



Von Zuzanna Szutenberg und Fabrice Rollet
Übersetzung Zuzanna Szutenberg und Fabrice Rollet
Bild: Fabrice Rollet

Man begibt sich ins Ausland, um zu arbeiten oder um ein Praktikum zu absolvieren, seinen Lebenslauf aufzuwerten, oder um seinen persönlichen Horizont zu erweitern. Aufenthalte im Ausland gereichen einem stets zum Vorteil.

Doch macht die Distanz zur Heimat einem manchmal durchaus zu schaffen – man vermisst seine Freunde, den gewohnten Lebensrhythmus und nicht zuletzt auch seine Leib- und Lieblingsspeisen...

Unter den ersten Dingen, die die hiesigen Teilzeit-Migranten auf Frankreich aufzählen, wenn man sie nach ihren Sehnsüchten fragt, steht stets die heimische Küche, welche sich jenseits des Rheins einer reichen Traditionsgeschichte und eines bunten Brauchtums erfreut. Dies scheint zunächst keine große Überraschung zu sein, schließlich ist die Küche Frankreichs in der ganzen Welt bekannt, berühmt und oft kopiert worden!

Doch was genau fehlt den in der deutschen Metropole Berlin lebenden Franzosen auf ihren Tischen? Dieser Frage wollten wir – zwei Teilzeitberliner französischer und polnischer Herkunft – auf den Grund gehen. So begaben wir uns eines Samstag morgens auf Expedition...

Im Herzen Berlins – Willkommen in Frankreich

Das rege Kommen und Gehen der Kundschaft wird von einem „Bonjour madame“ und „Au revoir monsieur“ begleitet. Diesen fröhlichen Singsang umspielt französische Musik von Bourvil,

Gainsbourg und Zaz. Herzlich willkommen in der Epicerie, einer Enklave der unbeugsamen Gallier in Schöneberg, Berlin. Dieses kleine Café bietet sowohl eine Fülle französischer Lebensmittel als auch – zur Freude der Berliner – bretonische Crêpes an.

Dort gelang es uns, mit in Berlin lebenden Franzosen, in Frankreich verliebten Urlaubern und mit anderen frankophilen Zeitgenossen zu sprechen. Sie erzählten uns von ihren kulinarischen Kindheitserinnerungen, vom Duft der Kräuter aus ihrer Region, dem unvergleichlichen Geschmack traditioneller Gerichte und heimischer Weine, sie sprachen aber auch über das alltägliche Einkaufen und über Tischmanieren.

So zeigen sich im Begriff der Küche eine Vielzahl von Bedeutungen, Zuschreibungen und Gefühlen, die man scheinbar erst nach dem (vorläufigen) Abschied von seinem Land kennen lernt. Wir haben hier nun einige solcher kulinarischer Neubegegnungen mit der verlassenen Heimat zusammengestellt...

Echte französische Küche ...in der Fremde!

„Im Pariser Zentrum ist alles gefälscht. Italienische, japanische, französisches Restaurants die zu dick auftragen. Dort gibt es nichts Authentisches mehr“, empört er sich. Marc, 53, lebt seit drei Jahren in Berlin, besucht seine Heimat in der französischen Hauptstadt allerdings regelmäßig. Zwischen zwei Sätzen ruft er seine Bestellung in den Laden: ein Glas Cidre und eine Käseauswahl. Sein Sohn spielt im Schatten der großen Kastanienbäume. „Es ist ein Stückchen Frankreich“, vertraut er uns an.

Seit über einem Jahr ist er der Epicerie nun treu, weil es sich hier gut entspannen lässt, Bekannte vorbeischaun und man mit anderen Stammgästen in Kontakt kommt

Er ist eine Figur, an der die Paradoxie der „Echtheit“ der französischen Esskultur ganz deutlich wird. Durch Marc erfahren wir, dass man die populäre, gelebte Tischkultur der Franzosen im Ausland weitaus authentischer vorfindet, als im Herzen Frankreichs. Insbesondere Berlin, selbst kulturelle Hochburg, mit seiner starken französischen Community, ist ein Ort, wo die französische Kultur ganz entspannt zelebriert wird.

Auch in der Epicerie wird ganz offensichtlich mit der französischen Lebensart kokettiert – doch nicht auf die Art der gängigen Klichés und des elitären Gehabes, wie man es überall schon kennt und gesehen hat – sondern auf eine ganz entspannte und authentische Art und Weise, bisweilen sogar authentischer als in Frankreich selbst. Insbesondere in Paris, Marcs Heimatstadt, fällt die authentische französische Küche zunehmend einer Touristisierung zum Opfer.

