

Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde
Band: 106 (2010)
Heft: 1: Alltagsglück

Artikel: Kochen als Medienereignis : Kochbücher, Kochshows und der Alltag
Autor: Göttsch-Elten, Silke
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-118307>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kochen als Medienereignis – Kochbücher, Kochshows und der Alltag

Silke Götttsch-Elten

Das Thema Kochen füllt seit Jahren auf fast allen Fernsehkanälen prominente Sendeplätze, dabei scheinen der Phantasie der Produzenten in der Variation der Formate keine Grenzen gesetzt. Neben der klassischen Kochshow¹ gibt es alle nur denkbaren Spielarten, von der Talkshow bis hin zu Sendeplätzen in den Regionalmagazinen im Vorabendprogramm.

Kochbücher hingegen sind schon seit sehr viel längerer Zeit, seit mehr als 100 Jahren, wahre Bestseller, auch wenn das in der Regel eher unbemerkt bleibt. Der deutsche Fernsehpreis mag um die Kategorie «Beste Kochsendung» erweitert werden², aber wie eine solche Zuordnung bei der Vergabe von Buchpreisen aussehen könnte, scheint bisher nicht diskutiert worden zu sein. In den Buchhandlungen füllen Kochbücher ganze Regalmeter, aber nur sehr wenige davon sind in den aktuellen Bestsellerlisten zu finden, und das obwohl manche sehr hohe Auflagenzahlen erreichen und immer mehr der aus dem Fernsehen bekannten Köche und Köchinnen vom prosperierenden Kochbuchmarkt zu profitieren versuchen.

Tim Mälzer gehört mit seinen mittlerweile fünf Kochbüchern zu den erfolgreichsten Autoren in diesem Genre. Sein letztes Kochbuch mit dem schlichten Titel «Kochbuch» erschien 2007 in einer Startauflage von 350 000 Exemplaren, schaffte es auf Anhieb auf den zweiten Platz der meistverkauften Ratgeberliteratur³ und musste sich nur dem Esoterik-Ratgeber «The secret – Das Geheimnis» von Rhonda Byron geschlagen geben. Bereits sein erstes Kochbuch «Born to cook 1» gehörte 2005 zu den meistverkauften Büchern in Deutschland, allein zwischen Oktober 2004 und Ende 2005 verkaufte es sich mehr als 900 000 Mal.⁴ Der 2005 erschienene Nachfolgebund «Born to cook 2» stand auf der Focusliste im selben Jahr auf Platz 6.⁵ Tim Mälzer ist nur ein Name in einer mittlerweile stattlichen Liste von medienpräsenten Köchen und Köchinnen, die auch auf dem Buchmarkt zu finden sind, aber er ist bis heute der wohl erfolgreichste Kochbuchautor in Deutschland geblieben.

Tim Mälzers Erfolg ist ohne seine Präsenz im Fernsehen nicht zu erklären. Kochshows, aber auch andere Sendeformate wie «Das Perfekte Dinner» oder «Das Perfekte Promi-Dinner» bringen Tag für Tag Kochen und Essen als soziales Ereignis an die deutschen Fernsehkonsumenten. Aber insbesondere die mediale Präsenz der Köche und Köchinnen, das mediengerechte Zelebrieren der Zubereitung von Speisen und Menüfolgen, das Verarbeiten von Zutaten und die Präsentation von Kochgeräten garantieren den Erfolg von zeitgleich erscheinenden Kochbüchern.⁶

Das Ineinandergreifen und sich gegenseitige Verstärken so unterschiedlicher Medien kann in einer Gesellschaft, deren Selbstwahrnehmung stark auf mediale Repräsentanz ausgerichtet ist, nicht ohne Rückwirkung auf den Alltag bleiben.

Zwar gibt es mancherorts immer wieder kulturkritische Klagen darüber, dass in Deutschland trotz dieser Entwicklung weniger als früher gekocht werde, und die gemutmassten Gründe fügen sich in allgemeine Analysen gesellschaftlicher Befindlichkeit ein. «Kochshows», so z.B. Ulrich Fichtner in einem Artikel von SPIEGEL ONLINE, «haben eher etwas mit rückwärtsgewandten Sehnsüchten zu tun, mit Geborgenheit und mit der Mutter, mit Heimat vielleicht, mit Kindheit ganz sicher»⁷ und hätten deshalb auf die tatsächliche Präsenz von Kochen im Alltag keinen Einfluss. Ob solche eher psychologischen Deutungen tatsächlich aufgehen, sei dahin gestellt. Vielleicht geht es auch gar nicht um die Frage, ob mehr oder weniger gekocht werde, sondern vielmehr darum, ob Kochen als kulturelle Praxis anders als früher in den Alltag eingebaut wird. Es braucht empirische Untersuchungen, um die Frage nach den Veränderungen von Kochen als sozialer Praxis zu beantworten und um Kochen als Teil von Erlebniskultur und Freizeitverhalten zu untersuchen. Das Perfekte Dinner z. B., in dem ein Koch oder eine Köchin andere Personen in seine Wohnung zum Essen einlädt, die die Mahlzeit, das Ambiente und das Erfüllen der Gastgeberrolle bewerten, regt zum Nachspielen an und wird darüber zu einem Teil moderner Freizeitkultur, in der es nicht mehr nur um das Kochen an sich, sondern um das Herstellen einer komplexen kommunikativen Situation geht. Es scheint sich also zu lohnen, dem Zusammengehen von medialer Präsenz und Alltagskultur nachzugehen und zu fragen, ob neben empirischen Befunden nicht auch eine historische Perspektivierung des Themas erste Hinweise für eine Annäherung an die Problematik liefern kann.

