlechte Gewissen und der Druck, ihr neues, verbessertes Selbst auch äußerlich zu repräsentieren. Den erbarmungslosen Reflexionen der verspiegelten Wände in der Gemüseabteilung kann sie nicht entkommen. Sie gleichen beinahe den kritischen Augen ihrer Schwiegermutter, der Matriarchin der armenisch-amerikanischen Familie. Ein Schuldgefühl jagt das andere und nur die Aussicht, es der Familie ihres Ex-Mannes heimzuzahlen, hält Rose aufrecht. Alle diese negativen Gefühle finden ihren emotionalen Höhepunkt, als Rose in den Gang der internationalen Lebensmittel einbiegt. Hier ist sie umzingelt von all den Speisen, die sie nie zur Zufriedenheit der Familie zubereiten konnte. Die Auberginen und gefüllten Weinblätter werden zum Inbegriff ihrer Abscheu, ihres verletzten Stolzes und ihres Andersseins. Zu oft war sie an der Zubereitung gescheitert, hatte sie den Spott der Schwiegermutter geerntet und mehr und mehr ihren Platz als Frau, Schwiegertochter und Mutter verloren. Doch auch in dieser Situation gelingt es Rose, nicht zu zerbersten. Der Gedanke, von nun an ausschließlich das vertraute Essen der Südstaatenküche zuzubereiten, verschafft ihr ein Gefühl der Zuflucht, ja gar der Rache. Äußerlich scheint es, als gäbe der ständige Nahrungskonsum ihr Stabilität, ein Gefühl des ‚Ganz-Seins‘. Innerlich aber schafft Rose sich identifikatorische Bilder, die die Sprünge in ihrem Selbstwertgefühl beheben sollen: Die Aussicht, jederzeit wieder der gesellschaftlichen körperlichen Norm entsprechen zu können, eine bessere Mutter zu sein und nie wieder das verhasste armenische Essen kochen zu müssen.

Teegläser als Zeitzeugen

„Do you like it?“ Auntie Zeliha rotated the tea glass in her hand and her face brightened with recognition. „This is so bizarre. You know what I’ve realized just now? I bought this set twenty years ago. So strange!“

„What is so strange?“ Aram asked, feeling at that moment a drop of rain.

„Nothing,“ Auntie Zeliha said, her voice lowering. „It’s just that I never believed they could survive this long. I always feared they would break so easily, but I guess they live to tell the tale, after all. Even tea glasses do!“ (357)

Das Ende der Erzählung greift das Motiv der Teegläser ein letztes Mal auf. Zeliha wird im Prozess des Zurückschauens bewusst, dass die vor zwanzig Jahren erworbenen Gläser der Zeit standgehalten haben, wiewohl sie ob ihrer augenscheinlichen Fragilität stets unterschätzt werden. Ihre Beständigkeit macht sie zu Zeugen der Ereignisse. Sie erzählen von der Bedeutung für Zeliha als Individuum und von der kollektiven Praxis, dem gemeinsamen Teetrinken der Familie. Der symbolisch-emotionale Wert des Objekts übersteigt den materiellen Wert und wird in der zitierten Szene relevant durch die Kontextualisierung der Figur Zeliha. Die Gläser markieren gewissermaßen soziale Schnittpunkte und Interaktionen. Im Hinblick auf den metaphorischen Charakter der Teegläser und ihre eingangs beschriebenen Eigenschaften repräsentieren sie aber auch die Entwicklung einiger weiblicher Figuren im Roman, im Besonderen Zeliha selbst und Rose in Amerika. Beide Charaktere reflektieren immer wieder ihren Stellenwert als Frauen in der Gemeinschaft respektive in der Familie. So versucht Zeliha, sich zu einem starken, nicht-sentimentalen Wesen zu entwickeln, gerät aber immer wieder in Situationen, in denen dies in Frage gestellt wird. Rose hingegen droht unter erdrückenden Familienbanden und überhöhten Ansprüchen zu zerbersten und versichert sich stets ihrer Möglichkeiten, jenen zu entfliehen.

Das Teeglas und dessen Rolle gehören zu jenen Dingen, die als selbstverständlich existierend angenommen werden und denen dennoch, wie der Roman zeigt, eine ganz eigenständige Bedeutung zukommt. Die Gattung des Teeglases trägt in sich bereits eine Bandbreite an Typen (angeschlagen, heil, bauchig, schlank, groß, klein) und auch das individuelle Glas im Roman ist

vor diesem Hintergrund zu verstehen. Von größerer Bedeutung scheinen jedoch die intertextuellen Beziehungen: „Zeliha felt her nerve slacken and her skin thin out, which was too bad because whenever her nerves slackened and her skin thinned out, she became as fragile as a tea glass [...]” (15).

Im Vergleich zur Barttasse, die in ihrer Symbolik Maskulinität und Robustheit repräsentiert, kann das Teeglas für Zartheit und Flüchtigkeit stehen. Die Barttasse steht auf starkem, porzellanem Grund, das Teeglas auf der filigranen gläsernen Untertasse und trägt die Gefahr des Zerbrechens stets schon in sich. Es erfährt Bewunderung für die Anmut seiner Form und die kunstvollen Verzierungen. Es tritt aber sogleich fast schüchtern in den Hintergrund, lässt der Sichtbarkeit des Inhalts Vortritt. Wer zur Barttasse greift, will das kunstvoll-gezwirbelte und gewachste Gesichtshaar vor Dampf und Flüssigkeit schützen. Im selben Moment aber und mit Hinblick auf die Lokalität, in der ein solches Gefäß Verwendung findet (beispielsweise im Herrenzimmer), betont der Benutzer seine Zugehörigkeit zur Gruppe anderer Bartträger. Das Teeglas hingegen ist vielerorts zu Hause und ein fester Bestandteil auf den Tischen der Erzählung. Diskret aber resistent überdauert es jede Mode. Wer zum Teeglas greift, drückt damit Zugehörigkeit zur Gemeinschaft aus. Das gemeinsame Trinken bezeugt Gastfreundlichkeit, besiegelt symbolisch einen Geschäftsabschluss und ist oft die erste und letzte Handlung des Tages.

Wie ein Museum, das ein Teeglas neben der Barttasse ausstellen könnte, erweist sich Orhan Pamuk zufolge (130) auch der Roman als Archiv, indem er essentielle Merkmale des Lebens einfängt. Findet sich die Barttasse in einer männlich dominierten Tischgesellschaft wieder, so wird sie vermutlich ob ihres Designs sogleich erkannt und folglich benutzt. Stünde sie hingegen auf dem Frühstückstisch eines reinen Frauenhaushalts, fiel sie dort aus dem Rahmen, ihre Funktion bliebe vermutlich unerkannt und die Tasse folglich unbenutzt. Durch Beschreibung beziehungsweise Ausstellung tritt gleichermaßen die soziale wie kulturelle Realität der Objekte zu Tage. Dem Leser kommt dabei ebenso wie dem Betrachter im Museum eine individuell interpretative Rolle zu. In beiden Fällen löst das Objekt eine Assoziation oder eine Assoziationskette aus. Im Roman finden sich so nicht nur die Be-

ziehungen zwischen Objekt und Figur wieder, sondern auch die zwischen Objekt und Leser. Wir werden mit unseren Emotionen, die aus der Assoziation entstehen, konfrontiert. Autor und Kurator fügen dem Roman bzw. der Ausstellung durch Auswahl, Ordnung und Ähnlichem ihr persönliches Verständnis der Objekte hinzu. Durch die zweite Ebene der Interpretation des Lesers entsteht ein doppelt Subjektives: Die Objekte erfahren eine zweifache Mediation, zuerst durch den Erschaffer, dann durch den Rezipienten.

