

Freuden vom Fließband

Der soeben angelaufene Film «The Founder» erinnert an den Gründer von McDonald's. Dabei kannten bereits die Römer das Prinzip des schnellen und billigen Essens: Eine Kulturgeschichte des Fast Food

Reymer Klüver

Als er im Herbst 2009 nach Huntington, West Virginia, kam, brach Jamie Oliver in Tränen aus. So etwas war dem britischen Starkoch noch nie widerfahren. Er wollte den Bewohnern seine schnelle, aber gesunde Küche näherbringen. Nur: Die wollten nichts davon wissen. Huntington war kurz davor zur ungesunden Stadt der USA erklärt worden. Den Grund musste niemand lange suchen. Nicht ganz 50 000 Einwohner zählte die Kleinstadt, aber sechs McDonald's und drei Burger Kings, sechs Subway- und vier Taco-Bell-Filialen, viermal Wendy's und je zweimal Pizza Hut und Kentucky Fried Chicken. Und das sind nur die gängigsten Namen. Im Schulzentrum gab es Pizza schon zum Frühstück.

In Huntington konnte nicht nur Jamie Oliver die Folgen des American Way of Life in ernährungstechnischer Hinsicht studieren. Oder besser: die Folgen jener Revolution der Essgewohnheiten, die Firmen wie McDonald's gross und Menschen wie McDonald's-Erfinder Ray Kroc (1902 – 1984) reich machten. Jenen Handlungsreisenden für Milkshake-Mixer, der Mitte der 1950er die Wünsche der Babyboomer-Generation erkannt hatte und ihnen in seinen Filialen Hamburger, Pommes und Coca-Cola als Inbegriff des schnellen Lebensgenusses servieren liess.

Seinen Aufstieg erzählt der Kinofilm «The Founder», der am Donnerstag in den Kinos angelaufen ist. Es war der Beginn einer globalen Revolution in der Esskultur, die nach dem Zweiten Weltkrieg in den USA ihren Anfang nahm und für die es eben auch nur ein amerikanisches Wort gibt: Fast Food.

Vom englischen Sandwich und Fish & Chips bis zum Hotdog

Streng genommen ist Fast Food keine amerikanische Erfindung. Schon die Römer liebten die schnelle Mahlzeit im Vorübergehen. Auch die Engländer kannten Fast Food; sie nannten es Sandwich, nach dem gleichnamigen Earl, der sich im späten 18. Jahrhundert Rindfleischstreifen zwischen zwei Weissbrotstücken reihen liess. Angeblich, weil er wegen seiner Spielleidenschaft keine Zeit fand, vom Kartentisch aufzustehen und am Dinner Table Platz zu nehmen.

Im Jahrhundert darauf leisteten die Briten dann noch einen weiteren Beitrag zur internationalen Cuisine des Fast Food: Fish &

Chips, die Kombination von gebratenem Schellfisch und frittierten Kartoffelscheiben, lange die Hauptnahrungsquelle für die einfacheren Stände auf der Insel.

Aber es war dann Amerika, wo man zu Beginn des vergangenen Jahrhunderts mit dem Fließband nicht nur die industrielle Aufgliederung der Arbeit im Akkord erfand –, sondern nach und nach auch die industrielle Organisierbarkeit des Lebens überhaupt entdeckte. Fast Food, also wortwörtlich schnelles Essen, wurde sozusagen zu einer Bedingung des modernen Seins: Leben – und Essen – im sich immer weiter beschleunigenden Takt der Zeit. Fast Food kannten die Amerikaner natürlich ebenfalls schon, noch ehe sie einen

Begriff dafür hatten. 1867 eröffnete der aus Deutschland stammende Metzger Charles Feltman an der Promenade von Coney Island in New York seinen ersten Stand für Hotdogs: Wiener Würstchen, zwischen zwei Brötchenhälften, später mit jeder Menge Senf, Mayo und Ketchup festgepappt. Die Erfindung erwies sich als Renner, wobei bis heute nicht wirklich klar ist, warum das Würstbrötchen als «Heisser Hund» Furore machte.