Tim Mälzer – ein Bestsellerautor und ein mediales Phänomen

Bucherfolg und Aufbereitung in audio-visuellen Medien gehen heute vielfach Hand in Hand. Zu TV-Serien wie «Die Frau vom Checkpoint Charly» wird zeitgleich ein Buch produziert und viele Bücher sind bei Erscheinen auch sofort als Hörbuch oder DVD erhältlich – Buch, DVD und CD stehen in Buchhandlungen häufig ganz selbstverständlich nebeneinander. Wir haben uns längst daran gewöhnt, mehrfache Medienkonsumenten zu sein. Auch der grosse Erfolg des Tim Mälzer ist ohne das Ineinandergreifen und gegenseitige Verstärken der beiden Medien Fernsehen und Buch nicht zu erklären.

Sein Erfolg begann, als am 8. Dezember 2003 im Vorabendprogramm des Privatsenders VOX seine Kochshow «Schmeckt nicht, gibt's nicht»⁸ startete, die gemeinsam mit der Zeitschrift «Essen und Trinken» produziert wurde. Für diese Zeitschrift bestückte Mälzer später das bis heute erscheinende, im Heftchenformat gehaltene Magazin «Essen und Trinken – Für jeden Tag», sozusagen eine Lightversion der avancierten Mutterzeitschrift. Bereits 2004 erschien dann das erste Kochbuch «Born to cook 1», dem 2005 der zweite Band folgte. Die vorabendliche Kochshow «Schmeckt nicht, gibt's nicht» wurde am 24. August 2007 zum letzten Mal ausgestrahlt, also immerhin knapp vier Jahre gesendet und 2007 sogar für

den deutschen Fernsehpreis in der Sparte Kochsendungen nominiert. Tim Mälzer wechselte danach ins Abendprogramm, die neue Show hiess nun «Born to cook», wurde aber bereits nach sechs Folgen wegen mangelnder Einschaltquoten wieder abgesetzt. Tageszeitungen beklagten nun den vermeintlichen Abstieg des Tim Mälzers, der nach dem Ausstieg aus dem mit einem Partner gemeinsam geführten eigenem Restaurant in Hamburg⁹ und dem Aus der Kochshow nun «tingeln»¹⁰ gehen müsse, womit auf die Tournee «Ham'se noch Hack», mit der er um die Jahreswende 2007/08 in Deutschland unterwegs war, angespielt wurde. Seit dem 18. April 2009 ist Tim Mälzer jeden Sonnabend im Nachmittagsprogramm der ARD unter dem seriösen Titel «Tim Mälzer kocht» zu sehen. Begleitet wurde die Fernsehkarriere von der Herausgabe verschiedener Kochbücher und DVDs.

Wie kaum einem anderen Koch ist es Tim Mälzer gelungen, in seinen Kochbüchern die Brücke zwischen sich als dem «Kochpropheten» und seinem Publikum, das sowohl Lese- wie auch Sehpublikum ist, zu schlagen. Bereits im Vorwort des Kochbuchs «Born to cook 1» verkündet er als Beruhigung nicht nur für Novizen des Kochens: «Keine Angst und fürchtet euch nicht. Meine Botschaft ist einfach. Beim Kochen kann eigentlich nichts schief gehen. Alles wird gut – und zum Schluss ist man satt und glücklich.» Das mutet wie biblische Verheissung an. Er verspricht seinen Lesern «kochende Leidenschaft und pure Lebensfreude», empfiehlt «Mut zur Überraschung» und tröstet, dass Pannen menschlich seien, von denen selbst Topköche nicht verschont blieben, und betont zu guter Letzt die soziale Dimension des Kochens: «Kochen Sie mit Freunden und Familie und geniessen Sie es, mit ihnen an einem grossen Tisch zu sitzen und zu essen. Es gibt einfach nichts Schöneres!»

Das Buch ist als Spaziergang mit Tim Mälzer durch die Welt des Kochens aufgemacht. Er ist auf fast jeder Seite präsent auf kleinen und grossen Fotos, schwarzweiss und farbig, wir begleiten ihn auf Märkte, schauen beim Messerschleifen und beim Kochen zu und treffen ihn bei Freunden. Kurzhaarschnitt, Jeans und T-Shirt sind bis heute seine Markenzeichen geblieben ebenso wie die Zahnücke und die slanghafte Sprache. Der obligatorische Dank am Ende des Buches «Born to cook 1» geht an jene Mitmenschen, die «mich so enorm bei der Verwirklichung meiner Träume (eigenes Restaurant, Kochshow und nun auch noch mein Kochbuch) unterstützt und begleitet haben», endet mit der Formel: «KEEP ON ROCKIN' COOKING Tim Mälzer» und lässt damit keinen Zweifel, welche Klientele er ansprechen will.

Die inszenierte Jugendlichkeit und Unbekümmertheit unterstreicht die Botschaft, dass Kochen ganz einfach sei, denn alle Gerichte seien schnell und unkompliziert zuzubereiten. Zutaten und Küchenausstattung bleiben erschwinglich und streben nicht nach der Perfektion einer besternten Profiküche. Die Unkonventionalität wird zudem dadurch verstärkt, dass das Inhaltsverzeichnis zum ersten Band nicht dem des konventionellen Kochbuchs folgt, sondern die klassische Abfolge von der Vorspeise zum Dessert konterkariert wird. Es beginnt mit «Hall of fame – Tims Lieblingsgerichte», ein Kapitel, das biografisch motiviert ist¹¹, denn er hat

sich dafür auf Reisen und durch Besuche bei anderen Kochs inspirieren lassen.¹² Dieser anarchische Umgang mit globalisiertem Kochwissen ist ein Baustein seines Erfolgs, er kennt alle und alles und bedient sich überall, lässt sich von anderen Köchen und Küchen ohne Berührungsängste anregen. Auch die weiteren Kapitel sind mehr einem Lebensgefühl (Family Food, Cooking for Two, Auf die Faust usw.) als der klassischen Mahlzeitenfolge verpflichtet.

