

# **Pfefferkuchen, Marzipan, Christstollen.**

## **Ess- und Trinkkulturen. Beziehungen zur Nahrung**

Ringvorlesung *Beziehungskulturen*  
Universität Lüneburg, 21.12.06

### 1. Einführung

„In der Sekunde nun, als dieser mit Kuchengeschmack gemischte Schluck Tee meinen Gaumen berührte., zuckte ich zusammen und war wie gebannt durch etwas Ungewöhnliches, das sich in mir vollzog.“ Die „geheime Kraft des Trankes“ brachte Marcel Proust dazu, die Wahrheit in ihm zu suchen (Proust, 2000, 63f., Dürrschmid, 2003). Heraus kam das dreibändige literarische Werk „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“. Ein ungewöhnliches Produkt der Ess- und Trinkkultur, aber ein starker Hinweis darauf, was Nahrung und Geschmack in Bewegung setzen können.

Ich möchte im folgenden zunächst über die Bedeutung der Nahrung nachdenken, dann nach der historischen Herkunft von drei in der Weihnachtszeit verbreiteten Nahrungsmitteln fragen, über den medialen Einsatz des Geschmacks reflektieren und dann einen Versuch vorstellen, eine Ess- und Trinkkultur zu erfinden.

Meine Hypothese: Geschmack hängt mit Geschichte zusammen. Das Medium Geschmack geht aber in unserer von audiovisuellen Sinneseindrücken, vom Sehen und Hören geprägten Kultur unter.

Soweit meine Hypothese. Denken wir zunächst über die Bedeutung von Essen und Trinken nach.

### 2. *Der Mensch ist, was er isst*

Mit dieser Formulierung setzte der Philosoph Ludwig Feuerbach im Jahr 1850 die akademische Welt in Aufregung. Dabei war Feuerbach in der damaligen akademischen Welt wenig erfolgreich. Der Mensch war für ihn pralles Leben, er war nicht nur Erfüller der Hegelschen Weltdeutung. Der Mensch, so Feuerbach, bestehe aus den Stoffen, die er täglich zu sich nimmt. Er habe auch immer nur sein eigenes Wesen angebetet: *Homo hominem deus est* – der Mensch ist Gott des Menschen.

Gemeinsam mit anderen begründete Ludwig Feuerbach damit den wissenschaftlichen Atheismus und prägte viele junge Wissenschaftler seiner Zeit, nicht nur Karl Marx.

Kulturhistoriker sind jedoch inzwischen zur Ansicht gekommen: *Der Mensch ist, wie er isst.*

Der Mensch ist zwar abhängig von der Natur, hat sich aber eine umfassende Kultur geschaffen, die auch seine Ernährung bestimmt (Teuteberg, 1997, 1-4).

Lassen Sie uns dem zunächst kategorial und kursorisch nachgehen: Ist der Mensch, was er isst oder wie er isst? Wie sieht die Kultur des Essens und Trinkens aus?

### 3. Bedeutung der Ess- und Trinkkulturen

Der Mensch ist zwar eine Kalorienverbrennungsmaschine. Er hat aber die Welt so umgeformt, dass er mehr von dieser Menschheitskultur geprägt ist als von den naturhaften Bedingungen. Er versucht sich von den Zwängen der Natur zu emanzipieren. Er hat seinen Nahrungsinstinkt verloren, Hunger und Appetit sind nicht deckungsgleich.

Der Mensch schafft sich die eigene Lebenswelt im Kommunikationszusammenhang mit anderen. Die Esskultur ist dabei wichtig: sie setzt sich aus Objekten – Besteck, Geschirr, Tisch, Stühle - , aus Handlungen, aus sozialen Beziehungen und Wertsystemen zusammen. Nahrung zu verzehren, bedeutet nicht nur, dem Motor neuen Treibstoff zu führen, sondern in der Regel soziale Kontakte und Informationen. Dabei sind alle Lebensbereiche kommunikativ durch Nahrungsgewohnheiten vernetzt. Mahlzeit bedeutet beim Menschen Suche nach Geselligkeit, anders als beim Tier. Essen wird um so kommunikativer, je leichter das allgemeine Sättigungsbedürfnis gestillt werden kann .