Die erste Hamburger-Kette in den USA hiess dann nicht McDonald's, sondern White Castle. Aber das Prinzip war dasselbe: ein mit gerösteten Zwiebeln und Essiggurkenscheiben garnierter Hackfleischkloss zwischen einem klebrig-weichen Weissbrotbrötchen,

Bun genannt. Die Küche selbst war wie ein Fließband organisiert: Erst kam das Hackbällchen auf den Grill, dann die Zwiebeln, eine Brötchenhälfte, schliesslich die Gurke und die andere Hälfte vom Bun. Ketchup, Mayo und Senf mussten die Kunden selbst hinzufügen. Die konnten von der Theke aus die ganze Zeit zugucken und sich davon überzeugen, dass die Grillküche sauber war.

Diesem Prinzip ist geschuldet, dass man noch heute bei McDonald's in die Garküche schauen kann. Damals hatte das mit den Fleischskandalen der Chicagoer Schlachthäuser vor dem Ersten Weltkrieg zu tun, die noch nicht vergessen waren. Enthüllungsjournalisten hatten die haar-

sträubenden Hygienebedingungen aufgedeckt, unter denen buchstäblich alles vom Tier (und auch, was sonst noch so aufs Fließband fiel) zu Hackfleisch verarbeitet worden war.

Die White-Castle-Kette entstand Anfang der 1920er-Jahre im Mittleren Westen, in Wichita, Kansas, in der Zeit der Motorisierung Amerikas nach dem Ersten Weltkrieg, als der Ford T und andere Modelle für die Massen erschwinglich und die Menschen mobil wurden. White Castle war stilprägend. Die standardisierte Produktion der Hamburger wurde kopiert vom stets genau gleichen Gewicht der maschinell portionierten Fleischbällchen bis hin zu den Papierkochmützen, welche die

Küchenangestellten tragen mussten. Und vor allem setzte sich das Prinzip der standardisierten Filiale durch, die überall ebenfalls gleich aussah – und damit wiedererkennbar wurde.

Als die McDonald's-Bibel auf 700 Seiten anwuchs

1951 tauchte der Begriff Fast Food zum ersten Mal in einem amerikanischen Lexikon auf. Und 1955 stieg Ray Kroc bei McDonald's ein. Sechs Jahre später kaufte der ruppige Selfmademan die beiden Firmengründer Richard und Maurice McDonald für 2,7 Millionen Dollar aus ihrer eigenen Kette heraus. Kroc führte das goldgelbe M als Firmenlogo ein, verfasste genaue Anweisungen, wie die Burger zu braten, die Pommes zu frittieren und die Filialen auszusehen hätten (die sogenannte McDonald's-Bibel mit derlei Regularien wuchs auf 700 Seiten an), und machte so das Unternehmen zur grössten Fast-Food-Kette weltweit – mit heute fast 37 000 Filialen und 1,5 Millionen Beschäftigten in 120 Ländern.

Und es kamen Nachahmer. All die Ketten folgten einem Rezept zum Erfolg: schnell zubereitetes, ohne Hilfsmittel zu verzehrendes Essen – also bloss keine Messer und Gabeln, und für die Fettfinger gab es Papierservietten. Die Filialen sind verkehrsgünstig gelegen, mehr als die Hälfte der Amerikaner lebt in nur drei Minuten Entfernung vom nächsten McDonald's – mit dem Auto, versteht sich.

Der einst kaum erreichbare Luxus, mit der Familie auswärts essen zu gehen, wurde zur Alltagsroutine. So sehr, dass sie Amerika dick und krank machte. Denn massenhaft produziertes Fast Food enthält, gemessen am Nährwert, viel zu viele Kohlenhydrate, zu viel Zucker, zu viel Salz und ungesundes Fett. Wissenschaftler machen Fast Food – oder besser: dessen unmässigen Verzehr – dafür verantwortlich, dass heute zwei von drei Amerikanern zu viel wiegen. Ein Teil ist so extrem übergewichtig, dass sich schwere gesundheitliche Probleme haben oder bekommen werden: Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes, Krebs.