Alle diese Versatzstücke untermauern die Botschaft, Kochen ist einfach und alles gelingt immer, selbst dem wenig geübten Koch. Es geht nicht um exotisches Geschmacksraffinement, nicht um Anleihen bei den Sterne-Köchen der Welt, sondern um Simplifizierung und Veralltäglicdung; die Rezepte greifen zwar Zitate der Ethno- und Gourmetküchen auf, die dann jedoch kokett mit Anleihen beim an sich verpönten Fastfood gebrochen werden: Currywurst und Lammkeule, «Auf die Faust» und «Cooking for Two», alles geht ineinander auf. In diese Lust am Zitat gehört auch der Retrostil, z.B. die Neuerfindung des seit Clemens Wilmenrod legendären Toasts Hawaii oder des klassischen Sonntagsbratens inspiriert von der Kochkunst seiner Grossmutter.

Noch expliziter ist der zweite Band von »Born to cook« diesem Konzept verpflichtet. Die Gliederung des Buches verspricht das Erlebnis «Einkaufen, Kochen und Essen» und mit Kapiteln wie «Vorbilder – Irgendwie ist alles nur geklaut» oder «Auf dem Markt gibt es gute Ideen gratis» oder «Denke ich ans Kochen, denke ich an Familie» oder «Kurz vor dem Anpiff ab zum Supermarkt» werden nicht in erster Linie Gerichte, sondern soziale Situationen assoziiert – für jede Lebenslage das passende Gericht. Die wiederum beigegebenen ganzseitigen Fotos zeigen Tim Mälzer an unterschiedlichen Orten und in verschiedenen Situationen, vermitteln eher den Eindruck, als seien sie Teil eines privaten Albums, als liesse er uns als Leser an seinem Alltagsleben teilhaben. Tim Mälzer tritt als Übersetzer zwischen den kulinarischen Kulturen auf, er ist Kenner und Köhner, er weiss, wo man am besten und am frischesten einkauft, wie man frischen Fisch erkennt und mit dem Bunsenbrenner perfekt karamellisiert. Dabei inszeniert er sich punktig, aber diszipliniert, locker, fröhlich, aber als *workaholic*, der den ganzen Tag für gutes Essen und damit für die Leser und Fernsehzuschauer, also für uns, unterwegs ist. Und zugleich wird suggeriert, dass er erreichbar ist, jeder und jede genauso kochen (lernen) kann wie Tim Mälzer – ohne viel Übung und Equipment, aber mit eben solcher anarchischen Lust am Kochen und Essen: Die unendliche Leichtigkeit des Kochens, Buch und Show sind sich in der Botschaft einig.

Die situativ und assoziativ gestaltete Anordnung der Rezepte thematisiert Geschmacksrichtungen wie «Men's Health – Fleischessen», Einkaufssituationen wie «Auf dem Markt» oder soziale Ereignisse wie «Familienessen», kurzum, sie orientiert sich am zeitgemässen Lebensstil und an modernen Einkaufs- und Essgewohnheiten. Andererseits ist das Kochbuch ganz Personalityshow, dient der Inszenierung Tim Mälzers als Freund und Kumpel, als einem von uns. Vorworte, Bilder, Kapiteleinführungen und Kommentierung der Rezepte zielen auf die Auf-

hebung der Distanz zwischen Autor und Leser, betonen die Hinwendung zu jedem einzelnen Leser, mit dem ein gleichsam intimer Dialog geführt wird.

Tim Mälzer repräsentiert ein Lebensgefühl, einen Lebensstil, zu dem Kochen als «coole Freizeitbeschäftigung» gehört oder gehören soll. Solche Beobachtungen stehen im Kontext einer Umwertung des klassischen Mahlzeitemsystems, womit nicht nur die Abfolge von Frühstück, Mittagessen und Abendbrot gemeint ist, sondern auch das Zubereiten von Mahlzeiten, die regelmässig und zu festen Zeiten in der Familie eingenommen werden. Die in letzter Zeit oft geführte Klage, dass heutzutage niemand mehr wirklich kochen lerne und dass damit nicht nur ein Stück Kultur verloren gehe, sondern auch das Wissen um gesunde Ernährung und der familiäre Zusammenhalt, der in der Einnahme gemeinsamer Mahlzeiten seinen Ort finde, scheint sich also einerseits durch die Lektüre der Mälzerschen Kochbücher bestätigen zu lassen, aber andererseits betonen die Kochbücher gerade über den ständigen Verweis auf soziale Situationen die kommunikative Dimension des Kochens und Essens eben auch in der Familie, vermitteln Grundkenntnisse im Kochen und propagieren Wissen über Lebensmittel. Zudem produziert die über Alltagssituationen hergestellte Inszenierung von Person und Rezepten eine Ästhetisierung des Kochens, die es anschlussfähig an alltagskulturelles Verhalten macht. Ein Blick in die Geschichte des Kochbuchs soll zeigen, dass sich dieses Genre wie jede Ratgeberliteratur entlang gesellschaftlicher Bedürfnisse entwickelte.

