



**Repräsentationen
des
sozialistischen
Jugoslawiens im
Umbruch**

**Der Balkan im Kochtopf:
Essen und Ethnizität,
Konsum und Kultur am
Küchentisch**

Ruža Fotiadis

Humboldt-Universität zu Berlin

Forschungsprojekt: *Repräsentationen des
sozialistischen Jugoslawien im Umbruch*

Teilprojekt: „Ćevapčići und Kruškovac.
Gastronomische Betriebe von MigrantInnen
aus dem ehemaligen Jugoslawien in der
BRD“

**Working Papers
2**

Berlin 2013

Gefördert vom

DAAD

Der Balkan im Kochtopf: Essen und Ethnizität, Konsum und Kultur am Küchentisch

Ruža Fotiadis

Balkankonzepte und Balkanrezepte

An den Begriff „Balkan“ knüpfen sich im Allgemeinen meist negative Assoziationen: Bilder von Gewalt, Krieg und Zerstörung lösen sich mit Vorstellungen von Despotie, Korruption und Vetternwirtschaft ab. Insbesondere die Jugoslawien-Kriege trugen dazu bei, diese seit dem 19. Jahrhundert geläufigen Balkanbilder wieder heraufzubeschwören und das negativ besetzte Image der Region fortzuprägen. Gleichzeitig aber beförderten die 1990er Jahre durch die Filme von Emir Kusturica und die von Goran Bregović vermarktete Musik auch eine Balkanromantik, in der sich Bilder und Melodien von Ursprünglichkeit und Vitalität, Leidenschaftlichkeit bis hin zum Exzess zu Verkaufsschlägern in Westeuropa und Übersee entwickelten. All diese Zuschreibungen reihen sich in eine Tradition westeuropäischer Balkandiskurse ein, die die Region als Übergangsraums zwischen Orient und Okzident konstruierten – weder vollkommen europäisch noch ganz und gar orientalisches, sowohl westlich als auch östlich, in gleichem Maße einheimisch und exotisch –, kurzum als das unvollkommene Eigene. Als solches wurde es zu einer Projektionsfläche ohne fest umrissene Konturen, zu einem Imaginationsraum, in dem nicht nur die sozialen, kulturellen und identitären Grenzen verschwimmen, sondern auch die geographischen Demarkationslinien. Gewiss ist nur eines: Der Balkan ist eine Region irgendwo an der südöstlichen Peripherie Europas, die jahrhundertlang durch die Herrschaft der Osmanen geprägt wurde.¹

Neben der Balkanmusik, die von der „Magie der bulgarischen Stimmen“ und Bregovićs „Wedding and Funeral Orchestra“ bis hin zu Roma-Blaskapellen und Balkan-Punk- und Ska-Bands reicht,² gibt es nur wenige Dinge, die man als Exporterfolge und positiv konnotierte Markenzeichen der Region bezeichnen könnte – und auch hier mit dem Verweis, dass es sich zuweilen um eine Reproduktion und Vermarktung essentialistischer und orientalisierender Bilder handelt, die den Balkan als homogenen Kulturraum darstellen ohne Berücksichtigung der lokalen Ambivalenzen und internen Differenzen. Als einen solchen Verkaufsschlager und Publikumserfolg kann man ohne Zweifel die Balkanküche betrachten, die insbesondere in

¹ Zum Balkandiskurs vgl. Todorova, Maria (1997): *Imagining the Balkans*. Oxford: Oxford University Press; Goldsworthy, Vesna (1998): *Inventing Ruritania: the imperialism of the imagination*. London: Yale University Press; Sundhaussen, Holm (2003): *Der Balkan. Ein Plädoyer für Differenz*. In: *Geschichte und Gesellschaft* 29, S. 642–658.

² Zur Balkanmusik siehe Marković, Aleksandra (2008): *Goran Bregović, the Balkan Music Composer*. In: *Ethnologia Balkanica* 12, S. 9–23; Dimova, Rozita (2007): *Balkan Beats Berlin: Producing Cosmopolitanism, Consuming Primitivism*. In: *Ethnologia Balkanica* 11, S. 221–235; Silverman, Carol (2011): *Gypsy Music, Hybridity and Appropriation. Balkan Dilemmas of Postmodernity*. In: *Ethnologia Balkanica* 15, S. 15–32.

Deutschland und Österreich jahrzehntelang als Synonym für würzige Grillfleischspezialitäten die Gastronomieszene zusammen mit dem italienischen *Ristorante* dominierte.³ In der Küche, Kochweise und Esskultur spiegeln sich jedoch nicht nur die Fremdbilder außerhalb der Region in Form der Balkan-Grills wider. Ebenso schlagen sich hier die Selbstbilder innerhalb der Region in Form exkludierender National- und inkludierender Regionalküchen nieder. Die Balkanküche eröffnet dabei ein weites Feld für die Erforschung der Reflexe von Diskursen, Imaginationen und Narrationen in und über den Raum als auch der Konnekte zwischen Essen und Ethnizität, Geschichte und Gastronomie, Konsum und Kochkunst, Tischkultur und Tourismus.

