



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

"Kulinarische Inszenierung nationaler Identität.
Der "Šopska-Salat" in Südosteuropa."

verfasst von / submitted by

Bak. Filip Stankovich

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2020 / Vienna 2020

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 823

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Europäische Ethnologie

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Brigitta Schmidt-Lauber

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Kochen in Zeiten des Wandels: Das Erscheinen des nationalen kulinarischen Symbols Bulgariens	15
2.1 Grundsteinlegung der bulgarischen Nationalküche	18
2.2 Eine Innovation in der Ernährung sozialistischen Bulgariens: Die Mutation des Šopska-Salats	24
2.3 Kulinarische Moderne und Folklorisierung der Küche: Die Mediterranisierung des Šopska-Salats	29
3. Die Entstehung von Stereotypen: Die Šopen und ihre Essgewohnheiten	37
3.1 Stereotypisierung des Eigenen: Die Schärfeesser aus dem Westen	38
3.2 Die Esskultur der Šopen. Die šopska-ljutenica und ihre Etablierung im Nationalgedächtnis der Bulgaren	42
3.3 Wechselnder Geschmack und Mentalität: Von šopska-ljutenica zu Šopska-Salat	46
4. Die Šopen	53
4.1. Die Šopen und ihre Bedeutung für die bulgarische Nationalgeschichte	56
4.2. Die Entwicklung der geographischen Grenzen des Šopluks	59
4.3. Herkunft und nationale Zugehörigkeit der Šopen	61
5. Tourismus, Moderne und regionaler Geschmack an der bulgarischen Schwarzmeerküste	68
5.1 Die Wurzeln des bulgarischen Tourismus	70
5.2. Die Entstehung der "Roten Riviera"	73
5.3 Die Erfindung "des sozialistischen Paradieses"	83
5.4 Erschaffung des Regionales und Erfindung der kulinarischen Authentizität	90
5.5 Kommodifizierung des kulinarischen Erbes: Šopska-Salat und Rakija als Merkmal des Bulgarentum	101
6. Die Erfolgsgeschichte des Šopska-Salats	110
6.1 Balkankonzepte und Esskultur	112
6.2 Die Wiederentdeckung der traditionellen cuisine als einheimisch, authentisch und national: Die Kochbücher als politische Ressource	115
6.3 Nationale Aneignung des Šopska-Salats in Serbien und Nordmazedonien	121
6.4 Die verflochtene Geschichte des Šopska-Salats	125
7. Mediterranismus als nationales Bild: Der Šopska-Salat als Symbol der bulgarischen Moderne und der kulinarischen Einzigartigkeit des Balkans – Schlussfolgerung	134
8. Literatur- und Quellenverzeichnis	140

1. Einleitung

Heutzutage werden Speisen als eine der Hauptkomponenten nationaler Identität präsentiert und die typischen Gerichte eines Landes werden als entscheidende Identitätsmerkmale betrachtet. Innerhalb benachbarter Regionen mit gleichen Systemen von Speisen und Geschmacksrichtungen bildeten sich in der Moderne individuelle Besonderheiten heraus, um sich von den umliegenden Ländern zu differenzieren. Verschiedene Formen der Ethnisierung gehen mit der Entwicklung des Tourismus im Bereich der Gastronomie einher, basierend auf der Re-Interpretation von Nationalmythologie und historischem Gedächtnis, um sich selbst aufmerksam zu machen. Die Gastronomie ist einer der Wirtschaftszweige, die den Bedürfnissen der Reisenden gerecht werden und Authentizität und gegebenenfalls eine theatralisch inszenierte Präsentation eines Landes bieten.

In einem Übergangs- und bis zu einem gewissen Grad homogenen Kulturraum zwischen Orient und Okzident wie dem Balkan wird hauptsächlich die Küche zur Darstellung nationaler Unterschiede benutzt. Trotz aller Ähnlichkeiten bei der Zubereitung von Speisen, der Abfolge von Gerichten und der Tischmanieren stellt die Balkanküche auch eine Arena dar, in der die konkurrierenden nationalen Ideologien Südosteuropas ihre Kämpfe um Identität führen. Demzufolge sind Essen und Essgewohnheiten ein wesentlicher Bestandteil individueller und kollektiver Identitätskonstruktionen, und wie kaum ein anderer Alltagsgegenstand eignen sich Nahrungsmittel- und Küchentraditionen als Symbole für die Stilisierung einer nationalen Kultur, als Kennzeichen einer kollektiven Identität und als Beweis für eine gemeinsame Zugehörigkeit. Objekt meines Forschungsinteresses ist der bekannte *Šopska-Salat*, der ein wichtiger Bestandteil der Speisekarten in fast jedem südosteuropäischen Restaurant ist. Er ist eine Variante eines gemischten Salats, der auf der Basis von frischem Gemüse – Tomaten, Gurken, rohen oder gebratenen grünen Paprika- und Pfefferschoten, Zwiebeln – zusammen mit Petersilie, Salz, Zitronensaft oder Essig, Sonnenblumenöl und Salzlakenkäse zubereitet wird. Sein Name stammt aus der historischen Region *Šopluk*, die sich heute im Grenzgebiet zwischen Bulgarien, Serbien und

Nordmazedonien befindet. Ein essenzielles Element und das Hauptkennungsmerkmal des Salats ist der darauf geriebene Käse. Dieses "Geriebene" wurde zu einem nationalen Symbol in den vergangenen Jahrzehnten als ein obligatorischer Teil des Salats in den Kochbüchern Bulgariens kodifiziert.



Abbildung 1: Šopska-Salat mit rohen grünen Paprikaschoten und Pfefferschote auf der Oberseite, Sofia, Bulgarien.
Quelle: Privatfoto von Filip Stankovich © 2019

Für viele Länder, vor allem Entwicklungsländer, ist der Tourismus zu einer der Haupteinnahmequellen geworden. Daher ist es im Zusammenhang mit der Verbreitung einer globalisierten Tourismusbranche von entscheidender Bedeutung zu verstehen, wie Identitätsansprüche entwickelt, ausgehandelt und von verschiedenen an diesem Prozess beteiligten Interessengruppen erlebt werden. Die Repräsentationspolitik von nationalen und internationalen Zielen der Tourismusförderung sowie der Erhaltung und Bewahrung kulturellen Erbes, die institutionalisierte Vertretungen anstreben, kann problematisch sein und in scharfem Gegensatz stehen zu oder oft sogar in Konflikt geraten mit den Vorstellung von Menschen in Regionen mit ähnlichen Essensgewohnheiten. Heutzutage existieren Spannungen zwischen Bulgarien und anderen westlichen Balkanländern – hauptsächlich Nordmazedonien und Serbien – in Bezug auf die Bemühungen, den Salat als geschützte Herkunftsbezeichnung und tradi-

tionelle bulgarische Spezialität nach EU-Recht zu registrieren. Um den *Šopska-Salat* vor massiver ökonomischer Konkurrenz der benachbarten Regionen zu bewahren, entwickelte er sich nach einer kulinarischen Initiative des Europäischen Parlaments im Jahr 2014 zur bekanntesten Speisemarke Bulgariens in Europa.¹

In den späten 1970er Jahren gewann der Tourismus als Thema wissenschaftlicher Forschung an Glaubwürdigkeit, indem darüber mehrere wegweisende Werke veröffentlicht wurden, wie der von Valene Smith (1977) herausgegebene Band *Hosts and Guests* und Dean MacCannells (1976) Buch *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. In den vergangenen Jahrzehnten wurden wissenschaftliche Themen ausgearbeitet, die sich durch die touristische Suche nach der "Andersartigkeit" charakterisierten, wie z.B. Desmond (1997); Kirschenblatt-Gimblett (1991); Weiler & Hall (1992); Wood (1997), und die sich mit der Kultivierung von Kultur, wie z.B. Cohen (1988); Graburn (1976); Greenwood (1982); Harrell (2001); Swain (1995), Authentizität, wie z.B. Bruner (2005); Chambers (2000); Stanton (1989); Urry (2002) und Globalisierung, wie z.B. Abbink (2004); Bruner (2005); Peck & Lepie (1989); Urbanowicz (1989), befassen. In der Tourismusforschung werden vermehrt die wichtigen Fragen der Identität und des Erbes im Bereich der Kulinarik und die Probleme, die sich ergeben können, wenn verschiedene Interessengruppen in den Prozess der Tourismusentwicklung einbezogen werden, untersucht. In diesem Bezug schreibt Gisela Welz (2015) in ihrer Studie *European products: making and unmaking heritage in Cyprus*, dass die Idee des heimischen Produkts und seine Übernahme als nationales Kulturerbe eine Dominanz über die Rechte in einem ländlichen Gebiet und über die Ressourcen mit sich bringt. Unterschiede in der kulinarischen Zubereitung werden zu Grenzmarken für nationale Differenzen und die jeweiligen Landesküchen werden oft als starke Symbole der nationalen Identität angesehen. Das Recht oder das Bestehen auf nationalen "Besitz" einer Lebensmitteltradition ist mit Regionen oder Ethnien verbunden, um die Attraktivität von Standorten für touristische Zwecke zu erhöhen.

¹ vgl. <http://www.europost.eu/en/a/view/Shopska-salad-wins-European-vote>, zuletzt abgerufen am 20. März 2020.

Die Produktion und Vermarktung von Lebensmittelartefakten und Speisen sind mit einem nationalistischen Gefühl verbundene Prozesse und der Konsum von Nahrungsmitteln spielt eine entscheidende Rolle beim Aufbau lokaler und nationaler Identitäten. Außerdem können Lebensmittel empfindliche Fragen der Authentizität aufwerfen (Nützenadel & Trentmann 2008), da sie oft zum Wettbewerb zwischen Herstellern über die Notwendigkeit des Schutzes der Einzigartigkeit eines Produkts führen (Welz & Andilios 2004). Michaela DeSoucey (2010) schreibt, wie das Konstrukt des Gastrationalismus dazu beitragen kann, die grenzübergreifenden Spannungen in der symbolischen Grenzpolitik besser zu verstehen – eine Politik, die bestimmte Nahrungsmittel und Industrien als Vertreter nationaler Kulturtraditionen schützt. Da der Gastrationalismus Teil der EU-Integrationspolitik ist, beinhaltet dieses System die Prinzipien der Produktion von Kulturgütern, die auf der Idee von "Tradition" und "Erbe" beruhen. Die nationalistische Schichtung von Marketing und Mythenbildung in der umstrittenen Lebensmittelpolitik legt zudem nahe, dass Lebensmittel selbst zu den nationalen Behauptungen erheblicher qualitativer Unterschiede und zur Machtdynamik der nationalen Identitätspolitik beitragen. Die Lebensmittel, die ausschließlich zu besonderen Anlässen konsumiert werden, nicht aber im täglichen Leben, werden eher "traditionalisiert" und verkörpern letztendlich die Vorstellung einer Gemeinschaft. In diesem Sinn behauptet Arjun Appadurai, dass die regionalen Küchen eine Erfindung der Tradition sind (Appadurai 1988).

Als Symbol des "Nationalen" verstärkt die Küche das Zugehörigkeitsgefühl der Mitglieder einer Gemeinschaft. Eine nationale Küche ist ein nützlicher Teil des Aufbaus einer nationalen Kultur, eine "Stütze" in dem, wie Benedict Anderson es beschreibt, Prozess der Vorstellung der Nation (1993). Er versteht die Nation als ein kulturelles Produkt der Moderne, das in einer bestimmten historischen Periode entstanden ist und im Laufe der sozial-ökonomischen Prozesse seine Bedeutung verändert hat. Andersons Konzept einer "imagined community" in Bezug auf den modernen Nationalstaat ist in der Tat hilfreich. Ein wichtiger Prozess, der den Begriff "Nation" aktiv installiert und verbreitet und so Andersons Analyse um eine zusätzliche Ebene erweitert, sind die Handlungen von Eliten und Institutionen, die laut Hobsbawm (1983) für

das Schreiben nationaler Geschichten und Erfindungen von Traditionen verantwortlich sind. Eric Hobsbawm schreibt in seinem Buch *Invention of Tradition* über die Idee der Erfindung der Tradition. Er ist der Meinung, dass Traditionen vollständige Errungenschaften der Moderne sind und Bilder, kulturelle Ideale und Sehnsüchte sowie genügend Fragmente einer "echten" Vergangenheit enthalten, um entscheidende emotionale Bedürfnisse und wichtige ideologische Funktionen der Gegenwart zu erfüllen. Solche "inventions of traditions" geben den Gemeinschaften ein Gefühl der Zugehörigkeit und ziehen sie in den politischen oder kulturellen Orbit einer mächtigeren Gesellschaft. Zudem haben die Erfindungen das Ziel, die Gegenwart mit der Vergangenheit zu verbinden. Am meisten verdanken sie ihre Herkunft individuellen "kulturellen" Kreationen, die hauptsächlich wirtschaftlich bedeutsam sind.

Eine weitere Ebene, die diesen Prozess in gewisser Weise ergänzt, ist der Ansatz, dass Einzelpersonen in einem bestimmten Gebiet durch den Einsatz des "banalen Nationalismus" ständig an "ihre Nation" und "ihre Werte" erinnert werden. Nach diesem Konzept von Michael Billig wird die Idee der Nation kontinuierlich durch Symbole, Räume und Diskurse, die von Münzen und Gebäuden über Denkmäler bis hin zum alltäglichen Sprachgebrauch reichen, konstruiert, reproduziert und verstärkt (Billig 1995). Essen kann für den "banalen Nationalismus," also alltäglichen, unbemerkten Nationalismus, als Beispiel dienen. Die Entwicklung einer nationalen Küche beinhaltet die Aufnahme einer Vielzahl von Gerichten in den Diskurs der Nation, und die bloße Erwähnung eines nationalen Gerichts kennzeichnet die Nation stillschweigend. So wird zum Beispiel das Servieren von *Šopska-Salat* jeden Gast in Bulgarien sanft daran erinnern – vorausgesetzt natürlich, dass er oder sie sich dieses besonderen Diskurses der Nation bewusst ist.

Da Essen und Trinken häufig als Symbole ethnischer oder nationaler Identität fungieren, behauptet der Ethnologe Konrad Köstlin (1998), dass kulinarische Muster, die am ehesten als landestypisch präsentiert werden, einige wenige, klar erkennbare Merkmale aufweisen, die sie von den kulinarischen Traditionen anderer Nationen unterscheiden. Wenn diese über kulturelle Grenzen hinweg leicht kommunizierbar sind,

erleichtert dies wiederum ihre transnationale, sogar globale Vermarktung und Verbreitung – eine Qualität, die sowohl für den Tourismus als auch für die Gastronomie relevant ist. In diesem Sinn ermöglicht Essen einen greifbaren und konkreten Zugang zum illusorischen Konzept der nationalen Identität. Es ist besonders nützlich, weil es keine reine Kategorie ist, sondern vielmehr in historische, politische und ideologische Veränderungen und wirtschaftliche Erwägungen verwickelt ist und von diesen beeinflusst wird. Wenn wir von nationalem Essen sprechen, gibt es inhärente Widersprüche zwischen der komplexen, facettenreichen Vergangenheit und dem nationalen Bestreben, eine gemeinsame Geschichte, wie sie den Essgewohnheiten zufolge zu sein scheint, zu präsentieren. Eine genaue Betrachtung der Essgewohnheiten kann ein Fenster in die Komplexität der Vergangenheit einer Nation bieten und einen Weg, ihre Gegenwart besser zu verstehen.

In der vorliegenden Arbeit wird vor dem Hintergrund dieser Forschungsrahmen analysiert, welche Rolle die Verbreitung einer kulinarischen Innovation bei der Inszenierung und Präsentation nationaler Identität zu ökonomischen Zwecken im Bereich des Tourismus in Südosteuropa im Kontext gemeinsamer regionaler Ernährungsgewohnheiten spielt.

Das Projekt wurde mit einer multi-sited ethnography durchgeführt, um das Forschungsfeld im Blick zu behalten und es in seinen verschiedenen Aspekten und an mehreren Orten zu erfassen (Marcus, G.E. 1995a). Die methodologische Vorgehensweise der qualitativen Interviews erlaubte, von Gastronomen und Verbrauchern mehrere Perspektiven über den Salat und seine Präsentationen in Speisekarten zu erfahren. Um die transnationale Verbreitung und die Bedeutung des Salats in den verschiedenen kulinarischen Etablissements Südosteuropas zu analysieren, basiert meine Untersuchung auf einer explorativen, multilokalen Feldforschung, die ich durch kurzfristige Forschungsbesuche in Sofia, Belgrad, Niš und Skopje über einen Zeitraum von mehreren Monaten im Sommer 2019 durchgeführt habe. Das Ziel der multilokalen Feldforschung war es, abwechslungsreiche Perspektiven zu erfahren, die ein Resultat transnationaler Prozesse der Vergangenheit und Gegenwart sind.

Als einen wichtigen Beweis für die historische Verbindung zwischen dem Produkt, seinem Namen und seiner Entwicklung wurden historische Quellen, agronomische Literatur, Kochbücher, alte Zeitungsartikel sowie auch Online-Artikel und -Rezepte aus verschiedenen Ländern studiert und analysiert, um mehr über die Entstehung und Verbreitung des Salats zu erfahren. Als wichtige und aufschlussreiche Quelle zur Geschichte und Entwicklung der nationalen Küchen und der Bedeutung traditioneller bulgarischer, serbischer und mazedonischer Gerichte sowie für den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit wurden frühausgegebene Kochbücher und solche aus der kommunistischen Periode Bulgariens und Jugoslawiens untersucht. Diese Werke, aus dem ausgedehnten 20. Jahrhundert, stellen nur eine repräsentative Auswahl dar und dienen dazu, einen Eindruck über die darin enthaltenen Speisen als materielle Ausdrucksformen der nationalen Kultur und Identität zu vermitteln. Ungeachtet der schwierigen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Lage besonders unmittelbar nach 1918 erhöhte sich die Anzahl der Kochbuch-Veröffentlichungen, die im Zuge der beginnenden Globalisierung der Welt die nationalen Bestrebungen der untersuchten Länder zur Ansicht bringen, und sie zeigen darüber hinaus ihren wichtigen Stellenwert in der Gestaltung der nationalen Einzigartigkeit. Aus diesem Grund wurden Publikationen, die in die Zeit ab dem Ende des Ersten Weltkriegs datieren, untersucht, da sie Vermittler der zeitgenössischen Lebensumstände und der politischen und wirtschaftlichen Lage des jeweiligen Landes sind.

In Bezug auf die bulgarischen Kochbücher und ähnlichen Publikationen ist anzumerken, dass es hauptsächlich um Veröffentlichungen geht, die für die staatlichen Gastronomiebetriebe *Gesunde Ernährung* und *Öffentliche Ernährung* und für die Restaurants des staatlichen Unternehmens *Balkantourist* bestimmt waren. Dies liegt an der Tatsache, dass das politische System in Bulgarien zentralisiert war und die wesentlichen Merkmale seiner Zentralplanwirtschaft das staatliche Eigentum an Produktionsmitteln und die Versorgung der Bevölkerung und Touristen waren. Zu den serbischen Kochbüchern stammte das Material jedoch zum größten Teil aus privaten Beständen und Sammlungen und dies ermöglichte der Untersuchung eine relativ große Zahl von vorwiegend serbischsprachigen Originalmaterialien, die sehr bedeutend für

den Forschungsgegenstand waren. Die Verfügbarkeit verschiedener Auflagen des emblematischen für Serbien und zu einem großen Teil für Mazedonien *Veliki narodni kuvar* ("Großes Nationales Kochbuch") erlaubte einen Vergleich von Kochbuch-Rezepten aus den verschiedenen politischen Perioden beider jugoslawischer Republiken. Für die Untersuchung der serbischen Veröffentlichungen wurden namentlich und teilweise auch inhaltlich in verschiedenen – vor allem englischsprachigen – Studien Bezug herangezogen. Infolge der mehrmonatigen Recherche in diversen Bibliotheken, im Internet und bei serbischen und nordmazedonischen Verwandten, Bekannten und Gastgebern, die mich während meiner Forschungsreise in den verschiedenen Städten dieser Länder untergebracht haben, ließ sich eine große Auswahl von Materialien finden. Wichtig ist auch noch anzumerken, dass viele der Informationsquellen im Internet verfügbar und leicht zugänglich waren. Viele Zeitungen haben Websites, auf denen häufig aktualisierte Online-Ausgaben sowie Nachrichtendienste und Blogs gehostet werden. Sie sind von besonderer Bedeutung, weil sie ein wichtiger Verbreiter von Mythen sind, die den Salat mit jahrhundertealten Ereignissen und Traditionen verbinden.

