

KERIM PAMUK

 Kiffen 
Käffee &
Kajät 

EINE KURZE GESCHICHTE VON ALLEM,
WAS UNS LIEB UND ORIENTALISCH IST



Kerim Pamuk

Kiffen, Kaffee und Kajal

Eine kurze Kulturgeschichte von allem, was uns lieb und
orientalisch ist



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

Copyright © 2019 Gütersloher Verlagshaus, Gütersloh,
in der Verlagsgruppe Random House GmbH,
Neumarkter Str. 28, 81673 München

Der Inhalt dieses E-Books ist urheberrechtlich geschützt und enthält technische Sicherungsmaßnahmen gegen unbefugte Nutzung. Die Entfernung dieser Sicherung sowie die Nutzung durch unbefugte Verarbeitung, Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Zugänglichmachung, insbesondere in elektronischer Form, ist untersagt und kann straf- und zivilrechtliche Sanktionen nach sich ziehen.

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten, so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung, da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.

Umsetzung eBook: Greiner & Reichel, Köln
Umschlaggestaltung: Elisa Eckartsberg / ee-grafik hamburg
ISBN 978-3-641-21026-7
V001
www.gtvh.de

INHALT

ÜBERFREMDUNG 0.1

DANKBARER DÖNER

GEKOMMEN UND GEBLIEBEN

DIE ARABISCHEN WISSENSCHAFTEN #1

COFFEUM WIRFT JUNGFRAU UM

RITTER MIT SCHNAUZER

BESUCH BEI DEN ELTERN

STINKENDE ROSE

DIE ARABISCHEN WISSENSCHAFTEN #2

TULIPAN ODER »EIN TROTTEL UND SEIN GELD – DIE BLEIBEN NICHT LANGE
ZUSAMMEN!«

PFEFFER UND PFEFFERSÄCKE

IM MITTELALTER

OPTIMAL ERLEUCHTET

UBERFREMUNG 0.1

Als der Admiral endlich den Algorithmus zum Vervollständigen seines Alkoholarsenals fertiggestellt hatte, ließ er sich ermattet in das Sofa fallen, zog mit Kajal den Lidschatten nach und sinnierte bei einer Tasse Kaffee mit Zucker über seinen beruflichen Zenit, während sein bekiffter Papagei vom Marzipan naschte.

Wenn Sie in der Lage sind, diesen inhaltlich eher mittelschwangeren Bandwurmsatz unfallfrei zu lesen und zu verstehen, können Sie gleich als Lehrkraft in einem humanistischen Gymnasium anheuern. Sie können ebenfalls liebe deutsche Panzer im Nahen Osten verkaufen, die nur zur Verteidigung und zum Flanieren an der Strandpromenade benutzt werden dürfen, oder bei mangelnder seelischer Orientierung auch gern zum Islam konvertieren: Denn Sie sprechen Arabisch! Die obige Sequenz besteht nämlich größtenteils aus arabischstämmigen Wörtern: *Admiral, Algorithmus, Alkohol, Arsenal, matt, Sofa, Kaffee, Zucker, Zenit, bekiffte, Papagei, Marzipan*. Und zu kleineren Anteilen beherrschen Sie dazu Persisch, Griechisch und sogar ein paar indische Brocken.

Zumindest lingual ist es viel schrecklicher als es sich ostdeutsche Kreisläufer aus dem Tal der Ahnungslosen vorstellen können. Das Arabische hat den teutonischen Sprachraum schon vor Jahrhunderten islamisiert und ist einfach nicht mehr wegzukriegen. Schlimmer noch, es hat sich dabei – hinterhältig und verschlagen wie Arabisch und Araber nun mal sind – als Italienisch und Französisch getarnt. Da übernimmt man als weltoffener Deutscher die französische und italienische Lebensart, samt Kultur, Kulinarik und Sprache und bekommt Arabisch untergejubelt. Unerhört!