Schließlich wird das Teeglas von Männern und Frauen gleichermaßen benutzt und geschätzt. Es verkörpert somit ein Spektrum statt eines Zentrums. Es wird zum Testimonialobjekt, das Konsumbedürfnis, aber auch Ästhetik verkörpert. Das materielle Relikt erzählt von der Vergangenheit und von dem Weg der Charaktere in die Gegenwart. Es erzählt vom Heimischen, aber auch von der Großstadt, vom Bazar, auf dem darum gefeilscht wurde. Es berichtet auch von der nationalen Geschichte und vom türkischen Stolz der Teekultur. Die Gemeinschaft, die sich zum Tee zusammensetzt, ist eine andere, als betrachtete man sie nur durch die familieninternen Hierarchien und Rollenzuschreibungen, die sich durch Erwartungshaltungen untereinander und unvorhersehbare Ereignisse im Laufe der Erzählung verfestigen. Nach zwanzig Jahren scheint es, als könne Zeliha im Gedenken an die Gläser und deren Überdauern sich von der Enge der ihr auferlegten Rolle befreien und endlich ihrer Stärke bewusst sein.

Literatur:

Elif Shafak, *The Bastard of Istanbul*, London 2007.

Orhan Pamuk, *The Naïve and the Sentimental Novelist*, Cambridge 2010.

Mila Brill (Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn)

Konventionen in der Halböffentlichkeit.

Von verbotenen Früchten und einer angeeigneten Shisha-Zange

In der islamischen Schöpfungsgeschichte essen Mann und Frau gemeinsam vom verbotenen Baum und lernen dadurch die Scham kennen und das Bedürfnis, sich zu bedecken. Wie das im Einzelnen geschieht, wird nicht geschildert. Die Verführung ist eine innere, verantwortlich sind beide, als Teile eines gleichwertigen Paares, denn alles Leben ist in Paaren geschaffen.

In der christlichen Schöpfungsgeschichte erliegt nur Eva der Versuchung, die von außen, durch die Schlange, zu ihr kommt. Die Erkenntnis tritt damit durch die Frau in die Welt. Ist es also die Schuld der Frau, dass die Menschheit nicht im Paradies lebt? Oder eher ein Verdienst? Kann man im Paradies glücklich sein oder bedingen sich Freude und Leid? Und was für ein Baum war es, von dem die Erkenntnis ihren Ausgangspunkt nahm: War die verbotene Frucht ein Apfel oder eine Feige?

Diese Fragen und Deutungen, auch kritische Töne und Gegeninterpretationen bis hin zur offenen Ablehnung, sind Diskussionsthemen – an einem Frühstückstisch. Brötchen und Obst werden herumgereicht, dazu gibt es Ful (Saubohnenmus) und Gebäck, das vom Zuckerfest übrig ist: Kaek (Dattelcremekekse) und Maamoul (Griesgebäck). Frauen mit offenen Haaren, Haarreif, Hidschab oder Tschador sitzen um einen Tisch, zwei von ihnen haben Suren und Bibelverse mitgebracht, die übrigen haben eingekauft, gekocht, gebacken.

Einmal im Monat treffen sich Frauen zwischen 30 und 80 im evangelischen Gemeindehaus eines Stadtteils von Bad Godesberg, darunter sind vor allem Musliminnen und Christinnen, einige praktizieren ihren Glauben aktiv. Bei den Treffen wird gemeinsam gegessen und manchmal auch vorher zusammen gekocht. Alternativ gibt es Thementreffen, bei denen einzelne Teilnehmerinnen Referate halten; so auch bei dem Treffen „Bedeutende

Frauen in Bibel und Koran“, in dem, wie oben beschrieben, die Schöpfungsgeschichte und die Rolle der Frau reflektiert werden.

Die Runde trifft sich in wechselnder Zusammensetzung seit über zehn Jahren. Entstanden ist die Idee durch die Zusammenlegung von zwei Grundschulen im Stadtteil. Mütter machten die Erfahrung, dass man auf dem Schulhof nur diejenigen grüßte, die man schon kannte, aus der Gemeinde, aus der Nachbarschaft, auf Grundlage der gemeinsamen Muttersprache. Einzelne Frauen wollten das ändern und ins Gespräch kommen, doch nach den ersten Treffen war klar, dass man nicht über kontroverse Themen diskutieren konnte, ohne ein grundlegendes Vertrauen aufgebaut zu haben. Im Fokus standen daher zunächst die Gemeinsamkeiten: die Kinder, die Schule und vor allem das Essen.

Wir haben dann eine Örtlichkeit gesucht, wo wir kochen können, und durften in die Gemeindegüche. Dann haben wir uns wirklich einmal im Monat dort getroffen und haben immer wieder gefragt, wer ist bereit? Und so haben wir ganz viele verschiedene Gerichte gekocht, mal haben sich die syrischen Frauen zusammengetan, mal die türkischen, dann was deutsches, ganz viele verschiedene Länder.

So erzählt eine der Gründerinnen. Mittlerweile sind die Kinder der Mütter erwachsen, und das Müttercafé der Grundschule ist zu einem offenen Frauencafé geworden. Grundsätzlich ist jede willkommen – solange keine Männer mitgebracht werden und die Bereitschaft da ist, sich mit den anderen Teilnehmerinnen auszutauschen.

Beim Essen geht es um Eva, die Übersetzungsmöglichkeiten der drei arabischen Numeri (Singular, Dual und Plural) ins Deutsche, um den Sommer in Jordanien, die steigenden Mietpreise in Städten weltweit, darum, ob man Pfirsichkerne einfach einpflanzen kann, und welche Gewürze außer Sesam, Anis und Fenchel noch in das Zuckerfest-Gebäck gehören. Viele der Frauen haben ihr eigenes Rezept und spezielle Holzformen, um das Gebäck in die dekorative, rund-perforierte Form zu bringen. Wer keine Form zur Hand hat, greift einfach auf ein ganz anderes Gerät zurück: die Shisha-Zange.

Damit lässt sich nicht nur Kohle auf dem Tonkopf einer Shisha platzieren, sondern auch der Maamoul-Teig gut formen und dekorieren.



Shisha-Zange.

Foto: Hisham Assaad, Creative Commons.



Maamoul.

Foto: Mila Brill.

Das Frauencafé im städtischen Kontext

Das Frauencafé ist ein Beispiel dafür, wie in lokalen Kontexten Konventionen des gemeinsamen Essens ausgehandelt werden können, auch in Bezug auf die Frage nach genderspezifischem Essen. Die Frauen essen hier zwar nichts anderes, als sie auch essen würden, wenn Männer anwesend wären – aber für die Art der Kommunikation ist entscheidend, dass eben keine dort sind. Durch die Begrenzung des Zugangs zum Treffen auf Frauen werden Männer ausgeschlossen, zugleich aber die Gemeinsamkeit des Frau-Seins kommuniziert. Diese „Gemeinsamkeit“ wird aufgrund der sehr verschiedenen persönlichen Kontexte und Hintergründe von jeder einzelnen Teilnehmerin unterschiedlich gefüllt, dient aber dem Vertrauen auf das Vorhandensein einer gemeinsamen Basis, auf deren Grundlage man sich auch über Unterschiede unterhalten kann.