Balkan cuisine

Die Charakterisierung des Balkans als Übergangsraum und Transitzone zwischen Orient und Okzident findet insbesondere in der Küche ihren Niederschlag. Diese stellt gleichsam ein kulinarisches Erinnerungsalbum dar, in dem die verschiedenen Zivilisationen, Kulturen, Völker und Reiche, die die Region in der Vergangenheit prägten, ihren Eintrag hinterlassen haben. Die meisten Seiten füllen dabei die Osmanen – verschiedene Fleischzubereitungen, gefüllte Gemüse, Sarma und Baklava gehören in allen Balkanländern zu den Klassikern der Küche. Alexander Kiossev macht daneben noch *Ćevapčići*, *Šopska salata*, *Šljivovica* und *Loza* sowie die Verwendung von Gewürzen wie Minze, Bohnenkraut und Basilikum⁴ als Gemeinsamkeiten aus, auf Grundlage derer er folgende kulinarische Landkarte des Balkans zeichnet:

„Its [the Balkan cuisine] ‘natural’ borders (which coincide neither with the former empires nor with the contemporary nation states) can be drawn somewhere around Zagreb, where it abuts the mid-European front of chocolate cakes, sugary salads, and milky potages, while to the South, at Rijeka, it shades into the Dalmatian/Mediterranean cuisine of frutti di mare, pizzas, and spaghetti.“⁵

Mehr noch bildet die Balkanküche laut Kiossev einen konstitutiven Bestandteil einer gemeinsamen Balkanidentität, die ihren Ausdruck in Alltagspraktiken findet: Anhand von „cooking, celebrating and chatting“, der Essgewohnheiten, Freizeitaktivitäten und sozialen Umgangsformen also, könnten sich Balkanesen untereinander an jedem Orten der Welt wiedererkennen und ein Stück Heimat wiederfinden:⁶

„Every Bulgarian, Greek, or Serb who has spent a long time elsewhere in Europe knows that if he or she craves a dear old ‘manja’ (meal), he had best go to a Greek restaurant or a Turkish shop. The Bulgarian might order his meals in the Greek restaurant using unfamiliar names – tatsiki [tsatsiki], suviaki [suvlaki], giros – but the taste will be much like that of

³ Möhring, Maren (2012): *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland*. München: Oldenbourg.

⁴ Kiossev, Alexander (2002): *The dark intimacy: maps, identities, acts of identification*. Online verfügbar unter <http://www.eurozine.com/articles/2003-05-19-kiossev-en.html>, zuletzt geprüft am 02.08.2013, S. 3. Der Beitrag erschien erstmalig in: Bjelić, Dušan; Savić, Obrad (Hg.): *Balkan as Metaphor: Between Globalization and Fragmentation*. Cambridge: MIT Press, S. 165–190.

⁵ a.a.O., S. 6.

⁶ a.a.O., S. 3f.; S. 16.

tarator and shish-kebab, whilst the sarmi and musaka stand a good chance of being just like my mother's sarmi and musaka. The Turkish shop will sell white brine cheese, vine leaves, khalva, kashkaval, and boza, as well as the beloved gherkins – real sour ones, unlike the sterilised insipidness they sell in German, French, or Czech supermarkets.“⁷

Trotz aller Gemeinsamkeiten in der Essenszubereitung, Speisenfolge und den Tischsitten stellt die Balkanküche aber auch eine Arena dar, auf der die konkurrierenden südosteuropäischen Nationalideologien ihre identitären Deutungskämpfe austragen: Essen und Essgewohnheiten bilden einen integralen Bestandteil individueller und kollektiver Identitätskonstruktionen und wie kaum ein anderes Alltagsobjekt eignen sich Nahrungsmittel und Küchentraditionen zur Stilisierung als Symbole einer nationalen Kultur, Marker einer kollektiven Identität und Zeugnisse einer gemeinsamen Zugehörigkeit.⁸ In seiner grundlegenden Studie hat Goody als Charakteristika einer Küche die verwendeten Grundnahrungsmittel, die Menüfolge und die Tischsitten definiert und die Essgewohnheiten als soziale Institution beschrieben, die nur schwer veränderlich ist.⁹ Mintz hat darauf aufbauend die Berufung auf Nationalküchen als Widerspruch entlarvt, da Grundnahrungsmittel und Kochweisen genuin grenzüberschreitende Phänomene sind, und stattdessen von der Existenz von Regionalküchen ausgegangen werden muss.¹⁰ Nichtsdestotrotz wird die Küche des Balkans, die ebenso wie die Sprachen, Trachten und Bräuche die Grenzen untergegangener Reiche und gegenwärtiger Staaten in der Region transzendiert, von verschiedenen national konstruierten Kochtraditionen umkämpft: Sei es die Frage nach der Bezeichnung des Mocca als griechischer oder türkischer Kaffee (oder bosnischer, serbischer, kroatischer,...),¹¹ der Šopska salata als serbischer oder bulgarischer Spezialität (oder gar šopischer?), ganz zu schweigen von der „richtigen“ Zubereitung von Sarma und Čevapčići oder den Streitigkeiten zwischen Bulgaren und Mazedoniern in Bezug auf die Bemühungen, Rakija als geschützte Herkunftsbezeichnung und traditionelle bulgarische Spezialität nach EU-Recht zu registrieren. Wie die bulgarische Ethnologin Evgenija Krasteva-Blagoeva anführt, handelt es sich hierbei – mit Rückgriff auf Freud – um den Narzissmus der kleinen Differenzen, der die Existenz einer gemeinsamen, grenzüberschreitenden Balkanküche, die in sich aber eine Vielzahl regionaler Ausdifferenzierungen enthalte, umso mehr belegt.¹² Vor diesem Hintergrund ließe sich auch der Erfolg der serbischen Grill-Restaurants in Sofia erklären – die Kombination aus bekannter, als einheimisch wahrgenommener bulgarischer Küche mit dem feinen, aber entscheidenden Unterschied, dem „exotischen“ Touch der serbischen Zubereitungsweise.

