

<http://www.rheinischer-merkur.de/index.php?id=37324>

Datum: 24.09.2009

KOCHEN / Immer mehr Amateur-Gastrokritiker betreiben im Internet Foodblogs zum Thema Essen. Im digitalen Zeitalter hat das „Man nehme...“-Kochbuch ausgedient. Um Leser online zu finden, braucht es neben Rezepten und Kritiken auch viel Ironie

Jeder darf mal draufhauen

Die meisten Blogger sind weiblich, jung, bestens vernetzt und starten als Möchtegern-Chefs, nicht als Gourmet-Stars.

■ VON VIOLA KEEVE

Wer heute nach einem Rezept sucht, blättert oft nicht mehr im Kochbuch, sondern findet es im Netz, schnell, bequem, zum Ausdrucken, Einkaufen, Nachkochen. Passé ist mittlerweile Omas gutes altes Kochbuch, en vogue dagegen sind Foodblogs, die Rezeptsammlungen des digitalen Zeitalters. „World Wide Wurstsalat“, spottete über diesen Trend die „FAZ“, als 2008 mit „Delicious Days“ von Nicole Stich das erste Buch einer deutschen Foodbloggerin erschien. In der Tat muss man sich fragen: Will man unbedingt wissen, wie „Chaos Kitchen“, eine Studentin aus Baden-Württemberg, ihre 08/15-Nudeln mit Tomatensoße isst, immer wieder Hackfleisch, Basilikum und Feta, oder dass Barbara bei „Lotta – kochende Leidenschaft“ zugibt, dass sie gern Brennnesseltee trinkt? Nicht wirklich.

Dennoch sind Foodblogger die neuen großen Stars der



Gastroszene. Und das nicht erst seit dem Kinostart von „Julie & Julia“ mit Meryl Streep als schrullig-liebenswerter Fernsehköchin Julia Child und ihrer emsigen Epigonin Amy Adams als Julie Powell. Powell war New Yorks Pionierin der nun grassierenden Egotrip-Literatur der virtuellen Brutzler, Bäcker und Esser. Für ihren Blog kochte sie in 365



HAMMERHART: Foodblogger sind schneller und meistens auch kompromissloser als die Profis. Gerade deswegen werden sie von vielen Restaurants hofiert.

Foto: Istockphoto

Tagen 524 Rezepte der Frau nach, die Amerika in den Sechzigern mit Humor, missionarischem Eifer und tantenhaftem Singsang in die französische Küche einführte. Die BBC setzte ihre Sendung „The French Chef“ übrigens wieder ab. Child war sogar den Briten zu schrullig, zu viele Zuschauer hielten die Autodidaktin für betrunken oder dement.

Kochkomödien über Personen, die, wie Meryl Streep sagt, „größer sind als das Leben“, sind gefundenes Fressen für das Kino. Selten war Orientierungslosigkeit am Ofen so komisch wie diesmal. Julie Powell klammert sich in ihrer neuen Küche in Queens an ihr „Julie/Julia-Projekt“, das 2002 online geht. Tagsüber hilft sie Angehörigen der Opfer des 11. September nachts arbeiten, dass das Soufflé nicht zusammenfällt. Als Schriftstellerin ist sie gescheitert, nun sucht sie wie die Diplomategattin Julia Child in Paris 40 Jahre vor ihr nach einer Aufgabe. „Zu alt für das Theater, zu jung für Kinder und zu verbittert für alles andere“, lautet ihr erster Blog-Eintrag. „Eine Frau und eine schäbige Randbezirksküche – wie weit werde ich gehen?“

Heute bloggt Powell nicht mehr, dafür schrieb sie das Drehbuch zu „Julie & Julia“, dem Film über den Aufbruch zweier Frauen, die sich vor Unterforderung ins Kochen retten. Sie hat das geschafft, wovon andere Blogger nur träumen können: sich heraus zu bloggen aus der Anonymität des Internets hinein in die Auslagen der Buchhandlungen. Im Dezember erscheint ihre „Geschichte über Ehe, Fleisch und Besessenheit“, das neueste Koch- und Lebenswerk von Julie Powell.