Das gemeinsame Essen ist entscheidend für das besondere Format des Frauencafés. Das Ziel, über genderspezifische Aktivitäten eine neue Gemeinsamkeit herzustellen, wird damit praktisch umgesetzt: Rezepte, Zutaten, Zeit und schließlich auch die Gerichte selbst werden geteilt und bilden die materielle Umsetzung des gemeinschaftlichen Anspruchs. Die Teilneh-

merinnen schaffen im Frauencafé bewusst das, was die Lerntheorie eine „community of practice“ (Wenger 1998) nennt: eine Gruppe, deren Teilnehmende gemeinsame Praktiken ausüben und darüber Werkzeuge, Wissen und Themen diskutieren und (weiter)entwickeln. In einer Küche außerhalb des eigenen Zuhauses mit anderen zu kochen führt schnell zum Chaos – und zwingt zum Umgang damit. Beim Vorbereiten des Frühstücks im Frauencafé gelingt das mit viel Humor: Über Missverständnisse, zu viel oder zu wenig Salz, zu lautes oder zu leises Reden wird herzlich gelacht. Damit ist klar, dass manche Praktiken und Geschmäcker je nach Perspektive unüblich sind, dies aber auch bleiben dürfen, lustig, wie sie im Vergleich zu den eigenen Gewohnheiten erscheinen. Grundlegend ist die gegenseitige Anerkennung der Expertise der einzelnen Frauen in Bezug auf „ihre“ Küche – wobei die genderspezifische Zuordnung (die Frau am Herd) sicherlich nicht immer unproblematisch ist, hier aber aktiv zur Verständigung über Unterschiede hinweg genutzt wird.

Das Bedürfnis nach gemeinschaftlichen Praktiken, das sich im Frauencafé zeigt, wird begreiflich, wenn man den lokalen Kontext des Treffens genauer betrachtet: Das städtische Umfeld ist bestimmt von einer parallelgesellschaftlichen Rhetorik, mit deren Vokabular es vor allem in Konfliktfällen schwierig ist, verschiedene kommunalpolitische Meinungen, Bedürfnisse und materielle Gegebenheiten miteinander ins Gespräch zu bringen. Schnell werden arabischsprachige und nicht-arabischsprachige Personen verschiedenen Gruppen zugeordnet, deren tatsächliche Vielstimmigkeit in Bezug auf die Stadtentwicklung damit unter den Tisch fällt. Das Frauencafé ist ein Beispiel für einen Ort, an dem diese Themen unter dem Tisch hervorgezogen werden und zwischen Kaffeetassen und Gebäck ihren Platz finden. Gerade hier wird es möglich, kontrovers über den Alltag in der Stadt, die eigene Herkunft, Politik, Religion und „das leidige Thema, warum Kopftuch“, wie es eine Interviewpartnerin beschreibt, zu diskutieren, ohne in einen Dualismus konfligierender Seiten zurückzufallen, wie er häufig in der städtischen Öffentlichkeit erscheint.

Die Mobilität der Shisha-Zange

Beispielhaft zeigt sich das am Austausch über die Shisha-Zange: Im Frauencafé wird damit eine ganz andere Erzählung verbunden als in der öffentlichen Diskussion. Ein und dasselbe Objekt kann in unterschiedlichen sozialen Kontexten verschiedene Rollen einnehmen – vor allem in Bezug auf globale Mobilität und deren lokale Auswirkungen, die der Ethnologe Arjun Appadurai (1986) als ein Wechselspiel von Diversifizierung und Authentifizierung in der „Biografie“ eines Objektes beschreibt.

Shishas werden im Stadtteil schnell mit Shishabars, ethnisierten Vorstellungen von hegemonialer Männlichkeit und dem Ausschluss von Frauen und nicht-arabischsprachigen Personen assoziiert. Unabhängig von der tatsächlichen Nutzung der Bars entzündeten sich daran immer wieder Gespräche über die Angst vor Segregation und Ausschluss aufgrund von ethnischen oder geschlechtlichen Unterschieden, auch in der lokalen Presse und Kommunalpolitik. Kombiniert werden diese Sorgen mit wirtschaftlichem Konkurrenzdruck in der städtischen Entwicklung: Die Bars mit deutscher und arabischer Beschriftung halten sich – im Gegensatz zu gutbürgerlichen Kneipen mit Deutschlandfahne am Fenster – relativ problemlos auch in Innenstadtlagen.

Im Frauencafé wird die Shisha-Zange zu einem weiblich genutzten Werkzeug: Damit kann an einem Ort, an dem die konventionelle Herstellungspraktik mit einer Holzform schwierig ist, für einen besonderen Anlass regionalspezifisches Gebäck gemacht werden. Es geht nun nicht um die Frage, wer wann wo sein sollte, und wer das entscheiden darf, sondern darum, wie man flexibel mit regional-, religions- und genderspezifischen Konventionen in mobilen Kontexten umgeht. Maamoul und Kaek, ebenso wie das Wissen zu ihrer Herstellung, werden im Café geteilt. Man kann das Gebäck gemeinsam genießen, sich über Zutaten wundern und über die Zange als Holzform-Ersatz lachen, statt Zuckerfest gegen Weihnachten zu stellen und Kneipen gegen Shishabars.

Ob diese Erzählung auch mit Männern am Tisch möglich gewesen wäre, ist eine offene Frage. Vermutlich hätte dann eine andere Eigenschaft den Gemeinschaftsanspruch herstellen müssen. Denn nicht ohne Grund unterscheiden sich die Erzählungen rund um die Shisha-Zange in der städtischen Öffentlichkeit und im Frauencafé: Hier handelt es sich durch den genderspezifischen Zugang um eine Art Halböffentlichkeit.

Wie kommt es, dass der Fokus des Gesprächs über die Shisha-Zange an einem halböffentlichen Ort wie dem Frauencafé derart anders wirkt als in der öffentlichen Diskussion? Appadurai entwirft in seinem Essay *Fear of Small Numbers* (2006) eine Vermutung zur spezifischen Problematik von lokaler Öffentlichkeit im Kontext von potenziell weltweiter Migration von Ethnien, Technologien, Finanzen, Medien und Ideologien (formuliert im Konzept der *cultural flows*, Appadurai 1996). In der lokalen Öffentlichkeit können, so die These, Unsicherheiten zutage treten, die im Konflikt zwischen nationalstaatlicher Weltordnung samt ihren kulturell-ethnischen Zuordnungen und den globalisierten wirtschaftlichen Strukturen entstehen. Die „ordinary faces of everyday life (with names, practices, and faiths different from one's own)“ (Appadurai 2006, 91) werden dann nicht mehr als gleichberechtigte Teile einer gemeinsamen Öffentlichkeit, sondern als Angehörige von Mehrheiten oder Minderheiten wahrgenommen. Die zunächst aufgeblähte Diskussion um Minderheiten auch im direkten Kontext des Frauencafés wird damit verständlich: „Small numbers introduce the intrusion of the private into the public sphere, and with it the associated dangers of nepotism, collusion, subversion, and deception“ (ebd., 62). Minderheiten erinnern in einer unübersichtlichen, globalisierten Welt immer wieder an die Unmöglichkeit einer kulturell vollständig integrierten, national definierten Gemeinschaft. Als materielle Ausdrücke, oder „somatic forms“ dieser Unsicherheiten zwischen globalen und lokalen Bezügen und Konflikten nennt Appadurai „language, clothing, gender, food, or race“. (ebd., 104). Aus dieser Perspektive wird verständlich, warum die Diskussion um die Stadtentwicklung im lokalen Kontext des Frauencafés immer wieder auf Praktiken der Bedeckung, die Rolle der Frau und auch auf gutbürgerliche Kneipen und arabisch beschriftete Bars zurückkommt.

