



■ Linda Schmelz

# Kochen im Fernsehen

Eine kulturwissenschaftliche Annäherung

Studien zur  
**Volkskunde**  
in Thüringen

**7**

WAXMANN

# Studien zur Volkskunde in Thüringen

herausgegeben im Auftrag der  
Volkskundlichen Kommission für Thüringen e. V.  
von Christel Köhle-Hezinger

Band 7

Linda Schmelz

# Kochen im Fernsehen

Eine kulturwissenschaftliche Annäherung



**Waxmann 2018**  
Münster • New York

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der  
Volkskundlichen Kommission für Thüringen e. V.



Die Arbeit wurde 2016 von der Friedrich-Schiller-Universität Jena  
als Dissertation angenommen.

### **Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in  
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

### **Studien zur Volkskunde in Thüringen, Band 7**

Print-ISBN 978-3-8309-3677-0

E-Book-ISBN 978-3-8309-8677-5

© Waxmann Verlag GmbH, Münster 2018

Steinfurter Straße 555, 48159 Münster

[www.waxmann.com](http://www.waxmann.com)

[info@waxmann.com](mailto:info@waxmann.com)

Umschlaggestaltung: Pleßmann Design, Ascheberg

Umschlagabbildung: © Linda Schmelz

Satz: Sven Solterbeck, Münster

Druck: CPI Books GmbH, Leck

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier,  
säurefrei gemäß ISO 9706



Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.  
Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des  
Verlages in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung  
elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

## Danksagung

An erster Stelle möchte ich Prof. Dr. Christel Köhle-Hezinger danken, die meinen wissenschaftlichen Werdegang im Bereich Volkskunde/Empirische Kulturwissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität in Jena bis zur Fertigstellung meiner Doktorarbeit mit viel Geduld begleitet und gefördert hat. Ihre unermüdliche Motivation und inspirierende Leidenschaft für unser Fach haben mich vom ersten Semester an mitgerissen und meinen Weg seither entscheidend bestimmt. Ebenso danke ich Prof. Dr. Rainer Gries für seine Bereitschaft, das Zweitgutachten der Arbeit zu übernehmen.

Mein Dank geht außerdem an die Studienstiftung des Deutschen Volkes, durch welche meine Forschungsarbeit mit einem Promotionsstipendium gefördert wurde.

Auch den damaligen Mitarbeiterinnen des Bereiches Volkskunde in Jena sowie meinen Mitdoktoranden möchte ich für die motivierenden Gesprächsrunden und zahllosen inspirierenden Hinweise im Magister- und Forschungskolloquium danken. Besonders der Austausch mit Kristina Bennewitz in unserer kleinen Arbeitsgruppe zur Esskulturforschung und die arbeitsorganisatorische Gemeinschaft in der Bibliothek mit Matthias Hensel waren mir in unterschiedlichen Phasen der Erstellung meiner Dissertation eine große Hilfe.

Eine entscheidende Quellengrundlage der Arbeit bildeten die Interviews, die ich im Rahmen meiner Forschung durchführte. Ohne die Bereitschaft meiner Gesprächspartner, mir Einblicke in ihre privaten sowie beruflichen Alltags- und Erfahrungswelten zu gewähren, wäre die Studie nicht umsetzbar gewesen. Ihnen allen möchte ich daher besonders danken. Auch den Mitarbeitern der Archive und Fernsehsender, die ich für meine Forschungen kontaktierte, möchte ich an dieser Stelle meinen aufrichtigen Dank aussprechen.

Überaus dankbar bin ich meiner Familie und meinen Freunden für die liebevolle Unterstützung und den immerwährenden Beistand, besonders den fleißigen Korrekturlesern. Mein tiefster Dank gilt Matthias und Richard – ohne meine beiden Jungs wäre ich nicht, wer ich heute bin!



# Inhalt

<b>I</b>	<b>Einleitung</b> .....	9
1	„Das Fenster zur Küche“ .....	9
2	Herangehensweise und Zielstellung .....	12
2.1	Medien – Menschen – Nahrung .....	12
2.2	Forschungsstand und zentrale Fragestellungen .....	18
2.3	Quellen und Methoden .....	21
<b>II</b>	<b>Hauptteil: Fernsehküchen – Küchenfernsehen</b> .....	27
1	Das neue „Fenster zur Welt“ in deutschen Wohnzimmern und die ersten Fernsehköche .....	27
1.1	„Bitte in zehn Minuten zu Tisch“ mit Clemens Wilmenrod .....	33
1.2	„Der Fernsehkoch empfiehlt“ mit Kurt Drummer .....	48
2	Küchen(t)räume: Wo wird im Fernsehen gekocht? .....	56
2.1	Küchen im Fernsehen – Ein Überblick .....	56
2.2	Konstruierte Küchen Bühnen – Studioküchen .....	58
2.3	Private Haushalte – Die feinen Unterschiede eines perfekten Dinners ....	86
2.4	Gastronomische Einrichtungen – Essen bei Fremden .....	90
2.5	Living Kitchen History – Nach historischen Vorbildern rekonstruierte oder erhalten gebliebene Küchen .....	125
3	Kochende Akteure: Wer kocht im Fernsehen und wer kocht „nach dem Fernsehen“? .....	141
3.1	Fernsehköche zwischen Profession, Hobby und Theater .....	141
3.2	Zuschauer und Publikumsgeschmack .....	153
3.3	Der Zuschauerblick des professionellen Kochs .....	181
4	Vom Rohen zum Gekochten: Wie wird im Fernsehen gekocht? .....	213
4.1	Der Charakter televisionärer Rezeptpräsentationen .....	213
4.2	Die Produktion im Fernsehstudio .....	233
5	Zutaten und Gerichte: Was wird im Fernsehen gekocht? .....	273
5.1	„Man nehme ...“ .....	273
5.2	Fernsehköche machen Werbung .....	314
5.3	Mahlzeit! – Essen im Fernsehen? .....	343

<b>III Schluss</b> .....	347
1 Abschied und Erinnerung an die ersten deutschen Fernsehköche .....	347
2 Kochen im Fernsehen – Ein Fazit .....	352
<b>Anhang</b> .....	357
Methodik .....	357
a. Protokoll zur qualitativen Inhaltsanalyse von Kochsendungen .....	357
b. Interview-Leitfaden „Kochen im Fernsehen“ (Zuschauer) .....	358
c. Interview-Leitfaden „Kochen im Fernsehen“ (Experten) .....	360
d. Übersicht Zuschauerinterviews .....	362
e. Übersicht Experteninterviews .....	365
Zuschauerinterviewzusammenfassungen .....	367
<b>Literatur und Quellen</b> .....	404
Quellen .....	404
a. Kochsendungen .....	404
b. Kochbücher und Zeitschriften .....	408
c. Archivalische Quellen .....	409
d. Internetseiten .....	410
Literatur .....	411
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	435



# I Einleitung

## 1 „Das Fenster zur Küche“

In meinem Elternhaus gibt es, zum Bedauern meiner Mutter, nur eine sehr kleine Küche. Dieser Umstand führte vermutlich dazu, dass sie auch heute noch oft dankend ablehnt, wenn ihr beim Tischabräumen oder bei sonstigen Küchenarbeiten Hilfe angeboten wird. Sie pflegt dann zu sagen „Lasst alles stehen, ich mach das schon!“ oder man wird mit dem Satz „Raus aus meiner Küche!“ des Raumes verwiesen. Im „Ernstfall“, zum Beispiel wenn vor einer Familienfeier viel zu tun ist, werden die zuarbeitenden Helfer mit Zutaten, die etwa für Salate oder ähnliches bearbeitet werden müssen, an dem Tisch im Esszimmer platziert. Das Tolle an dieser Küche war für mich als Kind ein Fenster, bei uns „Durchreiche“ genannt, zwischen Küche und angrenzendem Esszimmer, durch das alles Mögliche hin und her gereicht werden konnte. Ich saß oft auf der „sicheren Seite“ in der Essecke – von dort konnte ich nicht wegen Platzmangel verscheucht werden – und beobachtete das Geschehen durch „das Fenster zur Küche“. Besonders das Plätzchenbacken vor Weihnachten oder vor anderen Festen ist mir in Erinnerung geblieben, weil sich dann kleine Kostproben durch das Fenster stehlen ließen und herrliche Düfte die angrenzenden Räume durchzogen.

Das entscheidende Detail dieser persönlichen Erinnerung bildet die Durchreiche: „das Fenster zur Küche“, um es in Anlehnung an Alfred Hitchcocks berühmten Film „Das Fenster zum Hof“ zu formulieren. Wie ein Rahmen fasst die Durchreiche das Bild meiner Erinnerung ein. Auch ich saß – wie die Hauptfigur mit dem gebrochenen Bein im Spielfilm – auf der passiven Seite und konnte meist nur als Zuschauer das Geschehen in der Küche verfolgen. Ein in einigen Punkten recht ähnliches Szenario ließ sich in den letzten Jahrzehnten täglich in vielen deutschen Wohnzimmern beobachten. „Das Fenster zur Küche“ bildete allerdings keine Durchreiche, sondern das Fernsehgerät, und den geneigten Zuschauenden bot sich ein Blick in sehr viele unterschiedliche Küchen mit verschiedenen Akteuren. Anhand eines beispielhaft herausgegriffenen Programmtages im Untersuchungszeitraum dieser Arbeit kann das breite Spektrum an Kochsendungen und die zeitliche Dichte der Sendeangebote im letzten Jahrzehnt aufgezeigt werden.

Freitag, 9. März 2007: Für die meisten Menschen hatte der Tag noch gar nicht begonnen, da bot sich um 00.25 Uhr auf 3sat schon die Möglichkeit, die Sendung „Silent cooking“ zu verfolgen. Chefkoch war der junge Wiener Patrik Müller, der in der klassischen weißen Berufskleidung eines Kochs – kombiniert mit braunen Rastalocken – am Herd einer spärlich-praktisch eingerichteten Restaurantküche stand. Der kochende Protagonist war in dieser Sendung, wie der Titel bereits implizierte, „stumm“. Der Zuschauer vernahm lediglich Musik der moderneren Art, wie sie eigentlich eher in Tanzclubs zu hören war, und ab und zu wurden unten rechts am Bildschirmrand sporadisch formulierte Hinweise wie „Wasser kochen“ oder „Öl erhitzen“ kurz eingeblendet. Das fertige Essen wurde am Ende der Sendezeit auf

Tellern angerichtet. Ob es auch gegessen wurde und von wem, blieb dem Zuschauer verborgen.

