

# Währschaft essen, symbolisch fooden

**Vom Fondue bis zum Vogelheu: Schweizer Kost wird in der Gastronomie zunehmend spezialisiert und in Eventkonzepte eingebettet. Dabei wird ein Spiel mit helvetischen Symbolen und Klischees in Szene gesetzt.**

VON UELI GYR

Das Essen mehr als eine Magenfrage ist, gilt als selbstverständlich. Wohlbefinden und Lust beim Essen sowie Abscheu vor bestimmten Speisen oder ungewohnten Kombinationen verweisen auf kulturelle Muster. Was bei der Nahrungszufuhr jenseits von Kalorien sonst noch «mitgegessen» wird, ist nicht wenig – ins Blickfeld geraten Werte, Normen und Symbole, wobei sich Gewohnheiten (Sicherheit) und Innovationen (Experimente) durchaus vermischen. Sie werden aufgefangen im kulturellen System der Küche und aktualisiert in konkreten Mahlzeiten, für die sich die Volkskunde als Wissenschaft vom Alltagsleben interessieren muss.

## Gutbürgerlich ist top

Das Schlagwort «Schweizer Küche» löst zumeist eine Distanzhaltung aus. Sie ist mit der Vorstellung verbunden, in Touristenlokalen würden im Stil der Massenabfertigung Spezialitäten in minderer Qualität angeboten. Der Reflex zeigt zweierlei: Er lagert Schweizer Gerichte aus der privaten Kochpraxis aus und weist sie öffentlichen Verzehrorten zu; damit funktionalisiert er sie als Freizeitkost für Touristen, denen nachgesagt wird, dass sie die richtige («echte») Schweizer

Küche weder einschätzen noch richtig geniessen könnten.

Diese Einschätzung ist ungenau und zudem einseitig. Zwar deckt Schweizer Kost touristische Bedürfnisse ab, aber das ist nicht alles. Zu fragen bleibt auch, wie wir Schweizer «durchschnittlich» zu heimisch empfundenen Gerichten und Spezialitäten stehen. Das Sortiment von Kochbüchern zur Schweizer Küche und eine darauf gerichtete Nachfrage deuten vieles an: Im Jahr 2000 erwirtschaftete der Betty-Bossi-Verlag mit seinen beliebten Kochbüchern und Zeitschriften allein bei Ringier gut 60 Millionen Franken. Man darf davon ausgehen, dass vorab Schweizer Kochkünstlerinnen von diesen Rezepten Gebrauch machen, auch solchen für Schweizer Menüs.

Werden «Schweizer Spezialitäten» hier als «berühmte, traditionelle und wiederentdeckte Gerichte» angezeigt, stimulieren andere Kochbücher Gaumenfreuden mit Hilfe von regionaltypischen Gerichten, oder sie personalisieren sie, wie «Das Heidi-Kochbuch» nahe legt. So fällt es nicht leicht, die Schweizer Küche begrifflich zu fassen, steht doch dafür ein breites Interpretationsspektrum bereit. Geht es da mehr um einzelne Elemente (beispielsweise Polenta, Pizzokel) oder um ihre Zubereitung (etwa Butter, Gewürze)? Ergibt vielleicht die Kombination das Typische (Zürcher Geschnetzeltes mit Rösti)? Verbürgt die Überlieferung das Währschafte (Grossmutter's Art, Hausmannskost)? Oder dreht sich alles um jene Spezialitäten, die zu «Nationalspeisen» aufgestiegen sind (Fondue, Raclette, Äplermagronen)?

Die Gastrobranche verfährt da einfacher: Sie weist der Schweizer Küche die Merkmale «gutbürgerlich» und «Schweizer Spezialitäten» zu, wodurch sich Eigenwerte gegenüber allen Spezialküchen (zum Beispiel Ethnofood, Vegetarisches, Gegrilltes, koschere Kost) ergeben und/oder zu entsprechenden Preissegmenten (bürgerlich, gehoben, luxuriös) führen. Im Branchenspiegel der gleichnamigen Zeitschrift von GastroSuisse, dem grössten Verband für Hotellerie und Restauration, weisen regelmässige Erhebungen bei über 3000 Betrieben aus, dass «gutbürgerlich» (26 Prozent) und «Schweizer Spezialitäten» (18 Prozent) weiterhin beliebteste Spitzenreiter sind.

