

## Eine Einleitung

Küche hat Konjunktur. Hohe Aufmerksamkeit erfahren sowohl Planung und Möblierung als auch ihre gesellschaftliche Praxis: als Ort der Nahrungszubereitung und anderer Alltagsbeschäftigung, als Ort von Geselligkeit oder Rückzug – zwischen Notwendigkeit und Muße, Funktionalität und Genuss.

Die Küche, so hat es den Anschein, trifft den Nerv der Zeit. In unserer späten Moderne, in der die Überlagerung verschiedener Zeiten und Räume zu konstanter Alltagsüberforderung führt, haben Alltagskulturforscherinnen die Zunahme individueller Versicherungsstrategien bemerkt und Philosophen den Rückzug des Individuums in «die vorpolitische Sphäre des oikos» diagnostiziert.<sup>1</sup> Die Küchendesigner Sergio Tarducci und Riccardo Vincenzetti sehen das genauso: Sie wollen «einen traditionellen Herd fürs 3. Jahrtausend kreieren, eine Feuerstelle, um die sich die Familie scharen kann.»<sup>2</sup>

Mag sein, dass es sich hier um einen Versuch handelt, küchenfeindlichen Trends entgegenzuwirken, wie die brillante «Küchenbild-Privatdetektivin» Marion von Osten sie in diesem Band festmacht. Wenn heute der Herd als «Herz der Wohnung»<sup>3</sup> und die Küche der Zukunft sogar als «Drehscheibe unserer Emotionen»<sup>4</sup> bezeichnet werden, dann möchten wir dies den Architekten und Designern gerne glauben. Sie treten in den letzten Jahren häufiger denn je als Protagonisten der Werbung und damit als begehrter Typus der Spätmoderne in Erscheinung: als «Homo universalis, der Rationalität und Kreativität, künstlerisches Talent, technisches Verständnis, Zuverlässigkeit und finanziellen Erfolg in einer Person vereint.»<sup>5</sup>

**Küchenlatein**

Der Nerv der Zeit trifft uns also verheißungsvoll mit den Gebrauchswertversprechen der Werbebotschaften: In einer Wissensgesellschaft, der die realen Arbeitsplätze abhanden kommen, ist auch die Küche verwissenschaftlicht. Ernährungslehre und Hausarbeit sind es längst, auch die Konstruktion von Küchenraum und -mobilier ist es, wie die Beiträge von Brigitte Kesselring und von Christina Sonderegger eindrücklich belegen. Neu finden sich Genuss und Glücksempfinden in wissenschaftliche Diskurse ökonomisch-utilitaristischer Färbung eingebettet und – last but not least – ist es das Werbeargument selbst. Von der Intelligenz neuer Küchentechnologie ist allerorten die Rede. Die Texterinnen argumentieren heute mit «Ergonomie, Funktionalität und Gestaltung», «durchdachten Raumaufteilungen»



1–2 Die Küche als Ort inspirativer Stimmungen, poetischer Bilder, heftiger Diskussionen, alltäglicher Arbeit, konspirativer Sitzungen und letztlich als Entstehungsort schmackhafter Mahlzeiten ...



und einem «hohen Verständnis von Abläufen».<sup>6</sup> Sogar von Konstruktionsmaterial ist die Rede, das «eine anspruchsvolle Einstellung zur Kulinarik» reflektiere.<sup>7</sup>

Auch im Küchendesign manifestieren sich die groben Unterschiede<sup>8</sup> in unserer Gesellschaft: Wer hier nicht folgen kann, für den geht es auch bodenständiger. Für Frauen zum Beispiel. Das an sie gerichtete Versprechen situiert sich im Reich der Freizeitgesellschaft, in dem selbstredend die Küche Ort der Freizeit ist. Bauknecht, «der» bereits in den 1960er Jahren wusste, «was Frauen wünschen», fordert zu Beginn des 21. Jahrhunderts zum «Heute leben» auf und konzidiert Frauen damit die ersehnte Nebensächlichkeit von Hausarbeit: «Weil es Momente gibt, in denen nichts unwichtiger ist als ein paar Grasflecken.» Die Waschmaschine von Bauknecht wirds schon richten.<sup>9</sup>