Unterschiedliche alltägliche Lebensbereiche im öffentlichen Raum verbinden sich also mit übergeordneten Unsicherheiten – und ergeben damit den sozialen Kontext, in dem die Shisha-Zange zum Symbol für Ausschluss und Segregation wird. An dem halböffentlichen Ort des Frauencafés hängen werden Unsicherheiten, die individuell natürlich ebenso bestehen, praktisch bearbeitet. Einerseits dient der genderspezifische Zugang, andererseits die gemeinsame Praxis des Kochens, Backens und Essens als Strategie, einen Ort zwischen privater Küche und unsicherer Öffentlichkeit herzustellen. So können Mobilität und Migration, aber auch Heimat und Zuhause miteinander in Verbindung gebracht werden; die Shisha-Zange ist in diesem Kontext ein weiblich angeeignetes Werkzeug für die Vorbereitungen zum Zuckerfest. Spätestens beim Biss in den leicht süßen Grieskeks mit Nüssen und Datteln, nachdem die Sitznachbarin den Maamoul-Teller weitergegeben hat, scheint kein Gefühl ferner als das der Angst. Bei Kaffee und Zuckerfest-Gebäck ist es wohl gerade deshalb möglich, dass das Gespräch (neben vielen anderen Themen) zwischen der Rolle der Frau in verschiedenen Religionen und dem Herstellen der Maamoul-Dekoration hin und her springt. Letztendlich werden damit im halböffentlichen Gespräch Bereiche verschränkt, die auf den zweiten Blick gar nicht so weit voneinander entfernt liegen: die regionalen, religiösen und genderspezifischen Unterschiede und Gemeinsamkeiten im Praktizieren von Konventionen.

Literatur:

Arjun Appadurai, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis 1996.

Arjun Appadurai, *Introduction: Commodities and the politics of value*, in *The social life of things. Commodities in a cultural perspective*, hrsg. von Arjun Appadurai, Cambridge 1986, pp. 3-63.

Arjun Appadurai, *Fear of Small Numbers. An Essay on the Geography of Anger*, Durham 2006.

Etienne Wenger, *Communities of Practice. Learning, Meaning, and Identity*, New York 1998.

Stefan Meier (Universität Koblenz-Landau)

A wie Adam, Z wie Zacherl – und E wie Eva?

Fernsehköche als Repräsentanten eines kulinarischen Lifestyles

Hans Dampf auf allen Kanälen: Eine Einleitung

Zu jeder Tageszeit, auf fast allen relevanten Fernseh-Kanälen wird gebraten, gepellt, gebacken, geschält, gefettet, mariniert, geglättet, blanchiert, gewürzt, gerührt, versengt und vermengt, abgezogen und abgewogen, paniert und tranchiert, püriert und flambiert, schließlich serviert und probiert. In Formaten wie die *Küchenschlacht*, *Topfgeldjäger*, *Kampf der Köche*, *The Taste* werden die Zuschauer Zeugen dramatischer Wettkampfszenen, aber auch die gemächliche und bodenständige Essenszubereitung bei *Lichters Schnitzeljagd*, *Essen und Trinken für jeden Tag*, *Einfach und Köstlich: mit Björn Freitag* sowie die großen Fernsehkochzusammenkünfte bei Klassikern wie *Kerners Köche* oder *Lanz kocht!* paaren seit Längerem die Essenszubereitung mit Entertainment.

Kochen als männlich dominierte pop- und medienkulturelle Praxis

Zweifelsohne diente die Nahrungszubereitung und -aufnahme seit jeher nicht nur der lebenswichtigen Energiezufuhr des Menschen, sondern war schon immer ein Mittel kultur- und milieuspezifischer Vergemeinschaftung und Abgrenzung. Mit den Inszenierungspraktiken aktueller Massenmedien und Eventkultur(en) scheint das Kochen zu einer wettbewerbstauglichen sowie populärkulturellen Kunstfertigkeit geworden zu sein. Sie macht in der privaten Wohnung, im realen Restaurant und vor allem in Fernsehkochstudios Menschen zu Gewinnern, Verlierern und zu Stars. Dadurch hat die öffentliche Attraktivität des Kochenden als Medienfigur zunehmend an Bedeutung gewonnen. Nicht die Speise und seine/ ihre Expertise sind allein das Objekt der Begierde, sondern genauso die/ der Schöpfende und seine Wirkung auf die Zuschauenden. Kochen ist im Fernsehkontext ein Phäno-

men populärer Kultur, das im Zusammenspiel mit (massen-)medialer und theatralischer Inszenierung und Eventkultur seinen Ausdruck findet. Warum aber sind Kochshows seit Beginn des Massenfernsehens und vor allem in heutiger Zeit so beliebt? Was macht die Attraktivität der Fernsehköche aus? Und warum vermitteln vor allem männliche Vertreter den kulinarischen Lifestyle? Sind es doch weiterhin eher die weiblichen Familienmitglieder, die für das tägliche warme Essen auf dem heimischen Tisch sorgen.

Offenbar ist es vor allem die Darstellungsweise der männlichen Kollegen, die der weiblichen Expertise wenig Raum lässt. Flotte Sprüche und Kumpeleien prägen die Gesprächskultur am Studioherd. Der zelebrierte Wettbewerbscharakter samt emotionalisierender Inszenierung durch dramatische Musikuntermalung, polarisierendem Moderationsstil und Zeitlupen-Einspielern erinnern eher an eine Fußball-Liveübertragung als an eine Anregung für den abwechslungsreichen heimischen Küchenplan. Auch wenn weibliches wie männliches Publikum durch das Format angesprochen wird, bedienen die auf Wettbewerb ausgerichteten Kochsendungen doch eher männliche Selbstdarstellungs- und Vergemeinschaftungspraktiken. Verbrüderung vor der Kamera ist in einer tendenziell patriarchal statt paritätisch ausgerichteten Kulturindustrie weiterhin anschlussfähiger als Verschweste- rung. Hinzu tritt die Tatsache, dass es eigentlich keine weiblichen Moderatorinnen von Kochsendungen gibt. Somit liegt die Leitung, Organisation und Mediation vom kulinarischen Schlagabtausch fest in männlichen Händen. Deutsche Fernsehkochkultur scheint einem männlich geprägten konservativen Expertentum verpflichtet zu sein. Massenmediale Wissensdarstellung und zur Orientierung angebotenes Vorbildverhalten ist weiterhin Männersache. Allerdings ist Popkultur in permanentem Fluss. Wertekonzepte werden aus Gründen der Spektakularisierung und Aufmerksamkeitsstiftung auch immer in Frage gestellt. Alternativmodelle kontrastieren den Mainstream. In der Regel gewinnt jedoch im Laufe der Zeit nicht die Provokation, sondern deren Assimilierung und Glättung, um breite Anschlussfähigkeit und finanziellen Erfolg zu organisieren. Aus diesem Grund wird man auf eine weibliche Vormachtstellung in den öffentlichen Fernsehkochstudios noch länger warten müssen.