Um 12.15 Uhr, pünktlich zur Mittagszeit, wurde im Ersten das „ARD-Buffer“ ausgestrahlt. Hier war das Studio wie eine gemütliche Wohnung mit Küche, Esszimmer, Garten und sogar einer Bastelecke eingerichtet. Die wöchentlich wechselnden Moderatoren schauten nicht nur einem der ebenfalls wechselnden Köche in der Fernsehstudioküche bei der Arbeit zu, sondern hatten ferner immer einen Experten zu Gast, der etwa zu Haushaltsfragen beratend erörterte, Gesundheitstipps gab und in einer Art Telefonsprechstunde Fragen der Zuschauenden beantwortete. Der Koch oder die Köchin trug in der Regel die klassische weiße Berufskleidung und erklärte den Zuschauern genau, was man zu tun hatte, damit es zu Hause so gelang wie auf dem Bildschirm. Am Ende jeder Sendung setzen sich alle Akteure, die vor der Kamera zu sehen waren, gemeinsam an den Tisch, verzehrten das zubereitete Gericht und lobten den Koch. Die Rezepte gab es wie bei fast allen Sendungen im Internet oder in diesem Fall auch in der Zeitschrift zur Sendung zum Nachlesen.

Am Nachmittag um 15.00 Uhr lief auf dem Privatsender Pro 7 „Besser Essen“. In dieser Sendung besuchte ein Psychologe und Ernährungsberater mit Dokortitel oder seine weibliche Kollegin eine Familie, in der ein oder mehrere Mitglieder mit Übergewicht und meist auch anderen sozialen Problemen zu kämpfen hatten. Im Mittelpunkt standen oft übergewichtige Kinder, die zu wenig Sport trieben, sich überwiegend von Fast Food und Schokolade ernährten und zu wenig Selbstvertrauen vorweisen konnten. Bevor der Berater den Kühlschrank ausräumte, mit den Eltern einkaufen ging und ihnen näher brachte, gesünder zu kochen, wurde anhand einer Videosimulation für die Protagonisten vorgeführt, wie die Kinder mit 25 oder mehr Jahren ausgesehen hätten, wenn sich nichts an den Lebensgewohnheiten geändert hätte. Nach dem Schock, den diese Vorführung in der Regel auslöste, waren dann alle Beteiligten bereit, es doch einmal mit Vollkornbrot und Gemüse zu versuchen, aber auch Rückschläge, wie mangelnder Ehrgeiz beim verordneten Sport, wurden in der Sendung thematisiert. Gekocht und gegessen wurde in den privaten Räumen der jeweiligen Familie, wenn auch nur recht kurze Filmausschnitte davon gezeigt wurden.

Um 18.00 Uhr ging es auf VOX weiter mit der Sendung „Wissenshunger“. Hier erfuhr der Zuschauer alles Erdenkliche über Herkunft, Herstellung, Vertrieb, Inhaltsstoffe, Nährwert und Bedeutung verschiedenster Nahrungsmittel und Gerichte. Es wurde zum Beispiel vorgeführt, wie die Erdbeere vom Feld in den Supermarkt gelangte. Besonders industriell hergestellte Produkte standen vielfach im Mittelpunkt. Dabei wurden dem wissenshungrigen Fernsehzuschauer häufig vergleichend Herstellungsmethoden präsentiert. So wurde beispielsweise parallel gezeigt, wie Pesto in der Fabrik produziert wurde und wie es ein Koch oder eine Privatperson selbst herstellte. Anschließend erfolgte die Verkostung der Ergebnisse. Das Resultat: Das selbst gemachte Pesto wurde als wohlschmeckender bewertet. Köche traten hier nicht in jeder Sendung auf, wenn doch, waren es meist Berufsköche, die in professioneller Kleidung in Restaurantküchen standen.

Der Sender VOX hatte sein Vorabendprogramm zu diesem Zeitpunkt fast gänzlich auf das Themenfeld Kochen und Essen eingestellt. Daher musste man nicht mal die Fernbedienung bemühen, um anschließend um 18.30 Uhr dem jungen Koch Tim Mälzer in der Sendung „Schmeckt nicht, gibt's nicht“ zuzuschauen. Obwohl ausgebildeter Koch und Restaurantinhaber in Hamburg, trat er modern und jugendlich gekleidet auf. Auch die gelegentliche Verwendung von Halbfertigprodukten für seine Kreationen, wie Kartoffelpüree zum Anrühren, stellte keine Seltenheit dar. Er kombinierte ungeniert einheimische und exotische Elemente in seinen Gerichten. Seine Studioküche konnte als bunt und modern eingerichtet beschrieben werden. In dieser Sendung war sehr selten „schon mal etwas vorbereitet“, weshalb es oft recht hektisch zugeht, um das angestrebte Gericht in den etwa 25 Minuten Sendezeit fertig auf den Teller zu bringen. Am Ende der Show bat der Koch sein Team zum gemeinsamen Essen zu Tisch.

Wiederum nahtlos schloss sich auf VOX um 19.00 Uhr „Das perfekte Dinner“ an. In dieser Sendung bekochten sich jede Woche fünf Kandidaten aus einer Stadt in Deutschland gegenseitig. Es gab bei jedem Gastgeber ein Menü aus drei Gängen: Vorspeise, Hauptgericht und Dessert. Zum Abschluss jedes Abends bewerteten sich die Kandidaten gegenseitig, so dass am Ende der Woche ein Sieger feststand, der sich über 1500 Euro Preisgeld freuen durfte. Es kochten Privatpersonen, von der Hausfrau über den Studenten bis zum Manager, in ihrer eigenen Küche. Wenn der Koch des jeweiligen Abends mit dem Hauptgericht beschäftigt war, schwärmten seine Gäste aus und nahmen die Wohnung des Gastgebers unter die Lupe. Da kam es auch vor, dass in Schubladen gestöbert und unter die Klobrille geschaut wurde. Als Kandidat beim „Perfekten Dinner“ durfte man nichts zu verbergen haben.

Um 19.45 Uhr schaltete der interessierte Küchen-Fernseher schnell auf Pro 7 um, denn dort lief „Liebe isst ...“. Das Konzept der Sendung setzte bei dem bekannten Sprichwort „Liebe geht durch den Magen“ an, denn hier durfte sich eine junge, nicht liierte Dame eine Woche lang jeden Abend von je einem jungen, ebenfalls ledigen Herren bekochen lassen. Am Ende der Woche entschied sie dann, wen von den fünf Kandidaten sie gern noch einmal wiedersehen wollte. Auch hier wurde von Privatpersonen in der eigenen Küche gekocht und die junge Dame warf gelegentlich einen Blick in den Wäscheschrank ihres Gastgebers. Sie musste schließlich prüfen, auf was oder wen sie sich mit ihrer Wahl einließ.

Das Programm bot durchaus die Möglichkeit, den Tag mit einer Kochsendung ausklingen zu lassen: Um 23.00 Uhr beschritten „Kerners Köche“ im ZDF die abendliche Fernseh Bühne. Zu diesem Zweck wurde jeden Freitag das Studio der Talkshow, die sonst an einigen Wochentagen auf diesem Sendeplatz anzutreffen war, in eine Küche umgebaut. Ein langer Tresen mit Arbeitsplatten und Herden stand in der Mitte des Raumes und im Hintergrund ein großer Kühlschrank, neben mehreren Backofenröhren. Die kochenden Akteure wechselten in jeder Sendung. Es handelte sich überwiegend um Profiköche, die entweder aus anderen Kochsendungen bekannt oder Restaurantbesitzer waren. Gekocht wurden jeweils vier oder fünf Gänge und zwar möglichst so, dass alle Handgriffe und Abläufe in der Sendung

vorgeführt werden konnten. Dann probierten zunächst die Köche gegenseitig das Ergebnis ihrer Arbeit mit kritischen Gesichtern und anschließend wurde das Essen dem Publikum im Studio zum Probieren gereicht, wobei hier gelegentlich gängige Regeln der Tafelkultur und Hygiene ignoriert wurden. Nicht selten kam es vor, dass mehrere Studiogäste aus dem Publikum mit einem Löffel vom gleichen Teller essen durften.

Soweit der Blick in das Programm. Dies waren nicht alle Sendungen, in denen an diesem Tag gekocht wurde, aber dieser Ausschnitt verdeutlicht bereits, welchen breiten Raum das Kochen im deutschen Fernsehen in den letzten Jahren einnahm und in welchen unterschiedlichen Formen und Zusammenhängen es präsentiert wurde. Als das Fernsehen Anfang der 1950er Jahre in Deutschland noch in seinen Kinderschuhen steckte, wäre ein solches Kochprogramm rund um die Uhr, allein schon wegen der auf einige Stunden am Abend beschränkten Sendezeit, gar nicht möglich gewesen. Es ist dennoch bemerkenswert, dass das Phänomen „Kochen im Fernsehen“ bereits in den ersten Jahren der internationalen sowie deutschen Geschichte des Mediums einen festen Platz in den Programmen eroberte.

Die weltweit erste Kochsendung strahlte 1937 der britische Sender BBC unter dem Titel „Cooks night out“ aus. Als Chefkoch trat der Franzose Marcel Boulestin in dieser Sendung in Aktion.<sup>1</sup> Bevor unter anderem die ersten beiden deutschen Fernsehköche, Clemens Wilmenrod für das Fernsehen der Bundesrepublik sowie sein ostdeutscher Kollege Kurt Drummer, im Mittelpunkt stehen sollen, möchte ich meine grundsätzliche Herangehensweise an die Thematik und die Zielstellung meiner Arbeit erläutern.

## **2 Herangehensweise und Zielstellung**

### **2.1 Medien – Menschen – Nahrung**

Kochsendungen sind mediale Erscheinungsformen. Entsprechend näherte ich mich meinen „Untersuchungsobjekten“ vor dem Hintergrund der volkswissenschaftlichen Medienforschung. Auf der inhaltlichen Ebene stand die Praxis der Nahrungszubereitung in den untersuchten Sendungen im Mittelpunkt. Die zweite Hauptrichtung, die mir deshalb als Forschungshintergrund diente, bildete die volkswissenschaftliche Nahrungs- und Esskulturforschung. Welche Spezifika sich mit diesem fachwissenschaftlichen Blick auf das Thema verbanden, möchte ich im Folgenden vorrausschicken.

Ute Bechdorf wies einleitend in ihrem Aufsatz zur kulturwissenschaftlichen Medienforschung<sup>2</sup> darauf hin, dass unsere Kultur heute zu einem großen Teil Medi-

---

1 Vgl. Hansen, Signe: Artikel „Celebrity Chefs“. In: Allen, Gary J.; Albara, Ken (Hrsg.): *The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries*. Westport 2007, S. 75f.