### Produktivkraft Küchentisch

Über das wirkliche Küchenleben sind wir wissenschaftlich weit weniger gut unterrichtet als wir glauben möchten. Küchenalltagskultur hat sich stets zu einem guten Teil unabhängig vom Ideal architektonischer Disposition oder bestechender Hochglanzabbildungen der Küchenhersteller entwickelt. In der Entwicklung des Wohnens spielt der architektonische Entwurf – wie es scheint – kaum eine Rolle.<sup>10</sup> Auch die mehrtausendfach in Wohnsiedlung um Wohnsied-

lung installierte identische Kücheneinrichtungskombination wird binnen kurzer Zeit erstaunlich verschieden. Der britische Technik- und Konsumtheoretiker Daniel Miller plädiert daher dafür, die Konsumforschung innerhalb der Wohnforschung stärker zu verankern.<sup>11</sup> Die serielle Produktion des modernen Dinges, wozu auch die Einbauküche zählt, hat die Diversifizierung der Aneignungs- und Gebrauchsweisen nie ausgeschlossen, sondern, im Gegenteil, sogar provoziert und forciert.<sup>12</sup>

Dem Reich der Notwendigkeit scheinbar entronnen, ist die Küche gleichwohl Werkstatt geblieben: begehrter Raum für produktive Tätigkeiten, kurz «Living Space».<sup>13</sup> Am Küchentisch schreiben Schriftstellerinnen und Autoren ihre besten Werke, hier werden Staubsauger, Veloschläuche, sogar Mofamotoren repariert, es werden Unterhosen gebügelt, Leuchtkörperkunstwerke gelötet, Weihnachtsgeschenke gebastelt und Sturmgewehre gereinigt, Kondolenz- oder Geburtstagsbriefe geschrieben und Ostereier angemalt, es wird Kunstkeramik getöpft, Erste Hilfe geleistet und natürlich auch weiterhin, sogar mehrmals täglich, ganz gleich, ob entnervt oder entzückt, grundlegende Ernährungsarbeit geleistet: Schnittchen geschmiert, Saucen gerührt, Gemüse geschnitten, Kartoffeln geschält, Schwenksteaks eingelegt, Schokolade geraffelt und – was stets dazu gehört – es wird weggewischt, aufgewischt, aufgenommen, abgerieben, zusammengekehrt. Ob Tomaten-Coulis, Fonduezubereitungen, Gipsmischungen, Stabreime, wissenschaftliche Aufsätze, Hausaufgaben oder Steuererklärungen – sie alle finden im Küchentisch eine zuverlässige Stütze. In der Küche kann Gesellschaft verändert werden; in ihr gärt die Produktivkraft der Kultur: Wo anders als am Küchentisch wurde der Prager Frühling vorbereitet, die Friedensbewegung initiiert, die Fußballweltmeisterschaft gewonnen? – Letzteres gilt zumindest für den durchschnittlichen Staatsbürger im Mitfieber.

Im Bereich der Küchenkulturen zeigt sich, was für die Lebenswelten generell gilt: Die politische Ökonomie des Lebens ist weit bestimmender für die Psychologie der Gewohnheiten als die Biologie des Menschen, die gerne für konservativ und verlässlich gehalten wird und der man so manches in die Schuhe schiebt, was kulturell verursacht wurde. Noch immer wird – einem verhaltenswissenschaftlichen Aberglauben folgend, dem sich Existenzphilosophen zuweilen anschließen – Wohnen zum Grundbedürfnis des Menschen erklärt und dabei über so viel Wichtiges hinweggedacht. Die weltweite Mehrzahl migrierender und obdachloser Menschen verweist auf Wohnen als eine Kulturform, die in den wohlhabenden Industrienationen zur Übertreibung gerät. Die «Grundbedürfnisse» liegen hier wahrhaftig woanders. Wohnen ist Kultur, nicht Natur.