Unter populärer Kultur lassen sich kulturindustriell produzierte Themen und Gegenstände zur Information und Unterhaltung verstehen sowie deren ritualisierte Verbreitungsweise und Aneignung durch Rezipienten. Diese Rituale sind fest in den professionellen Alltag der Produzierenden und in den privaten Alltag der Zuschauenden eingebaut. Populärkulturelle Formate wie Kochshows stellen dabei zumeist eine Bricolage dar, die bereits Bekanntes immer wieder neu zusammensetzt und mit weiteren formatfremden Inhalten und Praktiken kombiniert. So kann der Zuschauer Altbekanntes wieder erkennen und gleichzeitig durch neue Zitate überrascht werden. Neues ist somit immer wohl dosiert. Narrative Figuren und Protagonisten kehren wieder und stiften so Gemeinschaft und Vertrauen bei den Zuschauern, die damit auch zu Fans werden können. Dabei steht bei den Kochsendungen nicht unbedingt das Nachkochen im Vordergrund. Auch wenn crossmedial auf den Websites oder Apps zur Sendung immer die Rezepte der zubereiteten Speisen abrufbar sind. Ein solches Angebot dient neben der Anregung eigener Kochideen jedoch eher der Zuschauerbindung und der Platzierung von Werbung. Hier wird der Zuschauende penetriert statt informiert. Dies vollzieht sich mit einem aufwendigen Repertoire an Foodfotografie, Animationen, Grafiken, Logos, Trailern und Spots. Sie nehmen Bezug auf alle Formen kulinarischer Kultur. Dabei verweisen die Angebote ständig auf Genuss, Sinnlichkeit, Freizeit, Stil, Schönheit, Lifestyle, Lust und Freude. Sie präsentieren ein Arsenal an Gegenständen der Sehnsucht und der sinnlichen Flucht aus dem Alltag, sie präsentieren zahlreiche Möglichkeiten von Identitätsangeboten, sie führen mögliche Formen der Gemeinschaft am Tisch für Familie, Freunde und Feste vor. Sie bieten einfache Modelle der Welterklärung sowie Lösungen für Probleme im gemeinschaftlichen Leben. Wie wird man gemocht? Wie kann ich gut bei anderen dastehen. Wie bekomme ich Anerkennung? Wie kann ich ebenfalls als Experte gelten. Wie kann ich bei bestimmten Menschen Zuneigung und Sympathie anregen? Über das Essen kann all das wunderbar oder weniger wunderbar funktionieren.

Inszenierung der Kochshows und ihrer Medienpopstars

Dies alles scheint auch das Interesse des Publikums von aktuellen Kochshows zu befeuern. Man ist Teil dieser kulinarischen Kultur, indem man den Meistern zwar nicht mit den eigenen Geschmackssinnen nahe ist, statt dessen kann man in ihre Töpfe sehen. Nicht der Geschmackssinn wird von ihnen bedient, jedoch der visuell-ästhetische. Nicht das Produkt zeigt sich als vollkommene Kunstwerk, sondern man schaut den Meistern in ihren öffentlichen Ateliers beim Schaffen zu. Dabei kann der Kochstar sich nicht distanzieren und unnahbar präsentieren, sondern eher als Mensch wie Du und ich. Er spricht von seinen Schwächen und Stärken, von seinem Werdegang und seinen Irrwegen. Auch seine lockeren, zum Teil prolligen Sprüche wie die eines Tim Mälzers bringen den Künstler nah an sein Volk. Ja, versetzt es in die Lage, ihm per Nachkochen gleichzukommen. Oder aber die Profi-Köche werden wie in der SAT1-Show *Top chef* selbst in den Wettkampf geschickt. Wie Gladiatoren betreten sie die Kochmanege und bemächtigen sich mit professioneller und kunstvoller Handhabung der fernsehtauglichen Kochgerätschaft. Lockere Sprüche auf den Lippen, die einmal mehr beweisen, dass auch das komplizierteste Soufflee nicht die volle Aufmerksamkeit des Meisters binden kann. Vielmehr zeigen sie sich als zotenreißende Küchenhelden, zu denen die fachliche Ernsthaftigkeit einer in der männlichen Großküchenwelt aufgestiegenen Küchenchefin nicht passen würde.

Häufig zeigen sich die kulinarischen Platzhirsche mit identitätsstiftendem Regionalbezug. Schuhbeck tritt als Experte der deftigen Bayernküche auf. Horst Lichter mit seinem karnevalstauglichen Schnurrbart und kräftigem Akzent wurde zum Verfechter der rheinischen Hausmannskost. Während der Hamburger Stefan Hensler als Fischexperte in den deutschen Fernsehkochstudios gilt. Ganz im Stile der Zeit verharret er jedoch nicht bei Forelle Blau, sondern sein Alter und sein hippestes Auftreten umfasst auch die urban-globale Herstellung des Sushi. Ein weiterer Fernsehkoch ist ebenfalls mit ausländischer Küche berühmt geworden. Es ist der britische Kochpopstar Jamie Oliver. Neben zahlreichen „kulinarischen Kavaliersreisen“ durch die südeuropäische Halbinsel lernte er das Kochen beim italienischen Küchenchef Gennaro Contaldo in London.

Jamie Oliver selbst begründete mit seiner Kochsendung *Naked Chef* einen neuen kulinarischen Lifestyle. Nicht mehr die Steife einer hohen Kochmütze noch das distanziert-professionelle Verhalten des Küchenchefs prägten die Atmosphäre des Kochstudios, sondern ein Junge wie Du und ich, urban, hipp und wortgewandt. Sympathisch, locker und in Streetware-Kleidung erzählte er aus dem kochhandwerklichen Nähkästchen. Der Zuschauende befand sich bei ihm nicht in der ernstesten Kochschule, sondern erfuhr im Stile eines Partygesprächs Tipps und Tricks für eine einfache, schnelle und gute Küche. Damit eroberte die Kochshow auch die studentischen WG-Küchen und Singlehaushalte. Die Kochshow ist eben nicht mehr auf die wissensbegierige Hausfrau und deren Lebensziel beschränkt, Familie, Verwandte und Freunde mit gutem Essen zu umsorgen oder den Gast von der harmonischen Ehe und dem Familienleben zu überzeugen. Kochen ist zu einer urbanen emanzipierten Angelegenheit geworden, in der der berufstätige Mann genauso wie die berufstätige Frau die Küche als Ort des Rückzugs und der sinnlichen Betätigung entdeckte.