⁷ a.a.O., S. 2f.

⁸ Dazu siehe z.B.: Bradatan, Cristina (2003): Cuisine and cultural identity in the Balkans. In: *The Anthropology of East Europe Review* 21 (1), S. 43–47.

⁹ Goody, Jack (1982): *Cooking, Cuisine, and Class: A Study in Comparative Sociology*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 151.

¹⁰ Mintz, Sidney W. (1996): *Tasting Food, Tasting Freedom. Excursions into Eating, Culture, and the Past*. Boston: Beacon Press, S. 114.

¹¹ Zur Geschichte des Kaffees auf dem Balkan siehe Jezernik, Božidar (2001): Where Paradise was But a Sip of Hellish Brew Away. A Story of Coffee in the Balkans. In: *Ethnologia Balkanica* 5, S. 193–206.

¹² Krasteva-Blagoeva, Evgenija (2008): Tasting the Balkans: Food and Identity. In: *Ethnologia Balkanica* 12, S. 25–36, hier S. 26f.

Die kulinarischen Diskurse in der Region folgen auch hier den konkurrierenden Balkandiskursen innerhalb der südosteuropäischen Gesellschaften: Einerseits werden die kulturellen Gemeinsamkeiten untereinander vornehmlich auf dem Gebiet der Alltagspraktiken und insbesondere in Abgrenzung zu Westeuropa durchaus erkannt, andererseits ist man vor allem in den Bereichen, die die Nationalkultur betreffen, um größtmögliche Differenzierung und Distanzierung vom Nachbarn bemüht – vor diesem Hintergrund können so beispielsweise Kohlrouladen und die Zubereitungsweise derselben schnell von einem Gegenstand kulinarischer Raffinesse zu einer Frage von nationalem Interesse avancieren. Außerhalb der Region, in „fremder“ Umgebung, verlieren diese Unterschiede dann schnell an Bedeutung und die gastronomischen Gemeinsamkeiten treten in den Vordergrund: Sind es laut Kiossev die türkischen Lebensmittelläden oder die griechischen Speiselokale, so besuchen die in München lebenden Bulgaren laut Krasteva-Blagoeva, wenn sie wieder einmal Appetit auf einheimische, bulgarische Küche verspüren – das kroatische Restaurant „Zagreb“.¹³

Balkankochbücher

Die Wahrnehmung des Balkans als Kultur- und Kulinarregion ist aber vor allem eine westeuropäische: Deutschsprachige Balkankochbücher pressen u.a. „bulgarische Käsefladen, serbischen Kaviar, ungarische Kümmelsuppe, (...) griechischen Kartoffelsalat (...) [und] türkische Lammpfanne“¹⁴ zwischen zwei Buchdeckel, während der Balkan-Grill in der Wiener Brunnengasse einem englischsprachigen Restaurantführer zufolge „all sorts of exotic Balkan-Turk-Yugo-Romanian-Serb businesses right under one roof“ vereine.¹⁵ Ebenso ist „Balkan food and cookery“ im maßgeblichen Oxford Companion to Food mit einem eigenen Eintrag vertreten.¹⁶

Gastronomische Literatur und hier vor allem Kochbücher stellen überhaupt eine wertvolle Quelle nicht nur für soziologische und ethnologische Studien, sondern auch für historische Untersuchungen dar. Seit Goody geben Kochbücher nicht nur Auskunft über Produktions- und Distributionswege von Nahrungsmitteln, sondern auch über soziale Ordnungsstrukturen und Hierarchien.¹⁷ Darauf aufbauend werden sie von Appadurai als „artifacts of a culture in the making“ definiert,¹⁸ während Bracewell in ihrer Studie zur jugoslawischen Küche insbesondere die darin reflektierten Gender- und Politikvorstellungen herausarbeitet.¹⁹

¹³ Krasteva-Blagoeva, Evgenija (2009): Food and Migration: The Case of Bulgarians in Munich. In: *Ethnologia Balkanica* 13, S. 249–268, hier S. 260.

¹⁴ Möhring (2012), S. 327.

¹⁵ Baker, Charles Henry (1960): *The Esquire Culinary Companion, Being an Exotic Cookery Book; or, Around Europe with Knife, Fork, and Spoon*. New York: Crown Publishers, S. 147, zit. nach Möhring (2012), S. 327.

¹⁶ Kaneva-Johnson, Maria (2006): *Balkan food and cookery*. In: Alan Davidson; Tom Jaine (Hg.): *The Oxford Companion to Food*. 2nd Ed. Oxford: Oxford University Press.

¹⁷ Goody (1982), S. 151.

¹⁸ Appadurai, Arjun (1988): *How to Make a National Cuisine. Cookbooks in Contemporary India*. In: *Comparative Studies in Society and History*, 30 (1), S. 3–24, hier S. 22.

¹⁹ Bracewell, Wendy (2012): *Eating Up Yugoslavia: Cookbooks and Consumption in Socialist Yugoslavia*. In: Paulina Bren; Mary Neuburger (Hg.): *Communism unwrapped: consumption in Cold War Eastern Europe*. Oxford: Oxford University Press, S. 169–196.