2 Einen reichhaltigen Überblick der Vielfalt an Themen und Ansätze in diesem Bereich volkswissenschaftlicher Forschung bietet etwa Simon, Michael; Hengartner, Thomas; Heimer-

enkultur ist.<sup>3</sup> Mediale Produkte vermitteln nicht nur Informationen oder dienen der Unterhaltung, sie spiegeln kulturelle Normen und Werte wider oder tragen zu deren Konstruktion bei. Eine kritische Analyse aktueller Medienangebote und ihrer Produktionszusammenhänge kann deshalb aufschlussreich für die Untersuchung gegenwärtiger Alltagskultur sein. Bechdorf hob in diesem Zusammenhang ferner hervor, dass es für eine Alltagswissenschaft wie die Volkskunde besonders zentral sein muss, die Mediennutzerinnen und -nutzer mit in den Blick zu nehmen und deren Rezeptionsweisen im sozialen Kontext ihres Alltagslebens zu berücksichtigen.<sup>4</sup> Dass dieser Schritt keineswegs als selbstverständlich vorausgesetzt werden kann, wird deutlich, wenn man einen Blick auf die Geschichte der Medienwirkungsforschung wirft. Neben den Fragestellungen und Gegenständen haben sich auch die oftmals fächerübergreifend wirksam gewordenen theoretischen Ansätze zur Erklärung von Medienwirkungen verändert. Die Forschungsentwicklung kann in Phasen beschrieben werden, die jeweils von verschiedenen Konzepten des Rezipienten ausgingen und vor allem das Wirkungspotenzial der Medien unterschiedlich einstuften.<sup>5</sup> Zu-

---

dinger, Timo; Lux, Anne-Christin (Hrsg.): Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags (Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie/Volkskunde Bd. 3; 36. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Mainz vom 23. bis 26. September 2007). Münster 2009. Vgl. zur Einführung und vor allem fachinternen Schwerpunktbildungen zur Medienforschung an bestimmten Instituten (besonders Tübingen und Marburg): Schilling, Heinz: Medienforschung. In: Brednich, Rolf W. (Hrsg.): Grundriß der Volkskunde. Eine Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie. Berlin <sup>3</sup>2001, S. 563–585. Wichtige Beiträge und Projekte lieferten etwa Hermann Bausinger und Hans-Friedrich Foltin. Vgl. dazu u. a. Bausinger, Hermann; Moser-Rath, Elfriede (Hrsg.): Direkte Kommunikation und Massenkommunikation. Referate und Diskussionsprotokolle des 20. Deutschen Volkskunde-Kongresses in Weingarten. Tübingen 1976. Bausinger, Hermann: Medienforschung am Ludwig-Uhland-Institut. Ein Rückblick. In: Tübinger Korrespondenzblatt 46 (1996), S. 6–11. Foltin, Hans-Friedrich; Würzberg, Gerd: Arbeitswelt im Fernsehen. Versuch einer Programmanalyse. Köln 1975. Foltin, Hans-Friedrich: Alltag und „Alltag“ in deutschen Fernsehserien. Am Beispiel der Serien „Berlin – Ecke Bundesplatz“, „Lindenstraße“ und „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 95 (1999), S. 153–172.

3 Vgl. Bechdorf, Ute: Kulturwissenschaftliche Medienforschung: Film und Fernsehen. In: Göttsch, Silke; Lehmann, Albrecht (Hrsg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2001, S. 252–276.

4 Vgl. ebd., S. 252.

5 Vgl. Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz <sup>2</sup>2001, S. 25. In der ersten Phase der Forschung in den 1920er und 1930er Jahren ging man von einer direkten und monokausalen Wirkung der Massenkommunikation auf die Rezipienten, die nach damaligen Vorstellungen die Botschaften unreflektiert aufnahmen, verarbeiteten und speicherten, aus. Man sprach deshalb auch von einer Phase der wirkungsstarken Medien oder der ‚Medienallmacht‘. Vgl. ebd., S. 26 f. In den 1950er und 1960er Jahren kam es zu einem Paradigmenwechsel von der ‚Medienallmacht‘ zur ‚Medienohnmacht‘ durch die starke Bewertung der psychischen und sozialen Verankerung des Rezipienten. Man ging in zeitgenössischen

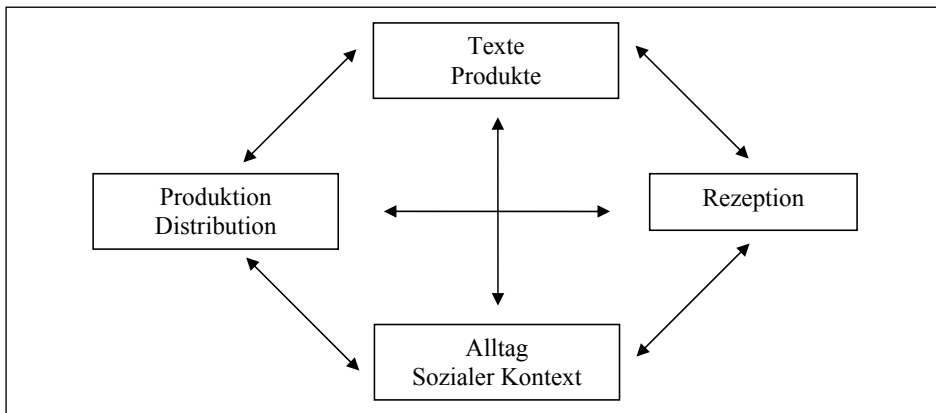


Abb. 1: Einflüsse bei der Produktion medialer Bedeutung nach Richard Johnson

sammenfassend lässt sich formulieren, dass sich die Medienwirkungsforschung von einer medienzentrierten Perspektive (Was machen die Medien mit den Menschen?), hin zu einer publikumszentrierten Sichtweise (Was machen die Menschen mit den Medien?) entwickelte.<sup>6</sup> In der vorliegenden Arbeit geht es folglich nicht lediglich um Sendungsanalysen, sondern ebenso um die Mediennutzung durch ein aktives Publikum. Der britische Kulturwissenschaftler Richard Johnson hat in einer Art Kreislaufmodell (vgl. Abb. 1) zusammengefasst, welche Elemente bei der Produktion medialer Bedeutung zusammenkommen<sup>7</sup>.

Mediale Erscheinungsformen werden von Rezipienten decodiert, die durch ihren sozialen Kontext geprägt sind. Diese Alltagseinbindungen und zeithistorischen Kontexte können wiederum Einfluss auf die Herstellung der Medienprodukte nehmen. Das Modell verdeutlicht, dass eine kulturwissenschaftliche Medienanalyse die dargestellten Bereiche nicht isoliert voneinander betrachten sollte. Die Bedeutung eines bestimmten Fernsehformates lässt sich beispielsweise nicht allein durch Sendungsanalysen erschließen, sondern vielschichtige Wirkungsdimensionen können zuweilen erst durch den Einbezug von Produktionszusammenhängen oder Zuschauernutzungspraktiken aufgedeckt werden. Ute Bechdolf verwies vor diesem

---

Theorien nun stärker davon aus, dass Medien nur bereits vorhandene Einstellungen bestätigen und deshalb eine schwache Wirkung haben mussten. Vgl. ebd., S. 29 f. Zu Beginn der 1970er Jahre fand wiederum eine theoretische Neuorientierung statt, in deren Rahmen zum Beispiel kognitive Medieneffekte stärker berücksichtigt wurden. Die Forschung bewegte sich weg vom Kommunikator und der Mediaussage, hin zum Rezipienten und seiner aktiven Mediennutzung. Vgl. ebd., S. 31 f.

6 Vgl. Günther, Cordula: Artikel „Medienwirkung“. In: Schanze, Helmut (Hrsg.): Metzler Lexikon. Medientheorie. Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart/Weimar 2002, S. 259.

7 Vgl. Johnson, Richard: Was ist überhaupt Kulturanalyse? In: Januschek, Franz (Hrsg.): Politische Sprachwissenschaft. Zur Analyse von Sprache als kultureller Praxis. Opladen 1985, S. 23–69.

Hintergrund auf die Notwendigkeit, übergreifende Fragestellungen für die geschilderten Teilbereiche zu Forschungsthemen zu entwickeln.<sup>8</sup>

Die Analyse beispielsweise einer Fernsehsendung erlaubt zunächst vordergründig Rückschlüsse auf die intendierte Botschaft des Senders, nicht aber wie ein potenzieller Empfänger eine Botschaft tatsächlich „liest“ oder ob diese Auswirkungen für das Handeln im Alltag mit sich bringt. Im Hinblick auf die Rezeption und Aneignung medialer Angebote etwa durch Zuschauende plädierte auch Ina Merkel in ihrem Beitrag zur historisch-kritischen Filmanalyse<sup>9</sup> dafür, die in den Cultural Studies entwickelten Konzepte und Herangehensweisen einzubeziehen. Sie verwies in diesem Zusammenhang besonders auf den Begriff der „Lesarten“, welcher durch Stuart Hall in den Mittelpunkt gerückt wurde und später von John Fiske aufgegriffen und für die Analyse populärer Medientexte weiterentwickelt wurde.<sup>10</sup> Halls Modell basierte auf der Grundannahme, dass beispielsweise Filme nicht einfach nur visuell wahrgenommen werden, sondern als kulturell kodierte, mit Bedeutung behaftete Texte einer Dekodierung durch die Zuschauer unterzogen werden. Dieser Prozess des Dekodierens, des Lesens, führt nicht zwangsläufig bei allen Rezipienten zum gleichen Ergebnis, denn die Zuschauenden vollziehen diese Handlung vor dem Hintergrund ihrer individuellen Lebenspraxis. Die „Lesart“ muss deshalb keineswegs mit der Intention der Produktionsseite übereinstimmen, sondern kann eigene Bedeutungen hervorbringen.<sup>11</sup>

Heinz Schilling konkretisierte noch einmal pointiert zwei zentrale Perspektiven volkscundlicher Medienforschung: Es geht einerseits um die Präsenz und Wirkung der Medien im Alltag und andererseits darum, wie der Alltag – auch verstanden als spezifischer zeithistorischer Kontext – in den Medien repräsentiert wird oder, im Zuge der Betrachtung der Geschichte des Kochens im Fernsehen, repräsentiert wurde.<sup>12</sup> Die übergeordneten Leitfragen der vorliegenden Studie zum Kochen im Fernsehen im Untersuchungszeitraum lauteten: Wie wirkte die Fernsehküche auf die Alltagsküche? Wie wirkte die Alltagsküche auf die Fernsehküche?

---

8 Vgl. Bechdorf (2001), S. 257.

9 Vgl. Merkel, Ina: Historisch-kritische Filmanalyse. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter (Hrsg.): Methoden der Kulturanthropologie. Bern 2014, S. 257 ff.

10 Vgl. Hall, Stuart: Encoding/Decoding. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Rainer (Hrsg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg 1999, S. 92–112. Fiske, John: Populärkultur. Erfahrungshorizont im 20. Jahrhundert. Ein Gespräch mit John Fiske. In: montage/av 2 (1/1993), S. 5–18. Fiske, John: Wie ein Publikum entsteht. Kulturelle Praxis und Cultural Studies. In: Hörning, Karl H.; Winter, Rainer (Hrsg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung. Frankfurt a. M. 1999, S. 238–263.

