

Entlarvende Appetitanreger

Von Marianne Mühlemann. Aktualisiert am 23.09.2012 1 Kommentar

In Speisekarten spiegelt sich nicht nur der Wandel der Esskultur, sondern auch die Entwicklung von Technik und Gesellschaft. Dies dokumentiert der Prachtband «Menu Design in America».



Ein gigantischer Fundus an Speisekarten und Themen: Beispiel aus dem Buch. (Bild: PD)

Artikel zum Thema

[Zwei Schläge und «O'zapft is!»
Leiden Eier, wenn sie gegessen werden?](#)

Teilen und kommentieren

0	0	1	1
Tweet			

Stichworte

[Essen](#) 
[Gastronomie](#) 

Korrektur-Hinweis

Melden Sie uns sachliche oder formale Fehler.

war. Die Frauen, die als kurvenreiche Sexgöttinnen für den Halt am Schnellimbiss werben, nehmen sich da geradezu harmlos aus.

Sammler mit Vorlieben

Speisekartensammler sind keine Generalisten. Auch dies zeigt der Prachtband. Wie Briefmarkensammler haben sie ihre Vorlieben, zum Beispiel Karten von Bars oder Schnellrestaurants oder solche, die im Zusammenhang mit einem speziellen Datum stehen. In den Karten spiegelt sich die Prohibition. Und es werden auch die Weltausstellungen thematisiert, die im ausgehenden 19. Jahrhundert Massenverpflegungen mit speziellem Cateringservice hervorbrachten. Auch Charles Lindberghs Flug über den Atlantik hatte Einfluss auf die Essenskultur und die Gestaltung der Menükarten: Das Ereignis hat 1927 über vierzig Bankette nach sich gezogen.

Die Reisefreudigkeit beim Übergang vom 19. zum 20. Jahrhundert führte auf der einen Seite zu ersten Restaurants mit ethnischer Küche, auf der andern dokumentierte sie den zunehmenden Wohlstand: Es war ein Statement, wenn man ein Auto hatte und es sich leisten konnte, auswärts essen zu gehen. Die Drive-ins mit ihren schrillen Menü-Werbeflächen waren eine Folge davon.

Speisekarten als Werbefläche

Die 50er-Jahre waren in Amerika die goldene Epoche der Speisekartengestaltung. Ihr widmen Jim Heimann, Steven Heller und John Mariani ein Buch, das so klug, verführerisch und spannend ist, dass man darob das [Essen](#) beinahe vergisst.

Der dreisprachig gehaltene Band «Menu Design in America, 1850–1985» ist ein Brocken. Er umfasst 400 Seiten und rund 800 Speisekarten, deren Gestaltung nicht nur die sich verändernden Essgewohnheiten widerspiegeln. Sie sind auch ein Abbild einer sich wandelnden Gesellschaft und Kultur, in der sich die Frauen ihren Platz im öffentlichen Leben erkämpften.

Dem Herausgeber ist das Kunststück gelungen, den gigantischen Fundus an Speisekarten und Themen sinnfällig zu ordnen. Aus der zeitlichen Distanz werden die Karten zu überraschenden, humorvollen, informativen oder erschreckend entlarvenden Zeugen für die Haltungen und Denkweisen der Zeit, in der sie entstanden.

Viele Karten präsentieren nicht nur Menüs, sondern auch kuriose Geschichten. Eine Speisekarte von 1910 etwa erinnert an das Saratoga, ein Chicagoer Lokal, in dem bis zur Jahrhundertwende die berühmten «Beefsteak-Dinners» stattfanden: Herrenabende, bei denen die Gäste ohne Besteck aus Kisten assen. Unter «Ethnische Karten» ist die Karikatur eines schwarzen Kellners einer Hühnerbraterei-Kette zu finden. Sie heisst «Coon-Chicken» (Neger-Huhn), was 1935 in Seattle offenbar noch gang und gäbe

Auch die Entwicklung der Typografie hat ihre Spuren hinterlassen. Paris war das Zentrum der Druckkunst. An der Seine befanden sich die wichtigsten Druckereien und Giessereien von Bleibuchstaben für den Drucksatz. Dass die ersten Speisekarten aussahen wie gedruckte Zeitungsseiten, verwundert deshalb kaum. Mitte des 19. Jahrhunderts wurden die Blattbündel umfangreicher, zu Heften gebunden und mit Lederumschlag und Seidenkordel zusammengehalten. Solche Menükarten waren nicht nur aufwendig, sondern auch teuer. So kehrte man zurück zur Gestaltung eines Einzelblattes, das gerne mit grafischen oder floralen Ornamenten verziert wurde.

Eine skurrile Bedeutung bekamen Speisekarten als Werbefläche im Zweiten Weltkrieg: So wurde darauf nicht nur für Menüs, sondern auch für den Kauf von amerikanischen Krieganleihen geworben. Man engagierte gar den deutschen Plakatgrafiker und Nazipropagandisten Ludwig Hohlwein: Mit Illustrationen der Olympischen Spiele 1936 schmückte er die Speisekarten von Passagierschiffen.

Zurück zu den Wurzeln

Mitte des 20. Jahrhunderts kamen vermehrt Fotografien zum Zug. Der aufklärerische Schritt weg vom Dekorativen zur Abbildung der «echten» Menüs ist allerdings nicht nur ein Fortschritt: Die fotografierten Speisen wirken in ihrer Künstlichkeit oft wenig appetitlich. Ob sich deshalb heute wieder vermehrt schlichte Menükarten durchsetzen? Ein nicht repräsentativer Blick auf die Karten von Kantinen, Luxus- und Sternrestaurants zeigt: Man setzt auf neutrale Eleganz und gibt oft der Schrift vor dem Bild den Vorzug. Die Sachlichkeit mag weniger sinnlich sein, aber sie erfüllt wieder ihren eigentlichen Zweck: Appetitanregung.

Jim Heimann (Hrsg.), Steven Heller und John Mariani: Menu Design in America, 1850–1985. Taschen-Verlag. 391 Seiten. 800 Abbildungen, Englisch, Deutsch, Französisch, ca. 65 Franken.

(Tages-Anzeiger)