Der Symbolcharakter der Nahrung hat nichts mit chemischer Substanz, aber viel mit Aussehen, Geschmack, Ort, Zeit und Kulturgeschichte zu tun. So ist zum Beispiel das Kaffeetrinken pausieren in Gesellschaft, gemeinsames Nachdenken. Die gesamte Nahrungsaufnahme ist mit Chiffren durchsetzt, die dem Individuum oft nicht bewusst sind.

Keine Gesellschaft ist ohne Sprache, aber auch ohne Kochkultur denkbar. Das haben französische Forscher klar gemacht. Amerikanische und britische Forscher wie Mary Douglas, Jack Goody und Stephen Mennell wollen die soziale Rangfolge des Geschmacks kleinräumig entziffern und verstehen.

Der Symbolgehalt der Nahrung lässt sich kategorisieren:

1. Prestigeprodukte: Nahrung als personale Attribute mit zur Schau – zum Beispiel Sekt bei der Vernissage.

2. Statusprodukte: Nahrungsmittel demonstrieren Gruppenkonformität, zeigen die soziale, regionale oder nationale Orientierung. Was wäre der politische Aschermittwoch in Bayern ohne große Bierkrüge? So gilt in Südwestdeutschland beispielsweise Norddeutschland als Kartoffelzone. Die Italiener wurden in Westdeutschland als „Makkaroni-Fresser“ verspottet, jetzt isst jedermann, wie deutschnational auch immer, Makkaroni und Spaghetti.

3. Fetisch- und Sekuritätsprodukte: Nahrungsmittel dienen der emotionalen Beruhigung, beispielsweise Bonbons für Kinderr

4. Hedonistische Produkte: Lustoptimierung, Belohnung, Glück im Zusammenhang mit Kommunikation. So drückt manchmal die Flasche beim Aufstieg ganz schön, niemand wird jedoch auf den Gipfelschluck verzichten (dazu allgemein Teuteberg, 1997, 5-13).

Diese Unterschiede. setzen ein Wissen über die Nahrung voraus. Ich möchte diese Wissensvermittlung jetzt an drei Beispielen versuchen.

#### 4. Beispiele: Marzipan, Pfefferkuchen und Christstollen

Lassen Sie mich jetzt zu zeigen versuchen, wie auf dem Weihnachtsteller ganze Epochen der abendländischen Geschichte liegen, die ich in ihrer Bedeutungsfülle nur andeuten kann.

Beginnen wir mit der Renaissance, mit den aufstrebenden oberitalienischen Städten, die uns nicht nur Begriffe hinterlassen haben, die noch immer unser Wirtschaftsleben strukturieren: Brutto, netto, Konto, Giro, Disagio. Auch bankrott stammt aus diesen Renaissancestädten: der Laden, der Tisch ist kaputt, la banca e rotta – bankrott.

Madrigale erklingen noch aus der dieser Zeit – das Scherzo, das Finale, da capo al fine – vom Anfang bis zum Schluß erinnert, in welcher europäischen Region die Musik damals spielte. Besonders Venedig war nicht nur Musikstadt, auch Glasstadt und die Stadt der Gewürze.

Von Venedig hat uns auch eine Köstlichkeit hinterlassen, die fast auf jedem Weihnachtsteller liegt: der Marzipan.

Aus dem Voralpenland, aus dem Friaul, bezogen die Venezianer die Mandeln, über das Mittelmeer brachten venezianische Kaufleute den damals noch teuren Zucker. Sie mischten das zusammen – und nannten die so entstandene Leckerei das Brot ihres Stadtheiligen, das Brot des Markus, marcis pane, Marzipan (Feldmann/Peschke, 2001, 11).