Naguib zufolge handelt es sich funktional um Erinnerungstexte, die individuelle und kollektive Erfahrungen historisieren und dadurch ein kollektives Gedächtnis generieren.²⁰ In Bezug auf Essen und Ethnizität wiederum konstruieren Kochbücher gastroethnische Bilder, an denen sich „Zeitgeist“ und Nationalisierungsprozesse ablesen lassen: Im Falle ausländischer Rezeptsammlungen dienen sie als Quelle für Imaginationen über das kulinarisch Andere und ermöglichen, Inszenierungen ausländischer Speisen und Kochkulturen im historischen Verlauf nachzuzeichnen.²¹ Im Falle einheimischer Rezeptsammlungen leisten sie einen entscheidenden Beitrag zur Konstruktion von Nationalküchen. Kochbücher reflektieren dabei das Zusammenspiel von regionaler Integration und nationaler Standardisierung, das die Grundlage jedes Nationsbildungsprozesses bildet, in dreierlei Weise: metonymisch (eine Regionalküche wird stellvertretend zur Nationalküche ernannt), integrativ (auf der Grundlage gemeinsamer pan-regionaler Gerichte wird eine Nationalküche geschaffen) bzw. repräsentativ (anhand verschiedener regionaler Spezialitäten wird ein nationales Menü konstruiert).²² Ein besonderes Augenmerk ist auf den Aufbau des Buches und die Benennung der Speisen zu richten: In der zumeist holzschnittartigen Einleitung wird enzyklopädisch über „Land und Leute“, „Küche und Kultur“ reflektiert, während die Kapitelanordnung eine idealtypische Speisenfolge diktiert.²³ Regionale Zuschreibungen wie Šopska salata, Dalmatinski pršut oder Leskovačka mučkalica stecken die Grenzen des nationalen Territoriums mit Messer und Gabel ab. Sie geben Aufschluss über die zugrunde liegenden Raumkonzepte und entwerfen symbolisch eine kulinarische Landkarte der Nation.²⁴

Gastrotourismus auf dem Balkan

Wie Vukov und Ivanova für den bulgarischen Fall darlegen, spielen beim „Branding“ regionaler Spezialitäten nicht nur national-ideologische Erwägungen wie die Konstruktion einer Nationalküche eine Rolle, vielmehr handelt es sich hierbei auch um marketingtechnische Strategien, derer sich insbesondere die Tourismusbranche bedient.²⁵ Dies hat unlängst auch die serbische Fremdenverkehrszentrale entdeckt, die 2011 eine mehrfach ausgezeichnete Kampagne unter dem Namen „Soulfood Serbia“ lancierte. So heißt es im Eingang des gleichnamigen Werbefilms, während eine gesellige Runde gutaussehender junger Menschen an einer reich gedeckten Tafel über den Dächern Belgrads speist:

²⁰ Naguib, Nefissa (2009): Food and Foodways in the Middle East. Birzeit: Birzeit Publication, S. 280.

²¹ Möhring (2012), S. 47.

²² Appadurai (1988), S. 18ff.; Bracewell (2012), S. 186.

²³ Appadurai (1988), S. 20.

²⁴ Nicht nur regionale Speisebeschreibungen können als solche Marker fungieren. So ist ein Schnitzelgericht in Serbien nach dem Führer des serbischen Aufstandes gegen die Osmanen im 19. Jahrhundert benannt und folglich als „Karadorđeva šnicla“ bekannt, während es in Albanien unter dem Namen von „Skenderbeg“ firmiert, des Osmanenkämpfers aus dem 15. Jahrhundert und albanischen Nationalhelden.

²⁵ Vukov, Nikolai; Ivanova, Miglena (2008): Food Labels, Meal Specialties, and Regional Identities: The Case of Bulgaria. In: Ethnologia Balkanica 12, S. 37–58; zum Konnex Gastronomie und Tourismus siehe auch: Žaper, Ana (2004): Kulinarstvo – dio kulture življenja i duhovne baštine u Hrvatskoj turističkoj ponudi. In: Naše more 51 (5-6), S. 227–238.

„The best way to know Serbia is through food. The oldest native meals know the stories best and they have been chosen to guide our journey. We meet Serbia where maps are recipes and tastes are the road signs. Bon appetite and bon voyage! Welcome to Soulfood Serbia!“²⁶

Die Kamera nimmt den Zuschauern dann in wunderschönen Bildern mit auf eine Reise durch ganz Serbien – von der Weinrebe in Negotin, wo junge, langbeinige Frauen in Trachten Weintrauben zerstampfen, bis hin zur Käseherstellung im Sandžak und Schnapsbrennerei in der Šumadija. Der Film schließt mit den folgenden Worten:

„We have discovered the real soul of Serbia – playful, open, hospitable and beautiful. Serbia – a place where food is prepared with soul. We invite you to come with us and get to know Soulfood Serbia for yourself.“²⁷