Kochbücher und ihre Geschichte

Der Beruf des Kochs war lange Zeit ausschliesslich männlich, während Kochbücher als Anleitung zum Kochen in der Familie an Frauen adressiert waren. So könnte man apodiktisch für das 19. und weitgehend auch noch für das 20. Jahrhundert formulieren. Bis heute sind in der Gastronomie weibliche Köche in der Unterzahl. Diese Entwicklung hat sehr viel mit der Professionalisierung von Tätigkeiten, der Herausbildung der bürgerlichen Gesellschaft und der tradierten Rollenzuweisung an Männer und Frauen zu tun.

Zwar gab es Kochbücher¹³ im modernen Sinne, also mit genauen Angaben von Zutaten und Zubereitung bereits seit dem 16. Jahrhundert, aber es waren meistens handgeschriebene Bücher, die in Klöstern und in adligen und grossbürgerlichen Haushalten angefertigt und verwendet wurden, auch die gedruckten Kochbücher blieben auf diese sozialen Orte beschränkt. Erst im 19. Jahrhundert wurden Kochbücher in hoher Auflagenzahl verlegt, die ausdrücklich an die Hausfrau gerichtet waren, also an die bürgerliche, den Haushalt repräsentierende Frau. Das bekannteste und genrebildende Kochbuch des 19. Jahrhunderts ist ohne Zweifel das der Henriette Davidis, das 1845 erstmals erschien und dessen ausgesprochen umständlicher Titel¹⁴ sehr gut zeigt, wie gezielt es auf dieses Milieu ausgelegt war. Das Buch war ungemein erfolgreich und schon im 19. Jahrhundert ein wahrer Bestseller,

1888 erschien bereits die 29. Auflage, immerhin in dem in Bürgerkreisen überaus angesehenen Verlag Velhagen und Klasing.

Ganz im Sinne des nationalen Denkens wurden seit der Mitte des 19. Jahrhunderts auch regionale Kochbücher veröffentlicht, die bis heute unsere Vorstellung von der Vielfalt regionaler Küchen bestimmen. Neben Rezepten für die alltägliche, aber auch festtägliche Küche waren Kochbücher damals ganz allgemein Anleitungen zum Führen eines Haushaltes, sie verfolgten pädagogische Interessen, richteten sich auch an Frauen aus der kleinbürgerlichen und proletarischen Schicht und waren seitdem dezidiert weibliche Lektüre, die meisten waren sogar von Frauen verfasst. Der «Beruf der Hausfrau» war geboren.

Kochrezepte und Kochbücher wurden mit Aufkommen der modernen Konsumkultur Vermarktungsgehilfen für Markenprodukte, die industriell gefertigt wurden und für breite Bevölkerungsschichten erschwinglich waren. Besonders erfolgreich war damit die Firma Dr. Oetker, die bereits in den 1890er-Jahren auf Backpulvertüten Kuchenrezepte abdruckte und 1911 das Dr. Oetker-Schulkochbuch herausgab, das bis heute – in überarbeiteter Form versteht sich – verkauft wird, ein Klassiker der Kochkultur, mit dem viele Generationen von Frauen das Kochen erlernten. Daneben gab es natürlich immer auch handgeschriebene Kochbücher, in denen Familienrezepte bewahrt und weitergegeben wurden und in die neue Rezepte aufgenommen wurden, vielfach ergänzt um Ausrisse aus Zeitschriften und Ratgebern.

Die traditionelle Funktion von Kochbüchern bestand darin, Anleitungen zu einer gelungenen Haushaltsgführung zu geben. Zugleich schrieben Kochbücher aber auch Zutaten und Kombinationen für Gerichte, Mahlzeitenfolgen und Essstraditionen fest. Sie standardisierten Rezepte und transformierten Essgewohnheiten und Ernährungsverhalten, d. h. sie modernisierten unser Mahlzeitemsystem und trugen zugleich dazu bei, dass sich traditionell festgeschriebene Mahlzeitemsysteme entwickelten wie der Braten am Sonntag und der Karpfen oder die Gans zu Weihnachten. Die Lektüre von Kochbüchern wurde im Kochunterricht an Schulen und im alltäglichen Kochen eingeübt und somit hatten sie einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Alltagskultur. Seit den 1950er-Jahren differenziert sich das Angebot an Kochbüchern zunehmend aus, je nach Anlass, Zubereitungsarten, mit Blick auf regionale Küchen, für den Alltag, für Gäste, für die Vorlieben des Ehemannes¹⁵ usw, usw.

Seitdem stehen Kochbücher für die schier unbegrenzten Möglichkeiten der Variation, für die Überfülle des Angebots. Niemand wird alle Gerichte, die in Kochbüchern zu finden sind, je nachkochen können oder auch nur wollen. Kochbücher werden damit zur Lektüre, die Potenzielles und Mögliches vor Augen führt, und die von Foodstylisten arrangierten und von Foodfotografen aufgenommenen Abbildungen helfen, sinnliche Genüsse – visuell, olfaktorisch und geschmacklich – zu imaginieren. Damit haben sich Kochbücher seit dem 19. Jahrhundert entscheidend gewandelt, sie sind nicht mehr pädagogische Ratgeber für den Haushalt, sondern Abbild und Bestätigung der Konsumgesellschaft und ihrer scheinbar

unbegrenzten Möglichkeiten. Sie eröffnen den Zugang zu exotischen Küchen, propagieren neue Zutaten oder technische Hilfsmittel und Zubereitungsarten. Moden und damit verbundene Geschmacksmodifikationen variieren Rezepte oder tragen dazu bei, dass Gerichte sich etablieren oder aussortiert werden. Mit den neuen Medien sind inzwischen unüberschaubare virtuelle Kochbücher entstanden, die über das Internet verfügbar sind. Rezepte sind nicht mehr nur Verschriftlichungen von Gerichten, sondern auch in PCs gespeichert, werden nur bei Bedarf ausgedruckt und als Textdateien weitergegeben.