Umgekehrt hätte es auch nicht passieren können, denn im frühen Mittelalter gehörte der Lebensraum germanischer, keltischer und slawischer Waldschräte nicht zu den zivilisatorischen Hotspots. Die befanden sich weiter im Süden, am Mittelmeer. Dort kamen die Bewohner der iberischen Halbinsel und des italienischen Stiefels und auch die Byzantiner durch Kriege und Handel in Kontakt mit den islamischen

Reichen in Spanien, Nordafrika und der Levante. Durch diesen teils freiwilligen, teils unfreiwilligen Austausch übernahmen sie neben Waren auch arabische Begriffe und manchmal gleich beides zusammen. Waren und Worte wanderten schließlich mit zeitlicher Verzögerung weiter nach Norden.

Zum Beispiel kannten weder Ost- und Westfranken-, noch die Hoch- und Niederburgunder, noch Normannen samt Nordtannen ein gepolstertes Sitzmöbel für mehrere Personen mit Rücken- und Armlehnen, das *Sofa*. Ergo hatten sie dafür auch keine Bezeichnung. *Sofa* stammt vom arabischen *suffa*, »Erhöhung, Sitzbank«, es ist der abgeleitete Substantiv von *saffa* »in Reihe stehen / in Reihe stellen«. Inzwischen ist das *Sofa* des Deutschen liebstes Möbelstück auf dem er zwischen Tagesschau und Tatort über den schrecklichen Zustand der Welt philosophiert, sich über die Undankbarkeit von Sozialschmarotzern, Ausländern und den eigenen Kindern beklagt und seine philosophischen Selbstgespräche grundsätzlich mit der immer neuen Erkenntnis abschließt: »Schlimmer kann es ja nicht werden!« Arabische Wörter gelangten also über das Lateinische, Italienische und Französische ins Deutsche. Der Deutsche benutzt eben durchaus gern arabische Waren und Begriffe, wenn er sie für Italienisch oder Französisch hält. So ist der alkoholaffine *Admiral* vom obigen Nonsense-Satz eine Entlehnung des altfranzösischen *amiral*, *admiral*. Und *amiral* stammt vom arabischen *amir ar-rahl*, »Befehlshaber der Flotte«.

Bei *matt* denkt man natürlich auch an Schachmatt und liegt damit nicht falsch. Bis zu seiner heute gebräuchlichen Bedeutung als »schwächlich, glanzlos, zerschlagen« hat das Adjektiv eine vorbildliche kulturell-sprachliche Patchwork-Odyssee hinter sich gebracht. *Matt* geht auf das arabische *mata*, »sterben,« zurück und die Araber benutzten beim Schach die Formel *ash-shah mat*, »der König ist gestorben«. Weil die meisten arabischen Schachausdrücke wie *shah* aus dem Persischen entlehnt sind, wird vermutet, dass auch *mat* ursprünglich aus dieser Sprache stammt. Die arabische Formel gelangte im 12. Jahrhundert nach Europa (das Spiel vermutlich schon ein Jahrhundert früher) und über das Französische ins damalige Mittelhochdeutsche. Bei der Transformation in der Bedeutung von »gestorben« zu »ermattet, schlapp« spielte wohl das Altfranzösische

ebenfalls eine Rolle, in der es schon vor der lingualen Einreise des arabischen *mat* ein eigenes *mat* im Sinne von »niedergeschlagen, schwach« gab. Über diese Worttransformation sind vor allem Männer dankbar, denn bei schlimmen Gebrechen wie Männerschnupfen, Rücken und Gastritis geben sie zwar an nur »ermattet« zu sein, fühlen sich aber insgeheim wie »tot.«

Unspektakulärer liegt der Fall bei *Arsenal*. Über das Italienische ist es ins Deutsche gelangt. Aus dem arabischen *dar as-sina a*, »Werkstatt«, wurde *arsanale*, *arsenale* und daraus *Arsenal*. Zur importierten feinen Lebensart führen uns wieder *Tasse* und *Kaffee*, denn Gefäß und Getränk stammen nicht aus dem Manufactum-Katalog sondern aus dem Orient. Schon die ganz alten Perser benutzten eine Schale und nannten sie *tashta*, die mittelalten Perser kürzten zu *tasht* ab, die jüngeren Araber machten *tasa* daraus und brachten das Gefäß mit nach Sizilien und Spanien. Später wurde aus dem Italienischen *tazza* und dem französischen *tasse* die deutsche *Tasse*. *Kaffee* geht auf *qahwa* zurück und machte ebenfalls einen interessanten Bedeutungswandel durch, denn in früherer Zeit bezeichneten die Araber mit diesem Wort den Wein. Vermutlich ersetzte der *Kaffee* den Wein, aber den Namen behielt man, was von Pragmatismus oder Cleverness eines Händlervolkes zeugt: Gleiche Etikette, anderer Inhalt.