Die international preisgekrönte Kampagne stieß in Serbien auf Zustimmung, aber auch Kritik: In der Vojvodina monierte man, dass lediglich der Anbau und die Verarbeitung von Kohl als regionale Spezialität präsentiert wurde und damit die Vielfalt der vojvodinischen Küche unterschlagen wurde. Auch bei diesem Thema spielte die Kosovo-Frage wieder eine Rolle: Teilweise heftige Kritik erntete die Kampagne aufgrund der Tatsache, dass das ehemals serbische und seit 2007 unabhängige Kosovo keine Erwähnung fand. Aus dem Nachbarland Mazedonien dagegen wurden Stimmen laut, die in dem Werbespot eine Kopie des eigenen Films aus dem Vorjahr sahen: Im Rahmen der „Macedonia Timeless/Makedonija večna“-Kampagne der mazedonischen Tourismuszentrale wurde 2010 ein Werbefilm lanciert, in dem eine Gruppe junger Touristen eine Rundreise mit dem Auto auf einer kulinarischen Landkarte Mazedoniens unternimmt. Für lediglich 150 km benötigen sie 30 Tage, da sie überall Station machen, um die verführerischen Speisen und regionalen Spezialitäten zu kosten. „Makedonija – mala zemja, golema hrana“ lautet folglich das Resümee des Sprechers am Ende des Spots.²⁸ Aber auch diese Kampagne ist nicht unumstritten in der Region und so handle es sich bei den gezeigten Speisen eigentlich um bulgarische, albanische usw. Nationalgerichte, wie man den Kommentaren auf Youtube entnehmen kann. Der Gastrokritiker aus dem kroatischen Werbefilm belässt es daher auch dabei, weißen Trüffel aus Istrien, frische Fische aus der Adria und saftige Tomaten vom Zagreber Wochenmarkt zu zeigen und Kroatien als „sensory experience“ zu preisen.²⁹ Dies ist zumindest bei einem Kollegen der Tageszeitung „Die Welt“ angekommen, der in seiner Reisereportage über Istrien vermerkt:

„Mittlerweile gibt es eine Reihe guter Restaurants, in denen raffinierte mediterrane Küche mit istrischem Kolorit aufgefahren wird. Cevapcici und der sozialistische Schlendrian scheinen ausgestorben in Istrien, und das ist kein schlechtes Zeichen.“³⁰

²⁶ „Soulfood Serbia“. Online verfügbar unter <http://www.youtube.com/watch?v=wlwNwZwNXuA> (Kurzversion, ca. 4 Min.), <http://www.youtube.com/watch?v=9ArNLVTn9xo> (Langversion, ca. 12 Min.), zuletzt geprüft am 02.08.13)

²⁷ Ebd.

²⁸ „Macedonia Timeless“. Online verfügbar unter http://www.youtube.com/watch?v=ROZTi_4Z4E, zuletzt geprüft am 02.08.13.

²⁹ „A journey in the heart of Croatia“. Online verfügbar unter <http://www.youtube.com/watch?v=HXuFkLi55Fo>, zuletzt geprüft am 02.08.13.

³⁰ Kröger, Sönke (2010): In Istrien isst man jetzt Trüffel statt Cevapcici. In: Die Welt, 29.08.2010.

Essen und Essgewohnheiten evozieren und manifestieren Emotionen, Identitätszuschreibungen und Raumvorstellungen. Sie eignen sich daher in besonderer Weise als Symbole, Marker und „Brands“ nationalstaatlicher Ordnungskonzepte. Als genuin grenzüberschreitende Phänomene entziehen sie sich aber solchen Vereinnahmungen und fordern diese durch Mehrfachzuordnungen, Ambivalenzen und Überlagerungen heraus - Sarma, Baklava und Ćevapčići vermögen es schon rein etymologisch nicht, ihre Herkunft aus der osmanischen Kochtradition zu verdecken. Balkanweit bekannte Speisen wie diese können durch die Betonung der regionalen Differenzen in der Zubereitung zu Nationalgerichten und somit zu einem trennenden Element stilisiert werden, wie das Beispiel der Kochbücher und Werbespots zeigt. Ebenso können sie durch die Hervorhebung der Gemeinsamkeiten in Abgrenzung zu anderen Regionalküchen als verbindendes Element perzipiert werden, wie das Beispiel der von Südosteuropäern frequentierten balkanischen Restaurants und Lebensmittelgeschäften außerhalb der Region verdeutlicht.

Der Balkan-Grill

Der entscheidende Beitrag zur Konstruktion und Rezeption einer Balkanküche als „Marke“ kommt jedoch von außen: Auch wenn Ćevapčići in Istrien schon tot sind, so sind sie doch in Deutschland überaus vital. Diesen Umstand verdanken sie den Balkan-Grills, die seit den 1950er Jahren die bundesdeutschen Mägen im Sturm erobert haben. Wie Maren Möhring in ihrer grundlegenden Studie zur ausländischen Gastronomie in der BRD auf eindrucksvolle Weise darlegt, lässt sich an diesem Beispiel eine Bandbreite einander bedingender Phänomene und Prozesse untersuchen: Im Bereich der Esskultur überlagern sich zum einen die Massmigration von Gastarbeitern in die BRD und der Massentourismus deutscher Urlauber ins Ausland. Zum anderen sind es gerade die ausländischen Gaststätten, in denen Fragen nach Essen und Ethnizität, Konsum, Kultur und Globalisierung gestellt und neu verhandelt werden. Diese sind bis heute vornehmlich Forschungsgegenstand der anglophonen, kulturanthropologisch geprägten „food studies“, die auch für die Geschichtswissenschaften ein riesiges Potential bergen. So ließen sich Möhring zufolge anhand der von Ferrero geprägten „foodscapes“ die globalen Wege und Dynamiken von Essen und Speisepraktiken analysieren und somit „das Wechselspiel von Lokal und Global in seiner Komplexität, Historizität und Alltagsrelevanz durch anschauliche Fallbeispiele sichtbar machen“.³¹ „Food history“ bilde folglich einen Forschungsansatz par excellence für Transfer-, Verflechtungs- und Globalisierungsstudien auf verschiedenen thematischen Feldern.³²

Der Balkan-Grill in der BRD und Österreich stellt ein ebensolches Fallbeispiel dar. Sein Erfolg gründet laut Möhring im Zusammenspiel mehrerer Faktoren: An den Balkan knüpften sich in der BRD und Österreich im Gegensatz zu den übrigen west- und nordeuropäischen Staaten

³¹ Möhring (2012), S. 18; siehe auch S. 28ff. zum „Forschungsdesiderat Konsum und Ethnizität“ im deutschsprachigen Raum.