Die oberitalienischen Städte dominierten damals die europäischen Handelswege. Nördlich der Alpen waren im heute deutschen Gebiet in den Jahrhunderten der Renaissance die nach Süden orientierten Städte führend. Konstanz, etwas später Augsburg und insbesondere Nürnberg, das auch über gute Handelsverbindungen nach Osten und auch nach Norden verfügte. Albrecht Dürer war nicht nur der bedeutendste Maler in dieser Zeit, Nürnberg hatte auch mit 40.000 Seelen die meisten Einwohner der

deutschen Städte. Nachdem in Italien im 14. Jahrhundert die ersten städtischen Turmuhrn tickten, in Siena die erste, stellte der Nürnberger Schlosser Peter Henlein um 1510 den ersten individuellen Zeitmesser her, die erste Taschenuhr her, das Nürnberger Ei.

Und die Nürnberger Kaufleute handelten mit Oberitalien, Gewürze natürlich auch. Diese Gewürze verbuken sie in ihre Nürnberger Lebkuchen und nannten sie Pfefferkuchen. Warum Pfefferkuchen? Pfeffer stand für alle Gewürze: Safran und Zimt, Koriander und Kardamon.

Wir nehmen zu dieser Zeit also die wirtschaftlichen Beziehungen, aber auch die politischen und kulturellen Beziehungen zum Mittelmeerraum in den Blick, die damals, in der Zeit der Renaissance, im Vordergrund standen.

Dies sollte sich aber ändern. Das zeigt uns der Christstollen, der uns einiges über diese Änderung verrät, aber auch noch mehr.

Der älteste überlieferte Christstollen stammt nicht aus dem Dresden, sondern aus Naumburg im südlichen Sachsen-Anhalt. Das hat wahre Heimatforscherschlachten ausgelöst.

Die erste Überlieferung des „Christbrods“ aus Dresden datiert von 1474, der Naumburger Stollen dagegen von 1329. Der Stollen war ein Fastengebäck. Nach dem Willen der Kirche durfte er weder mit Butter, noch Milch noch Eiern gebacken werden, sondern allein aus Weizen und planzlichem Öl.

Das ist sehr interessant. Warum Weizen und Öl? Weizen, Öl und Wein waren die Grundbestandteile der Küche des römischen Reiches. Und die Kirche übernahm kulturgeschichtlich wesentliche Teile des Erbes des römischen Reiches, insbesondere im Bereich des Geschmacks. Wie ging das vonstatten? Die Kirche gab diesen Grundnahrungsmitteln kultischen Charakter in den sieben Sakramenten – Weizenbrot und Wein waren Jesu Leib und Blut in der Eucharistiefeyer, Öl fand seine Anwendung in der Firmung, bei der letzten Ölung und in der Priesterweihe. So konnten diese Lebensmittel mit der Christianisierung ihren Siegeszug auch nördlich der Alpen antreten.

Allerdings: der Christstollen mit dem christlichen Öl schmeckte den Naumburgern, und auch den Dresdnern nicht.

1450 baten die Kurfürsten Ernst und Albrecht von Sachsen in einem Schreiben an Papst Nikolaus darum, diese Öl-Vorschrift zu lockern. Erst nachdem fünf weitere Stellvertreter Gottes das zeitliche gesegnet hatten, stieß dieser Wunsch auf Erfüllung. Papst Innozenz VIII. hob 1491 das Butterverbot auf – allerdings ließ er sich diese Liberalität vergolden. Regelmäßige Zahlungen für den Bau des Freiburger Doms waren an das Ende des Butterverbots geknüpft ([www.wikipedia.org/wiki/christstollen](http://www.wikipedia.org/wiki/christstollen), allgemein dazu Montanari, 1999, 27-32).

Die Christstollen traten ihren Siegeszug weit über Sachsen hinaus erst seit Ende des 17. Jahrhunderts. Die sächsischen Bäcker profitierten von den Gewürzen, welche die holländische Ostindische Kompagnie lieferte.