Lebensmittel sind häufig in wirtschaftliche und politische Prozesse verwickelt. So werden bei den zeitgenössischen Ereignissen der europäischen Integration auf dem Balkan Lebensmittel zur Markierung der Grenzen zwischen Ländern mit gemeinsamer politischer Vergangenheit und Esskultur eingesetzt. In dieser verwickelten und verworrenen Geschichte der Zugehörigkeit und vor allem der Echtheit des *Šopska-Salats* entwickelte ich folgende Forschungsfragen: Wie hat sich das Projekt des Salats als nationales Gericht in Bulgarien entwickelt, etabliert und institutionalisiert? Wie ist die Entwicklung des Salats mit den sozialen Prozessen in Bulgarien verknüpft? Welche transnationalen und sozialen Verflechtungen zwischen den Ländern im südosteuropäischen Raum wirken auf den *Šopska-Salat* ein? Wie einzigartig ist der Salat für die kulinarische Kultur Bulgariens und anderer Balkanländer? Ich gebe zu, dass die hier erzählte Geschichte des *Šopska-Salats* subjektiv ist, da ich mich auf die Rolle des Salats in den nationalen Projekten Bulgariens und seiner westlichen Nachbarländer konzentriert habe. Ich behaupte, dass die ikonische Kraft des *Šopska-Salats* für Bul-

garien, Serbien und Nordmazedonien von seiner Fähigkeit herrührt, als gemeinsamer, einheitlicher Marker für eine Vielzahl von Fraktionen innerhalb der Balkangesellschaften zu dienen. Der Salat wird von externen Akteuren leicht akzeptiert und übernommen, da die Zutaten, die keiner bestimmten ethnischen Gruppe "angehören," tatsächlich einer der Gründe für seinen Erfolg sind. Sie sind Teil der Esskultur jeder Balkan-Nation geworden. Wie hier betrachtet, kann der Fall des *Šopska-Salats* einen Einblick in die Komplexität nationaler Ikonen und kultureller Vorlieben geben.

Anthropologen betrachten Lebensmittel und Lebensmittelpraktiken als wichtige Orte der Schaffung, Verhandlung und Auseinandersetzung mit kultureller Bedeutung. Um die oben gestellten Fragen zu untersuchen, folgt die Arbeit der folgenden Struktur: Zunächst werde ich mich auf Kochbücher konzentrieren, um die Entstehung, Entwicklung und Etablierung des Salats in Kochbüchern und Restaurantmenüs in Bulgarien zu untersuchen. Ich werde auch zeigen, dass dieser Prozess eng mit der Bildung der bulgarischen Nation sowie regionalen Stereotypen verbunden ist, die von ethnischen Gruppen im Land gegenüber den *Šopen*, die aufgrund ihrer Exzentrizität später Paten des Salats werden sollten, geschaffen und entwickelt wurden. Das zweite Kapitel dieser Arbeit befasst sich mit der Erfindung des kulinarischen Erbes im Rahmen der Entwicklung des Massentourismus an der bulgarischen Schwarzmeerküste seit den 1960er Jahren. Der Salat erschien unter bestimmten sozialen Umständen, basierend auf den kulturellen und natürlichen Ressourcen des Landes. In dieser Zeit war die Produktentwicklung eine Voraussetzung, um den sich ändernden Anforderungen der Touristen gerecht zu werden und die langfristige Rentabilität der Branche zu sichern. Der Massentourismus in Bulgarien konzentrierte sich auf die politischen und sozialen Dimensionen der Produktion und des Konsums verschiedener Freizeitgüter während dieser Entwicklung. In diesem Sinne hat die Erscheinung und die Etablierung des *Šopska-Salats* einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Konzepts der bulgarischen nationalen Küche geleistet. Gleichzeitig wurde in Kombination mit anderen lokalen Produkten ein touristisches Artefakt geschaffen, das zum Wahrzeichen von Bulgarentum unter ausländischen Touristen im Land wurde. Die Kombination aus *Šopska-Salat* und *Rakija* verkörpert viele der Spannungen und Widersprüche, die

mit der Entstehung Bulgariens als Sommerurlaubsdestination im Rahmen des Konzepts des Mittelmeertourismus einhergingen. Der *Šopska-Salat* symbolisiert Wohlstand und Überfluss und spiegelt auch den sozialen Wandel in der sozialistischen bulgarischen Gesellschaft wider. Infolge der Industrialisierung und der veränderten Verbrauchergewohnheiten in ganz Europa starb die handwerkliche Produktion vieler Lebensmittel, die früher in ländlichen Haushalten und kleinen Familienunternehmen hergestellt worden waren, aus, da ihre Produktion nun im sozialistischen Wirtschaftsplan integriert war. Der letzte Teil der Arbeit wird sich mit den entstandenen politischen und wirtschaftlichen Voraussetzungen im ehemaligen Jugoslawien befassen, die es Republiken wie Serbien und Nordmazedonien ermöglichten, selbst auf den Salat Anspruch zu erheben und ihn an die dortigen Essgewohnheiten anzupassen. Dieser Prozess ist, wie noch deutlich werden wird, Teil eines komplexeren Prozesses, dessen Wurzeln bis in die Jahre des Osmanischen Reiches zurückreichen. Da diese Prozesse in ihrer spezifischen Form über den nationalen Rahmen jedes Landes hinausgehen, liefern sie ein differenziertes Bild der politischen Maßnahmen, die im Kontext des zunehmenden internationalen Wettbewerbs auf dem kulinarischen Markt sowie im Kontext der europäischen Integration der Länder des Zentralbalkans ergriffen werden. Das EU-Programm soll für Herkunftsnahrungsmittel die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Lebensmittelproduzenten stärken und die Vielfalt des europäischen Lebensmittelrepertoires erhalten.

2. Kochen in Zeiten des Wandels: Das Erscheinen des nationalen kulinarischen Symbols Bulgariens

Die Symbiose zwischen Tomaten, Gurken, gerösteten scharfen und süßen Paprikaschoten, Zwiebeln, geriebenem Salzlakenkäse und Petersilie schafft einen einzigartigen Geschmack, der den Salat im Sommer zu einer beliebten Vorspeise macht. Eines der ersten Gerichte, die jeder Ausländer, der Bulgarien besucht, kennenlernt, ist der *Šopska-Salat*. Der Charme dieses Salats beruht auf der einfachen Kombination von komplementären und gleichzeitig kontrastierenden Aromen von rohem und geröstetem Gemüse, ergänzt durch den frischen Zitronengeschmack des weißen Salzlakenkäses. Da Lebensmittel und Essgewohnheiten häufig Produkte des kulturellen und kommerziellen Austauschs sowie gegenseitiger Einflüsse sind, kann die Rückverfolgung ihrer Herkunft problematisch sein. Der *Šopska-Salat* wurde aufgrund der angespannten touristischen Situation zu einem besonders heiklen Thema, zumal ihn verschiedene Nationen zu ihrem nationalen kulinarischen Symbol machten. In einer kurzen Übersicht über Online-Rezepte stellte ich fest, dass der *Šopska-Salat* auf dem Balkan und in vielen Teilen Europas durchwegs als beliebt beschrieben wird, in verschiedene Arten von Restaurantmenüs eindringt und in fast jedem Land ein etwas anderes Rezept verwendet wird. Außerhalb Bulgariens ist der *Šopska-Salat* ein obligatorischer Bestandteil der Speisekarten der Restaurants in Serbien und Nordmazedonien sowie in Bosnien und Herzegowina, Kroatien, Kosovo und Montenegro. Neben der Balkanhalbinsel ist der *Šopska-Salat* über die "Balkan Grill"-Restaurants in Städten wie Wien, München, Berlin, Frankfurt am Main, Köln, Amsterdam, Den Haag und einer Reihe anderer westlicher und nördlicher Städte des Kontinents verbreitet, sowie in mittel- und osteuropäischen Städten wie Budapest, Bratislava, Prag, Kiew und viele anderen in Ländern, die eine gemeinsame politische Vergangenheit mit Bulgarien teilen. Den *Šopska-Salat* macht seine Popularität in einer Reihe europäischer Städte und Länder berühmt, allerdings aber auch die Kontroversen über seine Herkunft und das "geistige Eigentum," da Bulgarien, Serbien und Nordmazedonien Ansprüche auf dieses kulinarische Produkt erheben.

In aktuellen Artikeln und Rezepten, die sich auf den *Šopska-Salat* konzentrieren, wird eine Reihe von Meinungen zum "Besitz" des Salats dargelegt. Aus nicht bulgarischen Artikeln (hauptsächlich serbisch) und kulinarischen Videos auf der *YouTube* geht hervor, dass der Salat oft als ein serbisches Gericht präsentiert wird, während Websites außerhalb des Balkans häufig angeben, dass es sich bei dem Salat um ein regionales Balkangericht handelt, das daher keiner Nation "gehört". Die serbische Zeitung *Telegraf* behauptet, dass der *Šopska-Salat* ein serbisches Gericht ist, und verweist auf die Tatsache, dass die *Šopen*, die den Salat "kreiert" hätten, eine ethnische Gruppe serbischer Herkunft sind. Andere serbische Quellen verbinden den Ursprung des Salats mit den mittelalterlichen Bewohnern des Šar-Gebirges in einer romantischen Geschichte von verherrlichten Milchbauern in ganz Europa, die hochwertigen Schafs- und Kuhkäse produzieren, der nur mit Schweizer Käse vergleichbar ist. Den Autoren zufolge erschien der *Šopska-Salat* erstmals im mittelalterlichen serbischen Viertel *Sirinićka župa*, dessen Einwohner reichlich Käse herstellten und ihn gemeinsam mit Tomaten, Gurken und Paprika verzehrten.² Andererseits assoziiert in Nordmazedonien ein großer Teil der Bevölkerung den Salat mit der Bevölkerung im Osten des Landes, die bis heute als *Šopen* bezeichnet wird. Dem beliebten lokalen *Mazedonischen Salat*, der traditionell mit roten süßen gerösteten Paprikaschoten, geschnittenen Tomaten, Zwiebeln und Sonnenblumenöl zubereitet wird, wird in aktuellen Online-Rezepten sowie in den Restaurants selbst neben Gurken auch der geriebene Käse hinzugefügt, der für den *Šopska-Salat* symbolisch ist. In vielen Fällen wird der Salat einfach als *mazedonischer Šopska-Salat* bezeichnet,³ während er in Rumänien als *salata bulgareasca* ("Bulgarischer-Salat") bezeichnet wird.⁴ In der populären Vorstellung und Werbung wird der Salat als eine kulinarische Tradition präsentiert, die eine lange Geschichte hat und bis in die ferne Vergangenheit zurückreicht. In modernen Kochbüchern oder Online-Rezepten sowie in lokalen Restaurants in den verschiedenen Reiseländern am Balkan und Mitteleuropa, die den Besitz beanspruchen, wird der

² vgl. <https://www.telegraf.rs/zanimljivosti/zabavnik/2985496-sopsku-salatu-jedemo-i-volimo-svi-a-maloko-zna-kako-je-nastala-i-ko-su-sopski-srbi-po-kojima-je-i-dobila-ime>; <https://kuhinjarecepti.com/2012/01/sopska-salata/>, zuletzt abgerufen am 14. März 2020.

³ vgl. <http://beautyharmonylife.com/tag/makedonska-salata/>, zuletzt abgerufen am 14. März 2020.

⁴ vgl. <https://www.reteteppractice.ro/retete/salata-bulgareasca>, zuletzt abgerufen am 14. März 2020.

Šopska-Salat häufig anders, z.B. ohne Paprikaschoten oder Zwiebeln (Serbien, Nordmazedonien, Kroatien usw.), zubereitet, jedoch mit Zucker (in der Tschechischen Republik und Slowakei).⁵ Eine Reihe deutscher Websites und persönlicher Blogs belebt dank Kochbüchern und persönlichen Erinnerungen einige Gerichte aus DDR-Zeiten.



Abbildung 2: *Šopska-Salat* mit roten Paprikaschoten und Käse in kleine Würfel geschnitten, Prag, Tschechien.
Quelle: Privatfoto von Filip Stankovich © 2019

Mit einer "Ostalgie" erinnern die

Autoren durch viele Gerichte aus dem ehemaligen Ostblock, wie *Soljanka*, *Spirelli* mit Tomatensoße und hineingeschnittenen Würstchen, Würzfleisch und russische *Pelmeni* (gefüllte Teigtaschen) mit Schlagsahne an die Tage der DDR-Gourmet-Klassiker, die zum Alltag der ostdeutschen Bürger gehörten. Unter ihnen ist der beliebte *Šopska-Salat*.⁶

Trotz der unterschiedlichen Rezepte und Ansprüche steht jede Präsentation des Salats mit Kultur und Geschichte in Verbindung, um den Wunsch der Gäste nach *Šopska-Salat* und dessen angenehmen Geschmackserlebnisses zu wecken. Auf diese Weise wird versucht, Einheimische und Fremde in die Kulturgeschichte des bewohnten und besuchten Landes einzubeziehen. Es sind die Strategie und der Jargon, die es Einheimischen und Ausländern zu ermöglichen scheinen, das einheimische kulturelle Erbe durch Essen zu erleben, indem sie die Geschichte eines Gerichts erzählen und ihm dadurch eine bestimmte kulturelle Bedeutung eines kulturellen Geschmacks verleihen. Jedes Gericht braucht also seine Geschichte, seine ästhetischen Werte, um da-

⁵ vgl. <https://www.pazitka.cz/predkrm/sopsky-salat/>, zuletzt abgerufen am 14. März 2020.

⁶ vgl. <https://www.berlin.de/special/gesundheits-und-beauty/rezepte/deutsche-kueche/59432-1864405-ddrkueche-wir-schmorten-im-eigenen-saft.html>; <https://ddr-rezepte.net/bulgarischer-schopska-salat/>; <https://www.meinkleinerfoodblog.de/schopska-salat/>; <https://www.zeit.de/2011/03/D-DVD-Weissensee>, zuletzt abgerufen am 14. März 2020.

durch bewahrt zu werden. Die Geschichte hilft, auf emotionaler und sinnlicher Ebene die Bedeutung des Geschmacks und auf lokaler Ebene die zentrale Rolle des Essens zu verstehen. In diesem Sinne verspricht das Gericht einen direkten Einblick in die Essenz der Kultur. Die faszinierende Geschichte und die exotische, aber gleichzeitig vertraute Darstellung symbolisieren eine enge Nähe zwischen Gericht und Verbraucher und die Möglichkeit, durch die Ausübung der "virtuellen Ethnizität" in die andere Kulturwelt einzutreten. Wie Konrad Köstlin behauptet, gibt es heute kein Gericht oder Lebensmittel ohne eine eigene Geschichte, die dessen Bedeutung erklärt und seinen Geschmack modelliert und selbst wiederum stark von der Gastkultur beeinflusst ist (Köstlin 1998: 111f). Hier zielt die geheime Botschaft darauf ab, sich an den genussvollen und einfachen Konsum des Gerichts anzupassen, damit der Konsument das erfolgreiche "storytelling" weiterführt.

In diesem Zusammenhang stelle ich in nächsten Teilen die folgenden Fragen: Wann, wo und unter welchen Bedingungen erscheint der *Šopska-Salat*? Wie hat sich der Salat in den Kochbüchern, Restaurantmenüs und in der Öffentlichkeit etabliert, institutionalisiert und verteilt? Warum heißt der Salat *šopska* und woher kommt der Name? Wer sind die *Šopen* und was wissen wir über sie? Warum ist *Šopska-Salat* ein kulinarisches Symbol Bulgariens geworden? Darüber hinaus werden in diesem Teil die Diskurse des Gastronationalismus während der Tourismusedwicklung in Bulgarien untersucht. Sie dienen sowohl für Bulgarien als auch für die anderen Balkanländer dazu, aus dem gemeinsamen kulinarischen Erbe des Balkans eine einzigartige Identität zu erlangen.

2.1 Grundsteinlegung der bulgarischen Nationalküche

Die Küche spielte eine zentrale Rolle bei der Entwicklung des Konzepts der bulgarischen nationalen Identität. Es besteht kein Zweifel, dass Lebensmittel und die Art und Weise, wie verschiedene Zutaten kombiniert und gekocht werden, ein wichtiges Element nationaler und kultureller Identität sind. Weil jede Nation ihre eigene Küche haben muss, standen bulgarische Kochbücher schon nach der Befreiung des Landes

1878 in limitierten Auflagen an erster Stelle und wurden in den Jahrzehnten nach dem Ersten Weltkrieg in einer größeren Vielfalt von Erscheinungsformen veröffentlicht, insbesondere in den Jahren der sozialistischen Herrschaft. Die Küche war ein nützlicher Teil des Aufbaus der nationalen Kultur und eine "Stütze" des Prozesses der Vorstellung der Nation, wie Benedict Anderson es beschreibt (1993). Diese Auffassung ist ein gutes Beispiel dafür, wie die nationale Identität Bulgariens durch die Aneignung und Zusammenstellung einer Vielzahl von "regionalen" oder "ethnischen" Rezepten gestärkt wurde, die oft lange und komplexe kulinarische Geschichten sowie inländische Ideologien widerspiegeln. Nationalgerichte "markieren" konstant und unsichtbar die Nation und sind ein gutes Beispiel für "banalen Nationalismus" (Billig 1999). In diesem Teil werden das Auftreten und die Entwicklung des *Šopska-Salats* in den bulgarischen Kochbüchern und seine Beteiligung an identitätsstiftenden Prozessen untersucht. Diese Kochbücher enthalten "traditionelle" Rezepte, die neben den Modernisierungsprozessen der Gesellschaft und des Landes den "nationalen kulinarischen Geist" widerspiegeln.

Es ist erwähnenswert, dass unter der osmanischen Herrschaft und lange danach ein Teil der Bulgaren das Kochen nicht nach schriftlichen Rezepten gelernt hat, sondern mündlich von Müttern und Großmüttern. Die bulgarische Küche war vor der Modernisierung des Landes und lange danach weitgehend eine mündliche Küche. Kochbücher setzen eine gebildete Bevölkerung voraus, ebenso wie Rezepte, die in Zeitungen veröffentlicht und zunächst für eine bestimmte Leserschaft produziert wurden. Mit der Verbesserung der allgemeinen Bildung, hauptsächlich in Städten, wurden Kochbücher populärer und die Leserkreise erweitert, was das kulinarische Publizieren in den Jahrzehnten ab dem Zweiten Weltkrieg förderte. Je weniger Küchenwissen von den älteren Generationen an die jüngeren in der Familie weitergegeben wurde, desto mehr Bedeutung gewannen die Kochbücher nicht nur für urbane Haushalte, sondern auch außerhalb der städtischen Zentren als kulinarische Quellen bei der Vermittlung regionaler Essgewohnheiten. Die bulgarischen Kochbücher stellen auch einen Bruch mit traditionellen Erfahrungen oder einem erfundenen Wissen vergangener Zeiten dar und bilden die Entwicklung spezieller Essgeschmäcker und deren Konstruktion als

regionale Einzigartigkeit ab. Das Kochbuch ist nicht mehr nur mit der Bereitstellung des Rezepts verbunden, sondern auch mit der Erzählung und dem Bestehen auf der Erhaltung alter Kochtechniken und der Auswahl der Zutaten.

Als entscheidender Schritt zur Etablierung der nationalen Küche wurde in Bulgarien zur Zeit des Staatssozialismus eine Reihe von Kochbüchern veröffentlicht, in denen "authentische" Rezepte zusammengestellt und angepasst wurden. Appadurai behauptet, dass:

*"Kochbücher [...] zur bescheidenen Literatur komplexer Zivilisationen gehören [...] Sie spiegeln die Grenzen der Essbarkeit [...] und die Struktur innerstaatlicher Ideologien wider. Die Existenz von Kochbüchern setzt nicht nur ein gewisses Maß an Alphabetisierung voraus, sondern auch die Bemühungen einer Vielzahl von Fachleuten, die Küche zu standardisieren, kulinarische Überlieferungen zu vermitteln und insbesondere die Reise von Lebensmitteln vom Markt bekannt zu machen"*⁷

Der Nationalismus ist eine dieser innenpolitischen Ideologien, die als dominante Ideologie des internationalen Staatssystems verinnerlicht wird, das verschiedene Arten politischer, wirtschaftlicher und sozialer Kräfte betreibt. In diesem Zusammenhang werde ich verfolgen, wie *Šopska-Salat* mit Hilfe von Köchen, Gastronomen, Wissenschaftlern und touristischen Medien im Kontext des sich entwickelnden internationalen Tourismus im Land erscheint und sich entwickelt, präsentiert und in den Kochbüchern etabliert.