11 Vgl. Merkel (2014), S. 262.

12 Vgl. Schilling (<sup>3</sup>2001), S. 571.

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit Nahrung und ihrer Zubereitung kann als ein interdisziplinäres Forschungsfeld beschrieben werden.<sup>13</sup> Eine Trennung in naturwissenschaftliche Zugänge (vornehmlich beispielsweise an physiologischen Bedingungen der Ernährung orientiert) und kultur-sozialwissenschaftliche Ansätze löste sich besonders in den letzten Jahrzehnten zunehmend zugunsten interdisziplinärer Sichtweisen und einer Zusammenarbeit bei der Beschäftigung mit Phänomenen der Esskultur auf.<sup>14</sup> Der Soziologe Marcel Mauss beschrieb Essen und Trinken als „soziales Totalphänomen“<sup>15</sup>, in welchem sich das gesamtgesellschaftliche Leben widerspiegelt. Was wir essen und trinken, ist in unserer Kultur selektiv geordnet und gestaltet und bildet ein gesellschaftliches Operationsgefüge, das zur Orientierung und Kommunikation zwischen Gruppen und Individuen dienen kann.<sup>16</sup> In der Ernährung sind Natur und Kultur des Menschen sehr eng miteinander verbunden, denn wir müssen essen und trinken, um unsere körperlichen Lebensfunktionen zu erhalten, doch was und wie wir essen, ist in höchstem Maß kulturell geprägt. Im Gegensatz zu früheren Epochen und anderen Regionen der Erde ist Hunger in heutigen westlichen Gesellschaften fast ein Fremdwort und die Ernährung kann zu einem „Spiel mit den Möglichkeiten kultureller Selbstausrüstung“<sup>17</sup> werden.<sup>18</sup>

Timo Heimerdinger hat die Entwicklung der volkskundlichen Nahrungsforschung in seinem Aufsatz „Schmackhafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit“<sup>19</sup>

---

13 Sowohl Fächer wie die Ernährungswissenschaft, Medizin, Agrarwissenschaft, Geografie, Wirtschaftswissenschaft oder Psychologie als auch die Anthropologie, Geschichte, Philosophie, Soziologie, Theologie und auch die Volkskunde/Empirische Kulturwissenschaft beschäftigen sich mit Hilfe unterschiedlicher Methoden mit Fragestellungen zur Ernährung.

14 Etwa die „Kulinaristik“ wird als „eine fächerübergreifende Wissenschaft, der es um die kooperative Aufklärung von (wissenschaftlicher) Theorie und (lebensweltlicher und beruflicher) Praxis über die Rolle und Funktion des Essens im Aufbau der Kultur(en), in der individuellen menschlichen Existenz und in den Verständigungsprozessen zwischen den Menschen geht“ beschrieben (<http://www.wierlacher.de/kulinaristik.htm> vom 15.08.2012). Die Internetseite des Kulinaristik-Forums bietet umfangreiche Informationen zur inhaltlichen Ausrichtung sowie den Aktivitäten (Publikationen, Tagungen, Projekten, Kooperationen etc.) des Vereins (vgl. dazu [www.kulinaristik.net](http://www.kulinaristik.net) vom 20.11.2015). Siehe auch Wierlacher, Alois; Bendix, Regina (Hrsg.): *Kulinaristik. Forschung – Lehre – Praxis* (Wissenschaftsforum Kulinaristik 1). Berlin 2008. Wierlacher, Alois: *Das Konzept Kulinaristik*. In: *Ernährungsumschau*, 11/2013, S. 634–641.

15 Mauss, Marcel: *Die Gabe. Form und Funktion in archaischen Gesellschaften*. Frankfurt a. M. 1968, S. 17f.

16 Vgl. Tolksdorf, Ulrich: *Nahrungsforschung*. In: Brednich, Rolf W. (Hrsg.): *Grundriß der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie*. Berlin <sup>3</sup>2001, S. 239f.

17 Heimerdinger, Timo: *Schmackhafte Symbole und alltägliche Notwendigkeit. Zu Stand und Perspektiven der volkskundlichen Nahrungsforschung*. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 101/II (2005), S. 205.

18 Vgl. ebd.

19 Vgl. ebd., S. 205–218.



kurz und prägnant zusammengefasst. Grundlegende Arbeiten stammten in diesem Bereich etwa von Günther Wiegelmann und Hans Jürgen Teuteberg, die sich vorrangig mit der räumlichen Verbreitung verschiedener Speisen und Kosttypen beschäftigten.<sup>20</sup> Auch wenn in diesen Forschungsbeiträgen die „Mahlzeit“ als Grundeinheit ethnologischer Nahrungsforschung bereits vorhanden war, standen noch vornehmlich einzelne Lebensmittel, Speisen und ihre Verbreitung im Zentrum. Mit Ullrich Tolksdorfs Aufsatz zur „Strukturalistischen Nahrungsforschung“<sup>21</sup> wurde der Mahlzeit-Begriff für eine qualitativ-sozialwissenschaftliche Perspektive fruchtbar zur Anwendung gebracht. In seinem Modell teilte er den soziokulturellen Zusammenhang der Mahlzeit in die Speise selbst und die Verzehrssituation auf. Die Ernährung wurde folglich auch als kommunikative Praxis analysiert. An Tolksdorfs Modell wurde allerdings kritisiert, dass es die historische Dimension ausblendete, der Mensch nicht explizit als handelndes Subjekt und Kulturträger vorkam und eine relative Homogenität der Gesellschaft vorausgesetzt wurde.<sup>22</sup> In den 1980er Jahren entstanden in Folge darauf Arbeiten, die Essen und Trinken vornehmlich als soziale Praxis auffassten und gruppen-, schicht- und milieuspezifische Differenzierungen in den Mittelpunkt stellten.<sup>23</sup> Der Symbolwert der Nahrung, wie ihn etwa Timo Heimerdinger beschreib, spielte eine immer größere Rolle:

„[...] Kultur ist mehr als Alltagspraxis und soziale Interaktion. Gewissermaßen ‚hinter‘ und parallel zu dem gelebten Alltag eröffnet sich der gesamte Raum des Symbolischen, der Zeichenhaftigkeit von Kultur also. In der Untersuchung dessen, was beim ‚Essen alles mitgegessen wird‘ (Jeggle), erscheint die Ernährung immer auch als Symbolkonsum, als Spielart der menschlichen Selbstausrüstung mit Bedeutungen und damit auch als Verfahren der sozialen Selbstverortung.“<sup>24</sup>

Dieser kurze Abriss zur Entwicklung der volkskundlichen Nahrungsforschung liefert kursorische Einblicke in das weit gefächerte Spektrum an Zugängen. Die symbolischen Nährwerte zu erkunden, die sich mit der Fernsehküche auf der einen und

- 
- 20 Vgl. beispielsweise Wiegelmann, Günter; Teuteberg, Hans Jürgen: Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung (Studien zur Geschichte des Alltags 6). Münster 1986. Wiegelmann, Günter: Alltags- und Festspeisen in Mitteleuropa. Innovationen, Strukturen und Regionen vom späten Mittelalter bis zum 20. Jahrhundert. Münster 2006.
- 21 Vgl. Tolksdorf, Ulrich: Strukturalistische Nahrungsforschung. Versuch eines generellen Ansatzes. In: *Ethnologia Europaea* 9 (1976), S. 64–85.
- 22 Vgl. zur Kritik an Ulrich Tolksdorfs Aufsatz: Comments (von Hermann Bausinger, Helge Gerndt, Konrad Köstlin, Max Matter, Arnold Niederer und Regula Egli-Frey, S. A. Tokarev, Ingeborg Weber-Kellermann, Roger L. Welsch). In: *Ethnologia Europaea* 9 (1976), S. 86–122.
- 23 Vgl. Heimerdinger (2005), S. 206 f. Vgl. etwa Jeggle, Utz: Essen in Südwestdeutschland. Kostproben der schwäbischen Küche. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 82 (1986), S. 164–186. Ders.: Eßgewohnheiten und Familienordnung. Was beim Essen alles mitgegessen wird. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 85/II (1988), S. 189–205.
- 24 Heimerdinger (2005), S. 207.

der Alltagspraxis um die Nahrungszubereitung potenzieller Mediennutzer auf der anderen Seite im Untersuchungszeitraum verbanden, bildete einen Schwerpunkt der vorliegenden Forschung.

## 2.2 Forschungsstand und zentrale Fragestellungen

Hypothesen lassen sich als „erste Aussagen über Beschaffenheit und Struktur des Feld[e]s sowie darin relevante Themen und Fragen [...]“ beschreiben, „die aufgrund der Vorannahmen von Forschenden getroffen werden, aber noch nicht systematisch überprüft wurden“<sup>25</sup>. Im Unterschied zu der generellen Vorgehensweise der quantitativen Sozialforschung haben vorab formulierte Hypothesen im Rahmen einer volkscundlich-kulturwissenschaftlichen Herangehensweise oftmals weniger forschungsleitenden Charakter oder müssten abschließend in absoluter Form verifiziert oder falsifiziert werden. Es gilt vielmehr, sich dem Forschungsfeld im Rahmen der induktiven Vorgehensweise möglichst offen zu nähern.<sup>26</sup> Dabei ist es besonders essentiell, vorab zu versuchen, ein Bewusstsein zur eigenen Positionierung zum Forschungsfeld zu schaffen. Beispielsweise die Auflistung sowie anschließende Reflektion von Vorannahmen oder stereotypen Wissensbeständen zum eigenen Forschungsthema kann hier hilfreich sein, um der Gefahr einer „Inspektionsrolle“ des Forschenden – im Sinne etwa der Vorgehensweise ‚wie könnte ich meine Vermutungen durch die Untersuchung bestätigen‘ – vorzubeugen.<sup>27</sup> Im Zuge der Entwicklung und Konkretisierung einer wissenschaftlichen Fragestellung für ein Forschungsprojekt gilt es die Relevanz des Themas sowohl auf fachspezifischer, interdisziplinärer als auch gesamtgesellschaftlicher Ebene zu überprüfen.<sup>28</sup> Neben wissenschaftlichen Beiträgen können in diesem Zusammenhang auch öffentliche, etwa auf medialer Ebene ausgetragene Debatten und Meinungsäußerungen in den Mittelpunkt rücken.

Wie einleitend anhand des beispielhaft vorgestellten Programmtages aus dem Untersuchungszeitraum für die vorliegende Arbeit aufgezeigt wurde, erfreute sich das Kochen im Fernsehen einer auffälligen Popularität in der deutschen Medienlandschaft. Eine Fülle von Presseartikeln berichtete und bewertete umfangreich die vielgestaltigen Medienangebote und das Auftreten der kochenden Akteure. In Zeitschriften und Büchern zur Ernährungssituation in Deutschland nahmen Journalisten oder Gastronomiekritiker das Kochen im Fernsehen in den Blick.<sup>29</sup> Im Rahmen

---

25 Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline: Fragestellungen entwickeln. In: Bischoff, Christine; Oehme-Jüngling, Karoline; Leimgruber, Walter (Hrsg.): Methoden der Kulturanthropologie. Bern 2014, S. 41.