All das verändert unseren Umgang mit Kochbüchern. Ausdrücke aus dem Internet, Mitschnitte aus dem Videotext sind heute genauso Bestandteil von Kochrezeptensammlungen wie Kochbücher und Kochzeitschriften oder jene Rezeptvorschläge, die an jeder Supermarktkasse ausliegen.¹⁶ Damit ist die Frage gestellt, welchen Stellenwert haben Kochshows tatsächlich für die Praxis des Kochens, bzw. greift es nicht zu kurz, wenn von der Aussage eines Johann Lafers, dass es nach seinen Sendungen fast keine Rezeptanfragen gibt, darauf geschlossen wird, dass Kochsendungen nicht dazu führen, dass mehr gekocht werde?¹⁷

Ein Standardkochbuch, wie es vielleicht das von Henriette Davidis noch war, gibt es schon lange nicht mehr, die Aneignung von Rezepten findet auf sehr unterschiedliche Weise an sehr verschiedenen Orten statt. Wie also Auswahl getroffen wird, wie das Beziehungsgeflecht zwischen Omnipräsenz von Rezepten, massenmedialen Angeboten und Alltagspraxis Kochen tatsächlich organisiert ist, bedarf einer komplexen empirischen Analyse, die nicht bei blosser Medienanalyse stehen bleiben darf. Ohne Frage zeigt die grosse Zahl an Kochshows und verwandten Formaten, dass Kochen hohen Unterhaltungswert zu haben scheint, der sich nicht im blossen Konsumieren von Rezepten und Zubereitungsmethoden erschöpft, sondern der auf das Kochen als kulturelle Praxis und soziale Situation in einer medialen Wirklichkeit, die mit konsumiert wird, ausgerichtet ist. Kochshows werden über die Spezifik medialer Inszenierung attraktiv gemacht, die Mechanismen hat Stephen Lowry in seiner Analyse überzeugend dargelegt.¹⁸ Aber, so lässt sich fragen, wird dadurch zugleich der Wunsch geweckt, das Gesehene nachzukochen, oder ist es eher die Rede über das Gesehene? Liegt die Wirkung der Kochshows also nicht viel mehr in der Erzeugung kommunikativer Ereignisse, in denen das Wissen aus den Kochsendungen als Mittel sozialer Distinktion genutzt wird?¹⁹

Fernsehköche: Kochen und Marketing

Kochsendungen gehören zu den Pioniersendungen des deutschen Fernsehens. Am 20. Februar 1953 sendete das gerade mal sechs Wochen alte deutsche Fernsehen die erste Kochsendung mit dem bis dahin eher mässig erfolgreichen Schauspieler Clemens Hahn, der sich nach seinem Geburtsort den Künstlernamen Clemens Wilmenrod zulegte und zum ersten und lange Zeit wohl berühmtesten deutschen Fernsehkoch avancierte.²⁰ Seine Begrüssung «Ihr lieben, goldigen Menschen!

Liebe Brüder und Schwestern in Lucullus!» mutet heute beschaulich-komisch an, passte aber in das Pathos jener Zeit. Übrigens protestierte die katholische Kirche nachhaltig und erfolgreich gegen diese Formulierungen, während die an die Weihnachtsbotschaft angelehnte Begrüssung Tim Mälzers in seinem ersten Kochbuch heute bestenfalls noch als ironisches Zitat wahrgenommen wird.

Seinen Erfolg verdankte Wilmenrod nicht nur seiner Persönlichkeit oder gar seinen Kochkünsten, sondern vor allem dem nach den Jahren der Entbehrungen hohen Nachholbedarf an kulinarischen Genüssen, dem, was heute despektierlich als «Fresswelle» bezeichnet wird. In elf Jahren wurden 185 Sendungen mit ihm produziert und die deutsche Küche verdankt ihm so wegweisende Impulse wie den Toast Hawaii, der in den 1950er-Jahren mit Ananas und Cocktailkirsche belegt zum Inbegriff von Exotik wurde. Mit phantasievollen Benennungen verlieh er sogar profansten Speisen den Reiz des Besonderen und Exotischen, so wurden schlichte Frikadellen zu «Arabischem Reiterfleisch» verklärt.

Wilmenrod hat vorgemacht, wie Kochsendung und Marketing zusammengehen können. Er machte den bis dahin in Deutschland eher unbekanntem Rumtopf populär und schloss zugleich einen Vertrag mit dem Flensburger Rumhersteller Pott. In Zeitschriften und im Fernsehen warb er nun für Pott Rum und den Schnellbräter Heinzelmännchen, dessen Gebrauch er in seinen Kochsendungen demonstrierte. Auch die Etablierung des Puters als «traditionelles» Weihnachtsessen geht auf die Aktivitäten von Wilmenrod zurück. Seine Bemühungen liess er sich durch einen lukrativen Sponsorvertrag mit einem Putenmäster versüssen.