Die bulgarischen Kochbücher folgen dem turbulenten Weg des Wandels in der bulgarischen Gesellschaft und decken die Distanz von der politischen Befreiung von der osmanischen Herrschaft im Jahr 1878 über die Modernisierung des Landes im späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts bis zum Kommunismus, der in den 1990er Jahren zu einem demokratischen Wandel führte, ab. Das bulgarische kulinarische Verlagswesen

⁷ vgl. Appadurai, Arjun (1988): *How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India*, hier S.3. Eigene Übersetzung des Autors.

beginnt mit dem Anhänger der bulgarischen nationalen Wiedergeburt Petko R. Slavejkov, der um 1870 das erste Kochbuch auf Bulgarisch herausgab. Es ist auf die Bedürfnisse der damaligen bulgarischen Elite im Osmanischen Reich abgestimmt und der Autor konzentriert sich auf die in Konstantinopel zubereiteten Gerichte, ohne auf bulgarische lokale Spezialitäten Bezug zu nehmen. Besonderes Augenmerk wird auf ausländische Gerichte gelegt – englische, dänische, russische, deutsche, amerikanische, französische, niederländische, italienische usw. –, obwohl zu dieser Zeit in Istanbul viele Einwanderer aus verschiedenen bulgarischen Städten und Dörfern lebten (Slavejkov 1870). In anderen Schriften dieser Zeit gibt es jedoch nur selten Hinweise auf eine solche Auswahl an Lebensmitteln und vor allem in ländlichen Gebieten verfolgten Wissenschaftler mit explizit ethnografischen Zielen zwar andere Aspekte des Alltags, nicht aber die Muster des Lebensmittelkonsums.⁸

In den folgenden Jahrzehnten wird die kulinarische Literatur im neu gegründeten Staat von der französischen Küche und von westeuropäischen kulinarischen Trends dominiert, die andere Geschmäcker und Kochpraktiken als die orientalische Küche verbreiteten. Mit den kulinarischen Rezepten sollten nicht nur bestimmte Gerichte und Kochtechniken dem Lesepublikum nahegebracht, sondern auch die "ungesunde" Art des Kochens beendet werden (Kollektiv 1895: 3-4; Apostolov 1990: 180). Die ersten Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts waren ein Wendepunkt in der Entwicklung hin zu modernen "europäischen" Essgewohnheiten im urbanen Kontext (also der Verzehr und die Verwendung von bestimmten Gemüsesorten und -produkten, die lange Zeit nur in Städten konsumiert worden waren, wie z.B. rote Tomaten und Sonnenblumenöl). In diesem Zusammenhang tauchten Gerichte aus der ausländischen Küche auf und es zeigten sich Unterschiede zwischen den lokalen kulinarischen Traditionen und denen in anderen geografischen Regionen wie dem Osmanischen Reich. In dem ers-

⁸ Selbst der bekannte bulgarische Ethnograph Dimităr Marinov liefert in seinen ethnographischen Studien in Westbulgarien keine umfassenden und detaillierten Informationen über das Essen und die kulinarischen Praktiken der lokalen Bevölkerung, mit Ausnahme der Erwähnung bestimmter Gerichte wie die berühmte *šopska-ljutenica*. Sein Interesse galt hauptsächlich der materiellen Kultur der Bevölkerung, wie zum Beispiel die Trachten, und er unterschied sie klar von den verschiedenen Gebieten und Dörfern in Form, Farbe und Anordnung der verschiedenen Ornamente. Regionale Kennzeichnungen und Unterschiede in der bereichsspezifischen Zubereitung von Speisen fehlen nicht nur täglich und in den Kochbüchern, sondern auch für den Ethnographen. Der "nationale" Charakter der Küche war sicherlich nicht von wissenschaftlichem Interesse (vgl. Marinov 1901: 1–192).

ten Jahrzehnt nach dem Ersten Weltkrieg wurden Kochbücher in größerer Anzahl aufgelegt und verkauft, die nicht mehr für eine kleine Schicht Gebildeter und kulinarisch Interessierter geschrieben worden waren, sondern für Hausfrauen und Köchinnen, die sie alltäglich bei der Speisenzubereitung benutzten. In diesen Kochbüchern erscheinen zum ersten Mal Gerichte wie der Salat (500 recepti 1927; Negencova-Vladinska 1929). Die neue Koch- und Servierkultur wurde in Bulgarien zu Beginn des 20. Jahrhunderts zu einem Gegenstand besonderer Bildung und Kenntnisse, da sowohl junge Damen als auch professionelle Köche in der Lage sein sollten, im "europäischen" Stil zu kochen und grundlegende Gerichte aus der bulgarischen Küche zuzubereiten. Mit der "europäischen" Küche zeichnete sich auch der Trend ab, regionale Labels zu verwenden, um nur in kleinen Details voneinander verschiedene Speisen nach Zutaten, Aromen oder kulinarischen Details zu unterscheiden. Kochbücher waren zu dieser Zeit sehr aktiv an der Verbreitung der modernen bulgarischen Gewohnheiten des Kochens und Servierens beteiligt (Vukov 2008: 41). Sie wurden zunächst als Anhang zu Zeitschriften und Zeitungen veröffentlicht und boten vor allem Rezepte aus der internationalen Küche an. Obwohl bulgarische Gerichte in diesen Kochbüchern weniger vertreten waren, wurde dennoch eine ganze Reihe solcher Rezepte für einheimische Suppen und osmanische Gerichte wie *sarmá*, *jahnija*, *kapama* usw. abgedruckt. Es ist jedoch erwähnenswert, dass keines von ihnen als "bulgarisch" oder mit regionalem Namen bezeichnet wurde. Das Hauptaugenmerk lag auf der Schaffung einer "modernen" Esskultur mit einer Vielfalt von Formen, Speisen und Geschmäckern, und wenn die Aufmerksamkeit auf traditionelle Arten von Gerichten gelenkt wurde, trugen diese keine regionalen Erkennungsmerkmale, während die "europäischen" Gerichte oft regionale Bezeichnungen hatten.

In den Kochbüchern der 1930er und 1940er Jahre taucht ein kaum wahrnehmbares, aber dennoch wichtiges Symptom des Wandels in der modernen, urbanen Kochkultur Bulgariens auf. Die bulgarischen Kochbücher waren bis Mitte der 30er Jahre des 20. Jahrhunderts hauptsächlich an dem osmanischen kulinarischen Erbe oder der westeuropäischen Küche orientiert. Erst ab den 30er Jahren begannen die Autoren sich für regionale Speisen zu interessieren und in den Kochbüchern erschienen die ersten

Speisen mit regionalbezogenen Namen. Der allgemeine Ton der Kochbücher in den 1930er und 1940er Jahren glich zwar noch immer eher einer "Reise um die Welt," doch führen diese Bücher auch mehrere regionale Labels in das bulgarische Kochbuchrepertoire ein und damit auch die Kennzeichnung traditioneller bulgarischer Rezepte, einschließlich der Verwendung regionaler Bezeichnungen (Miteva-Karakaševa 1932; Peeva 1934; Simeonova 1935; Ivanov 1937; Chakanova 1937; Christova 1938; Slavčeva 1941). Es handelte sich dabei um die sogenannte *Hausmannskost* (Schlegel-Matthies 1997: 215) der kleinbürgerlichen bulgarischen Familie, um einfache, nahrhafte Speisen, die als expliziter Gegensatz zur feineren westeuropäischen bürgerlichen Küche und als explizite Abgrenzung zum osmanischen kulinarischen Erbe begriffen werden können. Dazu gehörten einige der Rezepte, die später zu äußerst berühmten Beispielen der "traditionellen bulgarischen Küche" wurden, wie *jajca po panagjurski* (Eier nach Panagjurište-Art) (Ivanov 1937: 44), *makedonska nadenica* (Mazedonische Wurst) (Kochkalender 1937: 384–385), *lukanka po koprivštenski* (Salamiwurst nach Koprivštica-Art) (Christova 1938: 67) und *dunavska skumrija na skara* (Gegrillte Donau-Makrele) (Slavčeva 1941: 38).

Im Zusammenhang mit der wachsenden Zahl von Kochbüchern und der Europäisierung der Essgewohnheiten entstanden verschiedene Arten von Salaten, was sowohl auf die Modernisierung des Kochens als auch auf die bereits intensive Gemüseproduktion im Land zurückzuführen ist. Das erste dokumentierte Salat Rezept mit regionalem Namen heißt *Šopska-Salat*, in dem erklärt wird, es handle sich um *ljutenica*. Für die Zubereitung werden zwei gekochte rote Paprikaschoten benötigt, die von ihren Samen befreit werden, Knoblauch und eine oder zwei Zwiebeln, die vorher in Olivenöl gebraten werden. All dies wird mit Salz und Essig gewürzt und schließlich vermischt. Gegebenenfalls werden Scheiben von Salzkartoffeln oder weiße Rüben hinzugefügt (Krāsteva 1940: 44). Dieses erste Erscheinen des Salats mit dem geografischen Hinweis im Titel, dass er aus dem *Šopluk* kommt, verweist auf die Popularität der *šopska-ljutenica* und die bekannten Ernährungsgewohnheiten der Region. Noch mehr – das Rezept verweist auf seine neue Bedeutung in Richtung einer etablierten

kulinarischen Besonderheit. Es geht um seine Tradiertheit als regionale Ikone des *Šopluka*, wo das Kochbuch verkauft werden sollte.

2.2 Eine Innovation in der Ernährung sozialistischen Bulgari- ens: Die Mutation des Šopska-Salats

In der Nachkriegszeit änderte sich der Charakter der Kochbücher. In den späten 1940er Jahren sowie in den 1950er und 1960er Jahren, die die ersten Jahrzehnte der sozialistischen Herrschaft in Bulgarien waren, setzten bedeutende globale und innerstaatliche Veränderungen ein. Neue Einflüsse traten auf, wie die Vorliebe für Exotik, die Lust auf Experimentieren, die *nouvelle cuisine*, schließlich neuerliche Belebung alter "Traditionen" und regionaler Koch- und Essgewohnheiten. Allerdings erfolgte nicht wirklich eine Revitalisierung traditioneller Kost, sondern eine sehr selektive Veränderung, Aufbereitung und Verfeinerung. Mitte der 1950er Jahre dominierten globale Ernährungstrends die Idee einer gesunden Ernährung, was die Entwicklung von Kochbüchern und Frauenzeitschriften beeinflusste, in denen eine Vielzahl von Rezepten für Salate und Speisen mit mehr rohem Gemüse vorherrschte (Montanari 2004: 46). Ab den 1950er Jahren erhielt die Idee einer gesunden Ernährung und des Verzehrs von Vitaminen einen zusätzlichen Schub und etablierte sich sowohl in Bulgarien als auch in der globalen Perspektive als langanhaltender Trend. Seit dem Ersten Weltkrieg wurden in Bulgarien vermehrt Sonnenblumen angebaut, die von da an zu den verbreitetsten ölliefernden Pflanzen gehörten. Das Sonnenblumenöl verdrängte nach und nach tierische Fette wie Schmalz oder Hammelfett. Die Erhaltung des Vitamingehalts in den Gemüsegerichten wurde auch zu einer Grundaufgabe der kommunistischen Staatsmacht. Diese versuchte, diese Anforderung durch zentralisierte Institutionen umzusetzen, die ihr zur Verfügung standen. Nach dem Aufkommen der kommunistischen Herrschaft kollektivierte die neue Regierung intern die Landwirtschaft, was zur geplanten Mechanisierung und zur Zunahme der geplanten Umsetzung in der Gemüse- und Milchproduktion führte. Die Entwicklung der Agro- und Milchtechnologie und der wissenschaftlichen Tätigkeit ermöglichte den Anbau qualitativ hochwertiger Frühsetzlinge, hohe Erträge bei der frühen und späten Ge-

wächshausproduktion der Gemüsesorten und größere Mengen der Milchproduktion. Die Bedürfnisse des Binnenmarktes wurden erfüllt und ein Großteil der landwirtschaftlichen und Milchproduktion war für den Export von Frisch- oder Konservenerzeugnissen bestimmt, wobei die rentablen Gemüsepflanzen wie Tomaten, Paprika, Zwiebeln und Gurken eine wichtige Rolle bei der Exportproduktion spielten. Von allen Gemüsesorten standen Tomaten an erster Stelle. Sie wurden zu einem wichtigen Rohstoff in der Gastronomie. Den zweiten Platz nach der Tomatenproduktion belegten die Paprika, die zusammen mit Tomaten und Gurken aufgrund ihres hohen Vitamingehalts der Hauptrohstoff für die Herstellung von Salaten sind. Für die Etablierung des bulgarischen Gemüses auf dem Markt und die Schaffung neuer kulinarischer Sortimente wurde eine einzige Rezeptsammlung für alle staatlichen gastronomischen Einrichtungen wie Betriebskantinen, Gaststätten und Restaurants oder in der Schulküche herausgegeben. Die kulinarischen Rezepte waren auf die kulinarischen und technischen Erfordernisse der Zeit zugeschnitten und zielten auf die richtige Kombination von Aromen verschiedener Arten von Lebensmittelkomponenten ab, basierend auf der Technik, die für verschiedene Arten von Gerichten entwickelt wurde.

Neben den Restaurants gab es viele Orte, an denen billig öffentlich gegessen werden konnte. Dies war möglich durch die Bemühungen verschiedener staatlicher Institutionen wie des Ministeriums für Binnenhandel, der Handelsabteilungen der Kommunen im ganzen Land, der staatlichen Unternehmen *Gesunde Ernährung* und *Öffentliche Ernährung* usw. (Božkov 1970). Ihre Existenz und Funktionsweise wurde durch staatliche Vorschriften geregelt. Die Periode war auch gekennzeichnet durch eine neue Mobilität der Menschen im ganzen Land (aufgrund von Umsiedlung, Kollektivierung der Landwirtschaft, Industrialisierungspolitik, großen Bauprojekten oder verstärkten Bildungsinitiativen), durch die Einführung neuer Arten des gemeinschaftlichen und kollektiven Lebens und durch die Einbeziehung von Frauen in der industriellen Produktion und die daraus resultierende radikale Verkürzung ihrer Zeit für die Zubereitung von Speisen zu Hause. All diese Faktoren trugen dazu bei, dass mehr Plätze für öffentliche Mahlzeiten zur Verfügung standen, vor allem am Arbeitsplatz, und dass die Kantinenköche von herkömmlichen und weitgehend einheitlichen Me-

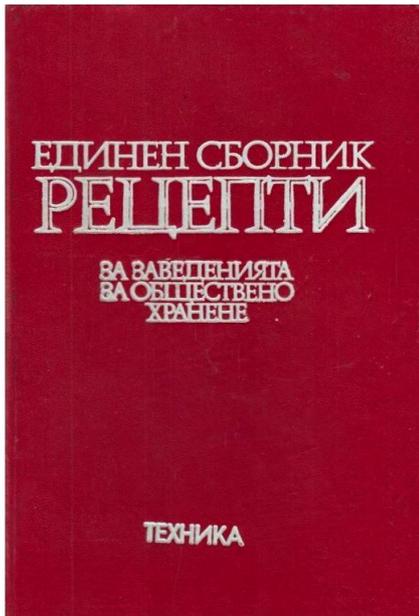


Abbildung 3: Veröffentlichung der einheitlichen Rezeptsammlung, die das wichtigste normative Dokument für die Produktion, Rechenschaftspflicht, Kontrolle und Schulung des Personals aller staatlichen Gastronomiebetriebe in Bulgarien während des Sozialismus. Sofia, 1978.

Quelle: <http://kulinar.bg/Рецептурникът-който-пазеше->

nüs abhängig waren. Letztere wiederum konnten sich nicht nur auf die in ihren Familien oder Haushalten erworbenen Fähigkeiten stützen, sondern auch auf die vom sozialistischen Staat genehmigten und empfohlenen Rezeptbücher. Eine Vielzahl von Bulgaren war an einem kulturellen Übergang von "rückständigen" und "orientalischen" bäuerlichen Produktions- und Konsumgewohnheiten zur modernen Küche beteiligt, wie in einer Reihe neuer Kochbücher, Artikel in Frauenzeitschriften und anderer Leitfäden beschrieben wird.

Diese reagierten damit auf die Forderungen der Bevölkerung Mitte der 1970er Jahre nach geeigneten materiellen Gütern, um durch den Sozialismus einen neuen Status zu erreichen.

Im Allgemeinen war es in den 1950er Jahren, als die oben genannten Trends im Gemüseanbau, in der Tomatenproduktion und in der Lebensmittellideologie zu einer Zunahme der Anzahl der Salate in den Kochbüchern und insbesondere des Prozentsatzes der mit roten Tomaten zubereiteten Salate führten. Ab der zweiten Hälfte der 1950er und Anfang der 1960er Jahre nahm die Menge von frischen roten Tomaten und frischen Gurken bei der Zubereitung vieler Salate deutlich zu. Verschiedene Salate aus Tomaten, Paprika und Gurken wurden zu festen Bestandteilen der Menüs in bulgarischen Restaurants und Kneipen. Darüber hinaus wurden Salate, die mit diesen Zutaten zubereitet wurden, in großem Umfang im Alltag der Menschen eingeführt.

Diese Umstände führten zu kulinarischen Innovationen, um die noch bescheidene Küche zu bereichern. Der *Šopska-Salat* erschien erstmals in einem Rezeptbuch des sozialistischen Handelsministeriums, das ebenfalls für den Tourismus zuständig war,

und war das Werk eines maßgeblichen Kollektivs kulinarischer Produktionstechnologen. Dieses erste Auftreten eines Salatrezepts, das der heutigen Idee eines *Šopska-Salats* nahekommt und radikal anders ist als frühere Versionen, war 1956 im *Buch für die Hausfrau*, herausgegeben von Penka Čolčeva und Aleksandrina Ruseva. Der Salat ist in diesem Buch eine Mischung aus gerösteten, geschälten und geschnittenen grünen Paprika *kapija*, roten Tomaten und Gurken, gerösteten, geschälten und geschnittenen kleinen Pfefferschoten, dünn geschnittenen und leicht zerkleinerten Zwiebeln sowie geschnittener und fein gehackter Petersilie und angemacht mit Sonnenblumenöl, Salz und Essig. Diesem Rezept fehlt das symbolische Einstreuen von Weißkäse oder *Siréne*,⁹ das später zum charakteristischsten Merkmal des Salats wird (Čolčeva 1956: 95). In Bezug auf die Zutaten kann jedoch gesagt werden, dass zwischen diesem Rezept und dem *Šopska-Salat* aus den frühen 1940er Jahren eine klare Kontinuität besteht, die sich in der Verwendung von Pfefferschoten äußert, die in der populären Vorstellung immer noch ein starkes Symbol für den *Šopluk* sind. Im Fall des Salats wird die Authentizität anhand der Verwendung von Pfefferschoten gemessen. Der ehemalige Mitarbeiter des staatlichen Unternehmens für Reise- und Fremdenverkehr *Balkantourist* Petăr Dojčev führt das Erscheinungsbild des *Šopska-Salats* auf die Köche der kulinarischen Betriebe von *Balkantourist* zurück, die nach seinen Worten daran gearbeitet hätten, ein neues kulinarisches Gericht zu kreieren, das mit der Gemü-

⁹ *Siréne* ist ein in Südosteuropa hergestellter Salzkäse nach Feta-Art, der besonders in Kroatien, Serbien, Bulgarien, Rumänien, Albanien, der Republik Nordmazedonien, Griechenland und auch in Israel beliebt ist. Es ist auch als *Bjalo Salamureno Sirene* oder *Bulgarischer Feta* bekannt. *Sirene* wird aus Ziegen-, Kuh- oder Schafsmilch oder einer Kombination verschiedener Milchsorten hergestellt. Es ist weich, nass und bröckelig mit einem Fettgehalt von etwa 44 bis 48%. Es hat eine leicht körnige Textur mit einem frischen zitronigen Geschmack. Während *Sirene* aus jeder Art von Milch hergestellt wird, wird der griechische Feta vollständig aus Schafs- und Ziegenmilch oder einer Mischung zwischen ihnen hergestellt. Die Reifung des bulgarischen Käses dauert abhängig von der Milchsorte 45 bis 60 Tage und bei Feta zwischen 60 und 70 Tagen. *Sirene* wird mit Suppen und Salaten sowie Mezze serviert und auch zum Backen verwendet (Tamime 2006).

seproduktion und den Modetrends im Land und der ganzen Welt übereinstimmt.¹⁰ In den nächsten Ausgaben der Rezepte, die auf die Bedürfnisse der Restaurants ab der zweiten Hälfte der 1950er Jahre abgestimmt waren, gab es geringfügige Änderungen in der Salatzubereitung und die Rezepte gaben den Köchen die Möglichkeit, den Salat nach Wahl mit gerösteten oder mit rohen Paprika zuzubereiten (Čolčeva 1957; 1958: 64; 1959: 67-68). In den 1960er Jahren entstanden viele "exotische" Rezepte mit großen Unstimmigkeiten, wie z.B. Salat mit geriebener Tomate (Čolčeva 1964: 52) anstelle von geschnittener, mit oder ohne Paprika, die geröstet sein konnte oder auch nicht, und mit auf andere Art



Abbildung 4: Der Doyen des bulgarischen Tourismus - Petăr Dojčev.