### **Küchenkultur als Zivilisationsprozess**

Die kulturelle Entwicklung zur Moderne lässt sich als Prozess einer zunehmend wissenschaftlichen Organisation des täglichen Lebens beschreiben, dessen Hauptschauplatz das «Heim» ist.<sup>14</sup> Das 19. Jahrhundert ist hier wie in vielen Bereichen das Schlüsseljahrhundert. Die Multifunktionalität vormoderner Wohnräume wurde abgelöst von der modernen industriezeitlichen Aufgabenteilung. Dass Arbeit und Regenerierung, also Kochen, Essen, Geselligkeit, Schlafen und Körperreinigung, fortan getrennte Räume zugewiesen wurden, entsprach dem Werteregister des aufsteigenden Bürgertums. Vor allem in die Küche hielt die Effizienz des Taylorismus sichtbar Einzug.



3 Der Mann lenkt, die Frau kocht: Showkochen an der Swissbau 2005 in Basel.

Der schwedische Ethnologe Orvar Löfgren hatte sie als «kulturelles Schlachtfeld» bezeichnet, denn hier, am symbolischen Nabel des Heimes, zeigte sich der Wertewandel zwischen alter und neuer Zeit besonders deutlich.

Im selben 19. Jahrhundert wurde die Küche als Transformationsraum einhellig und mit Nachdruck der Frau als eigenes «Reich» zugewiesen. Die Konstruktion oder vielmehr Erschaffung der «femina domestica» war notwendiges Pendant zum neuen «homo oeconomicus»: dem Typus des bürgerlichen Mannes als aufsteigende Spezies der Industriegesellschaft, die in Ökonomie und Habitus die Verabschiedung der Ständegesellschaft besiegeln half.

Die wichtigsten Stationen im Küchenraum des 20. Jahrhunderts beschreiben Michelle Corrodi und Klaus Spechtenhauser in diesem Band als einen Prozess der Küchenanpassung an den Gesellschaftswandel. Er liest sich – bis hin zum «fröhlichen Nebeneinander» in der Küche der Gegenwart – kaum als lineare Abfolge, doch eines zeichnet sich deutlich ab: Je mehr der Mann vom ökonomischen Imperativ der Arbeit freigesetzt wird, in umso größerem Maße wird die Freizeit zum Ort der Selbstdarstellung. Endgültig vorbei sind, wie es scheint, die Zeiten, als die Küche «der meist desolateste Raum im Abseits des Wohngeschehens war.»<sup>15</sup> Ihr Weg zur «Schaubühne» (Löfgren) des «homo domesticus» erscheint als logisch vorgezeichnete Entwicklung.

Dieser spätmoderne Abschnitt des Zivilisationsprozesses vollzieht sich in Etappen. Es war ein steiniger und von Frauen anfänglich oft ebenso unsolidarisch wie verständnislos begangener Weg vom selbst zubereiteten Sandwich, dem unbeholfenen und nicht immer ohne Bodenkontakt gelingenden Einführen einer einsamen, kalten Fertipizza in den heimelig warmen Backofen, dem schiefen Aufreißen der klebrigen Fertigröstipackung über mittägliche, rotweiße Spaghettikompositionen für die Kinder bis hin zum liebevoll komponierten Dreigang-Menü am Wochenende, das die Volkskundlerin Carola Lipp als zivilisatorischen Milestone des industrialisierten Mannes charakterisiert hat.<sup>16</sup>

### «Sie wollten einen Backofen. Jetzt haben Sie ein Hobby.»<sup>17</sup>

Dass diese Welt der Freizeit und des Konsums von den in der Arbeitswelt herrschenden Prinzipien regiert wird, wie moderne Freizeitsoziologen grundlegend herausgearbeitet haben, mag indes nicht für alle Details des Alltags gelten und noch weniger im Umkehrschluss: Den physischen Zustand der Küche nach Verfertigung des Wochenend-Dreigang-Menüs als Prinzip auf die Arbeitswelt zu übertragen hieße die Deregulierung allzu sehr beim Wort zu nehmen.