Fern von Klischees

Selbstverständlich hat man als Tourist klischeehafte Vorstellungen von Frankreich und von der Küche, die einen dort erwartet. Doch wenn die Pariser Restaurants sich die Klischees der Touristen zum Vorbild nehmen und sich ereifern, diese Stereotype zu bedienen, dann beginnt das, was Marc als „kulturelle Prostitution“ bezeichnet.

Die Inhaber der Epicerie haben hieraus ein Schlüsselement für den Erfolg ihres Cafés gemacht. Die Berliner Franzosen sehnen sich nach einer Küche ohne Überfluss und legen Wert auf Schlichtheit. Repräsentative Institutionen, wie das KaDeWe und die Galerien Lafayette – Orte, die sich die Promotion französischer Kultur zum Ziel erklärt haben, gelten unter Berlinern – die Franzosen mit inbegriffen - als Touristenfalle.

Die Mission der Epicerie kommt wesentlich bescheidener daher: Der kleine Caféladen möchte einerseits die deutschen Tische um einige feine Sachen aus Frankreich bereichern und andererseits vor Ort lebenden Franzosen, die Produkte zur Verfügung stellen, die sie alltäglich benötigen.

So ist das Warenangebot auch nicht vergleichbar mit Feinkostläden, die auf exklusive und teure Spezialitäten konzentriert sind. „Mein Mann wollte einfach gute Sachen, keine raren Delikatessen. Er wollte nicht, dass zwei Mal im Jahr einer vorbei kommt, um hier ein teures Öl als Geschenk zu kaufen. Er hat sich das so vorgestellt, dass die Kunden die Produkte selbst essen oder zum kochen in ihrem eigenen Haushalt verwenden.“

Gegenseitiger Austausch und Bereicherung bestimmen das Verhältnis zwischen Kundschaft und Besitzern der Epicerie. Letztere lassen sich von den Wünschen ihrer Gäste inspirieren, die wiederum die Epicerie aufsuchen, um hier zu finden, was sie aus Frankreich kennen und in

Berlin vermissen. Die Barquettes zum Beispiel, haben ihren Weg in die Regale des kleinen Geschäftes durch eine Mutter gefunden, die die populären Kekse unbedingt für ihr Kind haben wollte. Zunächst wurden nur einige Kartons auf Probe angeboten, doch heute sind sie ein Bestseller im Sortiment.

Die Besitzerin belegt die Theorie der Sehnsucht nach französischen Allerweltsprodukten und typischen Dingen noch mit einem weiteren Beispiel: Austern.

„Nicht jeder hat zwangsläufig Lust, in die Galerien Lafayette zu gehen und viel Geld auszugeben, um Austern zu essen. In Frankreich ist der Genuss von Austern nämlich sehr viel alltäglicher. An Weihnachten isst jeder –egal wie viel Geld man hat, oder welcher Schicht man angehört, Austern.“ So finden sich in der Epicerie Gäste ein, die die luxuriösen Muscheln in einer entspannten Atmosphäre genießen wollen, wie sie es von französischen Märkten kennen. Es kommen auch Anfänger, Neugierige, die sich in einem schicken Restaurant nicht trauen, Austern zu bestellen. Hier, unter den Epicerieanten, probieren sie das erste Mal die rohen Meeresfrüchte.

Ein Ort der Begegnungen

Dieses spontane, gesellige Beisammensein, wie man es sonst eher von Märkten kennt, verleiht dem geschäftigen Treiben in der Epicerie eine fröhliche Unbefangenheit. Das beliebte Café dient auch als deutsch-französische Begegnungsstätte. Anlass zur Freude aller Francophilen, die hier in Kontakt und Austausch kommen wollen, ist die in der Epicerie allgegenwärtige, französische Sprache. Regelmäßig finden auch besondere Veranstaltungen statt: Mit Austern, Wein oder Schnecken begibt man sich hier gemeinsam auf eine abendfüllende, kulinarische Reise.