Bereits ein Jahr nach der ersten Sendung veröffentlichte er ein Kochbuch, das erste TV-Kochbuch der jungen deutschen Fernsehgeschichte, mit dem Titel «Es liegt mir auf der Zunge», das bis 1960 in zehn Auflagen mit 105000 Exemplaren erschien. 1956 folgte dann das zweite Kochbuch «Clemens Wilmenrod bittet zu Tisch». Alle Kochbücher erschienen im renommierten Hoffmann und Campe Verlag in Hamburg. Der verlegerische Erfolg ist aus dem Rückblick leicht zu erklären. Wilmenrod versprach kulinarische Kreationen, die auch für den schmalen Geldbeutel erschwinglich waren. Er brachte Exotik in die deutsche Küche, die bis dahin eher auf deutsche Hausmannskost setzte, und die im Studio aufgebaute Küche entsprach der Idealvorstellung einer modernen Küche der 1950er-Jahre. Clemens Wilmenrod war also nicht nur ein kochender Schauspieler, sondern er ästhetisierte das Kochen und machte es zu einem medialen Ereignis. Er wurde zum Koch der jungen deutschen Fernsehnation und zugleich zum Prototyp des modernen Fernsehkochs und stand für die Verheissungen des beginnenden Wirtschaftswunders.

Die Parallelen zu heutigen Kochsendungen und ihrer medialen Verlängerung in den Alltag hinein sind nicht zu übersehen. Mitte der 1960er-Jahre liess der Ruhm Wilmenrods nach, zu sehr entsprach er als Typ und in der Präsentation dem Image der 50er-Jahre; ihm folgten Fernsehköche wie Ulrich Klever in der ZDF-Drehscheibe, der seine Rezepte im Rowohlt-Verlag erscheinen liess. Dort gab es für solche Kochbücher in den 1960er-Jahren eine eigene Reihe mit dem

wohl nur aus dem Zeitgeist zu verstehenden Titel «Koche froh mit rororo», in der Kochbücher wie «Das Kochbuch für die Frau vom dicken Mann» von Sybil Gräfin Schönfeldt erschienen – es war Wohlstandszeit, aber man verstand es auch, diese mit Ironie zu nehmen.

Neue Nahrungsmittel wie Riesenkrabben, Kaviar und französische Champignons standen nun für eine Luxurierung der Hausmannskost. Man übernahm Zubereitungsarten wie das Grillen, und mit dem Grillen war das Kochen nicht mehr nur Frauensache, Grillen ist vornehmlich männlich bis heute.²¹

Grundsätzlich veränderte sich das in den 1970er- und 1980er-Jahren, als mit Pierre Bocuse kulinarisches Erleben zum Distinktionsmerkmal wurde. Unnachahmlich hat Alfred Biolek diese Entwicklung in ein neues Sendeformat umgesetzt, als er Mitte der 1990er-Jahre ein neues Format medialer Unterhaltung, nämlich die Talkshow, nutzte, um Kochen als kreatives soziales Event zu propagieren. Mehr der gepflegten Talkshow verpflichtet, wie er sie in «Bios Bahnhof» und anderen Sendungen zelebrierte, kochte «Alfredissimo – Kochen mit Bio», so der Titel der Kochsendung, gemeinsam mit Prominenten: beschaulich, geradezu langatmig und mit viel Konversation. Dabei wurde scheinbar unangestrengt die Kennerschaft des Gourmets in Szene gesetzt.²² Teuere Zutaten, aber auch Weine – allein die Nennung von Traubensorten, Jahrgängen, Anbaugebieten und Winzern, rief bei Biolek und seinen Gästen bereits ein verklärtes Lächeln hervor – dienten als Markierungen einer distinkten Genusskultur. Was in den 1990er-Jahren im deutschen Fernsehen zelebriert wurde, war gehobenes Kochen im zwanglosen Ambiente. Wie bei Wilmenrod spielte die Küche, die zunächst Bioleks private Küche war und später im Studio nachgebaut wurde und bei einem namhaften Küchenhersteller auch zu kaufen war, eine zentrale Rolle. Kochen hat also nicht nur etwas mit sozialen, sondern auch mit konkreten Räumen zu tun.

Geschult an der Ambitioniertheit der französischen Sterneküche, erweitert um das Geschmacksraffinement globaler Regionalküchen, wie sie in den späten 1980er- und den 1990er-Jahren in Mode kamen, besass Kochen den Hauch des Elitären, wurde zum Ausweis von Zugehörigkeit und Kennerschaft. Egal, ob es dabei betont lässig zuging wie bei Biolek, der den Salat schon mal mit blossen Händen mischte, oder ob Sterneköche wie Johann Lafer oder Vincent Klinck ihre Künste zeigten. Wo die kulinarischen Grenzen verliefen, wer also zur Gemeinde der Gourmets gehörte und wer nicht, wie sich der Eingeweihte vom Novizen oder gar Ignoranten schied, das wurde in dieser Zeit an Biolek und Co. samt deren Kochbüchern, die parallel zu den Sendungen erschienen, diskutiert.

Unnachahmlich ironisch hat James Hamilton-Paterson diese Manieriertheit einer wohlstandsgesättigten Geschmackskultur eindrucksvoll persifliert. In seinem Buch «Essen mit Fernet Branca»²³ sind immer wieder Rezepte eingestreut, wie das einer «Alien Pie», die als Hauptzutat «1 kg geräucherte Katze, entbeint» enthält. Aber beileibe nicht irgendeine Katze, sondern es gibt, wie der Autor genüsslich ausmalt, nur eine einzige Bezugsquelle auf der Welt, die dem hohen Anspruch des echten Gourmets gerecht werden kann. Was Hamilton-Paterson

ironisch auf die Spitze getrieben hatte, wird bei Tim Mälzer und Co. nun kulinarisch gebrochen. Der Tabubruch wird zum Stilmittel, das *everything goes* zum Credo erhoben. Statt lange über Weine zu debattieren, empfiehlt Tim Mälzer Bier als Getränk, gekauft wird um die Ecke, die unbekümmerte Verwendung von Convenience Food ist Programm.