Der Handel über die Nordsee brachte jetzt den Erfolg, nicht mehr der Mittelmeerhandel. Die Verlagerung der Haupthandelswege hin zur Nordsee erklärt, warum Nürnberg und Augsburg an Einfluß verloren, warum Konstanz, die Weltstadt des Mittelalters, im 18. Jahrhundert nur als „verschlafenes Pfaffennest“ galt (Zang, 1982, 217).

So finden sich also auf dem Weihnachtsteller einige Leckereien, in die internationale Geschichte, Wirtschaftsgeschichte, Kulturgeschichte eingeschrieben ist.

Schmecken wir das heraus? In unserer Welt der Sinne und der erweiterten Sinne, der Medien, hat der Geschmack eine intellektuell untergeordnete Stellung.

## 5. Defizit 1: Geschmack als Medium

Sehen, hören, riechen, tasten, schmecken – das sind die fünf Sinne. Lassen Sie uns einmal sehr weit in der Menschheitssgeschichte zurückgehen. Das älteste Wissen der Menschen ist vermutlich das Wissen über den Geschmack, der als rudimentärer Sinn die Hominiden vor Bitterem warnt, und Süßes anziehend macht.

Sobald sich ein soziales Gedächtnis herauszubilden beginnt, werden über den einzelnen hinausgehende Lehrsätze kodifiziert. Nehmen wir in unserem Kulturkreis beispielsweise das Alte Testament der Bibel. Diese Bibel ist ein einziger Ernährungsratgeber, voll metaphorischer Fantasie. Was gut war, bestimmten jetzt eher Verstandesregeln als Sinneseindrücke – und der Verstand war göttlich.

Die Menschen hatten aber den Genuß entdeckt, das machen göttliche Warnungen vor der Völlerei deutlich.

Immer frönten die Menschen der Lust der Feinschmecker, die Verdammung der Völlerei auf der einen Seite und orgiastischen Exzessen, auch hinter Klostermauern, auf der anderen Seite, wurden im Mittelalter und in der frühen Neuzeit zur Regel (Kaufmann, 2006, 16-21, allgemein: Spiekermann, 2000).

Im Europa des 17. und 18. Jahrhunderts wurde der gute Geschmack zelebriert. Das bekannteste Beispiel war Ludwig XIV., der sogar noch gut und viel essen mußte, als ihm aufgrund einer krassen Fehlannahme seiner Ärzte alle Zähne gezogen wurden.

In der Französischen Revolution eroberten sich alle, die es sich leisten konnten, das Recht auf Genuß, ja auch auf öffentlichen Genuß in den damals neu entstehenden Restaurants.

Ordnung und Disziplin schlugen aber zurück. Im 19. Jahrhundert wurde die Nahrung zu einem Anhängsel der Chemie, die bis in die sechziger Jahre des 20. Jahrhunderts einen

Triumph nach dem anderen feierte. Beide damals existierende Systeme lieferten sich nicht nur ein Wettrennen, sondern auch ein Wettentwickeln ihrer Ernährungssysteme. Es ist bekannt: McDonalds BigMac siegte über Grilletta, Hot Dog schlug die Ketwurst, Pizza Hut eroberte eroberte Krusta, wie die DDR-Pizze eine Zeitlang hießen. Ein Flügelschlagen war nur beim Goldbroiler, dieser trug aber mit seinem Erfolg zum Ruin der DDR-Wirtschaft bei: er kostete im DDR-Wirtschaftsplan 6 Mark pro Stück, wurde aber für 3,50 Mark verkauft (Poutrus, 2002, 135ff.).