26 Vgl. ebd.

27 Vgl. ebd., S. 35 f.

28 Vgl. ebd., S. 42.

29 Vgl. dazu beispielsweise Dollase, Jürgen: Kulinarische Intelligenz. Wiesbaden 2006 (hier vor allem das Kapitel „TV: Viel Wind um ziemlich wenig“, S. 107–110); Fichtner, Ulrich: Tellergericht. Die Deutschen und das Essen – eine kritische Bestandsaufnahme.

dieser journalistischen Beiträge spielte die These ein große Rolle, dass zwischen der offenbar massenhaften Rezeption des Kochens im Fernsehen durch die Zuschauer und dem realen Aufwand, welchen sie der Nahrungszubereitung oder der Mahlzeiteinnahme zukommen ließen, erhebliche Differenzen bestanden hätten.<sup>30</sup> Damit war eine erste Hypothese ausfindig gemacht, die es zu überprüfen galt.

Meine Beschäftigung mit dem Thema „Kochen im Fernsehen“ begann mit der Erstellung meiner Magisterarbeit, die als Vorstudie der vorliegenden Dissertation fungierte.<sup>31</sup> Die Popularität des Kochens im deutschen Fernsehen hatte zu Beginn meiner Forschungstätigkeit im deutschsprachigen sozial- und kulturwissenschaftlichen Bereich durchaus bereits Aufmerksamkeit auf sich gezogen, kam jedoch zunächst eher in allgemeineren Aufsätzen zur aktuellen Nahrungs- und Esskultur immer wieder kurz zur Sprache. Meist wurde hier lediglich auf das massenhafte Auftreten der Fernsehkochangebote verwiesen und dieses oftmals dahingehend gedeutet, dass das Schauen der Kochsendungen zu einer Art Ersatzhandlung erklärt wurde, da die Menschen immer weniger Zeit mit dem Kochen und vor allem dem gemeinsamen Essen verbringen würden<sup>32</sup> – häufig wurde aus meiner Sicht an die im journalistischen Diskurs dominierende These angeschlossen, ohne dass konkrete quantitative oder qualitative empirische Belege angeführt worden wären. In einigen Aufsätzen klangen erste detailliertere Beschreibungs- und Deutungsversuche an.<sup>33</sup> Im Rahmen kommunikationswissenschaftlicher Forschungen wurde zudem allgemeiner nach der Art und Weise der Thematisierung von Ernährung in Medienbeiträgen gefragt.<sup>34</sup> Eine Monographie aus dem Bereich der deutschsprachigen

---

München 2006 (hier vor allem das Kapitel „Fernsehbuffets, Kochduelle und alfredissimo“, S. 181–194); Wick, Klaudia: Chefkoch kann jetzt jeder. In: *Journal Culinaire. Wissenschaft und Kultur des Essens* 1 (2005), S. 62–66.

30 Vgl. dazu beispielsweise Fichtner (2006), S. 188.

31 Die Arbeit wurde im Dezember 2007 bei Prof. Dr. Christel Köhle-Hezinger eingereicht und blieb unveröffentlicht. Für die Vorstudie erhobene empirische Daten sowie überarbeitete Textabschnitte wurden teilweise für diese Arbeit übernommen.

32 Vgl. dazu beispielsweise Baalman, Maria: Was Leib und Seele zusammenhält. Von Hausmannskost und Nouvelle Cuisine, von Hunger und Diäten. In: Schwibbe, Gudrun; Spieker, Ira (Hrsg.): *Bei Hempels auf dem Sofa. Auf der Suche nach dem deutschen Alltag*. Darmstadt 2005, S. 156–179.

33 Vgl. Allweier, Sabine: Ein Conférencier des guten Geschmacks. Notizen zur Kochsendung „Alfredissimo!“. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 98 (2002), S. 89–100. Nüchtern, Michael: Die Verwandlung des Gewöhnlichen. Warum boomen Kochsendungen im Fernsehen? In: *Materialdienst der EZW (Evangelischen Zentrale für Weltanschauungsfragen)* 67 (4/2004), S. 138–141. Göttisch-Elten, Silke: Kochen als Medienereignis – Kochbücher, Kochshows und der Alltag. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 106 (2010), S. 107–118.

34 Einen Überblick über Forschungen im kommunikationswissenschaftlichen Bereich lieferten: Lücke, Stephanie; Rössler, Patrick; Willhöft, Corinna: *Appetitlich verpackt, aber schwer zu verdauen? Darstellung und Wirkung von Ernährung in Massenmedi-*

Kultur- und Sozialwissenschaften auf einer breiter angelegten empirischen Basis ist nach meinem Kenntnisstand bis zur Fertigstellung dieser Arbeit nicht erschienen.

Seit Beginn meiner eigenen Beschäftigung mit dem Themenfeld erschienen Abschlussarbeiten, in welchen sich etwa Absolventen der Kultur- oder Sozialwissenschaften beziehungsweise angrenzender Fachdisziplinen mit dem Phänomen auseinandersetzen. Oft fokussierten diese Arbeiten notwendigerweise die Analyse und Interpretation einer bestimmten Sendung oder ausgewählter Akteure. So unterschiedlich die Zugänglichkeit und die wissenschaftliche Qualität dieser Arbeiten gelegentlich sein mögen, so liefern sie vielfach wichtige und kreative Ansatzpunkte beispielsweise im Hinblick auf theoretische Kontextualisierungsversuche und vor allem detailreiche Beschreibungen ausgewählter empirischer Erscheinungsformen des medialen Phänomens.<sup>35</sup>

Besondere Beachtung verdient in diesem Bereich aus meiner Sicht die 2010 erschienene Abschlussarbeit „Kochsendungen in der Bundesrepublik Deutschland und in der DDR“ von Silvia Becker, welche als Heft 8 der Nordwestdeutschen Hefte zur Rundfunkgeschichte veröffentlicht wurde.<sup>36</sup> Sie behandelte darin die beiden ersten deutschen Fernsehköche<sup>37</sup> und ihre Sendungen in vergleichender Perspektive: Clemens Wilmenrod und die Sendung „Bitte in zehn Minuten zu Tisch“ im Nordwestdeutschen Rundfunk der Bundesrepublik sowie Kurt Drummer in „Der Fernsehkoch empfiehlt“ im Deutschen Fernsehfunk der DDR. Becker wertete umfangreich archivalische Quellenbestände zu beiden Sendungen aus und kontextualisierte ihre Befunde zudem im zeitgeschichtlichen Rahmen (beispielsweise der allgemeinen Konsumsituation, relevanten politischen Konstellationen oder der Rolle der Geschlechter). Die Arbeit fand beispielsweise in Aufsätzen, die in den Folgejahren zum Themenbereich Kochen im Fernsehen erschienen, bedauerlicherweise wenig Aufmerksamkeit und Anerkennung. Beckers Ergebnisse zur Geschichte des Kochens im Fernsehen und Auszüge aus den von ihr erschlossenen archivalischen Quellen werden deshalb verhältnismäßig ausführlich in der vorliegenden Arbeit

---

en: ein Forschungsüberblick. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft 51 (2003), S. 407–430.

- 35 Vgl. dazu beispielsweise Buchdrucker, Sarah Annette: Unterhaltung am Herd. Jamie Oliver, Tim Mälzer und Cyril Lignac setzen neue Akzente auf dem Kochbuchmarkt in Deutschland und Frankreich (Alles Buch. Studien zur Erlanger Buchwissenschaft). Erlangen 2008. Meyer, Dennis: Sprechen über das Kochen. Eine rezeptionsanalytische Studie der Selbsttechnologien im Rahmen der Gouvernamentalität am Beispiel der Fernsehsendung „Das perfekte Dinner“ (Mediennutzung Bd. 16, hrsg. v. Michael Meyen). Berlin/Münster/Wien/Zürich/London 2010.
- 36 Becker, Silvia: Kochsendungen in der Bunderepublik Deutschland und der DDR. Clemens Wilmenrods „Bitte in zehn Minuten zu Tisch“ und Kurt Drummers „Der Fernsehkoch empfiehlt“ im Vergleich (Nordwestdeutsche Hefte zur Rundfunkgeschichte, Heft 8, hrsg. v. Hans-Ulrich Wagner). Hamburg 2010.
- 37 Einschränkend darf an dieser Stelle angemerkt werden, die beiden ersten Fernsehköche, welche größere Bekanntheit erlangten und auf viele Jahre Teil des deutschen Fernsehprogramms waren.

aufgegriffen und durch vernachlässigte Details sowie aufschlussreiche Hinweise zur internationalen Geschichte des Medienphänomens erweitert.

Der Hauptteil der vorliegenden Studie beginnt mit Schilderungen zu den Anfängen des Kochens im internationalen und deutschen Fernsehen. Mit dieser historischen Einleitung möchte ich vor allem die ersten beiden deutschen Fernsehköche vorstellen. Beschreibungen zu Clemens Wilmenrod und Kurt Drummer beziehungsweise ihren Sendungen wurden themenbezogen in den Hauptkapiteln der Arbeit als „historische Fenster“ eingebunden, so dass die beiden Köche gleichsam durch die Arbeit führen und begleiten. Im Hinblick auf die Geschichte des Kochens im deutschen Fernsehen standen folgende Fragen im Mittelpunkt: Seit wann und in welcher Form wurde im Fernsehen und speziell im deutschen Rundfunk gekocht? Welche Bezüge transportierten die Sendungen beispielsweise hinsichtlich zeitgenössischer Ess- und Konsumkultur?

Das massenhafte Auftreten der Kochsendungen im Fernsehen des Untersuchungszeitraumes und die enorme Ausdifferenzierung innerhalb dieses medialen Phänomens warfen aus kulturwissenschaftlicher Sicht Fragen auf, welchen ich vor der Folie der volkskundlichen Nahrungs- und Medienforschung nachging. Das *Kochen im Fernsehen der Gegenwart* sowie dessen *Rezeption durch Zuschauende* stellten die beiden zentralen Forschungskomplexe dar, die ich für die vorliegende Arbeit methodisch in erster Linie durch qualitative Medienanalysen und Leitfadeninterviews zu erschließen versuchte. Dabei standen folgende Fragen im Mittelpunkt: In welchen Formen trat das Kochen im Fernsehen auf? Welche Akteure, Räume, Themen und Zeiten bestimmen dieses mediale Phänomen? Ließen sich zentrale ästhetische Darstellungsmuster im Rahmen der Sendungen feststellen? Welche Rückschlüsse erlaubten die Sendungen etwa auf die Nahrungs- und Esskultur? Im Hinblick auf die Zuschauenden ging es darum, zu erkunden: Welche Bedürfnisse befriedigten, welche Gratifikationen gaben Kochshows? Welche unterschiedlichen Mediennutzungsformen praktizierten Zuschauer? Welche Rolle spielten Kochsendungen etwa in Bezug auf die Vermittlung von Wissen um die Nahrungszubereitung im Verhältnis zu anderen Medien?