## Trendige Rösti

Selbst ein oberflächlicher Blick auf die Schweizer Gastrokultur enthüllt interessante Veränderungen, abseits von Prozenten. Gemeint ist die Art und Weise, wie Schweizer Kost angepriesen wird, und weiter, wie traditionelle Gastro-Elemente neues Profil erlangen. Beobachtungen aus volkskundlichen Projektseminarien über Gastrokultur (1996) und Ethnowelle (1999) lassen erkennen, dass strukturelle Entwicklungen im Gang sind, fassbar am Trend zur Spezialisierung sowie am Trend, auch die Schweizer Küche in Erlebnisstrukturen und Events einzubetten.

Da ist zum Beispiel die Rösti – ein einfaches Kartoffelgericht, das zuhause wie in vielen Restaurants gegessen wird und da zum üblichen «Minimalset» gehört. Ganz anders ihr «Auftritt» in Trendlokalen. Im Zuge der Neugestaltung des Zürcher Hauptbahnhofs hatte man 1992 eine Röstibar eingerichtet. Im Fastfood-Stil und unter volksmusikalischer Berieselung wurden damals 10 verschiedene Röstis im Pfännchen serviert – «Rösti Nature», «Äpler-Rösti», «Chäs-Rösti», «Gemüse-Rösti», «Buffet-Rösti», «Bahn-

Dr. Ueli Gyr ist ordentlicher Professor für Volkskunde an der Universität Zürich.

ler-Rösti», «Clochard-Rösti», «Buure-Rösti», «Dienstmanne-Rösti» und «Züri-Rösti».

Nach dem Prinzip «Vielfalt durch Variation» verfuhr auch die RöstiFactory: ein Firmenverband für Restaurants, die ihre Gäste mit korporativem Logo,



Dahinschmelzendes Vorurteil: Entgegen landläufiger Meinung vermag auch sommerliches Wetter Schweizerinnen und Schweizer nicht vom Fondue-Genuss abzuhalten.

gleicher Werbung und gleicher Menükarte anlocken. Auf dieser fanden sich 1999 nicht weniger als 23 Rösti-Gerichte, alle mit Namen von Orten oder Regionen gekennzeichnet: von «Rösti Appenzell», «Rösti St. Moritz» über «Rösti Ticinese» und «Rösti Lenk» bis «Rösti Les Diablerets» und «Rösti Genève», wiederum mit variierenden Zutaten (zum Beispiel Fleisch, Würste, Käse, Gemüse, Früchte, Lachs, Pilze). Im Internet wirbt die RöstiFactory/Swissaria neu für den Rösti-Express, einen auf Schweizer Spezialitäten (etwa Heusuppe und Bündnerfleisch-Carpaccio) ausgerichteten Hauslieferdienst, der für Geburtstagskinder auch mit Überraschungen aufwartet.

Gerne gegessen wird auch im Zug. Seit einigen Jahren organisiert die Mitropa Suisse SA Sonderfahrten, unter denen der wie ein aufgeschnittener Emmentaler-käse daher kommende Chäs-Express besonders auffällt. Im zwischen Basel und Brig sowie zwi-

schen Schaffhausen und Chiasso verkehrenden Käsezug werden Raclette, Fondue, Käseschnitten, Käsesalat, Käseküchlein, Käseteller und Gschwelkti serviert. Der Veranstalter wirbt mit «Fondueplausch» und «gemütlichem Raclette-Essen», doch bietet er auch anderes an. Jeweils im Februar/März lädt weiter der «Rote Doppelpfeil» des Reisebüros Mittelthurgau zur Fondue-Fahrt zwischen Zürich, Schaffhausen und Bodensee ein, Fondue und Ländlermusik einschliessend.

Die mobile Käseküche ist längst Teil der Verkehrsgastronomie, zu der auch die Schifffahrt gehört: Fondue-Schiffe laufen in den Wintermonaten auf vielen Seen aus, so auf dem Bodensee, Obersee, Greifensee, Zugersee, Hallwilersee, Vierwaldstättersee, Brienersee, Thunersee, Bielersee und Neuenburgersee, während Fonduefahrten auf dem Zürichsee nur im Sommer stattfinden, mit

Ausnahme besonderer Klaus- und Raclette-Fahrten im Dezember.