In diesem Flug durch die Geschichte des Geschmacks in annähernder Lichtgeschwindigkeit sollte wir eines nicht vergessen: Viele von uns Essern versuchen ihren Geschmack wie eine Fahne vor uns herzutragen. In Wahrheit ist diese Fahne jedoch Treibholz im Meer der anderen Sinne: die Regeln und Erfahrungen, das Sehen und Hören und Riechen und Fühlen strukturieren den Geschmackssinn (Kaufmann, 2006, 44f.). Die großen Lebensmittelindustrien versuchen ihn auf salzig, fett und süß zu reduzieren. Das gelingt in weitem Massstab, kommen die Fernsehköche eigentlich dagegen an?

## 6. Defizit 2: Die Bedeutung von Medien für den Geschmack

Am Abend des 20. Februar 1953 gab es im deutschen Fernsehen italienisches Omelett, gefolgt von gebratener Kalbsniere mit Konservengemüse, zum Abschluß dann einen Mokka. Acht Wochen nach dem Fernsehstart des Fernsehens in Westdeutschland erschien Fernsehkoch Clemens Wilmenrod auf dem Bildschirm.

Der Schauspieler Carl Clemens Hahn ließ sich von seinem Geburtsort Willmenrod im Westerwald zu seinem Künstlernamen animieren, mit dem er vor allem als Fernsehkoch bekannt wurde.

Eineinhalb Jahrzehnte nach den deutschen Blitzkriegen servierte Wilmenrod den Fernsehzuschauern seinen Blitzgulasch. Er kochte auch venezianischen Weihnachtsschmaus und sein Giganten-Omelett vom Straußenei. Das arabische Reiterfleisch würzte Clemens Wilmenrod mit Detailkenntnissen aus dem Libanon. Er sagte, dass es dort „mehr Spitzbuben als auf der ganzen Nordhalbkugel zusammen“ gebe.

Einige katholische Geistliche rebellierte gegen seine Anrede „Liebe Brüder und Schwestern in Lukullus“, doch diese änderte nichts an seiner Popularität. Seine Kochsendungen belebten den Absatz: nach einem Kabeljau-Rezept waren hatten am nächsten Tag die Fischgeschäfte keinen Kabeljau mehr.

Wilmenrod machte Werbung für Rum, den „Guten Pott“, für Käse, Küchengeräte, Abfalleiner und Wellensittich-Käfige. 1964 schied er aus (Müllender, 2006, 8f.).

Wenngleich es in den Folgejahren etwas ruhiger wurde im Koch-Fernsehen, gelangten Fernsehköche im 3. Jahrtausend zu nie gekannter Prominenz.

An einzelnen Wochenenden flimmern bis zu 13 Sendungen ins deutsche Wohnzimmer. Den meisten Sendungen fehlt dabei jeder warenkundliche und aufklärende Hintergrund. Das Fleisch und die Gemüse glänzen appetitlich unter der Studiolampe.

Außer Vincent Klink haben die meisten Fernsehköche nur wenig Probleme damit, für viele Dinge Reklame zu laufen. Vor allem Johann Lafer: Er hat inzwischen einen eigenen Hubschrauber, um von Buchpräsentation zu TV-Auftritt, um von der Werbetermin beim Küchenstudio ins Restaurant zu fliegen (Kriener, 2006, 6f.).

Fördern diese Kochsendungen das Kochen? Die Statistiken belegen, dass in Deutschland immer weniger gekocht wird, je mehr Köche auf dem Bildschirm erscheinen. Die Kochsendungen fördern das Kochen offenbar nicht – sie ersetzen es. Köche werden im Grunde museal. Die Zuschauer lehnen sich im Sessel zurück und bestaunen Exoten: im Fernsehen ziehen Bilder von einer idyllischen Zeit herauf. Die Fernsehköche sind Fluchthelfer aus dem Küchen-Alltag, in dem der Kühlschrank, nicht mehr der Herd und der Esstisch dominiert. Die Köche teilen damit das Schicksal mit anderen vom Aussterben bedrohten Berufsgruppen: Nonnen und Pfarrer, Förster, Landarzt, der Schutzmann aus dem Kiez (Fichtner, 2006, 181-195; zum Kühlschrank Kaufmann, 2006, 56-59) . Das ist die beste Basis für ihren medialen Einsatz.