Viele Blogs sollen weit mehr sein als nur virtuelle Küchenhilfe. Es sind Essays über das Essen, das Leben – kulinarische Fluchten aus dem Alltag. So überlegt in einem Blog eine 30-jährige Journalistin, ob sie nicht doch lieber „Konditorin, Köchin, Kinderbekommerin“ werden soll. Sie betreibt seit zwei Monaten anonym ohhhmhhh.wordpress.com, mit schönen Fotos, Ideen, dem „Fang der Woche“ sowie ausgefallenen Rezepten und warmherzigen Texten – ein Augenschmaus im Einheitsbrei der vielen Dampfplauderer. Im Hamburger Café Liebesbisschen etwa fand die anonyme Bloggerin Trost in bunten Buttercremetorten: „Ein Cupcake aus Schokoteig mit Bananen-Frosting winkte mir mit seinem Bananen-Chips zu. Und rettete mir den Tag.“

Blogs dürfen, was in „Man nehme“-Kochbuchklassikern undenkbar wäre: Sie sind gnadenlos subjektiv und je schärfer, geschwätziger, origineller sie geschrieben sind, desto besser. Dazu braucht es ein großes Ego, genug Ausdauer und ein permanent hungriges Publikum. Der Trend kommt natürlich aus New York, der Stadt, in der es zum guten Ton gehört, in immer neuen, rasch wechselnden In-Lokalen zu speisen. Nichts anderes macht die Schauspielerin Danyelle Freeman für ihren Blog „Restaurant Girl“ seit 2006: „Mir ist das perfekte Steak wichtiger als der perfekte Mann“, bekennt die 34-Jährige. Blogging hat den Vorteil, über die virtuelle Prominenz endlich eine Reservierung in einem Hotspot zu ergattern. Und für das Lokal kann es Instant-Ruhm per Mausclick oder, und dann umso vernichtender, Ad-hoc-Verrisse bedeuten. Gaben renommierte Kritiker der „New York Times“ neu eröffneten Läden eine Schonfrist, stellen Blogger sofort ungeschönte Schnappschüsse ins Netz.

Ihre Macht liegt in ihrem Enthusiasmus, Dilettantismus, ihrer Authentizität. Die Industrie hat sie längst für sich entdeckt. Professionelle Blogger erzielen heute in Amerika Werbeeinnahmen von 1000 bis 6000 Euro im Monat, erklärt Henry Copeland von Blogads, einer Firma aus North Carolina, die sich auf Vermittlung von Anzeigen in Blogs spezialisiert hat. Im Glücksfall entsteht wie aus vielen Web-Tagebüchern in Paris, London, New York ein Buch für treue Fans.

Clotilde Dusoulier etwa war Software-Entwicklerin in San Francisco, ehe sie mit 29 nach Paris ging und Aufnahmen von frisch Zubereitetem aus ihrer Küche in Montmartre schoss. Seit 2003 blogt sie mit 17 000 Besuchern am Tag unter chocolateandzucchini.com, kocht Vegetarisches und Süßes: von Hibiskus-Crème brûlée bis zum Käsesoufflé. Ihr erstes Buch „Chocolate and Zucchini: Daily Adventures in a Parisian Kitchen“ erschien 2007. Ein zweites folgte ein Jahr später.

Die Szene hat ihre Stars. So gilt Molly Wizenberg aus Seattle als Literatin unter den Foodbloggern. Sie studierte Anthropologie, brach ihre Promotion ab und zog nach dem Tod ihres Vaters für kurze Zeit nach Paris. Seit 2004 bloggt sie (aboutorange.blogspot.com), erzählt Geschichten zu den Rezepten und fand darüber sogar ihren Ehemann. Ihr Buch „A Homemade Life: Stories and Recipes from My Kitchen Table“ erschien im März beim renommierten New Yorker Verlag Simon & Schuster.

Die meisten Blogger sind weiblich, jung und bestens vernetzt. Fast alle starten als Mochtegern-Chefs, nicht als Gourmet-Stars. Manche haben Jura, Literatur, Design studiert, waren Köche, Werbetexter oder Fotografen, viele sind Mütter und leben mit ihrer begüterten Familie im Ausland, besonders beliebt: die Toskana. Einige unter ihnen könnten ganze Food-Romane schreiben, andere sind eher Fotokünstler. Und dann gibt es Foodblogger, die mit Exotik punkten. Meeta Khurana aus Bombay ist eine von ihnen. Die viel gereiste ehemalige Hotelmanagerin und Mutter kocht in Weimar Currys und mehr unter whatsforlunchhoney.blogspot.com – die Londoner „Times“ wählte ihren Blog jüngst unter die 50 besten in diesem Jahr.