### 2.3 Quellen und Methoden

Die Hauptquellen der vorliegenden Arbeit bildeten folglich vor allem Aufzeichnungen von Kochsendungen. Zusätzlich wurden Kochbücher, Zeitschriften und Internetauftritte zu den Sendungen und Akteuren herangezogen. Da die Analyse der medialen Texte und ihrer Produktion/Distribution – für diese Arbeit auch erschlossen durch Beobachtungen im Fernsehstudio<sup>38</sup> – wenig über die Wirkung von Kochsendungen aussagen kann, bildeten leitfadengestützte Interviews mit Zuschauern<sup>39</sup>

---

38 Vgl. dazu Kapitel 4.2 Die Produktion im Fernsehstudio.

39 Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in der vorliegenden Arbeit vornehmlich das generische Maskulinum verwendet, wobei damit gleichermaßen weibliche und

einen weiteren wichtigen Quellenbereich.<sup>40</sup> Der Erfolg von Fernsehsendungen lässt sich generell an entsprechenden Einschaltquoten ablesen. Gerade aus einer volkswirtschaftlichen Forschungsperspektive heraus ist es jedoch wesentlich, die Aussagekraft derartiger Quoten auch kritisch zu hinterfragen. Zuschauer lieferten sich Fernsehungsangeboten nicht einfach aus, sondern es konnten diverse Verschränkungen zwischen der Mediennutzung und nichtmedialen Alltagsverhältnissen, -tätigkeiten und -kenntnissen bestehen. Sowohl die medialen Erscheinungsformen als auch die Aussagen der Zuschauenden sollten daher nicht losgelöst von soziokulturellen Kontexten wie etwa Tendenzen der zeitgenössischen Ernährungs- und Esskultur interpretiert werden.

Die idealtypische methodische Vorgehensweise für eine qualitative Medienanalyse<sup>41</sup> kann in sechs Schritten beschrieben werden: Am Anfang steht die Beschaffung oder Aufnahme des Quellenmaterials (1) und eine erste Sichtung. Anschließend wird die Fragestellung konkretisiert (2) und gegebenenfalls eine genauere Auswahl der Einzelquellen (3) bestimmt. Es folgt der Hauptteil der Forschungsarbeit, die Analyse des ausgewählten Materials (4) im Rahmen der Fragestellung, wobei die formale Analyse, die sich zum Beispiel auf narrative, darstellerische, visuelle und auditive Elemente konzentrieren kann, im Zuge einer kulturwissenschaftlichen Medienanalyse durch hermeneutisch-interpretierende Beschreibungen vervollständigt wird. Abschließend sollten die Ergebnisse kontextualisiert (5) und auf die Fragestellung hin interpretiert (6) werden. Es handelt sich hierbei um idealtypisch formulierte Arbeitsschritte, die im Forschungsprozess eng miteinander verwoben und nicht immer klar trennbar sind.<sup>42</sup> Die qualitative Inhaltsanalyse sollte im Gegensatz zur quantitativen, die statistische Daten erhebt und möglichst objektive Aussagen machen will, auch latente Inhalte und Sinnstrukturen berücksichtigen und die Subjektivität als Forschungsinstrument anerkennen und reflektieren.<sup>43</sup> Diese hermeneutische Vorgehensweise versteht sich als „weiches“, interpretierendes Verfahren, bei dem Medienprodukte als mehrdeutige Texte verstanden und behandelt werden.<sup>44</sup>

Bereits im Vorfeld des Entschlusses, das Thema Kochen im Fernsehen wissenschaftlich zu bearbeiten, begann ich durch Anregungen in einer Vorlesung zur Nahrungs- und Esskulturforschung die kochenden Akteure im Fernsehen bewusster

---

männliche Personen bedacht wurden. Wenn also beispielsweise von Zuschauern/Zuschauenden oder Köchen die Rede ist, sind damit auch die Zuschauerinnen und die Köchinnen gemeint. Gleiches gilt für alle anderen Fälle, in denen nicht ausdrücklich darauf hingewiesen und keine explizite Geschlechtertrennung vorgenommen wurde.

40 Relevante Erläuterungen zum methodischen Vorgehen in diesem Bereich wurden im Kapitel 3, Kochende Akteure: Wer kocht im Fernsehen und wer kocht „nach dem Fernsehen“? eingeflochten.

41 Vgl. Bechdorf (2001), S. 262 f. Vgl. dazu auch Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. In: Flick, Uwe u. a. (Hrsg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. München 1991, S. 209–213.

42 Vgl. Bechdorf (2001), S. 264.

43 Vgl. ebd., S. 259.

44 Vgl. ebd., S. 261.

wahrzunehmen. Dieses „erste Tasten im Feld“ hatte meiner Ansicht nach ähnliche Funktionen wie informelle Gespräche im Freundes- oder Bekanntenkreis zum Thema, denn als aufmerksamer Forscher entwickelt man im Zuge dessen ein erstes Gespür für das Feld, für Erscheinungsformen oder bedeutsame Fragen. Auch diese vorausgegangene Sichtung relevanter Fernsehsendungen ging mit in die Analysen ein. Für die vorliegende Untersuchung des Kochens im Fernsehen wurden in zwei Zeiträumen (Mai 2007 bis Juli 2007 und im Oktober 2009) etwa 170 Videoaufzeichnungen von Einzelfolgen verschiedener Sendungen angefertigt. Neben diesen Aufnahmen sichtete ich zusätzlich ausgewählte Sendungen auf im Handel dazu erhältlichen DVDs, so dass insgesamt etwa 220 Einzelfolgen die Quellenbasis bildeten.<sup>45</sup> Von einigen Sendungen, besonders täglich ausgestrahlten, wurden mehrere Folgen aufgezeichnet, so dass es sich insgesamt um 45 verschiedene Sendungstitel handelte, die sowohl bei öffentlich-rechtlichen als auch privaten Sendern des deutschen Fernsehens im Untersuchungszeitraum ausgestrahlt wurden.<sup>46</sup>

Der Titel der vorliegenden Arbeit wurde mit „Kochen im Fernsehen“ bewusst weit gewählt. Wie bereits mit dem vorgestellten Beispielprogrammtag angedeutet wurde, spielte das Kochen im deutschen Fernsehen des Untersuchungszeitraumes in sehr unterschiedlichen Formen eine Rolle. So trieb mich zu Beginn meiner Beschäftigung mit dem Thema die Frage um, ob eine engführende Definition meiner Untersuchungsgegenstände – etwa im Stil von „unter dem Fernsehformat Kochsendung versteht man ...“ – notwendig und vor allem für meine Herangehensweise sinnvoll war. Zunächst erschien es in diesem Zusammenhang hilfreich, einige übergeordnete Begrifflichkeiten und Beschreibungskategorien heranzuziehen.

Bei der Beschäftigung mit medialen Quellen aus dem Fernsehbereich ist schnell festzustellen, dass das Programm sowohl im Alltag, etwa in Programmzeitschriften, als auch in wissenschaftlichen Texten teilweise mit sehr unscharfen Begriffen beschrieben wird. Nils Borstnar, Eckhard Pabst und Hans Jürgen Wulff nannten beispielsweise in ihrer „Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft“<sup>47</sup> vier *Programm-Sparten*: „Information“, „Unterhaltung“, „Sport“ und „Fernsehspiel“. Innerhalb dieser Sparten bildeten sich nach diesen Autoren *Programm-Genres*. Eine bestimmte Form dieses Programm-Genres mit wiederkehrenden Merkmalen bezeichneten sie als *Programm-Format*.<sup>48</sup> Für Gerd Hallenberger war der Begriff „Fernsehformat“ verwandt mit dem des „Konzeptes“ und meinte in erster Linie eine serielle Fernsehproduktion mit unveränderlichen Elementen, womit auch das Er-

---

45 Vgl. dazu die Übersicht zum Quellenmaterial im Anhang.

46 Mit der Stichprobe wird kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben. Es wurde jedoch versucht, das im Untersuchungszeitraum präsente Spektrum möglichst breit in die Stichprobe aufzunehmen.

47 Borstnar, Nils; Pabst, Eckhard; Wulff, Hans Jürgen: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft. Konstanz 2002.

48 Vgl. ebd., S. 183f. Ein Beispiel: die „Sportschau“ ist das Format, welches in dem Genre „Sportübertragung“ und in der Sparte „Sport“ zugeordnet werden kann. Vgl. ebd., S. 184.

scheinungsbild einer Produktion, Sendungsabläufe, optische und akustische Signale oder Logos gemeint sein konnten.<sup>49</sup> In Deutschland kam der Begriff „Fernsehformat“ erst in den 1980er Jahren mit der Einführung des dualen Rundfunksystems und der damit verbundenen Etablierung der kommerziellen Privatsender auf und wurde vornehmlich in medienwirtschaftlichen oder -organisatorischen Zusammenhängen verwendet (beispielsweise Formathandel). Die Ausweitung der Sendezeit und die erhöhte Senderzahl ließen den Programmbedarf ansteigen. Neben der traditionellen Eigenproduktion oder dem Ankauf von fertigen Produktionen kam der Adaption nationaler oder internationaler Produktionen eine steigende Bedeutung zu. Durch diese Entwicklung wurden Konzepte für Fernsehsendungen gleichsam zu Markenartikeln, die auf verschiedenen Märkten mit dem gleichen Erscheinungsbild und in ähnlicher Qualität liefen.<sup>50</sup> Begriffe wie *Sparte* oder *Fernsehformat* entstanden also vorrangig im Rahmen von wirtschaftlichen Interessen. Sie entziehen sich exakten Definitionen, weil sie aus der Fernsehpraxis heraus entstanden sind und selbst innerhalb dieses Bereiches in Abhängigkeit vom Kontext unterschiedliche Bedeutungen zugeordnet bekommen oder anders ausdifferenziert werden.<sup>51</sup>

Nach den oben beschriebenen Begriffsverständnissen konnten Kochsendungen als Programm-Genre verstanden werden, die in speziellen, meist seriell gesendeten Formaten auftraten. In Abhängigkeit vom Sendungskonzept, aber noch stärker vom Hintergrund und der Wahrnehmung durch die Zuschauenden konnten sie beispielsweise in die Sparte „Information“ oder auch „Unterhaltung“ fallen. Auf manchen Internetseiten der Fernsehsender waren die Rezepte und Hinweise zu den Kochsendungen unter Rubriken wie „Gesundheit“ oder „Umwelt und Gesundheit“ aufgeführt.<sup>52</sup> Vor allem für den Einbezug der Rezeptionsseite erschien es sinnvoll, keine definitorische Engführung vorzunehmen. So konnte ich meine Gesprächspartner offen nach ihnen bekannten Kochsendungen oder Akteuren fragen, ohne im Gespräch oder anschließend Ausschlussverfahren anwenden zu müssen, falls das Zuschauerverständnis nicht der Quellendefinition entsprochen hätte.

Nach einer ersten Sichtung des aufgenommenen Fernsehmaterials und unter Einbeziehung vorhandener Erfahrungen erstellte ich ein Protokoll<sup>53</sup>, mit dessen Hilfe die Sendungen analysiert und ihre Merkmale schriftlich festgehalten werden

---

49 Vgl. Hallenberger, Gerd: Artikel „Fernsehformat“. In: Schanze, Helmut (Hrsg.): Metzler Lexikon. Medientheorie. Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart/Weimar 2002, S. 85.