Einen längeren Weg legte der *Zucker* zurück. Vom altindischen *sarkara* zum arabischen *sukkar* und über das italienische *zuccherio* (nicht zu verwechseln mit dem gleichnamigen und fast so alten Schmachtrockbarden) schließlich ins mittelhochdeutsche *zucker*. Der Rest ist selbsterklärend. Besonders originell ist die Geschichte von *Zenit*. Sie beruht auf schlampiges Abschreiben. *Zenit* geht auf *samt ar-ra's*, »Richtung des Kopfes« zurück. Aus *samt* wurde vermutlich die latinisierte Form *zemt*, die wiederum eine zerstreute Leuchte mit einem Knick in der Linse als *zenit* weitergab, also das *m* durch *ni* ersetzte, fertig war *Zenit*.

Nun zur Abteilung für Gechillte: Die Mutter des *Kiffens* ist das arabische *kaif*, »Wohlbefinden, gute Laune« – Achtung, wichtiger erkennungsdienstlicher Hinweis für Verkehrspolizisten: Wenn der Fahrer statt panisch nach den Wagenpapieren zu suchen, tiefenentspannt und grinsend ein Gespräch über die Sinnhaftigkeit von Kontrollen und den

Polizeistaat führen möchte, liegt es nicht am sonnigen Wetter. Aus *kaif* wurde das türkische *keyf*, dessen allgemeingültige Bedeutung bis heute lautet: Geschwätziges und tiefenentspanntes Nichtstun bei fortlaufender Alkohol- und Tabakzufuhr. Auch die Maghrebener beherrschten *keyf* meisterlich und kamen auf die brillante Idee das viel zu lange Wort *kaif* auf *kif* zu verkürzen. Weil sich – wie jeder Kiffer weiß – *kiff* im bekiffen Zustand viel leichter aussprechen lässt als *kaif*.

Der sprechende Vogel geht auf *babbaga* zurück und über das altfranzösische *papegai* fand es seinen Weg ins Deutsche. Wie aber *babbaga* ins Arabische kam, wussten selbst die Araber nicht genau. Bei der Herleitung von *Marzipan* dampften Philologenköpfe vieler Länder, alle mit dem gleichen Ergebnis: Nichts Genaues weiß man nicht. Einigkeit besteht nur in der Feststellung, weder das Wort, noch die dazugehörige Süßspeise sind europäisch, sondern wegen der Zutaten und Zubereitungsart sehr wahrscheinlich orientalisches. Der Rest sind nicht vollends stichhaltige, aber hochseriöse etymologische Theorien: Es geht um Schachtelnamen, die zum Inhaltsnamen werden, Hohlmaße, byzantinische Münzen mit dem Heiland drauf und hämische Bezeichnungen von Königen, die statt Feinde zu bekriegen lieber auf ihrem Thron dösen. Möchten Sie jetzt trotzdem irgendwie nachvollziehen, wie man von all diesen Erklärungen auf die heutige Bedeutung gekommen ist? Viel Spaß bei der Recherche!