In Deutschland avancierte derweil ein junger norddeutsch-schnodderiger Koch zu einem Medienstar und Garant für die unterhaltsame Eventküche: Tim Mälzer, der seit 2003 als Küchen-Entertainer überall dort auftritt, wo es ums Kochen geht. Seine erste Sendung *Schmeckt nicht, gibt's nicht* startete bei Vox und sollte laut Wikipedia ursprünglich nur zwei Wochen die Sendung *Kochduell* ersetzen. Sie war jedoch so erfolgreich, dass sie bereits 2006 mit der Goldenen Kamera ausgezeichnet wurde. Im Stile des *Naked Chef* eines Jamie Oliver ließ Mälzer das Publikum mit coolen und prolligen Sprüchen an seiner Kochkunst teilhaben. Und dann startete ebenfalls auf Vox kurz vor Weihnachten im Jahr 2014 eine Kochshow mit Tim Mälzer und Alexander Herrmann, die es vorher so noch nicht gegeben hat. Die Rede ist von der Endemol-Produktion *Kitchen Impossible*.

War Endemol bisher als RTL-Big Brother Produzent bekannt, so schafften es die Holländer nun, die Spannung eines Agenten-Thrillers wie *Mission Impossible*, die Dramatik eines Weltmeisterschafts-Boxkampfes und die voyeuristisch-schadenfreudige Anteilnahme am möglichen Scheitern dieser Koch-Giganten zu einer eigenen Formatsuppe zusammenzurühren. Noch

immer hält die Auszeichnungswelle für *Kitchen Impossible* an. Was macht diese Sendung so erfolgreich? Die Antwort könnte darin liegen, dass sie tatsächlich mit den alten Konventionen der Fernsehkochshows bricht, gleichzeitig jedoch die bekannten Protagonisten beibehält. In *Kitchen Impossible* reicht sich ebenfalls die Creme de la Creme der Fernsehköche die Klinke in die Hand. Damit ist die Sendung durch die nötige Promi-Besetzung entsprechend aufgewertet. Hinzu kommen zahlreiche Spitzen-Köche, die das Fernsehpublikum noch nicht kennt und die als vermeintliche Davids gegen die Goliaths des Koch-Fernsehens antreten. Denn sie kreieren regionale Spezialitäten, mit Zutaten, die Mälzer und seine Kollegen aus dem Gericht direkt herausschmecken müssen. Dabei können die Köche in ganz Europa verstreut sein, so dass sich die Koch-Popstars auch auf die länderkulturellen Eigenarten der jeweiligen Küchen samt der Beschaffung der Zutaten selbst einlassen müssen. Sie müssen das Gericht in der jeweiligen Küche des ‚Vorkochers‘ nachkochen. Dabei hat das Fernsehpublikum einen Wissensvorsprung gegenüber den Meistern. Es weiß um die Rezeptur und die zum Teil skurrilen Zutaten. So paart sich das schadenfreudige Vergnügen des Sehenden gegenüber dem vermeintlich Blinden, der ja eigentlich die Erleuchtung des kulinarischen Wissens auf seiner Seite hat. Überspitzt wird diese Fallhöhe dadurch, dass vor allem Tim Mälzer nicht an selbstherrlichen Macho-Sprüchen spart. Er inszeniert sich verbal und mimisch-gestisch in den Gesprächen mit seinem Kontrahenten und in den Kommentierungen des Probeessens in grenzenloser Selbstsicherheit. Er basht seinen Gegner auf rotzige Art, so dass im Falle seiner Niederlage das Publikum ganz ohne moralische Zier sich seiner Schadenfreude voll hingeben kann. Selbstlob kommt vor dem Fall, und es ist die Genugtuung des kleinen Mannes und der kleinen Frau (?), wenn das kulinarische Großmaul der Finesse des kleinen Küchen-Davids auf dem Leim gegangen ist.

Kochen als medialer Kampf: Ein Fazit

Mit Wettbewerbssituation wie in *Kitchen Impossible* und anderen Formaten schließen Kochshows unmittelbar an den massenmedialen Erfolg von Sportereignis-Inszenierungen im Fernsehen an. Auch das Kochen wird so zu ei-

nem sportlichen Wettbewerb, der ergebnisoffen ist und von der Fähigkeit des Einzelnen und seiner Finesse gegenüber dem Gegner abhängt. Die Dynamik und Spannung der zur Anschauung gebrachten konkreten Konkurrenzsituation in einer Sportberichterstattung wird auch für das Kochshow-Format aufgegriffen. Sie zeigt Kraft, Können und Ausdauer im unmittelbaren Vergleich. Identifikationen der Zuschauer mit den Protagonisten lassen sich unkompliziert über die gemeinsame Nation, Region, persönliche Sympathie u.ä. herstellen. Man ist Zeuge der aktiven Aushandlung von Rangfolgen, wonach Erfolg/Misserfolg, ja Wertigkeit auf dem Punkt ausgehandelt wird. Durch Identifikation mag im Falle eines Sieges des Sympathieträgers ein eigenes Überlegenheitsgefühl oder Schadenfreude über die Verlierer entstehen.

Die massenmedial inszenierte Konkurrenzsituation ist klar personalisiert, und ihre Handlungen sind durch konkrete Spielregeln transparent strukturiert. Diese Komplexitätsreduktion und die für den Zuschauer konsequenzlose Konkurrenzsituation bilden das positive Setting einer medialen Competition-Inszenierung in Form von Sport- oder Quizsendungen. An dieses Setting schließen Kochwettbewerbe im Fernsehen an. Die Präsentation des Kochens unter Wettbewerbsbedingungen ist eine Kombination, die der Inszenierung von Essen eine weitere populärkulturelle Dramaturgie beifügt, um gesteigerte Attraktivität zu erlangen. Das Ringen der Pop-Kochstars mit ihresgleichen bringt eine Spannung in die Fernsehwohnstube, die es auch bei Fußball-Bundesliga oder Europa- und Weltmeisterschaften gibt. Die Kochstars werden wieder zu Menschen mit Ängsten und Nöten. Denn hier stehen sie ebenfalls vor Schwierigkeiten, die der heimische Zuschauende am eigenen Herd empfindet, wenn er selbst Gäste erwartet. Auch sie sind verletzlich und vom Scheitern gefährdet. Das ist eine wunderbare identifikationsreiche Geschichte, auch ohne Gender-Parität. Aber vielleicht wird auch dies sich noch ändern. In diesem Sinne guten Appetit!

Maja Linke (Universität Bremen)

Retrotopie mit Schnurrbarttasse und das Recht, zu gehorchen

Eigentlich hätte es von Anfang an klar sein müssen, dass es nicht funktionieren würde, diese Schnurrbarttassen aus dem 19. Jahrhundert von Heut' auf Morgen wieder populär zu machen, bis in das letzte Glied der Nation. Tatsächlich wurde es auch relativ schnell klar, darum setzte man dann doch nicht nur auf PR und Co., sondern ordnete den täglichen Gebrauch der Tassen mit dem schützenden Schnurrbartträger teil einfach an: In jeder kleinen Keimzelle Familie, zu jeder Mahlzeit, täglich zweimal, mussten alle als männlich kategorisierten Menschen ab sechzehn die Tassen benutzen und natürlich, darum ging es ja, sich einen entsprechenden Schnurrbart dazu stehen lassen. Der war Pflicht. Nicht zu groß, nicht zu klein, die Barthaare sollten weder in den Tee oder Kaffee hängen, noch die fein geschwungene Fläche nicht ordnungsgemäß ausfüllen können.