Natürlich ist Ironie das letzte Geschütz im Rückzugsgefecht der Frau, die ihr Reich, dem sie sich jahrzehntelang verpflichtet fühlte, nun zunehmend kompetent und innovativ in Beschlag genommen sieht – dies allerdings unter technischer und ästhetischer Aufrüstung. Vorbei die Zeiten, da moderne Küchenkonstruktion Sache und damit Waffe des Mannes war: acht Quadratmeter messende Einbauküchen mit für das kleine, schwache Geschlecht bestimmten niedrigen Spülbecken, die jeder normal großen Frau schmerzhafte Rückenbeschwerden verursachen. Heute, da der kochende Mann den Weg in die Küche gefunden hat, wird sie großzügig bemessen und als offene Küche und Wohnraum entworfen, die das hohe Maß an Körper-

kontrolle, das in der Achtquadratmeterküche überlebensnotwendig geworden war, entlastend zurückdividiert.

### Brave New Kitchen

Die bestenfalls luxuriöse High-Tech-Küche bewohnt fortan das intelligente, drahtlos vernetzte Haus. Mit Gerd Selle können wir sie guten Gewissens als «Lernort der zweiten Moderne»<sup>18</sup> bezeichnen, in der «der kochende Mann den Ton angibt».<sup>19</sup> «Nie sah man so viele Herren in den Katalogen der Küchenbauer wie heute. Sie sind es, die Gemüse putzen und die Kochzeit überwachen.» «Intelligent und schön gestaltete Technik» locken den Mann zur «AEG-Kompakt-Klasse» oder zur «Navitronic Touch Control» von Miele und besiegeln den Siegeszug des Dampfgargerätes, den Brigitte Kesselring in ihrem Beitrag beschreibt. Von der Kölner Küchenschau «IMM cuisinale» 2005 berichtet die Küchen-Ethnologin Hilde Malcomess: «Wo die Küchenbauer bis vor einigen Jahren ein geheimnisvolles Dreieck zwischen Spüle, Herd und Kühlschrank planteten, walten heute ganz andere Kräfte. Das klassische Dreieck hat seine Funktion verloren. Gewonnen hat ein neues Konzept von Kommunikation, Kochen und Leben, das den Herd zum Mittelpunkt des Wohnens und des technischen Fortschritts macht.»<sup>20</sup>

Zwar kommen die neuen Küchen edel und teuer daher, doch die Designs – so lauten zumindest die werblichen Selbstaussagen – signalisieren Emotionales: sinnliches Erlebnis und Raffinesse. Nur böswillige Menschen, so Malcomess' Kommentar, sehen in den aktuellen Küchentrends gewisse Parallelen zum «oikos» der traditionellen «Wohnküche», deren «Mief einstmalig so revolutionär von der so genannten Frankfurter Küche vertrieben worden war»<sup>21</sup> – und die uns doch als hartnäckige Wiedergängerin erhalten blieb, etwa in Form der «ökologischen Erlebnisküche», dem Wohngemeinschaftsbiotop der 1970er und 80er Jahre.<sup>22</sup>

Die Voraussetzungen für den ordentlichen Vollzug des längst fälligen Kulturwandels der Spezies «femina domestica» zur «femina oeconomica» stehen also den Bildwelten zufolge heute nicht schlecht. Doch seien wir vorsichtig. Die Geschichte lehrt uns Zurückhaltung: In der Regel pendeln sich fast alle gesellschaftlichen Entwicklungen nach Vorwärtsschüben auf ein weniger angstbesetztes Mittelmaß ein, so auch das Geschlechterverhältnis in der Küche. Nach der Reklame-Bildwelteuphorie des Küchenmannes gehen wir

4–5 Anstehender Wandel von der «femina domestica» zur «femina oeconomica»? – Das Bild «Küche & Frau», eingesetzt mit marktorientiertem Kalkül Mitte der 1950er Jahre und 2005.