Der Kajalstift ist aus keiner Handtasche von Frauen, theatralischen Männern und allen drama-affinen Geschlechtern dazwischen mehr wegzudenken. *Kajal* stammt von dem sanskritischen *kajjala*, »Ruß« und die indischen Gottesanbeter schminkten sich früher bei ihren Mantra-Messen die Augenränder mit dem Ruß von verbranntem Butterschmalz. Was man halt so macht, wenn man Göttern gefallen will. Auch die Araber legten Wert auf ein gepflegtes Äußeres und nannten ihr Produkt aber *al-kuhl*, »Augenpulver.« Klingt bekannt? Ist es, denn unser *Alkohol* ist eine Entlehnung davon. Natürlich schmierten sich die Araber nichts Hochprozentiges um die Augen, *al-kuhl* nannten sie ein wertvolles und aus Mineralien sehr fein zerriebenes Pulver zum Schminken. Das Wort fand wohl über die hispanoarabische Dialektform *al-kuhul* und über das Spanische *alcohol* den Weg ins Mittellateinische und schließlich ins

Deutsche. Seine heutige Bedeutung bekam es wesentlich später. Erst der berühmte Arzt Paracelsus brachte das bis dahin »Lebenswasser« oder »Wasser, das brennt« genannte Ethanol mit dem Begriff zusammen und nannte es *alco(h)ol vini*, »Reinster Weingeist« und wollte vermutlich ausdrücken, dass Ethanol feiner und flüchtiger ist als Wein. Was hartgesottene Schnapsdrosseln sicher bestätigen werden.

Aus keiner anderen nichteuropäischen Sprache sind mehr Begriffe in die Sprachen Westeuropas eingeflossen als aus dem Arabischen. *Tarif, Karaffe, Limonade, Kaliber* stammen genauso aus dem Arabischen wie *Artischocke, Gitarre, Orange, Giraffe, Jacke, Benzin, Sirup* und auch die *Ziffer*. Die *Ziffer* stammt von *sifr* und machte einen Sprung in der Bedeutung. *Sifr* heißt nämlich »Null, Nichts«, daraus wurde das Lateinische *cifra*, das Altfranzösische *cifre* und das mittelhochdeutsche *zifer* und daraus unsere heutige *Ziffer* mit der Bedeutung »Zahlzeichen«. Für die Zahl 0 übernahm man die *Null* entweder vom lateinischen *nullus*, »keiner« oder vom italienischen *nulla*, »Nichts«.

Etwa die Hälfte aller eingewanderten arabischen Begriffe haben ursprünglich eine andere Herkunft. Die Araber selbst haben viele Waren und Begriffe von Indern, Persern und Griechen übernommen und sie in ihre Lebenswelt integriert, bevor diese über die Expansion der islamischen Reiche nach Westeuropa gelangten. Der Kultur- und Warentransfer begann im fernen Asien und fand über tausende Kilometer den Weg nach Westeuropa und Araber waren die Transporteure. Das rüttelt natürlich nicht an der Selbstwahrnehmung in diesen Breitengraden. Wo kämen wir da auch hin? Schließlich war und ist das Abendland die Krone der Zivilisation und beglückte mit seinen Errungenschaften den Rest der Welt, ob der wollte oder nicht.

Darum ähnelt Westeuropa im Weltschauspiel zunehmend einer alternden Theaterdiva, die in der Garderobe sitzend immer mehr Schminke und Puder auf ihr Gesicht klatscht und die Falten trotzdem nicht verbergen kann. Und während auf der Bühne das Stück weiterläuft, erzählt sie dem schwerhörigen Hausmeister dauernd von den guten alten Zeiten, als sie der Star war und die ganze Welt ihr zu Füßen lag. Sie war oben und der Rest unten. So blickt die schrumpelige Diva Westeuropa immer noch

herablassend und ignorant auf den nahen und erst recht auf den fernen Osten und vergisst, dass viele Jahrhunderte lang Europa politisch, kulturell, kulinarisch und technologisch nur der Hinterhof Asiens war.

Müde lässt sich die Diva auf der Matratze massieren und während sie an ihrer Soda nippt und im Magazin blättert, wird ihr klar: Der Lack ist ab.

Raten Sie, woher *Matratze*, *massieren*, *Soda*, *Magazin* und *Lack* kommen!