Quelle: https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2018/12/30/3368161_shopskata_salata_e_izobretena_prez_1954-55_g_ot/.

¹⁰ Petăr Dojčev (1924-2019) wurde als Doyen des bulgarischen Tourismus bezeichnet und war Autor von Büchern und Lehrbüchern zum Thema Tourismus. Er war Gastlektor an renommierten Tourismusschulen in der Schweiz und in Italien und erhielt zahlreiche Preise und Auszeichnungen, darunter den Staatsorden *Stara Planina I. Klasse*, für große Verdienste beim Aufbau und der Entwicklung des Tourismus im Land. Petăr Dojčev wurde auch zum Ehrenbürger der Städte Burgas und Varna an der Schwarzmeerküste ernannt. In einem Interview für den Bulgarischen Nationalen Hörfunk, das am 30.12.18 veröffentlicht wurde, erzählt er als Augenzeuge die Geschichte der Herstellung der *Šopska-Salats* in einem der Restaurants des staatlichen Unternehmens *Balkantourist*: *"Dies ist der Zeitraum von 1954 bis 1955. Das Ereignis fand im Heiligen Konstantin und Elena Resort, im Restaurant Černomorec statt. Zu dieser Zeit war es eine große Herausforderung, den Bau von Goldenstrand 1955-56 zu finanzieren, und der Generaldirektor von Balkantourist – Vlado Kostov – verbrachte ständig im Resort seine Zeit. Eines Morgens besuchte er die Spezialisten des Restaurants - den Küchenchef, den Gardemanger, die Kellner und andere Mitarbeiter, und ich nahm, natürlich, an diesem Treffen teil, um die Speisekarte des Restaurants zu diversifizieren. Da der Zustrom von Touristen groß war, begannen wir, natürlich, mit den Salaten. Ich werde direkt sagen, dass dies eine Fortsetzung unseres berühmten Erntesalats ist, der fast vergessen ist. Der Šopska-Salat besteht hauptsächlich aus Tomaten und Gurken, gerösteten Paprikaschoten! Natürlich von Flocken und Samen gereinigt. Dann die Zwiebeln, aber nicht die Gartenzwiebel, sondern die roten, süßen Zwiebeln. Kein Mangel an Salz, kein Mangel an Petersilie! Sonnenblumenöl und natürlich das Markenzeichen des Salats – die Pfefferschote! Der Unterschied zwischen dem Erntesalat und dem Šopska-Salat besteht darin, dass der Erntesalat mit zerstoßenem Käse ist und der Šopska-Salat mit geriebenem Käse! Und Petersilie auf dem Käse als Garnierung! Keine Garnierung mit Tomatenrosen und anderen Dekorationen! Natürlich sollte der Kellner die Frage stellen: "Möchten Sie Zwiebeln oder keine Zwiebeln?" Und das Gewicht des Salats reicht von 150 bis 180 Gramm! Der Erntesalat ist nur mit roher Paprikaschote, mit Zwiebeln! Der Meisterkoch stand auf, machte alles fertig! Es wurde degustiert und protokolliert! Und der Salat war bereits auf der Speisekarte! Wir nannten ihn Šopska-Salat, weil, natürlich dann, als wir die Pfefferschote stachen, die Schärfe, wo die Symbol vom Šopluk ist und die wir immer mit den Šopen, die sie lieben, verbinden! Dieser Salat wurde angenommen und erreichte die Position, dass, wenn ein Deutscher oder ein anderer kommt, der am Tisch saß und sofort "Šop-Salat" sagte! Das ist die Wahrheit über diesen Šopska-Salat! Dieser Salat ist die Marke Bulgariens! Dieser Salat muss geschützt werden!"* (vgl. <https://bnr.bg/post/101062643/doaienat-petar-doichev-za-shopskata-salata-i-vajnite-istini-v-balgarskia-turizam>; wie auch Dojčev, P. 1994: *Ein Leben dem Tourismus gewidmet*. Eigene Übersetzung des Autors).

und Weise geschnittenem Gemüse. Auf Wunsch der Gäste wurde Mitte der 1960er Jahre der Salat zum ersten Mal mit geriebenem Weißkäse zubereitet. In diesen Jahren entstand ein Modetrend, der den *Šopska-Salat* zum bekanntesten Salat des Landes machen würde (Šopova & Bozukova 1965: 22-23). Einige kulinarische Publikationen bezeichneten den *Šopska-Salat* sogar als "gemischten Salat," für den nur in dünne Kreise geschnittene Tomaten, Gurken und Zwiebeln sowie in Ringe geschnittene Paprika und fein geriebener Käse benötigt würden. Das charakteristische Merkmal, das den *gemischten Šopska-Salat*, der einfach als gemischter Salat zubereitet wird, auszeichnet, ist hier nicht der geriebene Käse, sondern sind die gerösteten Pfefferschoten, die geschnitten wurden. Obwohl sich die Salatrezepte dieser Zeit in ihrer Zubereitung voneinander unterschieden, blieben geröstete, gehackte Pfefferschoten als einzige Zutat unverändert. Aus den Rezepten dieser Zeit geht seine Kodifizierung hervor, die sich in dem ikonischen geriebenen weißen Salzkäse niederschlägt. Diese Jahre zeichneten sich durch die Diffusion des *Šopska-Salats* in der Gesellschaft und unter den Touristen aus, obwohl zu diesem Zeitpunkt noch keine kodifizierten Rezepte existierten. Bestimmte Gemüsesorten, wie z.B. Tomaten, Gurken, Zwiebeln, geröstete oder rohe Paprika und Pfefferschoten, wurden in den verschiedenen Rezeptvarianten jedoch nach wie vor verwendet und mit dem charakteristischen geriebenen Käse, der für die breite Öffentlichkeit in Bulgarien ein unverzichtbares und das am besten erkennbare Attribut des Salats ist, kombiniert.

2.3 Kulinarische Moderne und Folklorisierung der Küche: Die Mediterranisierung des Šopska-Salats

Nach den 1970er Jahren entstand in Bulgarien sowie fast weltweit die Idee der nationalen Küche oder ihrer Wiederentdeckung (Appadurai 1988; Pilcher 1996: 215; Cu-

sack 2000),¹¹ die mit der neuen Ernährungspolitik des Landes im Einklang stand und darauf abzielte, die Qualität der Lebensmittel für die Bevölkerung und für die steigende Zahl der Touristen im Land zu verbessern. Die Veränderung manifestierte sich in einer neuen Haltung gegenüber nationalen Gerichten und regionalen Rezepten. Der Trend wird in Bulgarien von Nikolaj Dželepov in seiner interpretativen Monographie behandelt, die einen speziellen Abschnitt zum Thema *Warum wir unsere nationale Küche neu erfinden müssen?* enthält, in dem der Autor auf die Idee einer vielfältigen und gesunden nationalen Küche eingeht (Dželepov 1971: 23-27). Diese neue Haltung drückte sich in einem starken Trend zu Rezeptbüchern für die staatlichen gastronomischen Einrichtungen wie die Restaurants von *Balkantourist* aus, die in den 1970er und 1980er Jahren veröffentlicht wurden. Sie sollten vor allem den Anforderungen des Tourismus gerecht werden und durch die Erhöhung der Anzahl regionaler und "traditioneller" Rezepte mehr einheimische Grundgerichte anbieten. Für den Aufbau einer "bulgarischen Nationalküche" fand in Plovdiv im Jahr 1973 ein historisches Treffen der bulgarischen Köche statt. Veranstalter waren das *Ministerium für Binnenhandel* und die *Zentrale Genossenschaft*. Das Treffen war das Ergebnis des klaren Trends zu Industrialisierung und Verstädterung, der in den 1950er und 1960er Jahren stattgefunden hatte. Die "bulgarischen Nationalgerichte" sollten neu gewürdigt werden, um sie in Zukunft in die gastronomischen Einrichtungen einzuführen (Dečev 2013: 100).

In Kochbüchern, die in den 1970er Jahren für die Gastronomie bestimmt waren, wird der *Šopska-Salats* weiterhin mit Gemüsevariationen nach Wahl zubereitet, z.B. mit frischer oder gerösteter Paprika, mit Zwiebeln oder ohne, mit oder ohne grüner Paprika, aber immer mit geriebenem Weißkäse darauf, der zu einem unverzichtbaren Attribut des Salats geworden war (Mošlev 1970: 72-73). In dieser Zeit wurde der

¹¹ Jeffrey M. Pilcher, der über die Entstehung der mexikanischen nationalen Küche schreibt, hat gezeigt, wie eine komplexe kulinarische Geschichte zu einer Reihe mexikanischer nationaler Identitäten beigetragen hat, bei denen die häufigste kulinarische Metapher für die mexikanische Nation *Mole Poblano* war (1996: 193). Arjun Appadurai hat auch argumentiert, dass die zeitgenössische indische nationale Küche, die durch die Herstellung von Rezeptbüchern durch bürgerliche indische Frauen gefördert wurde, sowohl ethnische als auch Kastengrenzen verwischt haben (1988: 3-24). Ähnliche komplexe kulinarische Geschichten wurden in Afrika von Igor Cusack abgebildet (2000: 207-225).

Šopska-Salat in den Betrieben von *Balkantourist* angeboten und wurde aufgrund der strukturierten Präsentation seiner Zutaten zu einer Attraktion für die Touristen. Der Zweck von Salaten oder Vorspeisen ist es, eine bestimmte Form anzunehmen, um den Appetit anzuregen und den Körper auf die spätere Aufnahme der nächsten im Menü enthaltenen Gänge vorzubereiten. Im Fall des *Šopska-Salats* bildet das Gemüse eine Pyramide am Teller, die mit roher oder gerösteter Paprika garniert wird. Der geriebene Käse soll fast das gesamte Gemüse bedecken, ist oben mit Petersilie dekoriert und der Salat selbst wird mit einem Aperitif (*Rakija*) serviert. Als das "Gründungsbuch" der bulgarischen nationalen Küche unter dem Titel *Bulgarische Nationalküche* von Ljubomir Petrov veröffentlicht wurde, wurde das *Šopska-Salat*-Rezept unter eine Vielzahl von regionalen Salaten gestellt, die vorher in Bulgarien nicht bekannt gewesen waren, und der *Šopska-Salat* wurde der Öffentlichkeit als Gericht mit einer langen Geschichte im Alltag der Bulgaren präsentiert (Petrov 1978: 144). Dieses spezielle Buch war grundsätzlich das erste, das so reich an emotionalen Darstellungen von Speisen und ihrer langen Geschichten war. Dies führt zu der Frage nach der Rolle von Experten und ihrem Wissen. Die lokalen kulinarischen Traditionen selbst wurden wissenschaftlich erforscht und als integraler Bestandteil der regionalen Bilderwelt und Mentalität angesehen. Das Image des Tourismus im Land erfuhr dadurch eine bemerkenswerte Veränderung, was sogar von den damaligen Reiseführern bestätigt wurde (Melniški 1975; Tomov 1976; Mihajlov 1980; Darlatt 1982). Sogar in Reiseführern für Kulturreisende wurde die Rolle des Essens unter den Touristen und der bulgarischen Gesellschaft betont und die Essgewohnheiten und kulinarische Praktiken der Bulgaren in den verschiedenen Regionen des Landes wurden prominent dargestellt.

Die Mittelmeerküche spielte eine wichtige Rolle im touristischen Diskurs Europas und wurde auch zu einem der Hauptgründe für einen Besuch in Bulgarien. Ab den 1970er Jahren war das Essen bereits ein wichtiger Teil des touristischen Erlebnisses, das mit klassischen touristischen Angeboten wie Kunst, Architektur und Landschaft auf dem Tourismusmarkt konkurrieren konnte und auch als geschätzte zusätzliche Attraktion wahrgenommen wurde. Die Regionalisierung von Nahrungsmitteln in Bulga-

rien in den letzten zwei Jahrzehnten der sozialistischen Periode beruhte in hohem Maße auf der Arbeit von Experten, hauptsächlich von Ethnographen. Das Kochbuch *Bulgarische Nationalküche* dokumentierte und veröffentlichte detaillierte Beschreibungen zahlreicher Rezepte aus dem gesamten Staatsgebiet und gab den Regionen, aus denen die Gerichte "stammten," eine kulinarische Form. Die Landkarte war ein imaginärer Raum mit einer Vielzahl von kulinarischen Versionen und Kochtechniken. Regionen wurden untersucht und klassifiziert, um ethnographisches Wissen zu generieren. Lokale Varianten und regionale Merkmale von Lebensmitteln wurden erhoben und einheimische Dokumentationen mit Fotografien entwickelt. Offensichtlich geleitet von dem Bewusstsein, dass lokale Nahrungsmittel sowohl ihre Herkunftsregionen als auch die Vergangenheit der Nation repräsentieren können, liefert das Buch historische Daten zu Nahrungsmitteln im bulgarischen Kulturraum und nutzt insbesondere seine erste Ausgabe durch Illustrationen zur Verbreitung patriotischen Geistes. Tatsächlich war die Herausgabe von Kochbüchern nach 1978 kaum mehr ohne Ethnographen möglich, durch die die regionale Zugehörigkeit von Gerichten zu einer Norm, die für alle späteren Kochbücher zur Voraussetzung wurde, eindeutig identifiziert werden konnte. Es war notwendig, nicht nur Rezepte aus einer bestimmten Region aufzunehmen, sondern auch Geschichten darüber zu liefern, denn in unserer Zeit existiert kein kulinarisches Produkt oder Lebensmittel ohne seine Geschichte, die ihm kulturellen Wert verleiht und seinen Geschmack prägt. Kulinarische Geschichten müssen erfunden werden, insbesondere für Gerichte, die wirtschaftlich wertvoll sind und für den Tourismusmarkt bestimmt sind (Köstlin 1998: 112). Die ethnographischen Untersuchungen deklarierten oft Speisen als regional- oder landestypisch, die nicht notwendigerweise auch jene waren, die nicht unbedingt auch die Alltagskost repräsentierten. Oft besteht die regionale Kost nur aus "Bildern in den Köpfen," die eher historische Realitäten oder Wunschvorstellungen der Touristen befriedigen, als die gegenwärtige Alltagsrealität widerzuspiegeln. Mythen über "typisch," "traditionell," "echt" und "authentisch" sind Etiketten, die zum Verkauf verwendet werden, insbesondere an Touristen. Die Besessenheit und der Wettbewerb, Herkunft zu entdecken, zu finden oder auch dechiffrierend zu erfinden, war das Neue, da die Herkunftslosigkeit für die Bevölkerung der Moderne unerträglich ist. Dafür entwickelte

man die erzählenden Begründungen. Die Revitalisierung der regionalen kulinarischen Kultur sollte als Element eines homogenisierten Rahmens kanonisiert werden, der dann in Kochbüchern, Kochschulen und im wachsenden gastronomischen Sektor standardisiert wurde (DeSoucey 2010). Ziel dieser Wiederbelebung regionaler Speisen war die Schaffung regionaler Identität oder eines werbewirksamen Images für den Fremdenverkehr im Land. Die Moderne verlangt nach Geschichten als Legitimation. In diesem Sinn sollte die nationale Küche Bulgariens der entstehenden Erlebnisgesellschaft mehr oder minder ein touristisches Erleben bieten.

Das Massenaufreten regionaler Gerichte in Kochbüchern ist auch das Ergebnis globaler, politischer und wirtschaftlicher Ereignisse, wie dem Abschluss des Lissabon-Paktes am 31. Oktober 1958. Dieser bietet seinen Mitgliedern Rechtsschutz für Produkte mit einer geografischen Herkunftsangabe gegen Aneignung oder Nachahmung durch andere Länder, insbesondere denen in der gleichen Region. Der Rechtsschutz gilt auch dann, wenn die wahre Herkunft der Produkte angegeben ist, der Name in einer Übersetzung verwendet wird oder mit Begriffen wie "Gattung," "Typ," "Modus" und "Nachahmung" oder dergleichen gearbeitet wird (Micara 2016). Beeinflusst von diesen Tendenzen versuchten die Köche von *Balkantourist*, Authentizität zu erreichen, indem sie den *Šopska-Salat* mit den *Šopen* in der Umgebung von Sofia legiti­mierten und nicht mit sich selbst. Am deutlichsten wird dies in dem von 1981 explizit für die eigenen Betriebe veröffentlichten Kochbuch von *Balkantourist*, in dem der *Šopska-Salat* als authentischer Salat aus dem Herzen vom *Šopluk*, genauer gesagt aus dem Dorf *Busmanci* in der Nähe von Sofia, präsentiert wird (Bogdanov 1981: 48). Auf diese Weise versuchten die Köche von *Balkantourist*, durch die Kennzeichnung der genauen Herkunft des Salats seinen Namen zu schützen, der seinen Geschmack und seine Eigenschaften symbolisiert. Die Idee der "Historisierung" des Salats mit dem Namen der Region ist es auch, das Land abzubilden, so wie die Geschichte und die Brauchtümer der Region für Touristen wie für die Einheimischen zu stilisieren. Dies ist aber auch ein Resultat älterer Tendenzen, die als Bestandteil des 19. Jahrhunderts angelegt wurden und im 20. Jahrhundert dichter das "Ländliche," das "Eigene," und zugleich das "Authentische" und "Unvermittelte" konturierten. Die Ethnisierung

der Moderne ist ein neuer Beitrag zu den Geschichten des "Nationals" (Köstlin 1999: 149ff). Dazu kam die Verwendung von hochwertigem bulgarischem Gemüse sowie des spezifischen weißen Salzlake-Käses, dessen Qualität auf jahrhundertealten Traditionen der Milchproduktion aus dem Gebiet um Sofia beruht. Darüber hinaus machte die Kombination von Natur und physischer Landschaft mit "authentischen" Produkten auf die Wesentlichkeit des Gastrationalismus aufmerksam, zu der auch die Idee des *terroir* (Techoueyres 2001) gehört, in dem der Käse hergestellt wird, der für die bulgarische Kulturgeschichte symbolisch ist. Diese Unternehmenspolitik ist auf den Beitritt Bulgariens zum Lissabon-Abkommen am 12. August 1975 zurückzuführen. Durch diesen Schritt entwickelte sich der *Šopska-Salat* zu einem kodifizierten kulinarischen Produkt und nahm schließlich seine zeitgemäße Form als ein unter dem ausländischen und bulgarischen Publikum massenbestätigtes Gericht an. Der Salat ist ein "Muss" für die vielen Touristen in Bulgarien geworden. Die in den nächsten Jahrzehnten veröffentlichten Kochbücher belegen, dass geriebener Käse zu einem unverzichtbaren Bestandteil von *Šopska-Salaten* geworden ist, und dass die Kochbücher selbst nicht ohne das *Šopska-Salat*-Rezept auskommen.