Damit der Widerstand nicht zu groß wurde, schaltete man Kampagnen auf allen Kanälen und verteilte die ersten Tassen gratis und wer sich besonders leistungstragend zeigte, bekam ein Stück aus der Ehre neditio n. Sie wurden zum Statussymbol: Die beliebtesten erinnerten an Reptilien, die zu gleichen Teilen wie gern getragene Sneakers und Frontschürzen aussahen. Nirgends Protest. Das retrotopische Verlangen nach einer Gesellschaftsordnung, in der ein Haarerlass nicht nur für unsere Jungs an der Front verpflichtend ist, und überhaupt nach Mann-Sein, richtigem, war einfach zu groß. Das verwunderte nicht sehr, schließlich hatte man sich ein utopisches Weltentwerfen schon lange abgewöhnt und es war eben einfacher, sich das Ende der Menschheit als das Ende des Kapitalismus vorzustellen. Wie auch: Offensichtlich soll das Ende von dem hier – das wir uns auf diesem Boden aufgebaut haben, was uns ausmacht, was wir sind – schnellst möglich herbeigeführt werden; Ihr wisst was ich meine. Kapitalismus als Hauptaufreger soll davon nur ablenken.

Es ging schnell. Die Dinger wurden kurz belächelt, es gab einige wirklich lustige Memes dazu, aber dann hatte man doch so eine Tasse, und nicht nur die Gratisversion, es gab einfach zu viele junge innovative Talente, die echt schöne Teile entwarfen. Die konnten sich auch alle leisten, manche ließen sich kombinieren, neu zusammensetzen oder mit den Porzellanmalstiften, die man ab einer geringen Anzahl von Treuepunkten geschenkt bekam, kreativ gestalten. Die Porzellanmalkurse wurden gut besucht, erst von den Frauen, dann aber auch von den Männern selbst, die sich in die Porzellanmalerei einfuchsten und altes Handwerk fand zu neuem Glanz. Also wirklich neuem Glanz, denn hier wurde mit neuesten Technologien gearbeitet, die die Heimwerkerstifte bald ablösten. Und nicht nur in den Städten, grade die Manufakturen in ländlichen Gebieten versprachen mit sorgfältig ausgearbeiteten Kreativereignissen Arbeitsplätze. Zuhause hatte man das gute Porzellan und die To-Go-Version für den Arbeitsweg war bruchfest und hielt den Inhalt lange warm. Oder kalt.

Tee als Getränk Nummer Eins durchzusetzen war um einiges schwieriger als die dazugehörige Tasse und entsprach auch nicht so recht dem angestrebten Männerbild. Kaffee, ja, aber auch andere Getränke und bald gab es die Flaschenversion für unterwegs, die sah anfangs zwar albern aus, praktisch war sie aber schon. Man konnte mit dem Schnurrbartträgerteil – kurz SchnuTe – den darunterliegenden Kronkorken öffnen und dann die SchnuTe einfach oben wieder aufsetzen. Morgens zu Hause also Tee oder Kaffee in der Porzellantasse, unterwegs die To-Go-Version, mancherorts nach dem Eلفuhrzug auch die Flasche mit SchnuTe und abends dann wieder die Porzellanvariante und später abends wieder das andere und so weiter. Daheim nur zweimal die Tasse, denn mehrere Mahlzeiten oder Kaffee und Kuchen irgendwann am Nachmittag ließ sich nicht ohne Verluste bewerben. Dann hätte doch jemand schon früher von der Arbeit nach Hause gehen wollen und die, die zu Hause saßen, einfach so, die sollten ja nun nicht extra belohnt werden. Es passte alles und eigentlich hätte man dadurch den Tag auch wieder schöner takten können, mit Ritualen, die der ganzen Familie gut tun.

Aber wie es eben so ist, es hakte mit der Flexibilität der Leute und den langen Fahrzeiten und mit Verpflichtung ist es doch so eine Sache. Manchmal ist die große Masse eben doch noch nicht so weit, ist noch nicht aufgewacht. Außerdem war nicht bei allen Sechzehnjährigen Bartwuchs und Vernunft genügend ausgereift und dann das große Problem: Die Frauen. Zumindest ein paar. Und die, die sich nicht einfach so mit den sinnvollen Kategorisierungen Mann und Frau zufrieden geben wollten. Und dann auch noch manche Männer selbst. Es war sicherlich Neid im Spiel, denn man hatte verpasst, ein ebenso schönes und praktisches Objekt für den täglichen Gebrauch für diese anderen zu präsentieren. Dabei hätte man gut was entwickeln können, Ideen gab's genug – Tassen mit Aussparungen für lange gepflegte Fingernägel oder halbmondförmige Einbuchtungen, die den Erhalt von Lippenstift garantieren sollten. Solche Dinge. Aber so eine doppelte Kampagne hätte auch ziemlich viel Startkapital gefordert und zweigleisig zu fahren ist immer ein Risiko. Man war sich also einig, sich zunächst auf das drängendere Projekt zu versteifen, denn schließlich waren die alten weißen Männer akut auf der Abschussliste.

Doch dann passierte es. Beziehungsweise es passierte nicht, sondern kam schleichend. Es hatte so schön angefangen, es passte alles, Mannsbild, Arbeitsplätze, Tagestaktung und wieder eine klare Aufteilung der Geschlechter, man überlegte grade, ob man den Gebrauch der Tassen nicht auch irgendwie koppeln könnte mit Integrationsbereitschaft, Staatsbürgerschaft etc. Und dann das: Wie damals, als die Frauen plötzlich anfangen, auf der Straße Zigaretten zu rauchen, die Fackel der Freiheit. Das sollten sie ja auch, Geld bekommt man schließlich nicht geschenkt, die Gruppe der Raucher musste verdoppelt werden – aber ob das so eine gute Idee war, das ausgerechnet mit Emanzipation zu verbinden? Das hätte man auch anders einfädeln können. Aber gut, die fingen damals also an zu rauchen, die Frauen, der Markt verzweifachte sich. Und entweder war sowas jetzt wieder geschehen, die Tassen und Schnuten nur an Männer – erst ab sechzehn! – zu verkaufen, war auch wirklich Verschwendung von Möglichkeiten.

Bei den ersten Anzeichen von Neid hätte man die Frauenvariante mit den Einbuchtungen und Aussparungen ganz schnell propagieren sollen, und auch was für die Kinder, aber irgendwer hatte da nicht richtig kommuniziert oder hinterrücks die Finger im Spiel oder es hängen da doch bestimmte Gruppen mit drin, Ihr wisst schon. Aber dieses verbiesterte Nichts-Gönnen, diese Gleichmacherei. Dabei hatten wir extra den Sicherheitscode – Tasse nur für Bartträger! – eingebaut. Alexa und die anderen Alltagsassistenten beziehungsweise Assistentinnen, so viel Zeit muss sein, gaben uns Überblick über die lückenhafte Einhaltung von Haarerlass § Soundso. Naja, unsere assistierenden Damen meldeten zuerst nur vereinzelt, dann aber nahezu gleichmäßig über die Deutschland GmbH verteilt die Nutzung der Schnurrbarttassen von, jetzt haltet euch fest: BartträgerINNEN! Ich mag Bärte. Ich begehre und toleriere das schöne Geschlecht. Aber beides zusammen ist ein No-Go, geht gar nicht. Lippenstift an der SchnuTe, pas voulu!

