



Süper Döner **DANA** KALBFLEISCH

Istanbul

PASHA KEBAP

Türkische & warme Speisen
Türkische Pizza
und vieles mehr

Frische Salate
zahlreiche Getränke
auch für Vegetarier

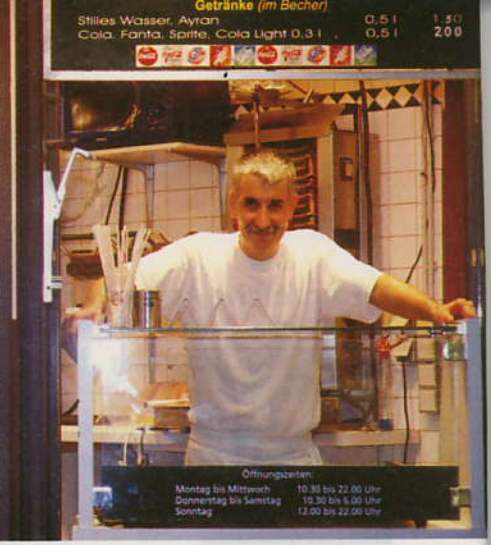
AUCH ZUM MITNEHMEN

BESUCHEN SIE
UNS IN DER
STR. 44 100 m

italienische Küche

Pide 2,50	Doner 1,80	Mörek 2,50
Vegetarische Kebab 2,50	Köfte 3,00	Doner Kebab 3,50

Getränke (im Becher):
Stilles Wasser, Ayran 0,5 l 1,20
Cola, Fanta, Sprite, Cola Light 0,3 l 0,5 l 2,00



Falafel, Burrito, Sushi – Deutschland isst ethno

CL0023-1

Von Jacqueline Vogt
Fotos Raphael Kroetz

Was essen die Deutschen heute, fragt in einem Brief die Tante, die seit vierzig Jahren in Amerika lebt. „Deutsche essen am liebsten Schweinefleisch“, meldete ein Verbandsblatt Schweizer Bauern im Frühjahr. Am liebsten Schweinernes: Nach einer Haxe fragen die Touristen aus Japan, wenn sie in Bayern eine Wirtschaft betreten, nach einem Rippchen, wenn sie in Frankfurt sind. Guckt man den Gästen aus Fernost in solchen Lokalen auf den Teller, sieht man oft genug, dass sie es bei ein paar Probesschen belassen haben. Der Tourist fährt nach Hause, der Einheimische bleibt. Eintöniges Land, gäbe es nur die Art von Gasthäusern, in denen jeden Tag die Vorurteile gegen die deutsche Küche – zu fett, zu

THAI-IMBISS

ORIGINAL THAI-KÜCHE





schwer, zu fleischig – bestätigt werden. Doch größer ist die Zahl der Lokale, die anbieten, was nicht „typisch deutsch“ ist. Mittags und abends, im Restaurant, in der Bar, im Weinlokal nehmen die Deutschen gerne das Ausland zwischen die Zähne. Bestellen Tapas, die iberischen Häppchen, deren Genuss im Spanischen mit dem Wort „tapear“ ein Stück Leben ausdrückt: Freunde treffen, Geschäftspartner, ein Glas zusammen trinken, eine Kleinigkeit essen. Die Deutschen, vor allem Großstädter im berufsreifen Alter, lieben auch Ramen, die reichhaltigen japanischen Nudelsuppen, die dampfend heiß aus großen Schüsseln geschlürft werden. „Mosch Mosch“ heißt eine deutsche Kette, die dieses gesunde Fastfood offeriert.

„Wrap it“ al gusto

In (fast) jeder Fußgängerzone steht heute eine Imbissbude, die Falafel anbietet, die arabischen frittierten Kichererbsen-Bällchen. Sie werden in tütenförmig zusammengelegten Teigfladen verkauft, mit einer scharfen Joghurtsauce, die gerne aufs Hemd tropft. Neudeutsch gesprochen gehören die Falafel, wenn sie im Fladen stecken, zu den „Wraps“. Solche dürfen auf keinem Trend-Büffet fehlen. Erwachsene lieben sie, noch nicht erwachsene Menschen auch. „Wraps“ (sprich Rräps) sind dünne Teigfladen, die mit knackigen Sachen gefüllt und anschließend zusammengerollt werden. Ursprünglich kommt die Idee aus dem Orient, Mode wurden sie in den USA. „Die dünnen Fladen bekommst du am ehesten im Asienladen oder beim Türken. Oder