Den Geschmack also Hören und sehen im Fernsehen, für Geschmack sorgt der angerufene Pizza-Service.

## 7. Über einen Versuch, eine Ess- und Trinkkultur zu erfinden

Die Pizza-Dienste haben sich auch in den neuen Bundesländern ausgebreitet. Dabei ist dort für kulinarische Genießer Diaspora. Die Mitgliederzahlen von Slow Food, einer Initiative für Genießen mit Verstand, zeigen das. So muß beispielsweise das kleine Convivium Leipzig – Halle – Merseburg das gesamte Bundesland Sachsen-Anhalt und die Hälfte Sachsens abdecken.

Dabei bestehen zahlreiche Anknüpfungspunkte. Den Dresdner und Naumburger Christstollen habe ich bereits erwähnt. Es gibt auch Deftiges, so zum Beispiel die russische Wurst- und Gemüsesuppe Soljanka, die noch immer auf fast allen Speisekarten von Restaurants in den neuen Bundesländern steht. Oder den Wein aus dem Saale-Unstrut-Gebiet, das die besten deutschen Weißweine produziert.

Der Nachbarlandkreis von Merseburg, der Naumburger Burgenlandkreis liegt im Zentrum des Weinbaugebiets Saale-Unstrut. Dazu kommt, dass die Lebensmittelindustrie auch die dominierende Industriebranche des südlichen Sachsen-Anhalts ist. Ich nenne nur den größten deutschen Sektproduzenten, Rotkäppchen, der seinen Sitz in Freyburg im Burgenlandkreis hat oder den Süßwarenproduzenten Zetti, der im Gegensatz zur DDR-Zeit seinen Knusperflocken wieder in nennenswertem Umfang Schokolade beimischt.

Die deutschen regionalen Küchen wurden alle erfunden. Diese Küchen sind nicht nur ein Produkt der Gesellschaftsgeschichte, insbesondere der Kulturgeschichte und Technikgeschichte, nein, sie sind genauso ein Produkt der Mediengeschichte. Erst seit der Erfindung des Buchdrucks gibt es verbreitete Kochbücher, die regionale Identität konstituieren. Um eine regionale Küche zu erfinden ist Fantasie, eine der Grundeigenschaften des Historikers, nötig.

Warum, so fragten wir uns, sollen wir diese historische Fantasie nicht auch einmal für den Burgenlandkreis anwenden? So führe ich gemeinsam mit meinem Kollegen Christian Siegel zur Zeit ein umfangreiches Schwerpunktprojekt durch, das sich zum Ziel gesetzt hat, ein historisches Kochbuch für den Burgenlandkreis zu erfinden ([www.historisches-kochbuch.de](http://www.historisches-kochbuch.de)).

Wir arbeiteten dabei erst die Geschichte des Saale-Unstrut-Gebiets auf. Nach Meinung von Harald Meller, dem Landesarchäologen von Sachsen-Anhalts, war das Unstrut-Tal das „Silicon Valley der Steinzeit“ (Mitteldeutsche Zeitung, 07.11.03). In der Tat: Sachsen-Anhalt verfügt neben Baden-Württemberg über die meisten Funde aus der schriftlosen Frühgeschichte – und bei Baden-Württemberg war es der forcierte Autobahnbau, der viele Funde, an die Archäologen wollten oder nicht, ans Tageslicht brachte. Das hat zumindest in der Vergangenheit für Sachsen-Anhalt noch keine so große Rolle gespielt. Ich erwähne nur die Himmelsscheibe von Nebra oder das Sonnenobservatorium von Goseck, beide im heutigen Burgenlandkreis.

Daneben beschäftigten wir uns mit der Stadtgeschichte von Naumburg mit seinem Dom und mit der Geschichte von Zeitz. In Zeitz interessierte uns vor allem der Braunkohletagebau, der noch immer ganze Dörfer aufessen will.