DANKBARER DONER

Gewöhnlich erwartet der gemeine Deutsche von Menschen mit nichtdeutschen Wurzeln, die in seinem Land leben oder leben wollen, zuallererst Dankbarkeit. Von dieser Erwartungshaltung sind die schon hier geborenen Nachkommen der Einwanderer, die keine andere Heimat als Deutschland kennen, selbstverständlich nicht ausgenommen. Auch sie sollen dankbar sein, ihre Kinder und Enkelkinder natürlich auch noch. Für alles Mögliche sollen sie »Danke« sagen: Für den mehr als ein halbes Jahrhundert lang dauernden und vergeblichen Versuch ihnen und ihresgleichen ein passendes Etikett aufzukleben. Zuerst hießen die meist dunkelhaarigen Neuzugänge »Gastarbeiter«. Während auf den meisten anderen Flecken der Erde Gäste von ihren Gastgebern bewirtet werden, sollen hier Gäste für die Gastgeber arbeiten, Gastfreundschaft à la Teutonia. Danach wurden sie zu »Ausländern« gestempelt, den beziehungsstechnischen Höhepunkt erreichten sie als »Mitbürger«, verwandelten sich weiter zu »Migranten«, nahmen die nächste Image-Stufe abwärts zu »Menschen mit Migrationshintergrund« und endeten als »Muslime«, obwohl die große Mehrheit dieser Menschen weder religiös war oder ist, noch sich über die eigenen Religion definiert. Von diesen sprachlichen Stempelversuchen waren Migranten aus dem »christlichen Raum« ausgenommen, sie durften weiterhin Griechen, Italiener, Spanier, Kroaten und Serben heißen.

Weiterhin soll der Migrant dankbar sein, dass er hier leben, arbeiten und/oder Hartz IV beziehen, die Vorzüge der deutschen Straßenverkehrsordnung und des Steuerrechts genießen, bei der Mülltrennung mitmachen und bei Wahlen nicht wählen darf. So wie aber Integration und Respekt keine Einbahnstraßen sind, ist auch Dankbarkeit keine, denn die Inländer haben ebenfalls allen Grund dankbar zu sein. Sie wurden bereichert, nicht nur durch die Milliarden, die jene arbeitenden Gäste in die Rentenkasse und Steuersäcke steckten, sondern auch durch die Kulinarik, die Orientalen nach Europa und Deutschland »eingeschleppt« haben.

Beginnen wir mit dem offensichtlichen und zumindest in den alten

Bundesländern für alle sichtbaren kulinarischen Einfluss, an dem kein Passant in keiner Fußgängerzone optisch und olfaktorisch vorbeikommt, dem Dönerimbiss. Er gehört zur zweiten Stufe des migrantischen Unternehmertums. Die erste Stufe bildeten Gemüseläden, die vor allem türkische Einwanderer eröffneten, wenn Sie keine Lust mehr auf Fabrik, Schichtarbeit und Vorarbeiter hatten. Dies lag nahe, da die meisten Einwanderer aus den ländlichen Gebieten Anatoliens kamen und sich als Bauern im besten Sinne mit Obst und Gemüse auskannten. In der zweiten Stufe gestaltete sich der Schritt vom Angestellten zum eigenen Chef weniger kompetenzlastig: »Ich esse gerne Fleisch und so einen Spieß rundherum absäbeln kriege ich auch noch hin!«

Ganz im Gegensatz zum urorientalischen Prinzip »Mehr ist mehr« eröffneten sie Imbisse, die durch ihr asketisches Interieur jeden Spartaner beeindruckt hätten. Weiße Stehtische und Hocker aus Plastik, Besteck aus Plastik, Salz-, Pfeffer-, und Chilistreuer aus Plastik und Teller selbstverständlich auch. Gäbe es große Kühltesen aus Plastik, der türkische Gastronom wäre entzückt. Überflüssig zu erwähnen, dass ihm der große blutrote Dönerspieß in dickem Plastik verschweißt geliefert wird, den er mit einem Feuerzeug vom Fleisch trennt. Wieviel verbrannter Kunststoff bei dem Prozedere am Spieß hängen bleibt, ist schwer einzuschätzen, aber die ersten Dönerkunden des Tages schätzen das besondere Aroma.