Abbildung 5: Ein humorvolles Bild, das einen illustrierten Koch in einem männlichen šopischen Kostüm von Sofia darstellt, der einen Teller von *Šopska-Salat* hält. Er trat auf einen Teppich, der an den Rändern mit traditioneller Stickerei versehen ist. In der Mitte steht der Name des staatlichen Unternehmens *Balkantourist*.

Quelle: <http://socbg.com/2014/02/шопската-салата-рожба-на-ранния-соц.html>.

Die Explosion von Rezepten mit regionalen Namen nach 1990 wurde maßgeblich durch die Popularisierung neuer Ernährungs- und Konsummuster bestimmt, die die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Veränderungen in der postsozialistischen Zeit des Landes auslösen. Die Nahrungsgewohnheiten waren durch zahlreiche äußere Einflüsse ständiger Veränderung unterworfen. Durch die Schließung von *Balkantourist* und die Privatisierung seiner Restaurant- und Hotelabteilungen sowie die Entstehung neuer Modetrends in der Gastronomie, verbunden mit der Eröffnung verschie-

dener Arten von nationalen Restaurants, der Wiedereinführung einiger religiöser Feiertage und der Entstehung der Fast-Food-Bewegung (Krästeva-Blagoeva 2005), wurde großer Einfluss auf die Konzeptualisierung von Lebensmitteln genommen. Die postsozialistische Urbanisierung des Landes führte zu einem verstärkten territorialen Engagement für die Ernährung und zu verstärkten Hinweisen auf regionale Zugehörigkeit und Kochstile. In der postsozialistischen Zeit kam es auch zu einer Liberalisierung des Publizierens, die das Erscheinen vieler neuer Kochbuchgenres und -editionen ermöglichte. Obwohl es eine interne Entwicklung innerhalb der Kochbuchgenres gab, war dies keine gleichzeitige Entwicklung, wobei die Unterschiede weitgehend von der Sichtweise der Autoren abhängten. Die meisten der sog. typischen regionalen Gerichte erschienen in dieser Zeit als relativ junge Errungenschaften und die Kochbücher setzten die Politik, die vielmehr Stereotype als Vorstellungen über typisch regionale Kost widerspiegelte, fort, da die regionalen Kochrezepte alle Merkmale des Einfachen, Unvermittelten und Ursprünglichen enthielten. Die Mehrzahl dieser Bücher zeichnete sich durch eine Fülle von regionalen und "traditionellen" Gerichten und Namen aus, bezog sich auf eine Vielzahl von Dörfern, Städten und Regionen und enthielt Rezepte aus dem ganzen Land. Da die regionale Kost die Vorstellung von einem natürlichen und gesünderen Essen vermittelt, erschienen solche Rezeptsammlungen meist "bäuerlicher" Gerichte, da die Menschen nach kulinarischer Vielfalt suchten, die nur die vergessene Tradition bringen konnte. Gleichzeitig tauchen viele Salate mit regionalen Namen in den Speisekarten von Restaurants auf, wie zum Beispiel *dobrudžanska salata* (Dobrudža-Salat), *trakijska salata* (Thrakischer-Salat), *makedonska salata* (Mazedonischer-Salat), *vodeničarska salata* (Wassermüller-Salat), *selska salata* (Bauernsalat), *zätvarska salata* (Erntesalat), *ovčarska salata* (Hirtensalat), *panagjurska salata* (Salat aus Panagjurište), *slivenska salata* (Salat aus Sliven), *domati po rodopski* (Tomaten nach Rhodopen-Art) und viele andere. Sie wurden genau wie der *Šopska-Salat* selbst als uralte und traditionell präsentiert, aber mit dem Unterschied, dass sie nicht den Erfolg hatten wie dieser.

Die Jahre des Übergangs zur Demokratie nach 1989 erfordern neben der Bestätigung und dem Nachweis der Nachhaltigkeit des *Šopska-Salats* in Kochbüchern als neues

Symbol der bulgarischen nationalen Küche auch einige Neuerungen, unter anderem die Exotisierung des Salats unter dem Einfluss der Mittelmeerküche mit Oliven- und Zitronenscheiben. Diese weitere Entwicklung des Salats könnte auch als (verzögerte) Übernahme dessen interpretiert werden, was seit den 1970er Jahren in Europa ein dominierendes Element ist: die Ernährungsideologie der gesunden Mittelmeerdät. Der *Šopska-Salat*, die "Erfindung" der professionellen Köche von *Balkantourist*, erschien erstmals in den frühen 1940er Jahren in seiner "Urform" und unterlag ab Mitte der 1950er Jahre unter dem Einfluss einer Reihe äußerer Faktoren einem radikalen Wandel. Der heutige *Šopska-Salat* begann sich Mitte der 1960er-Jahre zu entwickeln, als die ersten Rezepte mit geriebenem Weißkäse auf Gemüse auftauchten. Diese etablierten sich in den 70er und 80er Jahren relativ schnell als kulinarisches Symbol in den Büchern. Nach den politischen Veränderungen ist der *Šopska-Salat* in Bulgarien so verbreitet, dass er für selbstverständlich gehalten wird, und trotz der Liberalisierung des Buchmarktes in den 1990er Jahren der Salat kein unverzichtbares kulinarisches Attribut der Kochbücher des Landes war. Er ist bereits ein kulinarisches Objekt der Experimentierung geworden und von aufstrebenden Autoren und Köchen werden verschiedene Variationen und Präsentationen des Salats kreiert. Der *Šopska-Salat* hat ein dauerhaftes "Zuhause" gefunden und seinen symbolischen Wert als Zeichen der nationalen Identität über den tatsächlichen Verzehr im täglichen Leben hinaus beibehalten. Sein Aussehen, die Zubereitung und seine Markteinführung sind nicht nur auf die signifikante Verbesserung der Gemüseproduktion zurückzuführen, sondern auch auf die Entwicklung von Tourismus-, Restaurant- und staatlichen Verpflegungsbetrieben, die den Salat nach und nach nicht nur in die bulgarischen Privathaushalte brachten, sondern auch in andere Länder über Bulgarien hinaus.

3. Die Entstehung von Stereotypen: Die Šopen und ihre Essgewohnheiten

Die Esskultur einer Gemeinschaft hängt von vielen Faktoren ab: klimatischen und geographischen Bedingungen, verfügbaren Nahrungsmitteln, kulturellem Erbe, Lebensweise, sozialem Status, kulturellen Einflüssen, Alltag und traditionellen Bräuchen. In allen Fällen wird eine Gruppe oder Gemeinschaft häufig auf besonders enge, stereotype Weise mit einem Lebensmittel oder Gericht in Verbindung gebracht. Im Gegenteil, die Alltagssprache, die Redewendungen und Witze zeigen zahlreiche feste Verknüpfungen zwischen ethnischen, regionalen, nationalen oder religiösen Gruppen und ihren Nahrungsmitteln auf (Weger 2010). Solche stereotype Vorstellungen stimmen oft nur teilweise mit der Realität überein, dienen jedoch regelmäßig dazu, soziale Gruppen und Klassen sowie ethnische und religiöse Minderheiten abzugrenzen und Siedlungsgebiete, Landschaften und Nationalstaaten zu differenzieren (Barlösius 1997). Um die Verhältnisse zwischen dem *Šopska-Salat* und seinem Name zu finden, werde ich probieren im folgenden Kapitel auf die Frage zu antworten: was verbindet den bekannten *Šopska-Salat* mit den Ernährungsgewohnheiten der *Šopen*?

Fremde Regionen und Gemeinschaften werden durch ihre Ernährungsgewohnheiten wahrgenommen, allerdings fast ausschließlich nur dann, wenn sie auffällig unterschiedlich sind. Deshalb wird oft nur eine kleine Auswahl von Unterscheidungsmerkmalen abgedeckt. Diese manchmal extreme Stereotypisierung, die Reduktion auf "spezifisch" und "exotisch," macht bestimmte Gerichte und Zutaten bis zu einem gewissen Grad zu einer Ikone der Fremdheit (Roth 2001: 51). Stereotype sind oft Mittel, um "sie" von "uns" zu unterscheiden, und tragen zu "unseren" Ansprüchen auf eine eigene Identität bei. Auf diese Weise wurden viele der modernen bulgarischen Symbole der Nation initiiert. In der vormodernen bulgarischen Gesellschaft spielte der Regionalismus zu Beginn der Prozesse des Aufbaus der bulgarischen Nation immer noch eine sehr starke Rolle, insbesondere bei der Stereotypisierung von Mitgliedern externer regionaler Gruppen, die sich von den Mitgliedern der eigenen Gruppe unterscheiden. Eine regionale Gemeinschaft wird daher als Standard oder nicht markierte Normalität angesehen, gegen die "andere" Abweichungen bemerkenswert er-

scheinen. In unserem Fall haben im 19. Jahrhundert die meisten bulgarischen Subgruppen aus den östlichen kulturellen und wirtschaftlich stärkeren Regionen des heutigen bulgarischen Landes Essensstereotype geschaffen, die das "fortschrittliche" "Uns" von einem "rückständigen" und "konservativen" "Sie" wie den *Šopen* unterschieden.

3.1 Stereotypisierung des Eigenes: Die Schärfeesser aus dem Westen

Viele Bezeichnungen tragen zur regionalen Identität der *Šopen* oder zu deren Verfestigung bei – wie Dialekt, Kleidung, Musik, Spiel usw. Charakteristische Merkmale der *Šopen* sind deren regionale Trachten, die Dialektmerkmale und Tänze, außerdem zeichnen sie sich durch üppiges und temperamentvolles Spiel aus. Sie differenzieren sich als Gemeinschaft durch ihre Besonderheiten und ihre spezifische Folklore von den anderen ethnischen Gruppen des Landes und laut dem Autor Anton Strašimirov machen sich selbst zur attraktivsten (Strašimirov 1923). Als wesentliches Charakteristikum der ethnischen Gruppe der *Šopen* muss aber auch das Essen angesehen werden, da dieses Identität und Kontinuität, Zugehörigkeits- und Heimatgefühl schafft (Sandgruber 1997: 180). Das Ernährungssystem ist in einer Persönlichkeit oder Gemeinschaft viel fester verankert als die oben genannten kulturellen Systeme (Roth 2001: 45). So konstruierten die *Šopen* ihre Gruppenidentität durch ihre Essgewohnheiten sowie durch die Zubereitung bestimmter Gerichte mit bestimmten Kochtechniken und Produkten. Neben weiteren Kennzeichen, die die *Šopen* von anderen ethnischen Gruppen des Landes differenzierten, waren die großen Mengen würziger, salziger und fermentierter Mahlzeiten, die sie konsumierten, für sie charakteristisch. Der Konsum von scharfen Speisen prägte die šopische Identität.

Der Konsum bestimmter Speisen wird zum Stereotyp, das einer Gruppe zugeschrieben wird. Die Vorstellung, dass eine bestimmte Speise oder ein Geschmack das Temperament und den Volkscharakter widerspiegelt, ist weit verbreitet und reicht weit in die Geschichte zurück. Es kann sich dabei um Symbole und gleichzeitig um Anti-

symbole handeln (Sandgruber 1997). In der Mehrheit der bulgarischen Bevölkerung haben sich daraus Volksstereotype über die *Šopen* entwickelt. Im 19. bis Mitte des 20. Jahrhunderts war im bulgarischen Sprachgebiet ein bekanntes Exonym für sie "Schärfeesser," das von ihrer Vorliebe für stark gewürzte Speisen herrührte. Knoblauch, Zwiebeln und Pfefferschoten am Tisch der *Šopen* waren so charakteristisch für sie, dass sie trotz der Präsenz dieser Lebensmittel an jedem anderen Tisch der damaligen bulgarischen Gesellschaft mit Schärfe assoziiert wurden. Ivan Vazov betont in seinem Roman *Unter dem Joch* (1888), der nach der osmanischen Zeit eine wichtige Rolle bei der Ausbildung des kollektiven historischen Gedächtnisses spielte, die deutliche Vorliebe für scharfe Geschmäcke und Düfte des bulgarischen Lebens unter den Osmanen:

"[...] Mit allen ihren Nöten hat die [osmanische] Unterdrückung diesen einen Vorteil: sie macht eine Nation fröhlich. Wo die Arena politischer und wissenschaftlicher Aktivitäten streng bewacht ist, wo der Wunsch nach schneller Bereicherung kein unmittelbares Stimulans findet und wo weitreichende Ambitionen keinen Spielraum für Entwicklung haben, lenkt die Gemeinschaft ihre Energie auf die trivialen und persönlichen Aspekte des täglichen Lebens und sucht materiellen Genuss. Eine Flasche Wein, die man unter dem kühlen Schatten der Weiden neben einem klaren plätschern- den Bach nippt, wird alle dazu bringen um ihre Knechtschaft zu vergessen; der einheimische gjuveč [Eintopf] mit seinen lila Auberginen, der duftenden Petersilie und den Pfefferschoten, die im Gras unter einem Baldachin aus Zweigen genossen werden, durch die der blaue Himmel hindurchschaut - das ist ein Königreich - und wenn es überhaupt einen zigeunischen Pfeffer gibt, es ist die Höhe der erdigen Glückseligkeit."¹²

Solche Schriften aus der Zeit vor und nach der osmanischen Zeit, die von neuen bulgarischen Eliten verfasst wurden, sind reich beschreibende und einfühlsame inländische Stücke der "neuen" bulgarischen Gebiete. Sie sind mit Beschreibungen von Le-

¹² vgl. Vazov, Ivan (1956): *Unter dem Joch*, hier S. 91. Eigene Übersetzung des Autors.

bensmitteln gespickt und wurden immer beliebter bei der wachsenden Zahl einheimischer Leser, die authentische und vertrauenswürdige Quellen forderten. Solche Quellen spielten letztendlich eine wichtige Rolle bei der Konstruktion der Idee einer bulgarischen Nation, eingebettet in die Beziehung zur osmanischen Herrschaft und später zur osmanischen Vergangenheit. Lebensmittelerzählungen mit Mustern der Lebensmittelproduktion, des Lebensmittelkonsums, der Etikette und des Rituals als elementare Bestandteile waren ein wesentlicher Teil des Prozesses der Aufdeckung oder Wiederherstellung der "Wahrheit" über die Nation. Das typische traditionelle Essen der Bulgaren lange nach ihrer Befreiung von der osmanischen Herrschaft war mit den Kategorien *salzig*, *würzig*, *sauer* und *fermentiert* verbunden. Die weit verbreitete Verwendung der Geschmäcker salzig, würzig und sauer bei der Zubereitung von vielen verschiedenen Speisen bei hoher Hitze, der Einsatz von konstanten täglichen Gewürzen mit der Funktion von Fermentationselementen sowie deren starke Prägung des Geschmacks der Speisen waren ausschlaggebend für die Annahme, dass die Bulgaren den scharfen, salzigen und sauren Geschmack mögen. In der Gegend von Lom und Kjustendil (Westbulgarien) wurde das Brot zum Beispiel mit stark saurem Ferment geknetet. Würde es heute so zubereitet werden, würde es niemand essen, ebenso wie alle anderen sehr scharfen Gerichte. Lernt man nicht, scharfes Essen zu konsumieren, kann man es nicht nur nicht essen, sondern auch nicht schmecken. Die am meisten konsumierten milden Mahlzeiten waren Eintöpfe, bei denen ausschließlich salzig-würzig-säuregärrige Flüssigkeit verwendet wurde. Dies war charakteristisch für die Gerichte der traditionellen bulgarischen Familie (Markova 2011: 196-7). Von Anfang an einen festen Platz unter dem scharfen Gemüse hatten die Zwiebel und der Knoblauch. Sie wurden das ganze Jahr hinweg frisch und reif verzehrt. Nach dem Eindringen der Paprika in den Alltag der Bulgaren wurde das scharfe Hauptgemüse auch durch Paprika ergänzt (Vince-Peneva 1983: 30-31).

In der Populärpsychologie der Bulgaren war die Verwendung von viel Schärfe in ihren Gerichten oft mit negativen Eigenschaften und Merkmalen assoziiert. Obwohl der Verzehr von scharfem Essen ein charakteristisches Merkmal der Bulgaren war, führten sie einige negative Eigenschaften auf den täglichen großen Konsum an scharfem

Essen zurück. Charakteristische Anzeichen für übermäßig scharfes Essen seien Wut, Zorn und Schrecklichkeit gewesen, wobei der heiße Geschmack ein Zeichen für die Eigenschaften der Bestie (Volos,¹³ Wolf, Bär) und des Teufels gewesen sei (Markova 2011: 282f). Die *Šopen* waren in den Vorstellungen anderer kultureller Gruppen ein grausamer, sturer, hartnäckiger, schlagfertiger, konservativer und misstrauischer Teil der Bevölkerung. Bei übermäßigem Verzehr von viel Schärfe nahmen in den Augen der anderen Subgruppen außerdem die beschriebenen Charaktereigenschaften der *Šopen* auf ein größtmögliches Maß zu. Der explosive menschliche Charakter in der populären Wahrnehmung der Bulgaren wurde mit dem Verzehr von scharfen Speisen in Verbindung gebracht. Trotz der Nähe ihrer Siedlungen zu modernisierenden städtischen Zentren wie Sofia, Vidin, Vraca usw. war die tägliche Ernährung der *Šopen* weiterhin durch die Verwendung von viel Schärfe gekennzeichnet. In den Augen der anderen Bulgaren war diese Tatsache der Grund für die erfolglosen Überwindungsversuche ihrer traditionellen Wahrnehmungen und ihres harten Charakters (Strašimirov 1923). Insbesondere der Verzehr von Pfefferschoten spielte dabei eine entscheidende Rolle, da diese zum Symbol regionaler Identität und für die herrschende Armut und Rückständigkeit in ihren Gebieten wurden. Trotz der Tatsache, dass bei der Bevölkerung in den anderen kulturellen Räume des Landes süße und scharfe Paprikaschoten auch ein sehr üblicher Bestandteil der täglichen Ernährung wurden, führte die Schärfe in den Gerichten der *Šopen* im Gegensatz zu dem "Mangel" an Schärfe in den Gerichten des Restes der Bevölkerung zu Stereotypen, die in den Augen der anderen Konservatismus und wirtschaftliche Rückständigkeit symbolisierten. Für den Rest der Bulgaren sei die Schärfe die Ernährung der rückständigen, wilden und schwierigen Menschen gewesen (Dečev 2013: 73).

¹³ Volos oder Veles - ist einer der Hauptgötter in der slawischen Mythologie. Er ist ursprünglich ein Gott der Fruchtbarkeit und der Magie, Beschützer des Viehs und der Ernte und Herrscher über das Totenreich (vgl. Markova 2010; 282f).

3.2 Die Esskultur der Šopen. Die šopska-ljutenica und ihre Etablierung im Nationalgedächtnis der Bulgaren

Die traditionelle Nahrungskultur der Šopen wurde von ihrer wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung maßgeblich beeinflusst. Das Gebirgsambiente als zentraler Bestandteil der Identität der Šopen bestimmte maßgeblich deren Lebensweise, besonders jene der Hüttenbewohner. Das bis Mitte des 20. Jahrhunderts von Šopen bewohnte Gebiet Šopluk war vorwiegend ein armes Gebirgsland. Infolge seiner großen Höhe über dem Meeresspiegel sind die klimatischen Bedingungen für Gemüseanbau ungünstig, weshalb der Verbrauch von naturfertiger Nahrung, wie zum Beispiel bestimmter Gemüsesorten und im Freien gesammelter pflanzlicher Kost, unter der ansässigen Bevölkerung bedeutend war, zumal die Gemüsebelieferung aus entfernteren

Landesteilen mangels geeigneter Verkehrswege ziemlich schwierig war. Erst nach der Modernisierung des Landes in der Mitte des 20. Jahrhunderts wurde die Gemüsebelieferung der Bevölkerung gesichert (Marinov 1973). Bis zur Kollektivierung des Landes und Industrialisierung der Produktion während der kommunistischen Herrschaft waren die Bedingungen nicht für den Anbau verschiedener Gemüsesorten geeignet gewesen und daher hatte es auch keine große Auswahl an diesen gegeben, sondern nur bestimmte Arten von Gartenpflanzen, darunter Paprika. Die Pa-

prika war für die Šopen eines ihrer regionalen Symbole und eine wichtige Zutat in ihren Speisen. Zusammen mit der Verbreitung von Paprika in Mitteleuropa, die im späten 16. und frühen 17. Jahrhundert durch die Arbeit bulgarischer Gärtner begann, entstand eine Vielzahl unterschiedlicher Paprikasorten, die die lokale Küche bereicherte. Ihre rasche Integration in der zweiten Hälfte des 18. und zu Beginn des 19. Jahrhunderts führte dazu, dass sie zu einem festen Bestandteil vieler Gerichte unter der armen Bevölkerung wurde. In diesen Jahrzehnten wurde Paprika neben Kohl, Käse und



Abbildung 6: Schäfer aus der Umgebung von Sofia mit ihren Herden, in den 1920er Jahren, die in ledernen Kapuzenmäntel gekleidet sind.