Die Liebe zur französischen Küche und die gesellige Stimmung in dem kleinen Café bilden die Grundlage seines Erfolges. Die Franzosen nehmen teilweise einen weiten Weg auf sich, nicht nur um ihre Einkäufe zu erledigen, sondern auch, um hier Freunde zu treffen, anderen Franzosen zu begegnen. Unter ihnen sind nicht wenige, die lediglich auf ein Schwätzchen mit Yves, dem Inhaber vorbeikommen - seine elsässische Gastfreundlichkeit und sein geselliges Temperament strahlen ebenso wie das allsamstägliche Crêpes-Braten, eine magnetische Anziehungskraft aus.

Sein nächstes Projekt wird die Einführung von Tarot Abenden sein – dies ist keine ominöse Technik der Zukunftsprophezeiung, sondern ein in Frankreich sehr beliebtes Kartenspiel.

L'Epicerie oder der Anti-Supermarkt

Der allwöchentliche Gang zum Markt ist für das frankophile Dreiergespann, das im Schatten der Markise sitzt, längst ein Ritual. Ebenso wie die Leidenschaft zur französischen Küche, die bereits vor vielen Jahren entflammte. Voller Sehnsucht schildern sie ihre häufigen Reisen durch Frankreich: Diese Urlaube sind eine nahtlose Aneinanderreihung von Marktbesuchen – in jedem Dorf und Dörfchen macht die Familie dann Halt, um über den jeweiligen Markt zu schlendern.

Exotische Gaumenfreuden und bisweilen seltsam anmutende Delikatessen, die hübschen Stände und das Verhalten der Menschen auf dem Markt – all das zieht sie einfach an. Die Mutter entzückt sich über eine Erinnerung an einen Käseverkäufer: „Er ließ seinen Ziegenkäse in kleinen Fläschchen an sein Hemd gehängt reifen.... das hat vielleicht geschmeckt!“

Supermärkte dagegen sind für die drei ein Ort des Grauens. Vakumierte, uniforme Massenware, dazu ein Gedränge in diesen Tempeln des Überflusses – nichts dort erinnert an das, was sie an Märkten schätzen: Leichtigkeit und Genuss. Dieses Argumente sind neben der Wertschätzung von Geselligkeit und Produktqualität und -frische die Hauptgründe dafür, dass dieses Paar bereits vor langer Zeit zur französischen Küche konvertiert ist.

So kommen wir an diesem internationalen Ort kommen wir schließlich auch auf landesspezifische Tischmanieren und unterschiedliche Knigge-Regeln bei Tisch dies- und jenseits des Rheins zu sprechen.

Ein Geschäftsessen - zwei verschiedene Welten

„In Deutschland habe ich in etwa fünfzehn Geschäftsessen im Jahr“, erzählt Marc. „In Frankreich können es gerne mal fünfzehn im Monat sein.“ Diese quantitative Differenz lässt sich auf eine abweichende Einschätzung des qualitativen Stellenwertes von Geschäftsessen in

Deutschland bzw. Frankreich zurückführen.

Er nennt zunächst das Beispiel der Mittagspause: In Frankreich geht man gemeinsam essen, die Deutschen dagegen begnügen sich häufig mit mitgebrachten Früchten oder einem selbst zubereiteten Snack. Das Essen ist in Deutschland sehr viel funktionaler – es dient einfach oft der Sättigung.

Das Geschäftsessen der Franzosen dagegen, illustriert den Stellenwert des gemeinsamen Speisens sehr deutlich. Man nimmt sich reichlich Zeit dafür, denn es dient der Vertrauensbildung und ist Gelegenheit, die zukünftigen Geschäftspartner gut und gründlich kennen zu lernen– zwei absolute Schlüsselemente, wenn man in Frankreich Geschäfte machen will.

Es ist somit integraler Bestandteil der Verhandlungen und als Nährboden von Vertrauen entscheidend für eine erfolgreiche Übereinkunft und Zusammenarbeit.

In Deutschland dagegen markiert das Geschäftsessen den Abschluss eines bereits getroffenen, geschäftlichen Abkommens – so bringt Marc den Unterschied auf den Punkt.

Ein fundamentaler Unterschied, der Ausschlag gebend für den (Miss)erfolg im deutsch-französischen Business sein kann...und ebenso eine eigene Geschäftsidee, die sich unternehmenstüchtige Dienstleister auf interkulturellem Parkett, wie die „Belle Ecole“ – eine Art Beratungsagentur für französische Lebensart – zu nutzen gemacht haben und kostspielige Seminare für Führungskräfte anbieten.

Natürlich enden die kulinarischen Kulturdifferenzen nicht an der Bürotür. Auch der ganz normale Alltag bei Tisch zeigt zu beiden Seiten des Rheins ganz unterschiedliche Manieren.