Und natürlich mit Friedrich Nietzsche, der seinen Bezugspunkt in Naumburg hatte.

Unsere Gerichte haben wir zusammen mit der Bildungsakademie in Leuna gekocht.

Welche Gerichte haben wir erfunden?

So wird es beispielsweise den „Ziegenkäse Zarathustra“ geben, den eine biologische Ziegenkäserei in Schleckweda im Elstertal herstellt. Der altpersische Religionsgelehrte Zarathustra war ein großer Käseliebhaber – und mit Nietzsches Werken hat das auch zu tun.

Nietzsche ließ sich immer von seiner Familie den Lachsschinken aus Naumburg schicken, bei uns ist dieser Lachsschinken Bestandteil eines Rezepts, zu dem auch der Naumburger Stollen gehört. Zu jedem Rezept gehört natürlich eine von den Studierenden ausgearbeitete Geschichte.

Die Bergarbeiter im Tagebau erhielten akzisierungsfreies Trinkbranntwein. Daraus und aus Früchten, die sie im Garten gezogen hatten, stellten die Zeitzer Bergarbeiterfrauen ihren speziellen Burgenländer Rumtopf her. Auch dieser wird natürlich in unserem Kochbuch auftauchen. Oder der kalte Grubenhunt, eine Mischung aus Bergbautradition und der Zeitzer Zetti-Schokoladenfabrik.



Noch eine Geschichte: Als die böhmischen Hussiten im 15. Jahrhundert den Belagerungsring um Naumburg geschlossen hätten, sei der mutige Naumburger Lehrer mit seinen jüngsten Schülerinnen in das Lager der Hussiten gezogen. Die Schülerinnen hätten Körbe voller Kirschen mitgebracht und sie an die Böhmen verteilt. Die böhmischen Hussiten seien daraufhin so gerührt gewesen, dass sie Naumburg in Frieden ließen und wieder abzogen.

Was stimmt an dieser Geschichte? Überhaupt nichts: weder waren die Hussiten in Naumburg, noch wurde der mutige Lehrer aktiv. Trotzdem feiern die Naumburger in jedem Jahr ihr HussitenkirsCHFest und machen an Peter-und-Paul einen großen Markt. Und sie backen große HussitenkirsCHFannchen.

Die Naumburger hatten sich wohl eher überlegt, was sie den Leipziguern mit ihrem Messeprivileg entgegensetzen könnten. Diese hatten im 14. Jahrhundert von Kaiser Karl IV. ein umfangreiches Messeprivileg abgekauft, das ihnen im Umkreis von 100 Meilen als einzigen Recht einräumt, einen überregionalen Markt abzuhalten. Der Naumburger Peter-und-Paul-Markt zum Hussitenfest war wahrscheinlich ein gewitztes Gegenmittel der Naumburger, auch einmal Händler in ihrer Stadt zu Gast zu haben.

Deshalb wird auch der Naumburger Hussiten-KirsCHFannchen im Buch seinen Platz finden.

Geschichte und Geschmack zu verbinden, das wird ein Anliegen unseres Kochbuchs sein. Und eine regionale Küche zu historisieren – das ist unser Versuch. Ob es uns auch gelingt, geschmacksbildend tätig zu sein? Das anzunehmen, hieße sich selbst zu überschätzen. Vielleicht huscht wenigstens einem aufgeklärten Esser einmal ein wissendes Lächeln übers Gesicht, wenn er in ein paar Jahr einmal wieder in den Ziegenkäse Zarathustra beißt. Zu einem Werk wie Prousts „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“ wird es wohl nicht reichen ...

## 8. Zusammenfassung

Wir hatten uns die Frage gestellt, ob der Philosoph Ludwig Feuerbach mit seinem bahnbrechenden Wort Recht hatte: *Der Mensch ist, was er isst*. Kulturhistoriker verneinen das und argumentieren, dass der Geschmack und das Essen von kulturellen und gesellschaftlichen Einflüssen geprägt sind. Ich habe das an drei Beispielen zu belegen versucht: Marzipan, Pfefferkuchen und Christstollen.