Von oben strahlt im Imbiss grundsätzlich grelles weißes Licht, das auch Folterknechte des CIA gerne einsetzen und von unten wird diese Illumination vom grellweiß gekachelten Boden hervorragend reflektiert. Dadurch sieht man zwar jeden Krümel auf dem Boden, aber für die Reinigung braucht man wie beim Schlachter nur Wasser, Chemie und Schrubber. Natürlich wird der farbliche Kontrapunkt im Meer des ganzen Weiß nicht vergessen: Die Speisetafel. In bunten Lettern auf bunt illuminiertem Grund preist der Teilzeitgermanist seine Speisen an und fügt der deutschen Sprache schöne Blüten bei: »auf Scharf, mit Scharf, ohne Schaf, zum Mitnahme, außer Haus, Nudeln alla Chef«. Orthographisch werden mit sämtlichen statistisch möglichen Schreibweisen von »Tsatsiki« wahre Gipfel erklommen. Ein von der Decke

hängender Fernseher, auf dem ständig in Kasernenlautstärke Videoclips laufen, rundet die Innengestaltung ab.

Wie bei der Reinigung liegt beim Service der Schwerpunkt ebenfalls auf Tempo und Effizienz. Ohne unnötige Freundlichkeit, die den Betriebsablauf stören könnte, wird jede Kundin und jeder Kunde mit dem Dreiklang »Ja? Bitte? Nächste?« abgefertigt. Seine Lebensgeschichte kann man der Kassiererin im Supermarkt ins Ohr quatschen, nicht aber dem Dönermann. Er möchte nicht quatschen und noch weniger zuhören, sondern so viele Kunden wie möglich in so kurzer Zeit wie möglich durchschleusen. Viele Worte, wenig Umsatz, wenig Worte, viel Umsatz. Tragikomisch wird es, wenn sich vegane Hipster in so einen Imbiss verirren und die üblichen hundert Fragen nach Herkunft und Beschaffenheit der Zutaten stellen, jedes Mal ein harsches »Nein« als Antwort bekommen und schließlich mit einem gefüllten Fladenbrotviertel voller Tomaten und Salat davonziehen. Lockere Veganer, die ihr hedonistisches Veganerleben nicht als Dschihad zelebrieren, lassen sich verschämt noch einen Löffel Tsatsiki draufklatschen.

Betrachtet man die Dönerläden von der Straße, wird deutlich, was für ein großer Humorist in jedem einzelnen Dönerchef steckt. Während der finanziell goldenen Anfangsjahre hing an den Läden eine große Fahne, auf der ein dicker schnauzbärtiger Türke neben einem noch dickeren Dönerspieß stand, mit einem langen Säbel in der Hand natürlich. Vermutlich sollte die Fahne Appetit auf einen Döner Kebap machen, was nicht wirklich gelang. Denn bei manchen Deutschen triggerte ein morgenländisch aussehender, bärtiger Mann mit einem Säbel in der Hand die Jahrhunderte alte, tiefsitzende Angst vor der »Türkengefahr«. Oder war dieses dezente Stillleben die erste versteckte Kampagne der Tierschutzorganisation PETA gegen Tierquälerei?

Bei der Namensgebung dieser kulinarischen Tempel nehmen es die Imbissunternehmer locker mit jedem Kreativen aus der Werbebranche auf. Nur Friseure können ihnen namenstechnisch das Wasser reichen. Hier ein paar Beispiele aus dem Kreativduopol Dönerimbiss versus Friseursalon:

Istanbul 2 – Schnitt-Stelle

Star Döner – Vor Hair nach Hair
Istanbul 3 – Haareszeit
King Döner – Haarmonie
Istanbul 4 – Kopfsache
Royal Kebap – Hairport
Istanbul 5 – HairTie
King Kebap – Hairlich
Istanbul 6 – die HairRichter
Galaxy Döner – Salon Krehaartivität.
Noch Fragen?