Doch niemand hat die Sinnsuche am Suppentopf schonungsloser betrieben als Amerikas berühmte „Desperate Farmwife“, Ree Drummonds. Die Ex-Vegetarierin aus Los Angeles verliebte sich vor einiger Zeit in einen Viehhirten und dokumentiert seitdem auf www.thepioneerwoman.com minutiös ihre Metamorphose zur Farmfrau mit Fotos von Mann, Rind und Kind – samt passender Rezepte wie „Pasta al Marlboro Man“. Für jeden Geschmack gibt es inzwischen die passende Seite, ganz egal ob afrikanische oder türkische Portale, selbst Kochseiten für Veganer oder Freunde der französischen Küche des 18. Jahrhunderts sind darunter.

Wie Musik tauscht man im Internet nun Rezepte. Wenn eins nicht funktioniert, gibt es sofort Kritik und Tipps, als Kommentare im Blog oder über Twitter aufs Handy. Vor allem Verlage fürchten die neue Konkurrenz. In Deutschland nutzen allein acht Millionen Menschen im Monat die Kochportale. Wer beispielsweise „Tomatensuppe“ googelt, kann aus mehr als einer Million Rezepten auswählen – und zwar völlig kostenlos. Besser also, man macht als Kochbuchverlag gemeinsame Sache mit der Konkurrenz und bringt wie der Verlag Gräfe & Unzer die „Delicious Days“ der Wahlmünchenerin Nicole Stich direkt als Buch heraus. Ihren Blog www.deliciousdays.com hatte das „Time Magazine“ schon 2005 zu den 50 „coolsten“ Websites gekürt. Die Rezepte, alle appetitlich fotografiert, reichen von ihrer Oma Luises „Schoppala“, süddeutschen Gnocchi, bis zum Trend-Teegebäck wie lindgrünen „Limetten-Matcha-Cookies“ von Kelli Bernard, die ihre IT-Karriere für ihr eigenes Teehaus in Manhattan, das „Amai Tea & Bake House“ aufgab.

Pünktlich zur Frankfurter Buchmesse legt Gräfe & Unzer in diesem Jahr zudem „Anonyme

Köche" von Claudio del Principe nach. Seine Bekenntnisse eines Kochsüchtigen mit Sätzen wie „Dann kommt die ganze Chose noch einmal ins Rohr“, Zeichnungen seines Freundes Patrick, Kinderfotos und Überschriften wie „Weckt den Tiger in dir“ (Bistecche fiorentine), „Kloß to heaven“ (Gnocchi), „Kopfeinpeitsche“ (Espresso) sind eigentlich eher etwas für Männer. Der launige Ton, das Wettern gegen Hobbyköche und gegen Schnickschnack in der Küche, das Lob auf Italien und einfach wie schmackhafte Rezepte machen es jedoch auch für Frauen lesenswert.

Del Principe kocht zwischen Layout-Sitzungen und Kita-Gängen, beichtet von Fleischklopfern als Fetischen: „In meiner Beziehung bin ich die Frau. Immer sehe ich irgendwelche Utensilien oder Küchengeräte, die mir den Verstand vernebeln“. Genau das ist das Salz in der Suppe eines Blogs, die launig erzählten Befindlichkeiten. Julie Powell hielt ihre Leser vor allem bei der Stange mit ihren Beinahe-Nervenzusammenbrüchen beim Sülzekochen („Wackelpudding aus Fleischsaft“), Humtermorden und Enten-Entbeinen. Nur mit dieser Art Ironie sowie der richtigen Würze aus Drama, Feuer und totem Tier lässt sich das Herdgeflüster im „World Wide Wurstsalat“ auf Dauer am Köcheln halten.

■ Claudio Del Principe: Anonyme Köche. Graefe und Unzer Verlag, München 2009. 192 Seiten, 19,90 Euro. Nicole Stich: Delicious Days. Graefe und Unzer Verlag, München 2009. 216 Seiten, 19,90 Euro.

© Rheinischer Merkur Nr. 39, 24.09.2009



Artikel kommentieren