³² Ebd.; vgl. auch Nützenadel, Alexander; Trentmann, Frank (2008): Introduction: Mapping Food and Globalization. In: Alexander Nützenadel; Frank Trentmann (Hg.): Food and Globalization. Consumption, Markets and Politics in the Modern World. Oxford; New York: Berg, S. 1–18.

aufgrund der historischen Verbindungen „nostalgische Erinnerungen an die einstige imperiale Größe [Habsburgs]“, zu der nach 1945 Erinnerungen an die verlorenen Ostgebiete hinzukamen.³³ Mehr noch war die bereits im ausgehenden 19. Jahrhundert in Oper und Operette etablierte „Balkan- und Zigeunerromantik“ fest in der Massenkultur der deutschen Nachkriegsgesellschaft verankert, wie die Publikumserfolge „Csardasfürstin“, „Ich denke oft an Piroschka“ und die Winnetou-Verfilmungen in Jugoslawien illustrieren.³⁴ Vor diesem Hintergrund fungierte der Balkan-Grill „als ein insbesondere für Deutsche und Österreicher relevanter Imaginationsraum, der die historischen Bindungen beider Länder an diese Region zu wahren half, sie aber, wenn sie sich in einem Besuch im Balkan-Grill konkretisierten, auf eine politisch weniger anstößige Weise auszuagieren ermöglichte.“³⁵ Die Grenzen dieses Raumes waren dabei weder in geographischer noch kulinarischer Hinsicht klar abgesteckt: Die Bezeichnung „Balkan-Grill“ verwies zumeist auf jugoslawische Küche, was sicherlich der großen Anzahl jugoslawischer Migranten in der BRD geschuldet ist, die die Italiener 1970 als größte Ausländergruppe ablösten, sowie des hohen Prozentsatzes an im Hotel- und Gaststättengewerbe ausgebildeten Jugoslawen unter den Arbeitsmigranten.³⁶ Die jugoslawische Küche oder vielmehr die Küche der jugoslawischen Gastarbeiter nahm zwar eine zentrale Rolle ein, sie stellte dabei aber gleichzeitig nur einen Teil des Konglomerats „Balkanküche“ dar, der von der bekannten Wiener bis hin zur „exotischen“ türkischen Küche reichte, und letztendlich auf einen imaginären Raum am südosteuropäischen Rand referierte. Eben diese Überlagerung (ess-) kultureller Grenzen, die Kombination aus Vertrautem und Fremdem, war laut Möhring neben der großen Menge an gegrilltem Fleisch zu relativ günstigen Preisen angesichts der Fleisch- und Fettknappheit der Kriegs- und unmittelbaren Nachkriegszeit einer der Erfolgsfaktoren des Balkan-Grills in der BRD.³⁷ Hinzu kam die besondere Inszenierung des Lokals: Mit seinen scharf gewürzten Fleischgerichten vom (Holzkohlen-) Grill, der Lagerfeuerromantik, die sich in klingenden Speisebezeichnungen wie „Räuberfleisch“ und „Zigeunerbraten“ spiegelte, der rustikalen-folkloristischen Einrichtung und der zum Teil live gespielten „Zigeunermusik“ verdient der Balkan-Grill zweifelsfrei die Bezeichnung „Erlebnisastronomie in der frühen Bundesrepublik“.³⁸ Die ausländischen Gaststätten in der BRD bildeten Möhring zufolge translokale Konsumorte, Begegnungsstätten für die kulinarische Erkundung des Anderen, in denen fiktive Welten inszeniert wurden, um die Gäste auf gastronomische Reisen zu nehmen und besondere Esserlebnisse zu erschaffen.³⁹

Der Balkan-Grill glich hierbei einem einzigen, großen Volkskundemuseum - und ähnelte in vielerlei Hinsicht dem Blick der westlichen Forschung auf die Region in der Nachkriegszeit:⁴⁰

³³ Möhring (2012), S. 315.

³⁴ a.a.O., S. 316, 336ff.

³⁵ a.a.O., S. 315f.

³⁶ a.a.O., S. 318, 350, 72ff.

³⁷ a.a.O., S. 328.

³⁸ a.a.O., S. 328.

³⁹ a.a.O., S. 17ff., 35ff.

⁴⁰ Zur Tendenz, den Balkan „als ein großes, einzigartiges Volkskundemuseum zu sehen“, siehe: Brunnbauer, Ulf: „Europa“ und der „Balkan“: Fremd- und Selbstzuschreibungen (Skript zur Vorlesung „Einführung in die

Der Balkan wurde als bäuerlich und rückständig, zugleich aber urtümlich und unverfälscht dargestellt, ein romantischer Ort, noch nicht entfremdet, ursprünglich und überaus lebendig, an dem die alten Sitten und Bräuche gepflegt wurden. Im Zentrum der Publikationen und Lokale standen folglich nicht die sozialistischen Modernisierungen und Innovationen, sondern die Bauernkulturen des Balkans – die südosteuropäische Dorfgemeinschaft samt bemalter Tonteller und Krüge, Trachten, Teppichen und Tischdecken, „Girlanden aus Knoblauchknollen, Maiskolben und Pfefferschoten“⁴¹ und Menschen mit Paprika im Kochtopf und im Blut.