Recht häufig benutzen Vereine, Clubs oder kleinere Belegschaften das Fondue-Schiff für Abschlüsse, Feiern und Geselligkeitspflege, wo es «volkstümlich» zu und her geht, mit Ländlermusik und Gesang. Entgegen landläufiger Meinung vermag auch sommerliches Wetter viele Schweizerinnen und Schweizer nicht vom Fondue-Essen abzuhalten, während sich Touristen, die sich beispielsweise das Folklore-Schiff «Nightboat» auf dem Vierwaldstättersee für einen Schweizer Abend mit Essen und Unterhaltung aussuchen, eher einer erwarteten Norm unterziehen.

Unzählig sind die Restaurantsbetriebe vom Typus «Käsestube», «Fonduestube», «Weinstube», «Buurestube», die Schweizer Spezialitäten anbieten: Traditionslokale unserer Gastrolandschaft mit treuen Stammkunden. Kostmässig verschreiben sie sich «währschaften» Schweizer Gerichten, allen voran Rösti, Fondue, Käseschnitten und Raclette, aber auch regionalen Speisen wie Pizzokel, Polenta, Berner Platte, Bündner und Walliser Fleisch-teller. Was in diesem Kontext nie fehlt, sind die seit einigen Jahren sehr beliebt gewordenen Äplermagronen, deren «Aufstieg» einmalig ist, bis hin zur Verbreitung als Fertiggericht. Obwalden lockt touristisch seit zwei Jahren mit einem Äplermagronen-Pfad rund um den Giswilerstock, wo die deftige Äplerkost auf drei Alpen zu haben ist – «ideal für Schulen, Gruppen und Vereine», wie es heisst. Auch der Alpöhi auf der Heidalp ob Bad Ragaz serviert Äplermagronen.

#### **Spiel mit Klischees**

Dass alpenländische Gerichte über ein besonderes Gütesiegel verfügen müssen, zeichnet sich ab. Dies nutzen auch Betreiber von Lokalen neuen Zuschnitts. Nach der durchschlagenden Wer-

reaktion «Land in Sicht», wo 815 Kunstkühe 1998 die Zürcher City als urbane Weide besetzten, wurde am Stadtrand ein alter Stall zur trendigen «Chäsalp, 61702 cm über M.», umgerüstet, mit nachhaltigem Erfolg. Im Angebot fallen neben Käsespezialitäten ein «Sennezmorge» und «Maggeronen» in phantasiereichen Varianten auf, darunter «Heustock-Maggerone», «Arbeiter-Maggerone», «Mondschein-Maggerone», «Heidi-Maggerone», «Füürwehr-Maggerone», «Alpsturm-Maggerone» oder «Hara-kiri-Maggerone».

Der Erfolg geht nicht allein auf kulinarische Genüsse zurück, auch das Ambiente gehört wesentlich dazu. Mit der Schweizer Küche vermischt sich zunehmend das Spiel mit helvetischen Klischees und Symbolsubstanzen, woraus neue Unterhaltungsqualitäten resultieren. Sie erreichen, wie man sich in den Lokalen «Crazy Cow» (Zürich) und «Alpenrockhouse» (beim Flughafen Kloten) überzeugen kann, Touristen wie Einheimische, wenngleich auf unterschiedliche Weise. Entscheidend wird das Erlebnis in einem durchstrukturierten und durchgestylten Ganzen, das aus dem Lokal eine Bühne macht und dabei allerlei Inszenierungen ermöglicht.

Die Erlebnisgastronomie, um die es hier geht, setzt gezielt auf solche Inszenierungen. Konzeptionell ästhetisiert sie nicht nur Essen, Getränke und Geschirr, sondern gestaltet auch Menükarten, Inneneinrichtung und Wand schmuck, Musikkulisse und Merchandisingartikel bis hin zum Styling des Personals. Im «Crazy Cow» verdichten sich so eine Vielzahl national geprägter Identifikationssymbole (Kühe, Käse, Milch, Schokolade, Helvetia, Schweizerkreuz), im «Alpenrockhouse» treten uns Chaletbau, Dörfliszenarie sowie Abgüsse von Felswänden visuell entgegen, im Innenraum werden Abendrot und

Gewitter inszeniert. Neue Wege geht [www.alphuette.ch](http://www.alphuette.ch): Seit Juni 2001 kann man im Luzerner Hinterland eine mobile Festhütte mieten, sei es für Festwirtschaft, Betriebsanlässe, Vereine, Geburtstagsfeiern oder als Event-Bar.