CL0023-2



HAMBURGER
AM TURM
ZA CURRYWURST CHIC
OPEN FALAFEL PIZ



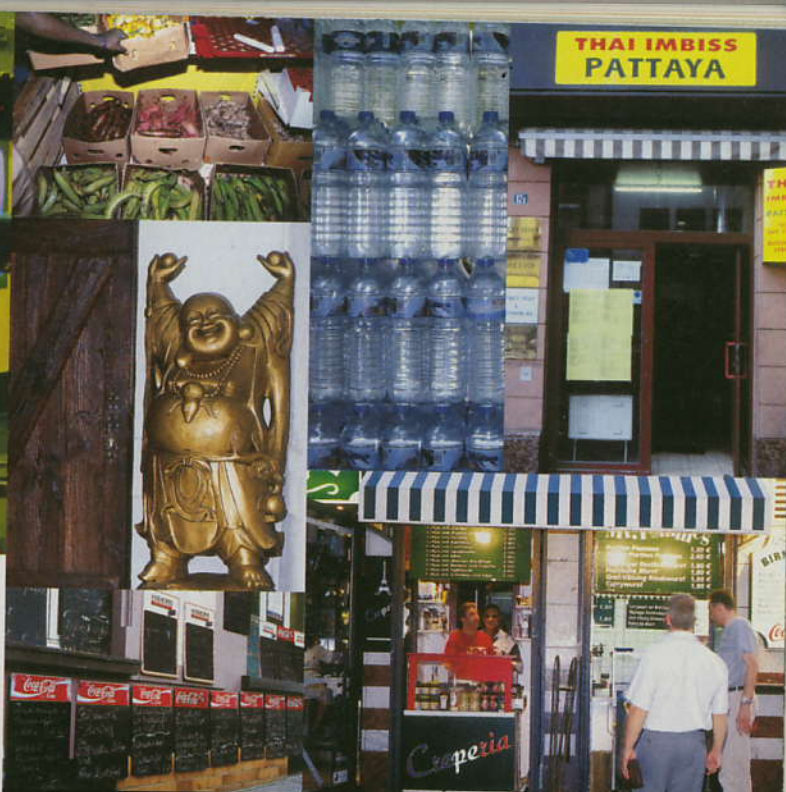
du backst Pflannekuchen“, heißt es in einer Kochanleitung für Kinder. Gelobt sei, was einfach ist. Ob kleingeschnittenes Hühnerfleisch, Gemüse, Früchte oder alles zusammen mit einer cremigen Masse mischen, einwickeln, fertig – „wrap it“.

CL0023-3

Döner, Fastfood Nummer eins

Was essen die Deutschen? Reisgerichte im China-Lokal oder Rotes Gemüsecurry „beim Thailänder“, so viel Döner, als sei ihrer aller Heimat die Türkei. Das Fleisch vom drehenden Spieß ist der Deutschen liebstes Fastfood – jedenfalls wird inzwischen deutlich mehr Döner verkauft als Bratwurst oder Hähnchen vom Grill. Die Deutschen essen Tacos und Burritos, und immer noch Pasta und Pizza. Irgendwann in den neunziger Jahren wurde für all das der Begriff „Ethno-Food“ geprägt. Wo genau er das erste Mal auftauchte, lässt sich kaum noch recherchieren. Singgemäß soll er alle landestypischen Küchen beschreiben, das, was früher im Feinkostladen als „internationale Spezialität“ verkauft wurde. Hauptsächlich verwandt wird er heute in der Welt des Marketings und in der Lebensmittelindustrie. Basmati-Reis und Pflaumenwein, die in jedem Supermarkt angeboten werden, sind „Ethno-Food“ genauso wie der Balsamico-Essig und die Fertigpizza. Mehrere hundert Millionen Euro beträgt der jährliche Gesamtumsatz mit so genannten Ethno-Produkten, ein guter Teil davon entfällt auf Fertig- und Halbfertiggerichte. Und warum essen die Deutschen Ethno-Food? „Einen erheblichen Beitrag zur Etablierung von ethnisch positionierten





Lebensmitteln haben zweifelsohne die vielen Koch- und Reise-sendungen im Fernsehen geleistet“, heißt es im Vorwort einer Marktforschungs-Studie zu diesem Thema.

Die typischen „Ethno-Food“-Kundinnen und -Kunden, so nimmt man an, sind zwischen 25 und 45 Jahren alt, berufstätig, gebildet, verdienen gut. Die anderen beißen in die Bratwurst. Die aber ist längst auch schon wieder modern, genauso wie das Schnitzel, das in manchen Szene-Lokalen so selbstverständlich angeboten wird wie noch vor zwei Jahren die Enchillada. Ist ja auch Ethno-Food, eigentlich, deutsche halt, oder auch österreichische, wenn es ein Wiener Schnitzel ist. Im Großeinkauf können Gastronomen auch schon lange einkaufen, was ihnen von Anbietern als „Ethno-Food from Austria“ angeboten wird. Vorgekochte Marillenknödel zum Beispiel, „gebrösel, mit ganzer Aprikose“, im Acht-Kilogramm-Beutel.

CLO023-4

Exotik des Marillenknödels

„Ethno-Food ist etwas Exotisches“ wendet in einem Gespräch am Küchentisch ein Freund ein, Marillenknödel hin oder her. Den Einwand, dass ein guter Marillenknödel, angeboten in Deutschland, durchaus etwas Exotisches ist, lässt er nicht gelten. Das könnte ja dann gleich heißen, dass gute Küche exotisch ist, denn Standard ist ja das Mittelmaß; andererseits muss „Ethno“ nicht „gut“ bedeuten. . . Und überhaupt, was ist mit Hamburgern? Ethno-Food aus Amerika? Wir finden einen neuen Begriff: „Global Food“.