Der bundesdeutsche Massentourismus, der Jugoslawien seit den 1960er Jahren als günstiges Urlaubsland für sich entdeckte, tat sein Übriges zur Popularisierung des Balkan-Grills. Unter dem Dach eines gewinn- und konsumorientierten ausländischen Gastronomiebetriebes⁴² überlagerten und bedingten sich somit die Imaginationen der deutschen Gäste und die Eigendarstellungen der jugoslawischen Wirte: Vor dem Hintergrund der etablierten Balkan- und Zigeunerromantik und unter dem Eindruck des einsetzenden Massentourismus nach Jugoslawien konnten die deutschen Gäste der pikanten Lagerfeuerküche fröhnen, um „in gewissen Abständen Urlaubserinnerungen über den Magen zu tanken“⁴³, während die jugoslawischen Wirte als „ethnische Performer“⁴⁴ zusammen mit Čevapčići und Kruškovac südlichen Lebensstil und balkanische Traditionsverbundenheit verkauften. Galten Čevapčići in den 1960er Jahren jedoch noch als fleischgewordener Inbegriff dieser „feurigen“ Balkanexotik, so waren sie spätestens seit den 1980er Jahren schon in die bundesdeutsche Gastronomie eingebürgert worden. Ebenso wie Pizza und Döner legten Čevapčići als kulinarische Migranten einen sagenhaften Integrationserfolg hin: Doch während die Italiener die gesunde mediterrane Kost für sich besetzt haben und die türkische Küche immer noch von der Anziehungskraft des Orients profitiert, „denkt man bei Cevapcici (...) schon lange an brave Schrebergarten-Grillfeste statt an eine pikante balkanische Lagerfeuerküche“.⁴⁵ Dies ist jedoch nicht der einzige Umbruch: Die Balkan-Grills haben sich mittlerweile zu Restaurants mit „kroatischer und internationaler Küche“ gewandelt und aus vielen Gastarbeitern der ersten Stunde sind seit Jahrzehnten ansässige (Staats-)Bürger der BRD geworden. Das Urlaubsparadies Jugoslawien hat sich zuerst zum Kriegsschauplatz entwickelt, um nun als neues/altes Reiseziel Touristen an die dalmatinische Adriaküste zu

Geschichte Ost- und Südosteuropas“ am Osteuropa-Institut der FU Berlin). Online verfügbar unter <http://userpage.fu-berlin.de/~ulf/Europa%20und%20der%20Balkan.pdf>, zuletzt geprüft am 02.08.13, S. 7f.

⁴¹ Möhring (2012), S. 331.

⁴² Die angloamerikanische Forschung hat hierfür den Begriff des *ethnic business* geprägt. Möhring zufolge eigne sich dieses Konzept aufgrund der unterschiedlichen institutionellen Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen in der BRD im Vergleich zu den USA und Großbritannien sowie des statischen Ethnizitätsverständnisses, das ihm zugrunde liege, nur bedingt für die Untersuchung migrantischer Ökonomie in Deutschland. Vgl. a.a.O., S. 25ff.; siehe hierzu auch das Themenheft „Ethnisierung und Ökonomie“ der Zeitschrift Prokla (Prokla. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft 120 (3)); Hillmann, Felicitas (Hg.) (2011): Marginale Urbanität. Migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung. Bielefeld: Transcript.

⁴³ So die Einschätzung des Philosophen Odo Marquardt, zit. nach Möhring (2012), S. 315.

⁴⁴ Das *ethnic performance* als die spezifische Inszenierung von Ethnizität ist im Falle der ausländischen Gastronomie in der BRD besonders gut in Bezug auf die italienischen Restaurants untersucht worden. Vgl. Möhring (2012), S. 253ff. sowie die einschlägigen Kapitel in Janz, Oliver; Sala, Roberto (Hg.) (2011): Dolce Vita? Das Bild der italienischen Migranten in Deutschland. Frankfurt am Main: Campus.

⁴⁵ Peter, Peter (2004): Bye-bye, Balkan-Grill. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 19.01.2004 (1), S. 52.

locken, während der Balkan von Südosteuropa abgelöst wurde und, so scheint es, nur noch als „Westbalkan“ von sich Reden macht, dessen Integration in die EU durch den kürzlich erfolgten Beitritt Kroatiens weiter voranschreitet. Viele dieser Entwicklungen, Umbrüche und Wandlungsprozesse, die nun in aller Munde sind, lassen sich auch in den Kochtöpfen und auf den Esstischen wiederfinden.