Quelle: <http://www.lostbulgaria.com/?s=овчари>.

Zwiebeln am häufigsten mit Brot gegessen. In der Mitte des 19. Jahrhunderts wurden bei der Zubereitung von der Paprikafrucht bereits zahlreiche Spezialitäten und lokale Varianten entwickelt, die sich in den verschiedenen bulgarischen Gebieten nach Farbe und Schärfegrad unterschieden. Die Paprika wurde um die Mitte des nächsten Jahrhunderts ein unverzichtbarer und wesentlicher Bestandteil der täglichen Ernährung im Land (Schubert 2015: 58ff). Mit ihrer weiten Verbreitung und ihrem tiefen Eindringen in das bulgarische Leben entwickelte sich auch die Assoziation ihres Konsums mit den *Šopen*.

Ein Beispiel aus dieser Zeit sind die Schriften des bekannten bulgarischen Schriftstellers, Publizisten und Revolutionärs Ljuben Karavelov, einschließlich seiner Notizen zu Bulgarien und den Bulgaren (1867-1868). Er bemühte sich, in seinen Aufzeichnungen mit "ethnographischer" Genauigkeit vorzugehen, was eines der Kennzeichen seiner Generation von Schriftstellern und Wiederbelebungsdenkern war. Das Essen war ein wichtiges Element seiner Schriften, die, wie viele andere Werke dieser Zeit, regionale Unterschiede aufzeigten – geleitet von der Suche nach gemeinsamen Merkmalen aller Bulgaren, die auf der Balkanhalbinsel verstreut waren. Karavelov stellte fest, dass die *Šopen* fleißig Diät gehalten hätten. Ihr Essen sei eher bescheiden gewesen: Mais, Salz, Zwiebeln, Essig und Gurken, Milch und Käse. Fleisch, Fisch und Schweinefett seien nur selten verwendet worden, aber von *Rakija*¹⁴ (Schnaps) und Wein hätten sie viel konsumiert (Karavelov 1940; 185-206). Mit besonderer Betonung erwähnt er ein Gericht, das mit gerösteten Paprikastreifen, gemahlener und getrockneter scharfer Paprika, Salz und Essig zubereitet wurde – *ljutenica*. Seine Behauptungen wurden durch die wissenschaftlichen Studien der Ethnologen Dimităr Marinov und Christo Vakarelski im heutigen Nordwesten Bulgariens Ende des 19. und der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts (Vakarelski 1942: 236-258) und durch den Geographen Vasil Marinov bestätigt, der sich mit der Alltagskultur der *Sofioter*

¹⁴ Rakija ist der auf dem Balkan beliebte Sammelbegriff für Obstbrand. Das Wort *Rakija* leitet sich vom arabischen Wort *arak* ab und bedeutet ein starkes alkoholisches Getränk, das durch Destillation fermentierter Früchte wie Pflaumen, Pfirsich, Birne, Aprikosen, Trauben, Apfel, Maulbeeren, Kirsche usw. hergestellt wird. Das Getränk kam durch die osmanische Eroberung nach Südosteuropa. Das Vorhandensein vieler Sprüche des Typs – Rakija auf Kredit gekauft, Wein auf Glauben. Rakija trinkt, isst kein Brot. Das Rasieren teuer, aber der Rakija billig. Entschuldigung für den Wein, dass ich keinen Rakija habe. Toter Mann zum Wachen, Rakija zum Wachen, sie dürfen nicht schlafen – weist auf die archaische Bedeutung des Begriffs *Rakija* und seine weit verbreitete Verwendung seit dem Mittelalter in den bulgarischen Ländern hin (Pavlov 2001: 68).

Šopen in der Zeit des Sozialismus beschäftigte. Sie dokumentierten die fortgesetzte Verwendung von viel Schärfe beim Kochen. Die *Šopen* genossen sehr oft naturfertige Kost, die sie im Freien sammelten und mit gemahlener, getrockneter, scharfer Paprika würzten. Es handelte sich hierbei vor allem um verschiedene Wiesenpflanzen, die auch heute noch in der Umgebung von Sofia verwendet werden, wie Brennesseln, Melde, Ampfer, Amarant u.a. Im Sommer wurden die Blätter dieser Pflanzen gepflückt und es wurden daraus Gemüsesuppen und andere Gerichte zubereitet. So wurden oft die gargekochten Blätter der jungen Brennessel wie auch die geröstete Paprika mit Hilfe eines selbstgemachten hölzernen Quirls (*džuruljak*, deutsch ‘Rührwerk’), der aus einem hölzernen 25cm langen Stiel und am unteren Ende aus dünnen, kurzgeschnittenen Zweigchen oder kurzen befestigten Brettchen bestand, zu einem dicken Brei zerrieben (*džurkam*, deutsch ‘zerreiben, verrühren’). Der Stiel wurde zwischen den beiden Handflächen hin- und hergedreht und die Brettchen (Flügel) "zerschlugen" dabei die gargekochten Blätter der Brennessel zu einem dicken Brei, der nachher mit Mehl bestreut und nach Geschmack gesalzen wurde. Der so erhaltene „Brennesselbrei“ war eine schmackhafte und bekömmliche Kost. Der "Holzrührer" wurde im ganzen Land, vorwiegend aber von der Bergbevölkerung und vor allem von den Schäfern verwendet. Die gemahlene rote scharfe Paprika war auch ein unverzichtbarer Bestandteil bei der Zubereitung anderer fleischloser Gerichte mit den Blättern der verschiedenen, oben genannten Wiesenpflanzen. In die Blätter dieser Pflanzen wurden Grütze, zerriebene Früchte oder Reis eingewickelt. Nach Berichten von Reisenden wurde der Reis im 17. Jahrhundert auch im Sofioter Feld angebaut. Wollte man ein Fleischgericht zubereiten, wickelte man Fleisch, das vorher auf dem Fleischbrett mit dem Hackmesser grob gehackt worden war, in Sauerkraut- oder Weinblätter ein und stellte damit Sauerkrautblätter- oder Weinblätterrouladen (*sarmá*) her. Sie wurden oft mit *kiselo mljako* (sauere Dickmilch) verspeist. Dieses Gericht war eine alltägliche Speise der Bevölkerung im Sommer und Winter. Darüber hinaus wurden auch Bohnen-, Linsen- und Erbsensuppen, gekochte Grütze, Kartoffelgerichte, Reis, Breigerichte aus Pilzen, gefüllte getrocknete Paprika, Sauerkraut mit Fleisch, *gjuveč* usw. konsumiert (Dečev 2013: 76). Als Nahrung dienten auch schmackhafte Früchte von Stauden, Sträuchern und Holzgewächsen, die handgepflückt wurden, wie Erd- und Himbeeren, Brom- und Stachelbeeren, Hagebutten und Kornelkirschen. Milchprodukte in Form fetthaltiger, fleischloser Gerichte waren auch ein wichtiger Be-

standteil der Nahrung, wie zum Beispiel in Milch eingebrocktes Brot (vor allem als Frühstück), gebratener Käse mit Schafmilchbutter (Schafmilchfett), saure Milch, *ajran*, Gurken zerkleinert in Milch oder Wasser mit Essig, Salz und Knoblauch (zerrieben vorwiegend im Sommer auf dem Feld), Quark und Quarkkäse, Käse mit Eiern oder Mehlspeise (*banica*) mit Milch und Käse. Christo Vakarelski dokumentiert in seinen Studien die Pflanzennahrung der *Šopen* und stellt die bekannte *šopska-ljutenica* als Hauptnahrungsmittel vor, die hauptsächlich mit Brot und Polenta auf Maisbasis (*kačamak*) konsumiert wurde (Vakarelski 1942). Das *kačamak* wurde anstelle von Brot für alle Arten von Gerichten verwendet, am häufigsten aber für saure Fleischsuppe, Sauerkraut, mit *ljutenica* und Fisch. Im Sommer wurden obligatorisch neben den fettlosen Speisen auch Gerichte aus Hähnchen- und Hühnerfleisch mit scharfen grünen Paprikaschoten gegessen.

Aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Lage des *Šopluks* übten die Einwohner des Landes unterschiedliche saisonale Aktivitäten aus, hauptsächlich als Hirten und Baumeister in verschiedenen Teilen des Osmanischen Reiches. In der Mitte des 19. Jahrhunderts, zum Höhepunkt der bulgarischen Wiedergeburt und als sich die bereits etablierte städtische Intelligenz und Bourgeoisie in einer breiten literarischen Tätigkeit und revolutionären Bestrebungen äußerte, trat die Bevölkerung der wirtschaftlich stärker entwickelten östlichen und südlichen Regionen des heutigen Bulgariens in einen permanenten Kontakt mit seinen westlichen Nachbarn des *Šopluks*. Die Essgewohnheiten und das ausgelassene Temperament der *Šopen* blieben von der Bevölkerung im Osten nicht unbemerkt, die durch ihre Kontakte Vorstellungen und Stereotype schuf, durch die sie den Konsum von sehr scharfen Gerichten mit den *Šopen* in Verbindung brachte. Im 19. Jahrhundert verwendeten die meisten "progressiven" Bulgaren solche scharf gewürzten Lebensmittel, die im Mittelalter und in der frühen Neuzeit üblich gewesen waren, nicht mehr so häufig. Das Aufklärungsideal der Aromen – "exquisit, aber nicht stark" – ließ die lokale Küche als selbstbewussten Anachronismus zurück. Gleichzeitig war das Land der *Šopen* durch wirtschaftliche Rückständigkeit gekennzeichnet, die sich in der schwachen wirtschaftlichen Aktivität, der Unfruchtbarkeit des Landes und in der Ausübung von hauptsächlich Viehzuchtaktivitäten äußerte. Auf diese Weise hob sich das Gebiet der *Šopen* deutlich von den wohlhabenderen Städten in Thrakien und Dobrudža ab, deren Bevölkerung den Kon-

sum von stark gewürzten Gerichten mit den armen westlichen Gebieten assoziierte. Die *Šopen* lebten in armen Bergregionen und wurden als wirtschaftlich und spirituell rückständige Hirten betrachtet, denen Rauheit und Reizbarkeit unterstellt wurde – Merkmale, die für die Bewohner der armen westlichen Bergregionen charakteristisch waren, die in ihren Gerichten viel Schärfe verwendeten. Diese Vorstellungen haben zu Klischees und Stereotypen geführt, durch die die Bulgaren in den östlichen Regionen ein Gefühl der Überlegenheit gegenüber den *Šopen* entwickelten. Die Verwendung von sehr scharfen Zutaten in ihrem täglichen Essen, insbesondere bei der Herstellung ihres beliebtesten Gerichts *ljutenica*, das als *šopska-ljutenica* in der Volkserinnerung geblieben ist, und der Konsum sehr scharfer Gerichte wurden zum Symbol des *Šopluka* und seiner Rückständigkeit sowie des explosiven *Šopski-Charakters*. Die Vorstellung, dass die *Šopen* nicht auf ihre feurig gewürzten Mahlzeiten verzichten könnten, war bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts in der Bevölkerung in Zentral- und Ostbulgarien tief verwurzelt, sodass in Plovdiv sogar die Pfefferschoten als *šopki* bezeichnet wurden (Markova 2011: 54).

3.3 Wechselnder Geschmack und Mentalität: Von šopska-ljutenica zu Šopska-Salat

In den ersten Jahrzehnten nach der Befreiung des Landes von der osmanischen Herrschaft blieben Paprika, Zwiebeln und Knoblauch wichtige Nahrungsmittel für die städtische und ländliche Bevölkerung. In diesen Jahren setzten Urbanisierungsprozesse ein und die neue bulgarische Hauptstadt Sofia wurde zu einem Anziehungspunkt für die Bevölkerung in Westbulgarien, die weiterhin die Ernährungsgewohnheiten der Landesbevölkerung in diesem Teil des Landes dominierte. Knoblauch, Zwiebeln und Pfefferschoten, unabhängig von der Art des Gerichts, blieben ein Merkmal der städtischen Bevölkerung und durften auf der Tageskarte nicht fehlen (Kostenceva 1967: 89). Im Zuge der Europäisierung und der Herausbildung der städtischen Kochkultur nahm der übermäßige Verbrauch von Paprika im städtischen Umfeld im Gegensatz zur großen Landbevölkerung allmählich ab. Dies war eine der Konsequenzen, nach denen sich Kochexperten richten mussten, um sich den europäischen kulinarischen Trends zu folgen. Mit der Entwicklung der städtischen Kultur wurden süße

oder scharfe Paprika zu einer Beilage für Mahlzeiten in den Elite-Restaurants der Stadt oder zu einem Teil der Vorspeisen in den Bierlokalen. Dieser Prozess trug zur Entwicklung der kulinarischen Literatur des Landes bei, die durch die Veröffentlichung kulinarischer Modetrends, die von der westeuropäischen oder französischen Küche dominiert wurden, zu einer Quelle der Moderne wurde. Für die bulgarische Elite des 19. Jahrhunderts war die Küche ein Symbol für die fortschrittliche westliche Gesellschaft, an die sie sich angleichen wollte. Sie förderte die Essgewohnheiten und Praktiken des Kochens, die sich stark von der osmanischen Küche abhoben, welche mit ihren Gerichten immer noch die kulinarische Sichtweise der Bulgaren dominierte. Kochbuchautoren empfahlen, den Verzehr von übermäßig scharfen Paprika auf ein Mindestmaß zu beschränken, damit der Körper nicht geschädigt würde (Dečev 2013: 78ff). Zu diesem Zweck trafen bulgarische Gärtner aufgrund ihrer umfangreichen Auslandserfahrung eine Selektion, die zur Auswahl und Diversifizierung der Sortenvielfalt von Paprika führte. Auf diese Weise wurde die Sortenvielfalt ausgeweitet – Paprika zum Kochen, zum Füllen, zum Einmachen zu Hause und als Salat (Daskalov 1941). Infolgedessen begann man im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert mit der industriellen Verarbeitung von Paprika, die den zerkleinerten roten Pfeffer durch maschinell gemahlene ersetzte, dessen Verwendung in den kommenden Jahrzehnten durch Kochbücher gefördert wurde und zum Inbegriff der bulgarischen Küche wurde. Trotz der Verbreitung westeuropäischer kulinarischer Trends im Land blieben die süßen und scharfen Paprikaschoten die dominierende Nahrungsergänzung in bulgarischen städtischen und ländlichen Gerichten. Die Paprikaschoten wurden zu einem festen Bestandteil der bulgarischen Landschaft für ausländische Reisende, die Bulgarien durchquerten und besuchten. Diese empörten sich über den übermäßigen Konsum scharfer und süßer Paprikaschoten in der täglichen Nahrung der Mehrheit der Bevölkerung und konnten sie nicht ablehnen, da es keine Alternativen gab. Die Paprikaschoten wurden in ihren Augen zu einem der Symbole des Landes und der Bulgaren, insbesondere in Form der hängenden Schnüre getrockneter Paprikaschoten in städtischen und ländlichen Höfen (Dečev 2013: 76). Der Ausdruck "Paprika im Blut," d.h. dass die Bulgaren scharfe Speisen essen, war eine Eigenschaft, die nicht nur die *Šopen* betraf, sondern die Bulgaren im Allgemeinen. Der *Šopluk* widerlegte die mo-

derne europäische Meinung, dass Pfefferschotten giftig seien, und der Geschmack blieb weiter ein obligatorischer Bestandteil beim Kochen. Hauptsächlich die Pfefferschoten unterschieden den šopischen Geschmack von der europäischen Einflussküche und etablierten sich während der Modernisierung als regionale Eigenschaft. Eine rationale Erklärung dafür ist die starke Abhängigkeit von Klima und Bodenverhältnissen des Hochlands in Nordwestbulgarien. Hochbulgarien charakterisiert sich mit einem Kontinentalklima, welches sich mit heißem Sommer und kaltem Winter auszeichnet. Die heißen Tage und kühlen Nächte verursachen innerhalb dieser Landschaft vor allem im Sommer oft Darmerkrankungen. Dagegen schützt die Schärfe des Paprika; im Übrigen wird überall auf der Welt bei ähnlichen klimatischen Verhältnissen scharf gegessen (Gaál 2001: 69). In den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg war die Schärfe weiterhin ein wichtiger Bestandteil des bulgarischen ländlichen Tisches, insbesondere im *Šopluk*, während sie im städtischen Umfeld zum Inbegriff einer europäischen und raffinierten Moderne wurde.

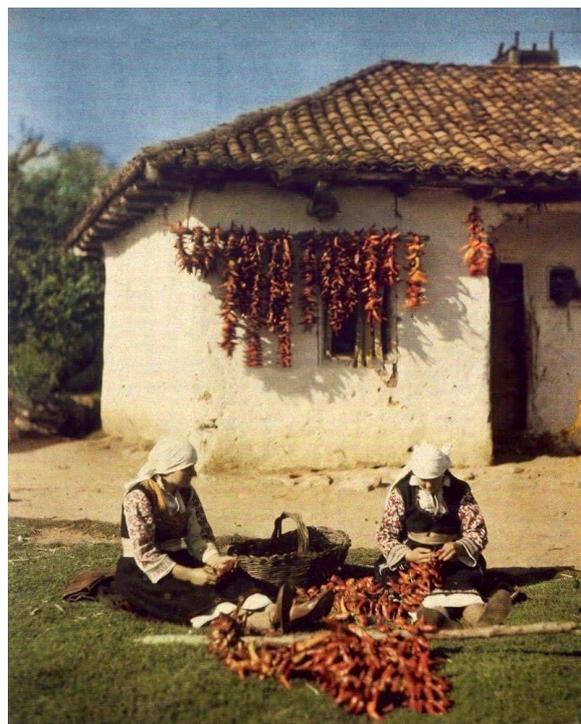


Abbildung 7: Mädchen in täglichen Trachten aus dem *Šopluk* legen rote Paprika zum Trocknen, 1932.

Quelle: <http://www.lostbulgaria.com/?s=чушки+за+сушене>.

In den Jahren nach dem Ende des Ersten Weltkriegs veränderte sich die Art und Weise, wie Gemüse verwendet wurde,¹⁵ indem sich Wissenschaft und die Idee von Vit-

¹⁵ In verschiedenen Regionen Bulgariens wurden bis Mitte des 20. Jahrhunderts und an einigen Stellen bis später Tomaten nur grün und in Form von *Torši*, das aus in Essig-Salz-Lake eingelegtem Gemüse besteht (die typischen Zutaten, die am Balkan am meisten verwendet werden, sind Weißkohl, Blumenkohl, grüne Bohnen, Karotten, Auberginen, Paprika, süße und scharfe Paprikaschoten, grüne Tomaten und Gurken. Ursprünglich wurde sie im Winter als Ersatz für frisches Gemüse verzehrt), konsumiert. Der Grund, warum rote Tomaten nicht reif, sondern grün gegessen werden, ist die Tatsache, dass sie lange Zeit als giftig angesehen werden. Der Konsum roter Tomaten beginnt in städtischen Zentren nach dem Ersten Weltkrieg. In Kleinstädten begann der Konsum dank ihrer Produktionssteigerung Mitte des 20. Jahrhunderts. Wahrscheinlich relevant für dieses Verständnis ist die Tatsache, dass grüne Tomaten in dieser Phase der Entwicklung natürlich sauer sind und einen Geschmack haben, der der Schärfe der restlichen bulgarischen Nahrung nahe kommt, und andererseits ihre Säure durch den Fermentationsprozess hervorheben einer der Gründe, der die positive Einstellung zu dieser Gemüsesorte bestimmt (Vakarelski 2007: 168; Markova 2011: 122).

aminen in Gemüse, einschließlich in Paprika, durchzusetzen begannen. Das hatte auch Einfluss auf die Rolle von Paprika in der bulgarischen Kochkultur, die diese in der aufkommenden Konzeption von bulgarischen "Nationalspeisen" und für Identitätsbildung übernehmen würde. In den 1920er und 1930er Jahren nahmen auch die



Abbildung 8: Erwachsener Šop, gekleidet in typisch weiße Kleidung, verkauft in den 1930er Jahren Paprika auf dem *Frauenmarkt* in Sofia.
Quelle: <http://www.lostbulgaria.com/?p=4249>.