«Born to cook» steht somit als Synonym für eine Umbewertung der medialen Inszenierung von Kochen. «Cool Kochen mit Tim Mälzer»: Was für die einen die «neue Lust» am Kochen ist, ist für andere «bewusste ›Verprollung›»²⁴. Georg Seessen jedenfalls sieht in den Kochshows einen Verlust von Esskultur als sozialer Distinktion und plädiert für die Aufrechterhaltung eines Elitediskurses über kulinarisches Erleben, das Geschmackserziehung und Kennerschaft braucht.

Mälzer und Co. haben demgegenüber gerade die Elaboriertheit kulinarischer Diskurse in den Alltag zurückgeholt. In einem Interview mit Frankfurter Rundschau-Online²⁵ plädierte Mälzer sehr handfest und wenig kultiviert für die sinnliche Erfahrung des Kochens: «Mein Prinzip ist: Lass uns ein bisschen kneten, rumsauen, Hemmschwellen abbauen. In den Zeitschriften ist alles auf Perfektion getrimmt, da sieht man nie teigverschmierte Hände und versaute Küchen. Lass uns Spass haben. Nicht im Sinne der Spassgesellschaft, sondern von Freude. Freude am Anfassen, Riechen, Schmecken, am Einsatz aller Sinne.»

Kochen: zwischen Unterhaltung und Alltagspraktiken

Essen und Trinken sind weit mehr als physiologische Vorgänge, sie sind, um mit dem französischen Semiotiker Roland Barthes zu sprechen, ein Kommunikationssystem, weil es auf einem Vorrat von Bildern, einem Regelwerk des Gebrauchs, des Reagierens und des Sich-Verhaltens beruht.²⁶ Das Kochen setzt in besonderem Masse Kulturwissen, Nahrungswissen, Gestaltungsfähigkeit und Geschmacksbildung voraus. Genau das hat Biolek als Elitewissen zelebriert und Tim Mälzer, aber auch Sendungen wie «Lafer! Lichter! Lecker!» zeigen, dass Kulturwissen nicht an Eliten gebunden ist, sondern auch Teil populärer Kultur, anders codiert ganz sicher, aber dennoch Teil kultureller Wissensbestände, an die mediale Inszenierungen anknüpfen können.

Kochshows sind in erster Linie Unterhaltung, und zwar in genau dem Sinne von «ästhetischer Zweideutigkeit»²⁷, wie Hans-Otto Hügel sie definiert hat, nämlich als Arrangement zwischen Akteuren und Zuschauern. Sie werden als reale Situation angesehen, aber zugleich in dem Wissen um ihre Konstruiertheit konsumiert, der bloße Medienkonsum allerdings sagt noch nichts über die Übersetzung in den Alltag aus. Der Blick auf die Geschichte der Aneignung der Kulturtechnik Kochen zeigt, dass sie schon lange mit Medialisierung verbunden war und die damit einhergehende Ästhetisierung des Kochens Wirkung auf den Alltag zeitigte. Denn Medialisierungen bieten Narrative an, die als Scharniere zwischen den Wirklichkeiten funktionieren, und diese Narrative sind eingebunden in gesellschaftliche

Selbstdeutungen. Henriette Davidis erzählte von der «perfekten Hausfrau», Clemens Wilmenrod von der Utopie Schlaraffenland im entbehrungsreichen Nachkriegsdeutschland und die heutigen Fernsehköche erzählen von Kochen als Teil von Freizeitkultur und Erlebnisgesellschaft. Wie die Interdependenzen zwischen Kochshows und Kochen als kultureller Praxis allerdings verlaufen, darüber sagen diese Narrative nichts aus.

Der grosse Erfolg von Kochsendungen und Kochbüchern mag gerade darin begründet liegen, dass es nicht um das Erlernen der Kulturtechnik «Kochen», für die das Dr. Oetker-Schulkochbuch steht, geht, sondern um Abgucken, Klauen, Nachkochen, also um den anarchischen Gebrauch der Überfülle an Angeboten und Möglichkeiten, zu denen die globalen Küchen genauso gehören wie der Sonntagsbraten der Oma und Fastfood von der Currywurst bis zum Hamburger. Wichtiger als teure Zutaten, elaborierte Zubereitungsarten und elitäres Räsonieren ist es, Kochen und Essen als soziale Situation zu markieren. Das Versprechen von Nähe und Geselligkeit, die allerdings nicht mehr ihren primären Ort in der Familie hat, enthalten sowohl die Kochshows wie die Kochbücher des Tim Mälzer.

Kochshows scheinen mir kein geeigneter Indikator zu sein, um über die Realität von Kochen im Alltag nachzudenken. Hier braucht es empirische Untersuchungen, die Kochen in den Kontext von Lebensentwürfen und Alltagserfordernissen stellen. Denn wie Kochen im Alltag positioniert ist, hängt von den Bedingungen ab, unter denen Menschen ihr Leben organisieren (müssen), von ihrer Zugehörigkeit zu sozialen und ethnischen Milieus, von Mobilitätsanforderungen und Familienformen, von Alter und Geschlecht.²⁸ Auf der anderen Seite scheint mir das Kochen als Alltagspraxis auch nach dem Verschwinden der Kochshows aus den Fernsehkanälen nicht gefährdet zu sein, denn wie kaum eine andere Kulturtechnik ist es geeignet, in gesellschaftliche Trends integriert zu werden. Die enge Verbindung von Kochen und Essen mit körperlichem (Wohl-)Befinden, mit den verschiedenen Möglichkeiten Geselligkeit, soziale Nähe und kommunikative Situationen herzustellen, werden die Einbindung in unsere Alltags- und Freizeitkultur immer wieder festigen.