Oder eben nicht Lippenstift, bei diesen ***. Da kann ich nicht weggucken. Und das Verrückte daran: Der Schnurrbartschutz schützte den Bartkleber mehr als alles andere, mehr als die Bärte – die echten – selbst! So verquer das Ganze. Es wurden täglich mehr. Und es waren nicht nur hormonverwirrte Jugendliche, ok, es zog sich durch alle Generationen, auch die Boomer waren vorne mit dabei. Ich versteh' das nicht. Es ist doch klar, dass wir uns auf die eigentliche Gefahr konzentrieren müssen und diese ganze Tassenidee diene doch der inneren Einigung, der Wiederherstellung von Ordnung, Werten, damit wir gestärkt agieren können, als eine Stimme, die sich nicht mehr überhören lässt von oben und außen (und innen und unten).

Nun müssen wir handeln. Wir können uns anscheinend nicht auf die unsrigen verlassen, nur auf den harten Kern. Das war die letzte Chance. Die anderen haben sowieso schon immer gesagt, dass es keinen Sinn macht, die Schafe wecken zu wollen, zu tief der Schlaf. Ich bin einfach zu gutgläubig und steh' da jetzt wie der letzte Depp.

Vielleicht haben sie Recht und es ist an der Zeit. Erstmal werden wir die Tassen zurückziehen und einlagern. Die Jungs haben genug strahlensicheren Stauraum für und gegen alles, so leicht werden wir nicht gefügig. Sind die normalen Schnurrbarttassen weg, alle Sammeltassen entsammelt, keine Schnuten mehr im Umlauf, dann brauchen die Frauen auch nicht mehr mit ihrem verdammten Bartneid alles kaputt zu machen. Dann hat eben niemand mehr was Schönes und die liebe Seele hat Ruh'. Kann man denn nicht einfach mal gönnen? Leben und leben lassen?

Es dauerte zum Glück nicht lange. Ein, zwei Jahre feierten sie also erneut die große Emanzipation und stützten ihre künstlichen Bärte auf den feinst geschwungenen Designerschnurrbartschutz und schämten sich keine Sekunde. Machten sich lustig. Oder nahmen es ernst. Wer weiß schon, was schlimmer ist.

Es wurde immer absurder: Die Frauen zupften ihre künstlichen Bärte von Philtrum und Rotzrinne und parkten sie auf den Schnuten, wenn sie die Bartmode des Tages wechselten oder kurz mal ihren Original-Zustand nicht verleugneten. Dann lagen diese unnatürlichen Barttrachten auf dem Schnurrbartträger teil und grinsten einen an. Auch bei den To-Go-Tassen und -Flaschen sah man es ständig: Neben den Mülleimern standen die herum und auf ihnen thronten die seltsamsten Bärte, unappetitlich wie Rauhaardackel.

Längst konnte man die Bärte in allen Größen und Farben und Formen und Materialien in Shops für einen Euro bekommen und so konnte man gut und gerne die Bärte öfter wechseln als Unterhosen. Auch bei den Männern griff diese schnelllebige Mode um sich: Statt sich für getrimmt, gestutzt, gewirbelt längerfristig zu entscheiden und damit auch für eine Haltung,

klebten sie den wertlosen Ramsch an und wieder ab und niemand wusste mehr, wofür sie standen. Bald saß der Bart auch nicht mehr nur im Gesicht. Kurze Zeit galt es als schick, Bärte wie Epauletten über den Schultern zu tragen. Und das dann sogar mit Oben-Ohne, Mann wie Frau. Oder auf dem Brustkorb: Die Brustwarzen lugten wie kleine Igelschnauzen hervor. Da waren meine Augen lange schon müde geworden.

Die Jungs arbeiten ununterbrochen. Keine neuen Tassen mehr. Assistentinnen umprogrammieren. Inoffizielle Handelsabkommen gegen Bartkleber. Großoffensive in operativer Kommunikation. Entsammlungen. Nur der Inner-Circle behält die Schnurrbarttassen; ich habe gehofft. Aber bin ja selber schuld. Meine Mutter hatte seit ein paar Monaten schon Schwierigkeiten mit dem Trinken und war ihre Schnabeltasse so leid. Deshalb ließ ich ihr und ihrer Freundin zu besonderen Anlässen zwei meiner guten Schnurrbarttassen, Eierlikör passt wirklich kaum durch die herkömmlichen Tüllen. Es hätte mir klar sein können, dass das nicht unbemerkt bleiben würde und jetzt muss ich eben alle meine Tassen abgeben.

Es fällt mir sehr schwer, auch mein Lieblingsstück mit dem Goldornament aus der Ehredition einzureichen, aber natürlich zögere ich nur kurz: Das Recht, zu gehorchen, lasse ich mir von niemandem nehmen.



Sie machten sich
lustig. Oder
nahmen es ernst
Wer weiß schon,
was schlimmer
ist.



Das Projekt „Esskulturen. Objekte, Praktiken, Semantiken“ wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen der Förderlinie „Sprache der Objekte“ finanziert.

Wir danken dem Förderer für die finanzielle Zuwendung, die auch die Publikation des „Bulletin Esskulturen“ ermöglicht.

Impressum

Das Bulletin Esskulturen wird herausgegeben von Marion Steinicke im Namen des Verbundprojekts „Esskulturen. Objekte, Praktiken, Semantiken“ <https://www.uni-koblenz-landau.de/de/koblenz/fb2/evtheol/projekte/esskulturen>

Verbundpartner:

Universität Koblenz-Landau, Institute für Amerikanistik/Anglistik,
Evangelische Theologie, Kulturwissenschaft (Ethnologie)
Landesmuseum Koblenz, Sammlung Poignard
Rheinische Friedrich-Wilhelms Universität Bonn, Institut für Soziologie

Beiträger*innen, 2. Jahrgang 2020, Mappe II:

Mila Brill, Mira van Leewen, Maja Linke,
Stefan Meier, Maria Mothes, Uta Schaffers

Redaktion und Gestaltung:

Marion Steinicke

Kontakt: Marion Steinicke

Wissenschaftliche Koordination „Esskulturen“
Emil Schüller Str. 8 | Raum 144 | 56068 Koblenz
steinicke@uni-koblenz.de

Druck:

Görres-Druckerei und Verlag GmbH | 56567 Neuwied
Konsulentin: Gabriele Arnold-Kreck

Druck des Esspapiers:

essbare Worte | 38685 Langelsheim

Da es in den unterschiedlichen Wissenschaftskulturen zahlreiche Möglichkeiten gendersensiblen Schreibens gibt, ist auf eine Vereinheitlichung verzichtet worden. Wann immer das generische Maskulinum verwendet wird, sind damit Frauen und Männer sowie Personen gemeint, die sich nicht in binären Geschlechterdefinitionen wiederfinden und/oder sich nicht mit dem ihnen zugewiesenen Geschlecht identifizieren.