50 Vgl. ebd., S. 84 f.

51 Vgl. ebd., S. 85. Weitere Definitionen, die besonders medienwirtschaftliche Aspekte ins Zentrum des Interesses rücken, finden sich etwa bei Koch-Gombert, Dominik: Fernsehformate und Formatfernsehen. TV-Angebotsentwicklung in Deutschland zwischen Programmgeschichte und Marketingstrategie. München 2005, S. 27–29.

52 Vgl. beispielsweise <http://www.br-online.de/umwelt-gesundheit/thema/schuhbeckskochschule/index.xml> vom 2.10.2007 (es handelte sich hier um die Seite des Bayerischen Rundfunks zu der Sendung „Schuhbecks Kochschule“).

53 Vgl. zum Protokoll Anhang.



konnten.<sup>54</sup> Es umfasste vier Hauptabschnitte: Unter Punkt I wurden „Allgemeine Angaben“ wie der Name der Sendung, ausstrahlender Sender, ebenso Sendezeit, Sendeintervall, Sendedauer und die Anzahl der Werbepausen aufgenommen. Die unter diesem Punkt verzeichneten Daten standen also unter der Frage „Wann wird gekocht?“ und ermöglichten später bei der Auswertung beispielsweise Aussagen über Platzierungen im Programm. Unter Punkt II „Konzeption der Sendung“ wurde mit Hilfe der klassischen „W-Fragen“ (Wo wird gekocht? Wer kocht? Wie wird gekocht? Was wird gekocht?) versucht, wichtige Charakteristika der jeweiligen Sendung zu erfassen und zugleich später eine gewisse Vergleichbarkeit des Materials durch diese Systematik zu ermöglichen. So wurden unter der Frage „Wer kocht?“ zum Beispiel Informationen dazu aufgenommen, ob Männer und/oder Frauen agierten, welche Kleidung sie trugen, ob es Gäste oder Publikum im Studio gab, wie die Fernsehzuschauer angesprochen wurden oder wie sich einzelne Personen in der Sendung präsentieren. Unter der Frage „Was wird gekocht?“ wurde auch einbezogen, ob das zubereitete Essen angerichtet und gegessen wurde und in welcher Form dies geschah.<sup>55</sup> Unter Punkt III „Filmische Gestaltung“ konnten auffällige formale Besonderheiten (zum Beispiel zu Ton, Farbe oder Montage) der Sendungen erfasst werden. Schließlich wurden unter Punkt IV „Zusätzliche Angaben“ die Internetseite und Produkte wie Kochbücher oder DVDs, die gegebenenfalls zu den Sendungen im Handel erhältlich waren, aufgelistet. Die Strukturierung durch die Fragen – Wo wird gekocht? Wer kocht? Wie wird gekocht? Was wird gekocht? – wurde für die Gliederung der Arbeit erneut aufgegriffen.

Es ging mir darum, mit Hilfe der beschriebenen Analyseinstrumentarien die Bedeutung des Kochens im Fernsehen als Alltagskulturphänomen aus Sicht der Volkskunde/Empirischen Kulturwissenschaft zu erschließen, gleichsam eine *dichte Beschreibung* zum Thema zu erstellen. Diese ist nach dem Ethnologen Clifford Geertz durch vier wesentliche Merkmale gekennzeichnet: „[S]ie ist deutend; das, was sie deutet, ist der Ablauf des sozialen Diskurses; [...] das Deuten besteht darin, das ‚Gesagte‘ eines solchen Diskurses dem vergänglichen Augenblick zu entreißen“<sup>56</sup>

---

54 Vgl. zum methodischen Vorgehen auch Altheide, David L.: *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks/London/New Delhi 1996, S. 23 ff. Hier besonders den Abschnitt „Constructing a Protocol“, S. 25–28.

55 Abschließend fand sich unter II. noch der Versuch, den Gesamtcharakter der jeweiligen Sendung genauer zu bestimmen. Diese Charakterisierung war angelehnt an die beschriebenen Genre- und Formatbeschreibungen aus der Fernsehpraxis. Als mögliche „Elemente“, die sich überlagern oder gleichzeitig in unterschiedlicher Ausprägung auftreten und vor allem von Zuschauenden anders wahrgenommen werden konnten, nutzte ich folgende Beschreibungsbausteine: Ratgeber, Dokumentation, Wissen, Talk und Spiel/Wettbewerb. Ich verstand diese Elemente als Möglichkeit zur detailbezogenen Beschreibung, die Rücksicht auf das weite Spektrum der Erscheinungsformen des Kochens im Fernsehen nahm.

56 Geertz, Clifford: *Dichte Beschreibung*. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt a. M. 1983, S. 30.

und sie ist „mikroskopisch“<sup>57</sup>, das heißt, sie sollte sich einer umfassenden Interpretation vom kleinsten Detail her annähern. Dabei sollte im Bewusstsein bleiben, dass es Ethnologie nur in Büchern, Artikeln, Vorlesungen, Museen, manchmal auch Filmen geben kann. Bei der Untersuchung von Kultur kann man, wie in der Kunst, keine klare Grenze zwischen der subjektiv geprägten Darstellungsweise der Forscherin oder des Forschers und dem zugrunde liegenden Inhalt ziehen.<sup>58</sup> Auch die hier vorliegenden Analysen und Interpretation bleiben notwendigerweise subjektiv durch meinen Blick als Forscherin geprägt.

Nach Geertz ist Kultur ein vom Menschen gesponnenes Bedeutungsgewebe, in das der Mensch selbst mit hineingewoben ist. Die Untersuchung von Kultur sollte daher seiner Ansicht nach keine experimentelle oder nur statistische Daten sammelnde Wissenschaft sein, sondern eine interpretierende, die nach Bedeutungen gesellschaftlicher Ausdrucksformen fragt, die zunächst rätselhaft erscheinen können.<sup>59</sup>

„Die Untersuchung von Kultur besteht darin (oder sollte darin bestehen), Vermutungen über Bedeutungen anzustellen, diese Vermutungen zu bewerten und aus den besseren Vermutungen erklärende Schlüsse zu ziehen; nicht aber darin, den Kontinent Bedeutung zu entdecken und seine unkörperliche Landschaft zu kartographieren.“<sup>60</sup>

Die Untersuchung von Kultur muss deshalb ihrem Wesen nach unvollständig und anfechtbar sein. Geertz spitzte diese Aussage sogar noch zu und behauptete, je tiefer die Untersuchung geht, desto unvollständiger würde sie.<sup>61</sup> Einen Ausweg aus diesem Dilemma sah er nicht. Wissenschaftlicher Konsens sei bei dieser Art der Forschung nur sehr schwer zu erreichen und möglicherweise gar nicht so erstrebenswert, wenn man Geertz Glauben schenkt, der formulierte:

„Wer einen semiotischen Begriff von Kultur und einen deutenden Ansatz ihrer Untersuchung vertritt, macht sich damit eine Auffassung von ethnographischer Erklärung zu eigen, die – um W. Gallies inzwischen berühmten Ausspruch zu übernehmen – ‚in hohem Maße anfechtbar‘ ist. Ethnologie, zumindest die deutende Ethnologie, ist eine Wissenschaft, deren Fortschritt sich weniger in einem größeren Konsens als in immer ausgefeilteren Debatten zeigt. Was sich entwickelt, ist die Präzision, mit der wir einander ärgern.“<sup>62</sup>

---

57 Ebd.

58 Vgl. ebd., S. 24.

59 Vgl. ebd., S. 9.

60 Ebd., S. 29 f.

61 Vgl. ebd., S. 41 f.

62 Ebd., S. 42.

## II Hauptteil: Fernsehküchen – Küchenfernsehen

### 1 Das neue „Fenster zur Welt“ in deutschen Wohnzimmern und die ersten Fernsehköche

Bevor in diesem Kapitel die ersten beiden bekannt gewordenen deutschen Fernsehköche der Bundesrepublik Deutschland sowie der Deutschen Demokratischen Republik im Mittelpunkt stehen sollen, möchte ich den Blick noch einmal kurz auf die internationale Ebene erweitern. Besonders zur Geschichte der Kochsendungen in Amerika und Großbritannien liegen einige Arbeiten vor, die den Charakter der ersten Sendungen und ihrer Protagonisten beschreiben.

Als der erste Koch weltweit, der sein Handwerk im Fernsehen vor laufender Kamera präsentierte, darf der Franzose Xavier Marcel Boulestin (1878–1943) gelten. Bereits 1937 strahlte der britische Sender BBC unter dem Titel „Cooks Night out“ eine Kochsendung mit Boulestin aus. Der Koch war durch sein angesehenes Londoner Restaurant „Boulestin’s“, das 1927 eröffnet wurde, und sein Credo „Good meals should be the rule, not the exception!“ bekannt.<sup>1</sup> Nach dem Zweiten Weltkrieg nahm das britische Fernsehen die erste regelmäßig ausgestrahlte Kochsendung ins Programm auf: Philip Harben (1906–1951) stand ab 1946 in „Cookery“ für die Zuschauer in der Fernsehküche. Die Sendung lief bis 1951. Im „kollektiven Mediene Gedächtnis“ der Briten eroberte sich aber vor allem Fanny Cradock (1909–1994) als „first TV celebrity chef“ einen festen Platz. Sie moderierte zwischen 1955 und 1975 Kochsendungen im britischen Fernsehen und war für exzentrische Auftritte bekannt. Sie soll beispielsweise in aufwendiger Abendgarderobe einen ihrer Kochauftritte absolviert haben. Die biografische Entwicklung und Karriere Cradocks diente 2006 dem BBC-Drama „Fear of Fanny“ als Grundlage für die Verfilmung.<sup>2</sup>

In der Geschichte des US-amerikanischen Fernsehens darf auch das Kochen als integraler inhaltlicher Bestandteil seit der Ausbreitung des Mediums in der Nach-

---

1 Vgl. Hansen, Signe: Artikel „Celebrity Chefs“. In: Allen, Gary J.; Albara, Ken (Hrsg.): *The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries*. Westport 2007, S. 75f.