#### Kulinarische Folklorisierung

Nach Einschätzung von Gastrodesignern scheint die Themengastronomie aktuell im Vormarsch zu sein – einfache Erlebnisvermittlung um jeden Preis genügt nicht mehr, es braucht eine minimale «Lenkung» für die Konsumentenschaft. Dass diese Lenkung in Lokalen etwa zum Thema Schweiz über kulinarische Erlebnisse erfolgt, ist bemerkenswert, aber nicht aussergewöhnlich, haben wir es hier doch mit einem klassischen Stück Folklorisierung zu tun. Folklorismus meint Anwendung volkskultureller Elemente von früher zu neuen Zwecken von heute. Dies spielt besonders augenfällig bei Bräuchen, Trachten, so genannter «Volksmusik» und «Volkskunst», es gilt aber gleichermaßen für das, was der kulinarischen Folklore zuzurechnen ist.

Dabei geht es zentral um den Prozess einer Revitalisierung: Ältere Gerichte, traditionelle Speisen und «echte» Rezepte werden, unabhängig von ihrer tatsächlichen historischen Existenz, für die Moderne aufbereitet, das heisst stilisiert, ästhetisiert, mythisiert und in neuen Kontexten valorisiert, kurz: von einer Endküche in eine Exoküche überführt. Bäuerlichen und alpinen Gerichten haftet dann weniger das Relikthafte, sondern das traditionell überlieferte (identitätsstützende) Eigenständige an – wengleich in warenästhetisch künstlich aufbereiteter Form. Währschafte Schweizer Kost enthält so immer auch symbolische Substanzen und Ingredienzen: Vergessenes aus früheren Zeiten und anderen Regionen, an die wir kulinarisch wieder erinnert wer-

den, wie die Menükarte des auf «Original Schweizer Spezialitäten» ausgerichteten Restaurants «Svizzera» im zürcherischen Oberdürnten festhält.

Kulinarische Folklore hält verschiedene Identifikationselemente und Erlebnismöglichkeiten bereit. Sie lässt unterschiedliche Dekodierungen zu, je nachdem, um welchen Symbolkonsum es geht. Wer Fondue, Vogelheu (Eierröschi), Wurstsalat, Capuns (Mangoldwickel), Rindszunge, Äplermagronen, Tessiner Kutteln, Zuger Forellen, Heusuppe, Rösti, Hackbraten im Netz, Waadtländer Saucissons, Engadiner Nusstorte oder Glarner Zigerkrapfen wählt, «foodet» immer auch symbolisch: im einen Fall fremdexotisch mit Angleichung an das Gastland (Touristen), im anderen Fall binnenexotisch über einen folklorisierten Umgang mit der eigenen Herkunft und Vergangenheit (Schweizer). Wie verdaut wird, bleibt zu überprüfen.

#### LITERATUR

- Betty Bossi (Hg.): Schweizer Spezialitäten. Berühmte, traditionelle und wiederentdeckte Gerichte, 5. Aufl., Zürich 1999
- GastroSuisse, Branchenspiegel 2001, Zürich 2001
- Gyr, U.: Kühe in der Stadt. Alpinisierung und Ethnoboomb im Zeichen der Postmoderne, in: Becker, S. et al. (Hg.): Volkskundliche Tableaus. Eine Festschrift für Martin Scharfe zum 65. Geburtstag von Weggefährten, Freunden und Schülern, Münster/New York/ München/ Berlin 2001, 445–455
- Schulz, D.: Das Lokal als Bühne. Die Dramaturgie des Genusses, Düsseldorf/Berlin 2000
- Walker, M.: Das Heidi-Kochbuch, Weingarten 1997
- Zimmermann, H.: Von der Erlebnis- zur Themengastronomie. Eine volkskundliche Untersuchung anhand zweier Lokale mit dem Thema «Swiss Ethno», unveröffentlichte Lizentiats-Arbeit, Volkskundliches Seminar der Universität Zürich, 2001