An diesen Beispielen wurde auch deutlich, welche große Bedeutung die Verlagerung der internationalen Handelswege vom Mittelmeer zur Nord- und Ostsee hatte. Mit dem Salzhandel hatte die Lüneburger Bürgerschaft auch Anteil an diesem Prozeß.

Die Geschichte der Nahrung ist eine Geschichte des Geschmacks. Der Geschmack ist dabei ein prekäres Medium. Der Boom von Kochsendungen im Fernsehen zeigt die

Musealisierung des Kochens: je mehr Kochen im TV, desto weniger Kochen am eigenen Herd.

Wir sind gerade dabei, in Naumburg und Umgebung eine regionale Küche zu erfinden und diese zu historisieren. Das Ende ist allerdings offen. Auch der Erfolg von Slow Food, Food Watch, der Ernährungsbranche von Greenpeace und anderen Initiativen ist zweifelhaft. Das beste Mittel aber, den Geschmack zu retten, ist bewußt Geschichte zu schmecken, beispielsweise in Marzipan, Pfefferkuchen oder im Christstollen.

#### Literatur:

Dürschmid, Klaus, Zur Sensorik von Madeleines und Tee in Marcel Prousts „Auf der Suche nach der verlorenen Zeit“, in: Internationaler Arbeitskreis für Kulturforschung des Essens: Mitteilungen (IAKE), 2003, 11, 12-23

Feldmann, Werner/Hans P. Peschke, Kochbuch der Renaissance, Düsseldorf: Albatros, 2001 (orig. 1990)

Fichtner, Ulrich, Tellergericht. Die Deutschen und das Essen, München: DVA, 2004

Hirschfelder, Gunther, Europäische Esskultur. Eine Geschichte von der Steinzeit bis, Frankfurt/New York: Campus, 2001

Kaufmann, Jean-Claude, Kochende Leidenschaft. Soziologie vom Kochen und Essen, Konstanz: UVK, 2006 (orig. fr., 2005)

Kriener, Manfred, Die Epidemie der Küchensendungen im Fernsehen, in: Slow Food, 14, 1/2006, 6f.

Montanari, Massimo, Der Hunger und der Überfluß. Kulturgeschichte der Ernährung in Europa, München: Beck, 1999 (orig. it. 1993)

Müllender, Bernd, Der erste deutsche Fernsehkoch: Clemens Wilmenrod, in: Slow Food, 14, 1/2006, 8f.

Poutrus, Patrice G., Die Erfindung des Goldbroilers. Über den Zusammenhang zwischen Herrschaftssicherung und Konsumententwicklung in der DDR, Köln/Wien: Böhlau, 2002 (Zeithistorische Studien, 19)

Proust, Marcel, Auf der Suche nach der verlorenen Zeit, Frankfurt: Suhrkamp, 2003 (1. Aufl. 1953, orig. fr.)

Schubert, Ernst, Essen und Trinken im Mittelalter, Darmstadt: Primus, 2006

Spiekermann, Uwe, Verlust der Sinne? Riechen und Schmecken im Wandel, in: IAKE, 2000, 7, 33-39

[www.historisches-kochbuch.de](http://www.historisches-kochbuch.de), rev. 2007-01-15

[www.wikipedia.org/wiki/christstollen](http://www.wikipedia.org/wiki/christstollen), rev. 2007-01-15

Zang, Gert, Eine Region wird peripher. Stadt und Kreis in der zweiten Hälfte des 19.

Jahrhunderts, in: Fried, Pankraz, Probleme der Integration Ostschwabens in den bayrischen Staat. Augsburger Beiträge zur Landesgeschichte Bayrisch-Schwabens, 2, Sigmaringen: Thorbecke, 1982, 217-231, 217