Anforderungen an Gemüsepaprika unter den Gärtnern zu. Dieser Prozess stand in Zusammenhang mit dem allmählichen Rückgang der alten Pfeffersorten aufgrund der gestiegenen Nachfrage nach süßer Paprika auf den europäischen Märkten. Grundsätzlich begannen bulgarische Gärtner, den Anforderungen dieser Märkte zu folgen und Paprika in einer Reihe von Ländern zu produzieren und zu verkaufen, in denen die bulgarischen Paprikasorten eingeführt wurden und in einer Reihe von Nachbarländern

einen wichtigen Platz auf dem Markt hatten (Christov 1966: 13). Aus diesem Grund wurden in dieser Zeit viele neue Gemüserezepte in den Kochbüchern festgehalten, von welchen einige vorher anders zubereitet worden waren, wie zum Beispiel unreife grüne Tomaten und Gerichte mit verschiedenen Paprikasorten. Die Einführung von gemahlenem roten Pfeffer veränderte allmählich die Tendenzen bei der Verwendung von Paprika, wobei gemahlener süßer Pfeffer nach und nach alte hausgemachte geschälte oder gemahlene Paprika ersetzte, die entsprechend zur Herstellung und Verbesserung der Qualität einer großen Anzahl traditioneller Gerichte verwendet wurden. In diesem Zeitraum und insbesondere gegen Ende der 1930er Jahre waren Forscher und Statistiker der Überzeugung, dass die Paprikaerzeugung sowohl in der Anbaufläche als auch in der erzeugten Menge den ersten Platz unter allen in Bulgarien angebauten Gemüsesorten einnahm. Die Paprika ist noch immer das am häufigsten verwendete und beliebteste Gemüse in der bulgarischen Stadt- und Landküche. Dies ist hauptsächlich auf die Entwicklung der Konservenindustrie zurückzuführen, die eine

Vielzahl von Gemüsesorten benötigt, für die sich neben Paprika sich auch die Tomatenverarbeitung hervorzuheben begann. Die Kochliteratur belegt die Verwendung verschiedener Arten ausgewählter beliebter bulgarischer Paprikasorten – *kapija*, *sivrija*, *kambi* usw. und insbesondere Pfefferschoten (Daskalov 1941; 1953). Durch verschiedene Zubereitungs- und Serviertechniken, bei denen die Paprika- und Pfefferschoten gedünstet oder geröstet sowie gar roh nicht nur in täglichen Gerichten, sondern auch in einer Vielzahl von Salaten, die in Kochbüchern immer beliebter werden, verwendet werden, lassen sich Art und Weise ihres vorrangigen Verzehr feststellen.

In der Zwischenkriegszeit behielt der würzige Geschmack zwar seine Position in der Landesküche bei, die in der Stadt verbreiteten Paprikasorten verdrängten aber vor allem bei der Stadtbevölkerung in Sofia die Pfefferschoten, was auf den kulinarischen Einfluss Westeuropas zurückzuführen ist. In den Dörfern um Sofia und im übrigen Westbulgarien wurde beispielsweise in den 1930er und 1940er Jahren Sauerteig mit Hopfen, Gerste, Bohnen, Pfefferschoten oder Zwiebelflocken zur Herstellung von Brot verwendet (Markova 2011: 116). Die ikonischen und klassischen Gerichte der bulgarischen Gegenwart erhielten in der betrachteten Zeit ihr heutiges Aussehen, als sie in größerem Maß zubereitet wurden. Die große Paprikavielfalt und die beginnende Verwendung roter Tomaten wurden zunehmend Bestandteil von Kochbüchern. In der zweiten Hälfte der 1920er Jahre und in den 1930er Jahren fielen Paprika und anderes Gemüse in den Kontext des Aufbaus der bulgarischen nationalen Küche durch die Schaffung von "bulgarischen Nationalgerichten" (Dečev 2013: 94). Eine Reihe von Kochbüchern und Magazinen präsentierte den Lesern in der Stadt und auf dem Land verschiedene Gerichte, die als "bulgarische" volkstümliche und nationale Gerichte bezeichnet wurden. Diese überschritten sich offensichtlich mit den für Westeuropa und insbesondere für die französische *haute cuisine* typischen kulinarischen Bestrebungen der modernen Kochästhetik sowie mit der Integration der lokalen Esskultur und ihrer vorherrschenden Geschmackspräferenzen in eine moderne bulgarische nationale Küche (500 Rezepte 1927; Negencova-Vladinska 1929; Chakanova 1929, 1937; Miteva-Karakaševa 1932; Kasárova/Dimčevska 1933; Simeonova 1935; Čolčeva 1935; Christova 1938 usw.). In ihrem Buch *Bulgarische Volksgerichte*

(1937) sammelt Dr. Ana Chakanova verschiedene Rezepte aus verschiedenen Kochzeitschriften und bietet der Leserschaft des Landes und insbesondere den städtischen und ländlichen Gastgebern, die sich an der Stadt und der städtischen Kochkultur orientieren, die erste umfassendere und systematische Veröffentlichung traditioneller oder nationaler Gerichte, die als "bulgarisch" angesehen werden. Ihr Buch hebt die Nachhaltigkeit traditioneller Einstellungen der bulgarischen Gesellschaft zu einer stärkeren Bevorzugung würziger Gerichte in Westbulgarien hervor, zum Beispiel am Ende des Rezepts für "Gefüllte Paprikaschoten," wo sie schreibt, dass in Sofia lange rote und ziemlich scharfe Paprikaschoten als "gepresste Paprikaschoten" bekannt sind (Chakanova 1937: 31). Der Konsum scharfer Paprika war bei den *Šopen* in der Umgebung von Sofia und anderen Teilen des *Šopluks* eine fortsetzende gängige Praxis und eine fest verankerte nationale Vorstellung. Daraus entwickelte sich ein ideologisches und kulinarisches Konzept, das sich erfolgreich in den Prozess der Schaffung der bulgarischen nationalen Küche in den kommenden Jahrzehnten einfügte. Die in Kochbüchern verwendeten Begriffe wie "unsere Orte" oder "unsere Länder" zeigen das Bestreben nach sozialer Verknüpfung bestimmter Gerichte mit bestimmten Gebieten oder sozialen Gruppen. Diese Bestrebungen führten insbesondere nach dem Ersten Weltkrieg, als aufgrund der Spannungen zwischen Bulgarien und seinen Nachbarländern die nationale Identität eine zunehmende Rolle im Staat zu spielen begann, zu bestimmten Ideen und Assoziationen von Gerichten. Insbesondere Gerichte mit Paprika und Schärfe gewannen an Relevanz, da sie mit Langlebigkeit, Altertum und Einzigartigkeit verbunden waren. Die Pikantheit der Pfefferschoten bildete einen exotischen Teil der nationalen Identität, die im populären Refrain festgehalten wurde. Unter allen Gemüsepflanzen, die zwischen den beiden Weltkriegen angebaut wurden, stand Paprika an erster Stelle im Verhältnis zu landwirtschaftlicher Fläche und Ertrag und wurde ein wesentlicher Bestandteil von Gerichten, insbesondere von Salaten. Das Stereotyp des rückständigen Schärfeessers war in der bulgarischen Literatur bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts dokumentiert worden, und durch die Verstärkung der nationalen Identität in der Zwischenkriegszeit, in der die Küche eine zentrale Rolle spielte, entwickelte sich das Stereotyp über die *Šopen* in der Kochlite-

ratur ab der Mitte des 20. Jahrhunderts zu einem Träger des Names der bekanntesten Speise Bulgariens.

4. Die Šopen

Im südöstlichen Europa waren ethnische und nationale Identitäten erst im 19. Jahrhundert zum Massenphänomen geworden, auch wenn nationalistische Ideologien im 20. Jahrhundert den Anschein der Ewigkeit nationaler Selbstidentifizierung erwecken wollen. Bis zur Befreiung von der osmanischen Herrschaft besaß ein großer Teil der Balkanbevölkerung ein lokales und regionales, aber kaum ein umfassendes "nationales" Bewusstsein. Die Entstehung nationaler Identitäten hing mit der Entstehung christlicher Bourgeoisien im 18. und 19. Jahrhundert und der Rezeption westeuropäischer Ideen zusammen. Ihre Durchsetzung erfolgte aber erst, nachdem sich aus der Erbmasse des Osmanischen Reiches Nationalstaaten herausgebildet hatten, die eine konsequente Identitätspolitik verfolgten. Eine entscheidende Frage für nationale Ideologen war und ist, wo sie die Grenzen der ethnischen und nationalen Identität ziehen und mit welchem kulturellen *stuff* sie diese Grenzen füllen, um der Identität Plausibilität zu verleihen und sie in der Lebenswelt ihrer Träger zu verankern (Adanır 1979). Insbesondere Serbien und Bulgarien sind illustrativ für Versuche der neuen nationalen Eliten, nationale Identität mithilfe des Staatsapparates durchzusetzen, um die regionalen Unterschiede in den Staaten zu vermindern. Ein Problem der ambivalenten ethnischen Identität sind insbesondere die Grenzgebiete zwischen beiden Staaten. Die ethnische Abgrenzung in der s.g. Region *Šopluk* anhand kultureller oder historischer Argumente war eine heikle Angelegenheit, da die Bevölkerung den gleichen Dialekt sprach und spricht und die gleiche orthodoxe Religionszugehörigkeit hat. Der serbisch-bulgarische Krieg 1885 hatte sich als besonders wirkungsvoll für die Durchsetzung nationaler Identität und das Entflammen nationaler Sympathien von beiden Seiten der Region erwiesen.

Bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts erregte der in der wissenschaftlichen Literatur des Balkans als *Šopluk/Šoplik* bekannte historische und kulturelle Raum der *Šopen* (sg. *Šop*) die Aufmerksamkeit sowohl ausländischer als auch bulgarischer und serbischer Forscher (Kostov 1935) und den letzten Jahrzehnten auch jener in der Republik Nordmazedonien in Bezug auf die geografische Verteilung, die ethnische Her-



Abbildung 9: Die ethnographische Karte von Ami Boué (1847) mit Tafel der ethnischen Gruppen auf dem Balkan: Slawen (Serbo-Kroaten, Bulgaren), Griechen, Albaner, Latiner, Osmanen.
 Quelle: <https://historyofmacedonia.wordpress.com/tag/ethnographischen-karten/>.



Abbildung 10: Die ethnographische Karte von Elisée Reclus (1876) von Lejean, Kanitz und de Czoernik mit Tafel der ethnischen Gruppen auf dem Balkan: Slawen (Serbo-Kroaten, Bulgaren, Russen), Griechen, Albaner.
 Quelle: <https://historyofmacedonia.wordpress.com/tag/ethnographischen-karten/>.

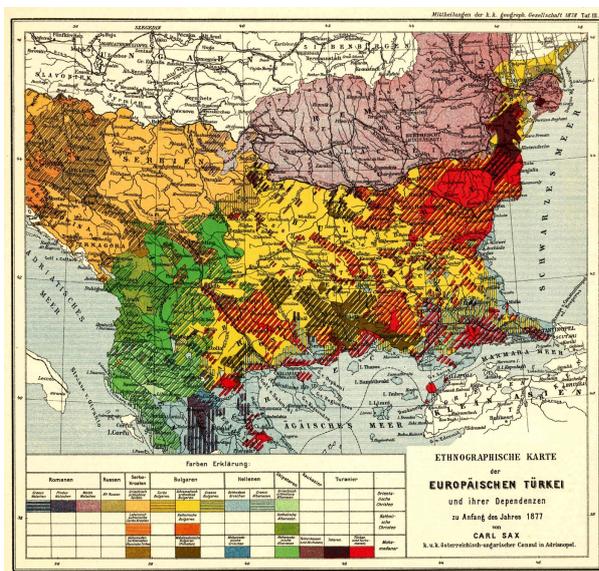


Abbildung 11: Die ethnographische Karte von Heinrich Kiepert (1876) mit Tafel der ethnischen Gruppen der Slawen (Serben, Bulgaren), Griechen (Hellenen), Ilyrier (Albaner) und Vlachen.
 Quelle: <https://historyofmacedonia.wordpress.com/tag/ethnographischen-karten/>.



Abbildung 12: Die ethnographische Karte von von Sax (1877) mit Tafel der ethnischen Gruppen auf dem Balkan: Slawen (Serbo-Kroaten, Bulgaren), Helenen, Skipetaren (Albaner).
 Quelle: <https://historyofmacedonia.wordpress.com/tag/ethnographischen-karten/>.

kunft, den sozialen Hintergrund, den Dialekt und die kulturellen Merkmale der lokalen Bevölkerung (Svetieva 2005). Die Etymologie des Ethnonyms/ Exonyms Šop und



Abbildung 13: Die neuen gezogenen Grenzen auf dem Balkan nach dem Berliner Kongress 1878.
 Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Berliner_Kongress.

die Grenzen des *Šopluk* selbst haben in den letzten fast zwei Jahrhunderten eine beachtliche Literatur hervorgebracht, aber es ist immer noch schwierig, das geografische Gebiet, die dialektale Varietät und die ethnokulturellen Merkmale der *Šopen*, die von der staatlichen nationalen Perspektive abhängen, genau abzugrenzen, da die nationale Identität dominiert (Christov 2004). Die Unstimmigkeiten in den Auslegungen rühren von dem unklar interpretierten historischen Schicksal dieser ethnisch-kulturellen Bevölkerung her, die im zentralen Gebirgstiel der Balkanhalbinsel lebt, wo sich die Staatsgrenzen der Republik Bulgarien, der Republik Nordmazedonien und der Republik Serbien heute treffen. Bei der Schaffung dieser Nationalstaaten in den letz-

ten 150 Jahren änderten einige Gebiete dieser Bevölkerung ihre Zugehörigkeit mehrmals, da sie bereits in den 70er Jahren des 19. Jahrhunderts für die nationalen Zwecke Serbiens und Bulgariens eingesetzt worden waren. Mit den nationalen Bildungsprozessen, die im 19. Jahrhundert begannen, und den großen Veränderungen der Halbinsel ab der Mitte des 20. Jahrhunderts, die durch die rasche "sozialistische" Industrialisierung und Urbanisierung verursacht wurden, änderten sich die Besonderheiten des



Abbildung 14: Die historisch-kulturelle Region von *Šopluk*.
 Quelle: Christov 2005, S. 33.

Dialekts und der Volkskultur der lokalen Bevölkerung. Das einst historisch-kulturelle Gebiet der *Šopen* löste sich auf und wurde ein integraler Bestandteil der gegenwärtigen nationalen Gemeinschaften in den drei Balkanländern, aus denen es sich zusammengeschlossen hatte. Die Bevölkerung des *Šopluk* im Zentrum der Balkanhalbinsel entwickelte sich ab dem Beginn des 21. Jahrhunderts von einer Konflikteursache auf einem grenzüberschreitenden Gebiet zum Vermittler zwischen den drei verwandten südslawischen Nationen und Staaten (Kolev 2001).

4.1. Die Šopen und ihre Bedeutung für die bulgarische Nationalgeschichte

In der bulgarischen Geschichtsschreibung spielen die Gebiete, die einst Teil der allgemeinen Idee von *Šopluk* sind, im Laufe der Jahrhunderte eine wichtige Rolle für die Entwicklung der bulgarischen Nationalkultur. Die historischen und kulturellen Ereignisse, die in diesem Bereich der Balkanhalbinsel stattgefunden haben, sind oft von dramatischen Ereignissen geprägt, die mit politischen und kulturellen Kämpfen um das nationale Erwachen der Bulgaren auf der Suche nach ihrer verlorenen "Größe" zusammenhängen. Diese Prozesse sind zu einer Hochburg des bulgarischen Nationalmythos in der Neuzeit geworden. Das betrachtete Gebiet mit seinen berühmten Festungen von *Serdica* und *Vidin* war die letzte Bastion des bulgarischen mittelalterlichen Königreichs gewesen, bevor es unter die Jahrhunderte lange osmanische Herrschaft fiel. In dieser Gegend ließen sich Mitte des 14. Jahrhunderts sächsische Bergleute nieder, gründeten ihre Kolonien und verwandelten das Gebiet in ein florierendes Bergbau- und Metallbearbeitungszentrum osmanischer Territorien in Europa. Seine privilegierte Position innerhalb des Osmanischen Reiches ermöglichte es dem Gebiet mit einem seiner Zentren, dem *Čiprovci*, ein bulgarisches Zentrum der Frührenaissance für neue Kultur und Bildung sowie für Volkskunst und -handwerk zu werden (Dujčev 1971). Hier brach 1688 in der reichen Region in der Umgebung von *Čiprovci* der berühmte Aufstand von *Čiprovci* aus, angeführt von dem berühmten katholischen Priester Petăr Bogdan, der die erste dokumentierte Geschichte Bulgariens in lateinischer Sprache verfasste. Er definierte die historischen Regionen *Moesia*, *Thra-*

kien und Mazedonien als Teile Bulgariens. Im Süden des Landes liegt die osmanische Sofia, die seit mehreren Jahrhunderten die Hauptstadt der europäischen osmanischen Gebiete und ein florierendes Einkaufszentrum war. Es wuchsen hier im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert einige der ersten bedeutenden Städte wie Vidin und Vraca, die während der bulgarischen nationalen Wiedergeburt zu wichtigen Zentren für Handwerk, Handel, Verwaltung und Spiritualität wurden. In einer jahrhundertealten Verbindung mit dem wichtigsten Kloster an der bulgarischen Grenze – dem Rila-Kloster – machten sie den *Šopluk* zu einer ursprünglichen Quelle des bulgarischen Nationalbewusstseins und Selbstbewusstseins. In diesem



Abbildung 15: Studioporträt eines Šop in traditioneller weißer Kleidung.

Quelle: <https://gams.uni-graz.at/o:vase.215>.

Sinn ging der Prozess der nationalen Wiedergeburt des bulgarischen Volkes mit der Wiedergeburt des Gebiets des *Šopluks* Hand in Hand (Koleva 1984: 75-87). Aufgrund der historischen und kulturellen Bedeutung der westbulgarischen Länder in der bulgarischen Geschichte, die sich in den Entstehungsprozessen der bulgarischen Nation niederschlägt, sind die *Šopen* und der *Šopluk* sowohl von bulgarischen als auch von ausländischen Forschern einem starken wissenschaftlichen Interesse ausgesetzt. Sie erstellten eine bedeutende wissenschaftliche Literatur, die sich mit den Problemen ihrer noch unklaren Herkunft befasste. Dies machte Bulgarien zum einzigen Land unter den anderen Ländern auf der Balkanhalbinsel, mit dem bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts der Ursprung des Namens *Šop/Šopen* in Verbindung gebracht wurde und welches die Grenzen seines Kulturraums erforschte.

Nach dem Berliner Kongress (1878) wurde das Fürstentum Bulgarien im Jahr 1878 gegründet, aber für die Bulgaren war der Berliner Friedensvertrag eine große Enttäu-

schung. Sie waren mit den gezogenen engen Grenzen erwartungsgemäß unzufrieden und eine Vereinigung der Provinzen *Moesia*, *Thrakien* und *Mazedonien* in einem großbulgarischen Staat wurde nicht realisiert. Für die damaligen politischen und kulturellen Vorstellungen der Bulgaren erstreckte sich die bulgarischen Siedlungsgebiete nicht nur auf die heutigen Grenzen Bulgariens, sondern auch auf die heutigen Grenzen Südost-Serbiens, der Republik Nordmazedonien, Nordgriechenlands, Nord-Dobružas und des größten Teils der europäischen Türkei. Dieser Kongress führte zu einem scharfen serbisch-bulgarischen Antagonismus. In diesem Sinne wurden der *Šopluk* und *Vardar-Mazedonien* zu einem Konfliktfeld zwischen Bulgarien und Serbien, deren staatlichen Interessen in diesem Teil der Balkanhalbinsel nämlich verflochten waren (Hacisalihoglu 2003: 48).