6 Fortschritt und Design für die Frau daheim. Seit jeher wussten Männer immer besser, was Frauen wollen (Elektra-Technovision von Hasso Gehrman, 1968–1970).



um die Mitte des Jahres 2005 wieder auf «Start» zurück – zumindest in der Küche des Schweizer *Idealen Heimes*: Hier walten Frauen oder niemand. Zum Beispiel Maya Gafner aus Geroldswil, die über ihre neue Mörgele-Küche sagt: «Ich habe die Schönste!»<sup>23</sup> Aber so richtig kochen zu wollen oder zu können scheint auch sie nicht mehr – statistisch betrachtet und auf den Zeitgeist bezogen jedenfalls, wie Gert Kähler und Alice Vollenweider in ihren scharfsinnigen Beiträgen in diesem Band bestätigen.

Noch überwiegen die Form und der Mann als Designer, als Schöpfer, dessen Konterfei an den unteren Bildrändern der schönen Küchenabbildungen aufscheint und damit Teil des Verkaufsargumentes wird. Bei genauerer Lektüre des Werbetextes drängt sich der Gedanke auf, dass in unserer Gesellschaft noch immer nicht völlig geklärt scheint, ob nun die Küche mit ihrer «beschwingten Kontur»<sup>24</sup> oder ihre stolze Besitzerin gemeint ist, wenn es heißt: «Sie schwebt, wirkt unvergleichlich leicht und besticht mit neuen Materialien.»<sup>25</sup> Dass sich die Maße der Schweizer Küchennorm (55–60–90) in der Nachkriegsmoderne von den Idealmaßen einer Brigitte Bardot oder Claudia Cardinale nur um Haaresbreite unterscheiden (90–60–90), ist ein Indiz für die Nachhaltigkeit jener Selbsttechnologien, die aus den von Marion von Osten analysierten «architektonischen Sozialtechniken» der Moderne resultieren.

Dennoch besteht kein Anlass zur Beunruhigung: Designer, Planer und Architekten sind nur Vollstrecker der ökonomischen Vernunft einer Zeit;<sup>26</sup> ihr Einfluss auf den Umgang mit Wohnraum scheint nach wie vor geringer als befürchtet. Außerdem findet die Anbahnung zwischen Entwurf und lebensweltlichen Wohnnutzungsanforderungen längst statt. Doch es gibt noch viel zu tun: Die Differenzierung der sozial- und geschlechtsunterschiedlichen Gebrauchsweisen ist eine große Aufgabe, welche die gesellschafts-, planungs-, ingenieurwissenschaftlichen und entwerfenden Fächer nur im interdisziplinären Verband leisten sollten – am besten bei einem lockeren Fingerfood-Mahl am Wohnküchentisch, wie es René Ammann in seinem Beitrag vorschlägt, und unter einer lebensweltlich inspirierenden Küchendunstglocke, gegen die beruhigenderweise keine neue Technologie anzukommen scheint.