Eine Generation übergreifende Liebe zur französischen Küche

Zurück zu unserer deutschen Familie, die wir vor der Epicerie angesprochen haben. Von ihrer erwachsenen Tochter begleitet, kamen sie von ihrem rituellen Besuch auf dem Wochenmarkt am Winterfeldplatz. Die Epicerie haben sie zufällig entdeckt und sich dort auf einen Kaffee niedergelassen.

Ihr etwas erschöpfter Eindruck ist auf das lange Abendessen am Vortag zurückzuführen. Sie haben ihre Freunde mit Coq au vin beglückt...

Die Tochter erzählt uns bereitwillig mehr von der langjährigen Liebe ihrer Eltern zur französischen Küche und davon, wie sie selbst schon in jungen Jahren mit diesem Virus infiziert wurde.

Sie erinnert sich daran, dass ihre Leibspeise schon immer Quiche gewesen ist und dass es schon immer gesellige Abende zu Tisch wie jenen vom Vortag gegeben hatte, wenn die Gäste erst im Morgengrauen aufstanden. All das ist für sie etwas Französisches, denn es ist anders als das, was sie in ihrem deutschen Freundeskreis erlebt. Dass man tausend Dinge während des Essens tut, anstatt den gemeinsamen Moment zu genießen, findet sie bedauerndswert. „Für mich ist Essen gelebte Kultur. Ich bin der Meinung, dass man beim Essen seine Aufmerksamkeit eben auf die Mahlzeit richten sollte. Und ich ertappe mich oft dabei, wie ich das auch von anderen erwarte...“

Als sie zum Studium nach Braunschweig zog, überreichte ihre Mutter ihr ein ganz besonderes Geschenk: ein selbstgemachtes Kochbuch mit Rezepten ihrer französischen Lieblingsgerichte.

Und so wird das Virus der kulinarischen Frankophilie von den Eltern an die zweite Generation weiter gegeben...

L'Epicerie – ein bisschen Frankreich für alle

Es waren nicht wenige interkulturelle Begegnungen, die uns an jenem Samstagmorgen in der Epicerie gelangen. Jede Geschichte stand für eine individuelle Erfahrung und spiegelte ein jeweils anderes Stück von Frankreich wieder. Im Gesamten fügte sich alles zu einem Bild

zusammen, das an unsere Ausgangsfrage nach der kulinarischen Sehnsucht der Berliner Franzosen angeschlossen.

Einige Gäste und Kunden der Epicerie kommen hierher, um sich auf eine kulinarische Reise zu begeben, die ihnen charakteristische Sinneseindrücke bietet, in einer authentischen Qualität, wie sie sonst nur in einem kleinen Dörfchen zu genießen wären. Andere betonen die typisch französische Geselligkeit, die aus einem Cafébesuch, oder den Einkäufen ein Erlebnis macht.

Paradoxiertweise sprießt dieses französische Lebensgefühl in einem ganz gewöhnlichen Eckchen Berlins, während das Original – Paris – hinter seiner touristischen Fassade zu verblasen scheint.

Trotz (oder vielleicht dank) der kulturellen Unterschiede und abweichenden Vorstellungen von französischer Kulinarkultur, gelingt es der Epicerie eine breite Klientel anzusprechen. Deutsche entdecken hier neue Produkte und die Franzosen bekommen das, was ihre Gaumen-sehnsucht nach der Heimat beruhigt.

Ganz anders als die Galeries Lafayette oder das KaDeWe, bietet die Epicerie ihren Gästen und Freunden ein alltägliches Frankreich an. Man lässt sich in der Zusammenstellung der Produktpalette von Kundenwünschen inspirieren. So fehlen zum Beispiel nicht die carambars – zähe Karamellriegel – oder barquettes – mit Schokolade oder Konfitüre gefüllte Kekse, die für viele Franzosen Inbegriff ihrer Kindheit sind. So findet jedermann und –frau zwischen Käsetheke, Kuchenteller und Lavendelbonbons, das was die Madeleine für Proust war – die schönste Kindheitserinnerung.

Darüber hinaus, organisieren die Besitzer der Epicerie regelmässig kulinarische Themenabende, die wie eine Reise durch Frankreich sind: Austern, Weine, Schnecken – doch all das gibt es, wie die Besitzerin im Laufe unseres Gespräches mehrmals betont: Ohne das Ganze Schicki Micki – aber dafür mit ganz viel savoir vivre.