Literaturverzeichnis

- „A journey in the heart of Croatia“; online verfügbar unter <http://www.youtube.com/watch?v=HXuFkLi55Fo>, zuletzt am 02.08.13
- „Ethnisierung und Ökonomie“ (2000). In: Prokla. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft 120, 3.
- „Macedonia Timeless“. Online verfügbar unter http://www.youtube.com/watch?v=ROZT1i_4Z4E, zuletzt geprüft am 02.08.13.
- „Soulfood Serbia“. Online verfügbar unter <http://www.youtube.com/watch?v=wIwNwZwNXuA> (Kurzversion, ca. 4 Min.) und <http://www.youtube.com/watch?v=9ArNLVTn9xo> (Langversion, ca. 12 Min.), zuletzt geprüft am 02.08.13.
- Appadurai, Arjun (1988): How to Make a National Cuisine. Cookbooks in Contemporary India. In: Comparative Studies in Society and History, 30 (1), S. 3–24.
- Baker, Charles Henry (1960): The Esquire Culinary Companion, Being an Exotic Cookery Book; or, Around Europe with Knife, Fork, and Spoon. New York: Crown Publishers.
- Bracewell, Wendy (2012): Eating Up Yugoslavia: Cookbooks and Consumption in Socialist Yugoslavia. In: Paulina Bren; Mary Neuburger (Hg.): Communism unwrapped: consumption in Cold War Eastern Europe. Oxford: Oxford University Press, S. 169–196.
- Bradatan, Cristina (2003): Cuisine and cultural identity in the Balkans. In: The Anthropology of East Europe Review 21 (1), S. 43–47.
- Brunnbauer, Ulf: „Europa“ und der „Balkan“: Fremd- und Selbstzuschreibungen (Skript zur Vorlesung „Einführung in die Geschichte Ost- und Südosteuropas“ am Osteuropa-Institut der FU Berlin); online verfügbar unter <http://userpage.fu-berlin.de/~ulf/Europa%20und%20der%20Balkan.pdf>, zuletzt geprüft am 02.08.13.
- Dimova, Rozita (2007): Balkan Beats Berlin: Producing Cosmopolitanism, Consuming Primitivism. In: Ethnologia Balkanica 11, 221–235.
- Goldsworthy, Vesna (1998): Inventing Ruritania: the imperialism of the imagination. London: Yale University Press.
- Goody, Jack (1982): Cooking, Cuisine, and Class: A Study in Comparative Sociology. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hillmann, Felicitas (Hg.) (2011): Marginale Urbanität. Migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung. Bielefeld: Transcript.
- Janz, Oliver; Sala, Roberto (Hg.) (2011): Dolce Vita? Das Bild der italienischen Migranten in Deutschland. Frankfurt am Main: Campus.
- Jezernik, Božidar (2001): Where Paradise was But a Sip of Hellish Brew Away. A Story of Coffee in the Balkans. In: Ethnologia Balkanica 5, S. 193–206.
- Kaneva-Johnson, Maria (2006): Balkan food and cookery. In: Alan Davidson; Tom Jaine (Hg.): The Oxford Companion to Food. 2nd Ed. Oxford: Oxford University Press.
- Kiossev, Alexander (2002): The dark intimacy: maps, identities, acts of identification. Online verfügbar unter <http://www.eurozine.com/articles/2003-05-19-kiossev-en.html>, zuletzt geprüft am 02.08.2013.
- Kiossev, Alexander (2002): The dark intimacy: maps, identities, acts of identification. In: Dušan Bjelić; Obrad Savić (Hg.): Balkan as Metaphor: Between Globalization and Fragmentation. Cambridge: MIT Press, S. 165–190.
- Krasteva-Blagoeva, Evgenija (2008): Tasting the Balkans: Food and Identity. In: Ethnologia Balkanica 12, S. 25–36.

- Krasteva-Blagoeva, Evgenija (2009): Food and Migration: The Case of Bulgarians in Munich. In: *Ethnologia Balkanica* 13, S. 249–268.
- Kröger, Sönke (2010): In Istrien isst man jetzt Trüffel statt Cevapcici. In: *Die Welt*, 29.08.2010.
- Marković, Aleksandra (2008): Goran Bregović, the Balkan Music Composer. In: *Ethnologia Balkanica* 12, S. 9–23.
- Mintz, Sidney W. (1996): *Tasting Food, Tasting Freedom. Excursions into Eating, Culture, and the Past.* Boston: Beacon Press.
- Möhring, Maren (2012): *Fremdes Essen. Die Geschichte der ausländischen Gastronomie in der Bundesrepublik Deutschland.* München: Oldenbourg.
- Naguib, Nefissa (2009): *Food and Foodways in the Middle East.* Birzeit: Birzeit Publication.
- Nützenadel, Alexander; Trentmann, Frank (2008): Introduction: Mapping Food and Globalization. In: Alexander Nützenadel; Frank Trentmann (Hg.): *Food and Globalization. Consumption, Markets and Politics in the Modern World.* Oxford; New York: Berg, S. 1–18.
- Peter, Peter (2004): Bye-bye, Balkan-Grill. In: *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, 19.01.2004 (1), S. 52.
- Silverman, Carol (2011): Gypsy Music, Hybridity and Appropriation. *Balkan Dilemmas of Postmodernity.* In: *Ethnologia Balkanica* 15, S. 15–32.
- Sundhaussen, Holm (2003): Der Balkan. Ein Plädoyer für Differenz. In: *Geschichte und Gesellschaft* 29, S. 642–658.
- Todorova, Maria (1997): *Imagining the Balkans.* Oxford: Oxford University Press.
- Vukov, Nikolai; Ivanova, Miglena (2008): Food Labels, Meal Specialties, and Regional Identities: The Case of Bulgaria. In: *Ethnologia Balkanica* 12, S. 37–58.
- Žaper, Ana (2004): Kulinarstvo – dio kulture življenja i duhovne baštine u hrvatskoj turističkoj ponudi. In: *Naše more* 51 (5-6), S. 227–238.