Amerikas oberste Gesundheitsbehörde hat herausgefunden, dass sich die Grösse der Fast-Food-Mahlzeiten innerhalb des vergangenen halben Jahrhunderts in den USA vervierfacht hat. Und weil Fast Food längst kein amerikanisches Phänomen mehr ist, lässt sich dieser Trend global beobachten. **Kultur — 65**



Herzhaft: Ein amerikanisches Paar geniesst in den 50er-Jahren in einem Drive-in Hamburger und Milkshake Foto: The Enthusiast Network/Getty

Bönigers Restaurantkritik

Sparen kann man ja beim Rotwein

Ein **Tripadvisor-Aufkleber hängt neben der Eingangstür.** Was Geniesserinnen und Geniesser allerdings nicht abschrecken sollte. Denn das Moléson in Bern – es nennt sich selbst «Gourmanderie»! – ist beim Restaurantportal nicht deshalb hoch im Kurs, weil es besonders günstig wäre, sondern weil auf höchstem Niveau gegessen werden kann. Und wohl auch deswegen, weil hier ganz viele Gerichte auf der Speisekarte stehen, die man ein-

fach gern hat: Fondue «moitié-moitié» und Cordon bleu; Rindsbäggli, im Rotwein geschmort, mit Kartoffelstock; in Butter gebratene Läberli mit Öpfelstückli ebenso wie scharfes Gemüsecurry.

Was soll man da bestellen? Freude macht beim anonymen Testbesuch ein Elsässer Flammkuchen mit viel Speck und Gartenkresse, etwas weniger Zwiebeln und Crème fraîche sowie einer Teigunterlage, die unsereins zuletzt in

der Herkunftsregion der Spezialität so knusprig erlebt hat. Es folgt ein gradliniger grüner Salat, der zu einem Tatar gehört, das man sich als Fleischesser keinesfalls entgehen lassen sollte: Das Fleisch (auf der Karte etwas ungenau als «hiesig» deklariert) wird in der Küche von Hand geschnitten. Geschmacklich drängt kein Gewürz in den Vordergrund, sogar das Ketchup hält sich vornehm zurück. Dass man das Zubereitete selber mit ein paar Tropfen Cognac beträufeln kann, dass die gelungen knusprigen Pommes frites dazu in einem heissen Geschirr

auf den Tisch kommen – dies sind nur zwei der Gründe, warum dieses Gericht samt Salat seine 40 Franken wert ist. Genau: Der Slogan «Geiz ist geil» – heute noch so dumm wie bei seiner Lancierung – hat in dieser Stube nichts verloren. Im gleichen Preissegment bewegt sich ein rosa gebratenes Emmentaler Hohrückensteak mit Guérandesalz, neuen Bratkartoffeln und grünem Spargelgemüse. Der Teller überzeugt dank der hausgemachten, runden Sauce béarnaise. Auch hier: weder Estragon noch Essig überwiegen.

Wer unbedingt sparen will, solls beim Rotwein tun. Denn auch mit dem offen ausgeschenkt, fruchtigen Beaujolais Moulin-à-Vent, «Sélection Vennerhus» 2011, wird man glücklich, obschon er bloss 6 Franken pro Gläsli kostet. Gourmanderie-Besucher sollten auch fürs Dessert sitzen bleiben: Die Birnenstücke im Bierteig mit Schoggisauce sind eine Klasse für sich. Ja, ein solches Essen darf seinen Preis haben. Und dies wissen überraschenderweise sogar die Tripadvisor-Kritiker, die oft vor allem knusprig sind. Daniel Böniger

Gourmanderie Moléson
Aarberggasse 24
3011 Bern
Tel. 031 311 44 63
www.moleson-bern.ch
Hauptgänge 18.80–51.80 Fr.



Fragen, Anregungen, Wünsche? kulinarik@sonntagszeitung.ch