2 Vgl. ebd., S. 76. Zur weiteren Entwicklung der Kochsendungen im britischen Fernsehen vgl. z. B. Miller, Toby: *From Brahmin Julia to Working-Class Emeril: The Evolution of Television Cooking*. In: Collins, Jim (Hrsg.): *High-Pop. Making Culture into Popular Entertainment*. Malden/Oxford 2002, S. 75–89, hier S. 83. Ein Spezifikum der Fernsehkochlandschaft Großbritanniens ist bspw. die besondere Rolle der indischen Küche. Ab Mitte der 1980er trat die gebürtige Inderin und Schauspielerin Jaffrey Madhur im britischen Fernsehen als Köchin auf. Mit ihren Sendungen entmystifizierte sie nicht nur die Indische Küche, sondern verhalf dem Kochen im Fernsehen zu einer Art Befreiung von dessen Studiogebundenheit. Ihre Sendungen können als erste „Gastronomische Reise-Formate“ gesehen werden. Vgl. dazu Foster, Nicola: Artikel „Jaffrey, Madhur (1933- ) : British Actor, Television Personality, Cookery Host.“ In: Newcomb, Horace (Hrsg.): *Museum of Broadcast Communications Encyclopedia of Television*, Bd. 2 (D–L). New York 2004, S. 1204–1206.

kriegszeit genannt werden. Kathleen Collins sieht in Radiobeiträgen, die das Thema Kochen und Rezepte – teilweise zu Werbezwecken – thematisierten und bereits vor der Weltwirtschaftskrise zu Beginn des 20. Jahrhunderts bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges und im Anschluss regelmäßig im amerikanischen Hörfunk gesendet wurden, den Weg für die mediale Erfolgsgeschichte des Kochens geebnet:

„The story begins on the radio, where hosted by the likes of Betty Crocker<sup>3</sup> and the United States Department of Agriculture’s Aunt Sammy<sup>4</sup> instructed women and kept them company in the kitchen [...]. Cooking via broadcasting was already a staple for American housewives by the time television emerged. Ever since the first boxy black-and-white TV sets begin to appear in American living rooms in the late 1940s, we have been watching people chop, sauté, fillet, whisk, flip, pour, arrange, and serve food on the small screen.“<sup>5</sup>

Da die Zahl der Empfangsgeräte zu Beginn der Fernsehgeschichte auch in Amerika noch relativ gering war, hatten die ersten Kochsendungen ein, im Vergleich zur späteren Expansion, als überschaubar zu bezeichnendes Publikum und entsprechend in ihrer Wirkung noch keine so umfassende Reichweite wie später laufende Sendeangebote. Zu den ersten Sendungen zählten beispielsweise „I love to eat“ (1946) mit Fernsehkoch James Beard<sup>6</sup>, „In the Kelvinator Kitchen“ (1947) oder „To the Queen’s Taste“ (1948).<sup>7</sup> Als erste bekannte Köchin des amerikanischen Fernsehens gilt Julia Child (1912–2004), deren Erfolg und hohe Medienpräsenz durch ihren Kochbuchbestseller „Mastering the Art of French Cooking“, der 1961 erschien, ins Rollen gebracht wurde. Erst 1963 folgten Childs erste Fernsehauftritte in der Sendung „The French Chef“.<sup>8</sup> Wie die Titel des Kochbuches und der Sendung erahnen

---

3 Vgl. zur Figur der „Betty Crocker“: Marling, Karal Ann: *As seen on TV. The Visual Culture of Everyday Life in the 1950s*. Cambridge u. a. 1994 (hier das Kapitel: *Betty Crocker’s Picture Cook Book: The Aesthetics of Food in the 1950s*, S. 202–240).

4 Genau wie bei „Betty Crocker“, einem 1921 erfundenem Werbemaskottchen, handelte es sich auch bei „Aunt Sammy“ um eine Kunstfigur, hinter der sich in der Realität ein ganzes Team aus Haushaltswissenschaftlern verbarg, die ab 1924 für die Radiobeiträge recherchierten und texteten. Die *New York Times* kündigte die Programmserie am 3. Oktober 1926 noch einmal mit dem Hinweis an, dass sie über 30 regionale Sender zu empfangen sei und neben Rezepten und dem Thema Kochen auch diverse andere haushaltsrelevante Themen behandeln würde. Vgl. Anonym: *30 Stations to radiate farm talks. Aunt Sammy, a New Radio Character, Will Begin Series on the Air Tomorrow*. In: *New York (NY) Times*, 3 Oct.1926, pg. XX17 (online: <http://query.nytimes.com/gst/abstract.html?res=9E00E1DB173CEE3ABC4B53DFB667838D639EDE> vom 30.08.2010) sowie Collins, Kathleen: *Watching What We Eat. The Evolution of Television Cooking Shows*. New York/London 2009, S. 13 ff.

5 Collins (2009), S. 2.

6 Vgl. ebd., S. 27 ff.

7 Vgl. Kackman, Michael: Artikel „Cooking Shows“. In: Newcomb, Horace (Hrsg.): *Museum of Broadcast Communications Encyclopedia of Television*, Bd. 1 (A-C). New York 2004, S. 584.

8 Vgl. Collins (2009), S. 71 ff.

lassen, legte Child besonderen Wert auf die französische Küche. Damit bediente sie einen Nerv der Zeit, denn in Amerika entwickelte sich damals ein besonderes Interesse an der französischen Küche: In amerikanischen Magazinen stieg der Anteil an Artikeln und Beiträgen zur französischen Küche zwischen Juni 1958 und April 1969 im Vergleich zur Zeitspanne zwischen 1945 und 1958 um ungefähr 50 Prozent an. Im Kochbuchsektor Amerikas wurden zwischen 1959 und 1969 an die 100 Titel zur französischen Küche veröffentlicht.<sup>9</sup> In ihrer Arbeit über die geschichtliche Entwicklung der Kochsendungen im US-amerikanischen Fernsehen urteilte Collins in diesem Zusammenhang: „French food was perceived to be the very essence of sophistication and worldliness in the 1950s and 60s. Child’s intend was to take French cooking from high society to the suburbs, from Park Avenue and the Champs Elysees to Elm Street.“<sup>10</sup>

Sowohl von Zeitgenossen als auch in Rückblicken auf die Fernsehgeschichte bewerteten immer wieder Stimmen Julia Child als eher untypischen Fernsehstar, da sie gelegentlich ungenau bei ihren Präsentationen gewirkt habe, aber auf der anderen Seite durch eine besondere Einzigartigkeit auffiel:

„She was tall (six foot two) and, while attractive, was not of the mold favored by Hollywood producers. She was sometimes awkward and never tried to feign a TV persona. Child biographer Noel Riley Fitch wrote: ‚Luckily, she found an audience before the television image-makers could discover that she was ‚all wrong‘ for television. Certainly today she would probably not have a chance at breaking into television. Despite the warbles, gasps and breathlessness, she could keep talking – a considerable talent for a live demonstration – and speak in full sentences interspersing narratives and effective references to France and to food.“<sup>11</sup>

Ähnlich wie die ersten deutschen Fernsehköche war auch Julia Child eine öffentlichkeitswirksame Medienfigur ihrer Zeit. Ihre Beliebtheit bei ihren Zuschauern zog einen spürbaren Einfluss auf die amerikanische Verbraucher- und Esskultur nach sich. Neben ihren Präsentationen anspruchsvollerer Kochtechniken machte sie die Zuschauer mit neuen Produkten und Zutaten vertraut, welche teilweise erst deutliche Zeit später in den Durchschnittshaushalten der USA im Alltag selbstverständlich sein sollten. So erinnerte sich beispielsweise der TV-Produzent Geoffrey Drummond, dass Child in einer ihrer ersten Episoden von „The French Chef“ Knoblauch für eine Zubereitung verwendete und die Zuschauer extra darauf aufmerksam machte, dass sie, falls das Gewürz nicht im herkömmlichen Supermarkt erhältlich wäre, einen italienischen Supermarkt oder Lebensmittelhändler aufsuchen sollten.<sup>12</sup> Produkte und Geräte, die Julia Child in ihrer Sendung verwendete, entwickelten

---

9 Vgl. ebd., S. 79.

10 Ebd.

11 Ebd., S. 75. Vgl. dazu außerdem: Fitch, Noel Riley: *Appetite for Life: The Biography of Julia Child*. New York 1997.

12 Vgl. Geoffrey Drummond in einem Interview mit Kathleen Collins im Juni 2007, zitiert nach Collins (2009), S. 82.

sich anschließend nicht selten zu wahren Verkaufsschlägern, was den in dieser Zeit aufkommenden Haushaltswarengeschäften sehr entgegen kam:

„Fish poachers, charlotte molds, chefs knives, and chopper beating bowls became best-sellers [...]. Wire whisks sold out in Pittsburgh after one of her shows. A butcher who usually sold seven geese a year reported selling sixty-five after Julia cooked a goose on television.“<sup>13</sup>

Julia Child schaffte es nicht nur im Jahr 1966 auf das Cover des bekannten Time Magazines, sie gründete außerdem das „American Institute of Wine and Food“ im Jahr 1981 und wurde mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, unter anderem mit jeweils einem Emmy in den Jahren 1966, 1996 und 1997.<sup>14</sup> Auch Childs Biografie und ihr Wirken als Kochbuchautorin wurden 2005 in dem Buch „Julie und Julia“ und dessen späterer Verfilmung mit Schauspielerinnen Meryl Streep in der Hauptrolle aufgegriffen.<sup>15</sup> Die Fernsehküche, die als Schauplatz der Sendung „The French Chef“ diente, befindet sich heute im National Museum of American History in Washington.<sup>16</sup> Sie wird also durchaus als bewahrenswertes Objektensemble im Hinblick auf die amerikanische Fernseh- und Populärkulturgeschichte behandelt.<sup>17</sup>

Ende Februar 1953 wurde im Nordwestdeutschen Rundfunk (NWDR) die erste Folge der Kochsendung „Bitte in zehn Minuten zu Tisch“ übertragen<sup>18</sup>, nachdem nur acht Wochen zuvor, am 25. Dezember 1952, der offizielle Sendestart des Fernsehens in der Bundesrepublik mit regelmäßigen Übertragungen nach dem Krieg

---

13 Lovegren, Sylvia: Fashionable Food: Seven Decades of Food Fads. New York 1995, zitiert nach Collins (2009), S. 82.

14 Vgl. Hansen (2007), S. 76.

15 Vgl. Powell, Julie: Julie and Julia: 365 Days, 524 Recipes, 1 Tiny Apartment Kitchen. New York 2005. Die Handlung dreht sich parallel um den Beginn der Kochkarriere Julia Childs und eine junge Frau in der Gegenwart, welche sich vorgenommen hat, sämtliche Rezepte aus Childs berühmten Kochbuch nachzukochen und über ihre Erfahrungen dabei in einem Internet-Blog zu berichten.

16 Siehe dazu: [http://amhistory.si.edu/juliachild/flash\\_home.asp](http://amhistory.si.edu/juliachild/flash_home.asp) vom 27.02.2015. In einem virtuellen Rundgang kann man sich auf dieser Internetpräsentation über die Geschichte einzelner Einrichtungsgegenstände der Küche sowie verschiedener Kochgeräte und Utensilien wie bestimmte Töpfe, Funktionsmesser oder Elektrogeräte informieren, die Julia Child in ihrer Sendung verwendete.

17 Zur weiteren Entwicklung des Kochsendungsbereiches im US-amerikanischen Fernsehen vgl. z.B. Adema, Pauline: Vicarious Consumption: Food, Television and the Ambiguity of Modernity. In: Journal of American and Comparative Cultures 23 (3/2000), S. 113–123. Meister, Mark: Cultural Feeding, Good Life Science and the TV Food Network. In: Mass Communication and Society 4 (2/2001), S. 165–182. Ketchum, Cheri: The Essence of Cooking Shows: How the Food Network Constructs Consumer Fantasies. In: Journal of Communication Inquiry 29 (3/2005), S. 217–234.

18 Vgl. u. a. Becker (2001), S. 12.