Inzwischen findet man in größeren westdeutschen Städten Döner-Restaurants, die zwar noch weit diesseits von Michelin-Sternen operieren, aber Gastlichkeit und Service für die Kundschaft entdeckt haben. Die Inneneinrichtung besteht aus viel Chrom, fluoreszierenden Deckenfarben, epischen Wandmalereien, ausladenden Sitzecken und schweren Holzstühlen und den obligatorisch weiß gekachelten Böden. Türkische Gastronomen müssen ihre Lokalitäten auch »pimpen«, denn die ausländisch Mitkonkurrenz schläft nicht. Arabische Imbisse bereichern das Angebot und vor allem asiatische Gaskochzeilen mit babywannengroßen Woks. Hinzu kommen chinesische, koreanische, vietnamesische, thailändische und japanische Schnellküchen, um nur einige Untersektionen zu nennen, die aber den deutschen Gourmet mit traditionell gesunder Ignoranz nicht sonderlich interessieren. Entweder er geht deutsch essen (Kneipe), italienisch (Roma, Napoli, Milano, Bei Carlo, Bei Giovanni, Bei Alberto, Bei Franco, bei Ciao Bello&Bella), türkisch (türkisch, syrisch, jordanisch, arabisch, irgendwas mit Knoblauch halt), griechisch (Lesbos, Knossos, Olympos, Rhodos, Dionysos, Gyros, Hauptsache Fleischplatte und Krautsalat), oder eben asiatisch (Chicken Tandoori, Chicken Biriyani, Chicken Korma, Chicken Chicken, irgendein Curry oder eben Sushi, möglichst roh, möglichst kleine Minirollen zu möglichst hohem Preis), das sind ihm Auswahl und Kategorien genug.

Lange Jahre haben asiatische Imbissbetreiber noch weniger in ihre Läden investiert als türkische (was schon eine Leistung an sich war) und den Kunden unter anderem leere Getränkekisten als Sitzgelegenheiten

angeboten. Aber der Fortschritt macht auch vor dem knauserigsten chinesischen Selbstausbeuter nicht halt. So hat sich bei ihm und seinesgleichen die Erkenntnis durchgesetzt, dass der Kunde Freundlichkeit und Service eher schätzt als karge Kommunikation im gebellten Ton und eine verschmierte schmale Ablagefläche, auf der man nicht mal eine Cola abstellen kann. Den Menschen bietet sich eine schöne Bandbreite verschiedener Küchen, in denen man oft gut und günstig und öfter schlecht und billig dafür aber reichhaltig essen kann. Über die Qualität von Speisen und Zutaten der Billigliga schweigen wir vornehm. Anders gesagt: Wer einen Dönerteller oder Hühnerfleisch Chop Suey für vier Euro will, sollte seine kulinarischen Ansprüche an der nicht vorhandenen Garderobe abgeben.

Zumindest dem Döner Kebap wurde aber das Image des billigen Fastfoods nicht an den Spieß gelegt, das bekam es erst durch die Metamorphose zum industriell hergestellten Massenprodukt. Ursprünglich wurden mehrere Scheiben aus tatsächlichem Fleisch mariniert übereinander gespießt und anschließend drehend gegrillt. Das taten schon die Osmanen Mitte des 19. Jahrhunderts. Sie stapelten Fleisch auf einem Spieß und brieten es drehend über dem Feuer wie Asterix und Konsorten das Wildschwein, in der Waagerechten. Der evolutionäre Quantensprung, den Spieß senkrecht zu grillen, vollzog sich dann im 20. Jahrhundert mit der Erfindung entsprechender Technik. Wer auf diese brillante Idee kam, ist nicht bekannt, aber selbstverständlich hat der Erfolg viele Väter und so beanspruchte unter anderem ein Berliner Türke in den 70ern des letzten Jahrhunderts der »Erfinder« des Döners zu sein. Was er durchaus hätte sein können, wenn er das Alter einer Galapagos-Schildkröte erreicht und sich Mitte des 19. Jahrhunderts schon in Anatolien rumgetrieben hätte.

Die Hersteller von Dönerspießen spielen heutzutage eine gewichtige Rolle in der hiesigen Fleischindustrie, operieren europaweit und ihr Produkt hat es sogar bis in die USA geschafft. Döner Kebap ist ein deutsch-türkischer Exportschlager und wird im Ausland als »German Food« angeboten. So ist dem Döner gelungen, was seinen Herstellern und Verkäufern im Inland bisher partout nicht glücken will: Im Ausland ist der Döner schon mal Deutscher.