- 1 Bernhard Waldenfels, «Heimat in der Fremde», in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), *Heimat. Analysen, Themen, Perspektiven*, Bonn 1990, S. 109–121; 117.
- 2 Mirko Beetschen, «Kitchen Stories», in: *Ideales Heim*, Nr. 2, Feb. 2005, S. 102–114; 103.
- 3 Küchenentwerfer Alberto Colonello, in: *Ibid.*, S. 110.
- 4 *Ibid.*, S. 104.
- 5 Anneke Bokern, «Gutaussehende Alleskönner. Architekten als Werbeträger in einer Rotterdamer Ausstellung», in: *Neue Zürcher Zeitung*, Nr. 89, 18. April 2005, S. 23.
- 6 Bulthaup-Werbung, in: *Ideales Heim*, Nr. 2, Feb. 2005, S. 3.
- 7 Suter Inox-Werbung, in: *Ibid.*, S. 47.
- 8 Martin Scharfe, «Die groben Unterschiede. Not und Sinnesorganisation: Zur historisch-gesellschaftlichen Relativität des Genießens beim Essen», in: Utz Jeggle et al. (Hrsg.), *Tübinger Beiträge zur Volkskultur*, Tübingen 1986, S. 13–28.
- 9 So jedenfalls verspricht es ein deutscher TV-Werbespot im Jahr 2004.
- 10 Joost Meuwissen, «Darstellung des Wohnens», in: Peter Döllmann, Robert Temel (Hrsg.), *Lebenslandschaften. Zukünftiges Wohnen im Schnittpunkt zwischen privat und öffentlich*, Frankfurt am Main: Campus, 2002, S. 26–30; 26.
- 11 Daniel Miller, «Appropriating the state on the council estate», in: *MAN*, 23, 1988, S. 353–372; sowie ders., *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford: Blackwell, 1987.
- 12 Vgl. Martine Ségalen, Christian Bromberger, «L'objet moderne: de la production sérielle à la diversité des usages», in: *Ethnologie française*, XXVI, 1, 1996: Culture matérielle et modernité, S. 5–16.
- 13 Arclinea-Werbung, in: *Ideales Heim*, Nr. 10, Okt. 2004, S. 61.
- 14 Orvar Löfgren, «The Sweetness of Home: Trautes Heim», in: Peter Borscheid, Hans J. Teuteberg (Hrsg.), *Ebe, Liebe, Tod. Studien zur Geschichte des Alltags*, Münster: Coppenrath, 1983, S. 80–96.
- 15 Elisabeth Katschnig-Fasch, «Wohnen – Aspekte zu einer volkscundlich/kultur-analytischen Erforschung der Alltagskultur», in: *Mitteilungen der Anthropologischen Gesellschaft in Wien (MAGW)*, Bd. 121, 1991, S. 59–68; 64.
- 16 Carola Lipp, «Der industrialisierte Mensch. Zum Wandel historischer Erfahrung und wissenschaftlicher Deutungsmuster», in: Michael Dauskardt, Helge Gerndt (Hrsg.), *Der industrialisierte Mensch*, Hagen: Westfälisches Freilichtmuseum, 1993, S. 17–43; 28.
- 17 Siemens-Reklame, in: *Ideales Heim*, Nr. 2, Feb. 2005, S. 5.
- 18 Gerd Selle, «Innen und außen – Wohnen als Daseinsentwurf zwischen Einschließung und erzwungener Öffnung», in: Döllmann, Temel (Hrsg.), *Lebenslandschaften*, op.cit., S. 209–228; 221.
- 19 Hilde Malcomess, «Kochen ist männlich», in: *Rheinischer Merkur* 3, 20.1.05.
- 20 *Ibid.*
- 21 *Ibid.*
- 22 Vgl. Michael Andritzky, «Der elektrische und der ökologische Haushalt – zwei Szenarien», in: ders. (Hrsg.), *Oikos – Von der Feuerstelle zur Mikrowelle. Haushalt und Wohnen im Wandel*, Gießen: Anabas, 1992, S. 450–452; 452.
- 23 Mörgeli-Werbung, in: *Ideales Heim*, Nr. 2, Feb. 2005, S. 115.
- 24 Corian-Werbung, in: *Ibid.*, S. 50.
- 25 Bulthaup-Werbung, in: *Ibid.*, S. 3.
- 26 Selle, «Innen und außen», op.cit., S. 216.