Der Volksmund wusste um diese Zusammenhänge, wenn er behauptete, dass Essen und Trinken Leib und Seele zusammenhielten. Wenn das so ist, dann ist der Kochbuchtitel von Tim Mälzer «Born to cook» nur ein Anglizismus für eine alte Lebensweisheit.

Anmerkungen

¹ Stephen Lowry versteht unter Kochshows ein Sendeformat, «das alle Sendungen umfasst, die primär vom Kochen handeln oder in denen das Kochen selbst als Handlung den wesentlichen Raum einnimmt», s. ders., Die Ambivalenz des Brutzelns: Kochsendungen als populäre Fernsehunterhaltung. In: Udo Göttlich/Stephan Porombka (Hg.), Die Zweideutigkeit der Unterhaltung. Zugangsweisen zur populären Kultur. Köln 2009, S. 59f.

² Lowry, wie Anm. 1, S. 59.

³ Kochbücher werden in der aktuellen Bestsellerliste von *Focus* unter der Rubrik Ratgeberliteratur geführt, *Der Spiegel* verzeichnet Kochbücher nicht.

- ⁴ www.abendblatt.de/kultur-live/article371821/Die-Bestseller-des-Jahres-2005/html, 27. Dezember 2005.
- ⁵ *Der Spiegel* führt in seiner Liste keine Kochbücher, sodass hier die Zahlen der von *Focus* veröffentlichten Liste zugrunde liegen.
- ⁶ Selbst die oft gescholtene Kuppelshow «Bauer sucht Frau» kann inzwischen mit einem eigenen Kochbuch zur Sendung aufwarten, s. Bauer sucht Frau – Die besten Rezepte vom Lande. RTL 2009.
- ⁷ www.spiegelonline.de/kultur/gesellschaft/0,1518,472114,00/html, 16. März 2007.
- ⁸ Das Sendeformat war angelehnt an eine Kochshow von Jamie Olivier im britischen Fernsehen, bei dem Tim Mälzer mitgearbeitet hatte.
- ⁹ Dort hatte er bis Ende 2007 gemeinsam mit einem Partner das Restaurant «Das Weisse Haus» betrieben.
- ¹⁰ Das Wort Tingeltour hatte Mälzer selbst eingebracht.
- ¹¹ Insgesamt ist die Thematisierung der eigenen Biografie als Marketingstrategie ein nicht nur hier zu beobachtendes Merkmal.
- ¹² Auch aus der Tatsache, dass er sich in der Art der Präsentation von dem auch in Deutschland mit diversen Kochbüchern bekannt gewordenen englischen Koch Jamie Oliver inspirieren liess, macht Tim Mälzer keinen Hehl.
- ¹³ Vgl. zur Geschichte des Kochbuchs u. a. Sabine Verk, Geschmackssache. Kochbücher aus dem Museum für Volkskunde Berlin 1995.
- ¹⁴ Praktisches Kochbuch für die gewöhnliche und feinere Küche. Zuverlässige und selbstgeprüfte Rezepte zur Bereitung der verschiedenartigsten Speisen, kalter und warmer Getränke, zum Einmachen und Trocknen von Früchten etc. Mit einem Anhang enthaltend Arrangements zu kleinen und grösseren Gesellschaften und einem Küchenzettel nach den Jahreszeiten geordnet mit besonderer Berücksichtigung der Anfängerinnen und angehenden Hausfrauen.
- ¹⁵ Eines der erfolgreichsten Kochbücher der 1950er-Jahre war Lilo von Aureden, Was Männern so gut schmeckt, das 1954 im Rowohlt Verlag als Taschenbuch erschien.
- ¹⁶ Vgl. dazu Christina Rump, Kochrezepte, eine Alltagsform des Blatts. In: Werner Faulstich (Hg.), Das Alltagsmedium Blatt. München 2008, S. 51–56.
- ¹⁷ So Ulrich Fichtner, wie Anm. 7.
- ¹⁸ Wie Anm. 1, S. 64–73.
- ¹⁹ So jedenfalls sieht es Lowry, wie Anm. 1, S. 74.
- ²⁰ Vgl. dazu *Der Spiegel* 13. Jg., Nr. 26, 24. Juni 1959, S. 47–57.
- ²¹ S. dazu Ulrich Tolksdorf, Grill und Grillen. Oder: Kochkunst der mittleren Distanz. Ein Beschreibungsversuch. In: Kieler Blätter zur Volkskunde V, 1973, S. 113–133.
- ²² Dazu s. Sabine Allweier, Ein Conférencier des guten Geschmacks. Notizen zur Kochsendung «Alfredissimo!» In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 98, 2002, S. 89–100.
- ²³ James Hamilton-Paterson, Kochen mit Fernet-Branca. Stuttgart 2005, S. 211–216.
- ²⁴ So Georg Seesslen in seinem Artikel «Schmeckt nicht, gibt's!» In: der Freitag, 17.11.2006, www.freitag.de/2006/46/06462101.php.
- ²⁵ www.fr-online.de/in_und_ausland/magazin/?em_cnt=1220066&, 5.10.2007
- ²⁶ Zitiert nach Sabine Allweier, wie Anm. 22, S. 90.
- ²⁷ Hans-Otto Hügel, Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und populärer Kultur. Köln 2007, S. 20–23.
- ²⁸ Einige wenige Hinweise darauf finden sich bei Christina Rump, wie Anm. 16, S. 54f.