Ungeachtet dieser kurzen historischen Beobachtung sind die heutigen bulgarischen Gebiete durch verschiedene kulturelle Einflüsse gekennzeichnet, die sich in einer Vielzahl kultureller Phänomene und Formen in den verschiedenen Regionen des Landes manifestieren. In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts teilte die bulgarischen Ethnographen die bulgarischen Gebiete in sieben kulturelle Regionen ein, die sich durch regionale Besonderheiten wie gesprochene Dialekte, Trachten, Essen, Bräuche, Folklore usw. unterschieden. Infolge dieser Teilung entstehen die kulturellen Gruppen Bulgariens: der *Poljanci* (zwischen dem Balkangebirge und der Donau), *Balkanci* (der ganze Balkangebirge), *Šopen* (Zentral-Westbulgarien), *Mazedonier* (Pirin-Mazedonien), *Rupci* (hauptsächlich der Rhodopa-Berg), die *Thraker* (die Hauptbevölkerung in der Region Thrakien) und die *Dobrudžanci* (Süddobruža), von denen jede in eigener subregionalen Gruppen unterteilt ist. Unter diesen Umständen betrachten die bulgarischen Ethnographen die *Šopen* als eine unverwechselbare ethnische Gruppe, die Teil der gesamten bulgarischen Ethnie ist (Vakarelski 1942: 236-258). Abhängig von der Wahrnehmung der Grenzen der gesamten ethnischen Gruppe der *Šopen* werden einige regionale Subgruppen mit ihren eigenen ethnokulturellen Merkmalen unterschieden: *Šopen* (oder "Holzköpfe") in der Umgebung von Sofia, *Graovci* in der Region von Pernik und Breznik, *Znepolci* in der Region von Trän, *Nišavci* in der Region von Caribrod und Pirot (Serbien), *Visočani* in der Region von Godeč und Iskrec,

Mrakanci in der Region von Radomir, *Kăkavci* in der Region von Kjustendil, *Kekavci* in der Region von Dupnica, *Kusaci* in der Region von Samokov, *Černodreškovci* in der Region von Novo Selo (Nordmazedonien) usw. Dies liegt daran, dass aufgrund seiner abwertenden Konnotation, Autoren wie Petko R. Slavejkov (1884: 122), Konstantin Jireček (1899: 67) und Jovan Cvijić (1906: 180) bezeugen, dass in Bulgarien das Ethnonym *Šopen* von der Bevölkerung nur in den Dörfern und kleineren Städten rund um die Hauptstadt Sofia verwendet wurde. Ebenso werden in Nordmazedonien nur die Bevölkerung einiger Dörfer um Kriva Palanka und Kratovo im Osten des Landes sowie die Siedler aus diesen Dörfern als *Šopen* bezeichnet, und in Ostserbien, die Ethnonyme/Exonyme *Torlaci* und *Šopen* wurden (von den Forschern) häufig gemischt, da sie keine klar definierte Areale hatten (Svetieva 2005). Einige Autoren halten es daher für zutreffender, *Šopluk* als zentralen historischen und kulturellen Raum im zentralen Teil des Balkans zu bezeichnen (Christov 2004).

4.2. Die Entwicklung der geographischen Grenzen des Šopluks

Es gibt unter Balkan-Ethnologen keine eindeutige Meinung, nicht nur in Bezug auf die als *Šopen* bezeichnete Bevölkerung, über ihre Herkunft und Ethnogenese, sondern auch über die Grenzen vom *Šopluk* selbst. Die Autoren betrachten die Grenzen vom *Šopluk* in einem sehr weiten Sinne, wobei einige die Bevölkerung der *Šopen* in ganz Westbulgarien berücksichtigen. In seinen ethnographischen Forschungen setzte P.R. Slavejkov die Grenze zwischen den *Šopen* und der Bevölkerung im Nordosten Bulgariens am Fluss Vit (in Nordbulgarien). Ljubomir Miletić legt die Grenze im Dorf Mečka zwischen Pleven und Nikopol (Nordbulgarien). Christo Vakarelski betrachtet den *Šopluk* im weitesten Sinne des Wortes als das Gebiet mit den Grenzen: den Unterlauf des Iskăr-Flusses südlich von Botevgrad, östlich des Sofia-Feldes, ganz Samokov, Dupnica, Kjustendil und das heutige östliche Nordmazedonien. Nach Hadžinikolov (1984) bezieht sich das Ethnonym/ Exonym *Šopen* zu verschiedenen Zeiten auf die Bevölkerung in einem weiten geografischen Gebiet, das sich über drei Staaten erstreckt. So leben die *Šopen* nicht nur in Sofia und den Nachbarregionen, sondern auch nördlich des Balkangebirges in den Regionen von Vidin, Vraca, Berkovica und

sogar Lom (Nordwestbulgarien). Die breitesten Grenzen, innerhalb derer die Einheimischen als *Šopen* bezeichnet wurden, erstrecken sich in die Gebiete zwischen den Flüssen Iskär und Timok, südöstlich entlang des Flusses Morava, durch die Stadt Kumanovo bis zu den südlichen Ausläufern des Pirin-Gebirges. In einem engeren und genaueren Sinne umfassen der ethnokulturelle Bereich des *Šopluks* und die ethnische Gruppe der *Šopen* die Umgebung von den Städten Sofia, Pernik, Trän, Breznik, Caribrod, Radomir, Dupnica, Kjustendil, Kratovo, Kriva Palanka Ovče Pole, und teilweise Kumanovo (die letzten vier Städte in Nordmazedonien) (Hadžinikolov, 1984: 11-12). Ein solches Verständnis der Grenzen vom *Šopluk* wird in den Lehrbüchern zu ethnokulturellen Räume der Bulgaren bestätigt: Sofia, Trän, Breznik, Radomir, West-Kjustendil, Bosilegrad, Kumanovo und Kratovo gelten als Kernzentrum der *Šopen* und in der Folklore wird von der ganzen Bevölkerung bis zur Donau an der Mündung des Iskär in Botevgrad, Samokov, westlich jenseits der Grenze zu Serbien und südwestlich bis zum Belasica-Berg als *Šopen* gesprochen (Kolev 1987: 73-74). Das Verständnis vom *Šopluk* umfasst auch einige Regionen im Nordosten Mazedoniens und im Südosten Serbiens. Die westliche Grenze des historischen und kulturellen Gebiets der *Šopen* war in der Vergangenheit nicht klar definiert, da es laut Jovan Cvijić aufgrund der großen Ähnlichkeiten zwischen den Serben und den Bulgaren sehr schwierig sei, eine streng definierte Grenze festzustellen, da die Serben und die Bulgaren aufgrund ihrer vielen gemeinsamen Besonderheiten die gleichen Leute seien. Er betrachtet die *Šopen* als eine Übergangsbewölkerung zwischen den ethnischen Kernen der Serben in Šumadija (Zentralserbien) und Bulgaren in Thrakien (Zentralsüdbulgarien) (Cvijić 1991: 209). Als *den Kern der Šopen* betrachtet Cvijić das Gebiet vom Ovče Pole bis zum Tal des Nišava-Flusses in Pirot und Caribrod (Südost-Serbien) und Znepole in Bulgarien sowie den Gebieten von Sofia, Radomir und Breznik. Erweiterte Grenzen des *Šopluks* umfassen ganz Westbulgarien (einschließlich der Regionen Vidin, Sofia und Pirin), Nordostmazedonien, einen Teil des Südostens Serbiens und einen sehr kleinen Teil des heutigen Griechenlands (Cvijić 1906: 180). In den folgenden Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts, nach der Bildung des Königreichs und später der Bundesrepublik Jugoslawien, ergaben sich unter serbischen Wissenschaftler weitere unterschiedliche Interpretationen der Grenzen des *Šopluks* (Christov 2004:

2). In der mazedonischen Ethnologie bezieht sich die Bezeichnung *mazedonische Šopen* auf die Bevölkerung im Nordosten des Landes. Der mazedonische *Šopluk* bezieht sich auf die Gebiete von Kozjačija, Sredorek, Kratovo, Kriva Palanka, Osogovija, Pijanec, Maleševo und Teile von Zletovo und Gorna Pčinja. Die südlichsten Punkte in Mazedonien, an denen das Exonym *Šopen* für die lokale Bevölkerung verwendet wird, sind die Dörfer Stinik, Badi- len, Barbarevo und Bajkovo an den Südhän- gen von Ogražden, im östlichen Teil des Strumica-Felds, nahe der Grenze zu Bulgarien (Svetieva, 2005: 12-13). Im Laufe der Zeit änderte/ behielt/ verlor das Ethnonym je nach Gebiet seine ursprüngliche Bedeutung in der bulgarischen, serbischen und mazedonischen Literatur und Volkskultur. Heutzutage wird das Wort *Šop* unterschiedlich interpretiert, wobei die Bevölkerung anderer bulgarischer Gebiete wie Thrakien, Nordbulgarien und Pirin-Mazedonien mit dem Ethnonym/ Exonym bis heute die Bevölkerung im zentral- und nordwestlichen Teil des Landes, insbesondere im und um das Sofioter Feld, als die *Sofioter Šopen* oder nur als *Šopen* bezeichnet.



Abbildung 16: Der *Šopluk* nach dem serbischen Geographen Jovan Cvijić. Quelle: https://en.wikipedia.org/wiki/Shopi#/media/File:Shopluk_region_map.png.

4.3. Herkunft und nationale Zugehörigkeit der Šopen

Hinsichtlich der Herkunft des Namens *Šop* besteht eine Vielzahl unterschiedliche Ansichten und Auffassungen. Eines der am meisten erforschten Probleme im Zusammenhang mit dem historischen und kulturellen Bereich der *Šopen* ist die Problematik im Zusammenhang mit der Abgrenzung des geographischen Gebiets des *Šopluks* selbst und der Herkunft seines Namens und seiner Bevölkerung. Zahlreiche in- und ausländische Forscher haben sich mit dem Namen *Šop*, dem Ursprung (der Ethnoge-

nese) dieser Bevölkerung, dem Areal, in dem sie lebt, ihrer Lebensweise und ihrer Kunst beschäftigt und darüber geschrieben. Forscher wie Pavel Jozef Šafárik (1847), Viktor Grigorovich (1848), Ljuben Karavelov (1861), Petko R. Slavejkov (1884), Konstantin Jireček (1890), Václav Dobruský (1890), D.E. Tekela (1891), Jovan Cvijić (1906), Jordan Ivanov (1912), Jurdan Trifonov (1921), Stojan Kostov (1935), Jordan Zahariev (1944) und viele andere untersuchen in der Nachkriegszeit die Probleme der Region. Darunter fallen vier Haupttheorien auf, die sich auf die Herkunft der *Šopen* beziehen – die *thrakische*, die *petschenegische*, die *bergmännische* und die *vlachische* Theorie (Sefterski 1984: 55; Sevtieva 2005: 10). Die Erforschung der Ursprünge des Ethnonyms/ Exonyms *Šopen* hat verschiedene Diskussionen ausgelöst, und die Antwort auf die Frage ist in der Wissenschaft noch unbekannt. In der Debatte basieren fast allen geäußerten Meinungen hauptsächlich auf sogenannten historischen Annahmen, die von der allgemeinen wissenschaftlichen Gemeinschaft nicht als überzeugende Beweise und als gültige Argumente akzeptiert werden können. Aufgrund der neuerlichen Diskussion in den letzten Jahren über die nationale Zugehörigkeit der ethnischen Gruppe der *Šopen*, die eng mit dem *Šopska-Salat* selbst verbunden ist, ist die Entwicklung der diskutierten Hypothesen hinsichtlich der Herkunft der *Šopen* kurz zu überprüfen. Sie alle nahmen im frühen 19. Jahrhundert ihren Ausgang und sind bis heute erhalten, unabhängig von ihrer wissenschaftlichen Qualität oder ihrem Herkunftsland.

Es ist wichtig zu vermerken, dass sich die Bevölkerung selbst nicht mit dem Namen *Šop* (*Šopen*) bezeichnete, sondern von ihren Nachbarn so benannt wurde, weil diese den Namen für beleidigend hielten. Der Name *Šop* beinhaltete die Bedeutung eines "einfältigen," "dickköpfigen," "hartnackigen," "schwer von Begriff seienden" Menschen; von Menschen, die im wilden Zustand in den Bergen in der Erde in ausgehobenen Löchern und Gruben, Hütten (*Šop*, *Šopen*) wohnen, überhaupt Hüttenbewohner in verstreuten Siedlungen. Die Bezeichnung *Šop* erscheint oder wird verwendet als Ethnonym, Exononym, Ethnie, Ortsname, Patronym, als Zeichen des sozialen Status, als Name mit symbolischer Bedeutung in Bezug auf Wohnort usw. in einem unterschiedlichen historischen und geographischen Kontext. In den frühesten schriftlichen



Abbildung 17: Hochzeit der *Sofioter Šopen* im ehemaligen Dorf *Bojana*, heutiges Sofia-Viertel, frühes 20. Jahrhundert.

Quelle: <http://www.lostbulgaria.com/?p=4321>

Nachrichten der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts enthält der Name *Šop* in einigen abwertenden Begriffen die Bedeutung von "einfachen und hitzköpfig Menschen" – Bauern, Hirten, Bergsteigern, Bergleuten oder Maurern/ Bauarbeitern. Die Bevölkerung aus dem Flachland bezeichnete die *Šopen* in Hochbulgarien wegen der weißen wollenen Kleidung der Männer, die für sie ein nonverbales Symbol war, auch mit dem Namen *belodreškovci* (Weißbekleidete) (Marinov 1973: 176-7). Der Name der Region selbst stammt von der Kombination des Wortes *Šop* und den türkischen Suffixen für Standort *-luk* oder Objekt *-lik*.

Die erste dokumentierte These, in der die *Šopen* und die Herkunft ihres Namens erwähnt werden, wurde in der bulgarischen Literatur erstellt. Sie bezieht sich auf eine alte Interpretation in einer Manuskriptgeschichte des Kloster Hilendars, die 1826 von einem unbekanntem Autor verfasst wurde und erwähnt, dass Sultan Suleiman I. im Jahr 1522 die rebellischen *Šopen* in Niš in Gefangenschaft nahm. Die osmanischen Hilfsverteidigungsflügel bestanden hauptsächlich aus bulgarischen Soldaten (Vojnu-

ken), die mit einer dicken Holzstange bewaffnet waren und diese zum Gehen benutzten. Aufgrund dieser Holzstange, die im 19. Jahrhundert zur Volkslegende wurde, wurden die Gefangenen in dieser Zeit als *Šopen* bezeichnet.¹⁶ Nach dieser Theorie leitet sich der Name *Šopen* vom türkischen Wort *sopa* (pl. *sopi*) ab, was auf Türkisch "dicker Holzstab" bedeutet. Laut dem unbekanntem Schöpfer der Manuskriptgeschichte wurde das Wort *sopi* im Laufe der Jahrhunderte etymologisch in *šopi* umgewandelt. Die zweite, bedeutendere Theorie ist die des slowakischen Wissenschaftlers Pavel J. Šafárik (1847), der glaubt, dass es einen Zusammenhang zwischen *Šop* und *Schwab* gebe, weshalb es einen deutschen Einfluss auf die Ethnogenese der *Šopen* gebe, oder dass der Name von den sächsischen Bergleuten gegeben worden sei. Diese Vermutung war ein guter Grund für Viktor Grigorovich (1848) anzunehmen, dass die *Šopen* aus *Schwaben* stammen. Pavel Šafárik ist auch mit der s.g. *thrakischen* Theorie verbunden, die die *Šopen* mit dem alten thrakischen Stamm *Sapaei* in Verbindung bringt. Die dritte Theorie, die sogenannte *petschenegische* Theorie, konnte die meisten Forscher aus der wissenschaftlichen Welt überzeugen, die größtenteils nicht bulgarischen Ursprungs waren. Unter ihnen sind Konstantin Jireček, Václav Dobruský, D. E. Tikela, J. Ivanov und andere, die in der zweiten Hälfte des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts befürworteten, dass der Terminus *Šop*, *Šopen* aus dem Namen des Petschenegenstammes *Zopon* (in Wirklichkeit *Vulazospon* und fälschlich als *Zopon* bezeichnet) stammt, der im 11. Jahrhundert von der damaligen byzantinischen Herrschaft in der Umgebung von Sofia, Niš und Ovče Pole gewaltsam umgesiedelt wurde. Zur Unterstützung dieser These zitiert Jireček seine ethnografischen Studien, die er in den Dörfern um Sofia durchgeführt hat, in denen er sich auf die anthropologischen Merkmale von großen Teilen der lokalen Bevölkerung bezieht, deren Merkmale einen *turanischen* Ursprung waren (vgl. Jireček 1890: 211-241). Die *petschenegische* These wurde vom damaligen Direktor der Plovdiv-Bibliothek, dem italienischen Archäolo-

¹⁶ Im Jahr 1373 schuf Sultan Murad I. die Militäreinheit der *Vojnuken* als militärisch-administrative Einheit unter der christlichen Bevölkerung im Osmanischen Reich. Diese Militärklasse hatte einen privilegierten Status, und als Vergeltung mussten die Soldaten bestimmte Aufgaben im Interesse des osmanischen Staates übernehmen (Ichčiev 1907). Im 16. Jahrhundert gab es in Bulgarien rund 40.000 Vojnuken, die als größte Militärgruppe in der Region registriert waren (Hupchick 1993: 23), und im 16. und 17. Jahrhundert wurde der Begriff *Vojnuken* in der Dokumentation der osmanischen Regierung als ein Synonym für Bulgaren verwendet (Turan 1998: 25; Vankovska 2003: 101).

gen Domenico Takela, nachdrücklich unterstützt, der die Volkstrachten der lokalen Bevölkerung mit jenen der Petschenegen in Verbindung brachte, basierend auf mittelalterlichen Informationen (vgl. Takela 1891: 243).

Der serbische Gelehrte Jovan Cvijić seinerseits untersuchte zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Migration und Einwanderung in den *Šopluk* und kam zu dem Schluss, dass es schwierig sei, über dieselbe ethnische Zugehörigkeit der Bevölkerung oder von einem bestimmten Gebiet zu sprechen, in dem sie sich ausdehnt. Cvijić schlägt vor, dass in der Vergangenheit eine ethnische Gruppe gebildet worden sein könnte, deren Ethnogenese eine Vermischung der slawischen Bevölkerung mit den Petschenegen, Kumanen und mittelalterlichen Vlachen impliziert. Er beschreibt auch "asiatische" Merkmale in den Gesichtsausdrücken der *Šopen*, insbesondere an Orten, an denen es weniger Migrationen und Vertreibungen gab. Unter Berücksichtigung des aktuellen Zustands des Ethnonyms kommt Cvijić zu dem Schluss, dass der Name *Šop* kein Stammesname ist und nicht spezifisch mit einer ethnischen Einheit verknüpft werden kann, obwohl eine solche Realität nach Cvijić möglicherweise in der Vergangenheit existiert haben könnte (Cvijić 1906: 178-227). Der Bulgare Jordan Trifunovski stimmt hauptsächlich mit den Schlussfolgerungen von Cvijić überein und betont auch die Beteiligung der mittelalterlichen Vlachen und türkischstämmigen Petschenegen an der Gestaltung der Ethnogenese der modernen *Šopen* (Trifunovski 1973: 219).

Jurđan Trifonov verwirft alle früheren Theorien und bietet drei neue Subthesen für die Ursprünge des Ethnonyms *Šopen* an, basierend auf der Überzeugung, dass dieses in deutschen Wurzeln zu finden ist. Er suchte nach einer Erklärung für die Herkunft des Namens *Šop* in der Sprache der sächsischen Bergleute, die sich im Spätmittelalter in verschiedenen Bergregionen im zentralen Teil der Halbinsel niederließen, in denen der Bergbau eine besondere wirtschaftliche Aktivität darstellte (vgl. Trifonov 1921: 122-158). Jurđan Trifonov erscheint am wahrscheinlichsten, dass der Name der *Šopen* mit dem deutschen Wort für Hütte – *Schuppen* – verwandt ist. Der Autor betrachtet *Šop* als das Exonym, mit dem die sächsischen Bergleute die slawischen Mitarbei-

ter benannt hätten, die in provisorischen Holzhütten lebten und ihr Inventar lagerten. Ein ähnlicher Einfluss der deutschen Sprache finde sich bei anderen Ostslawen in Polen, der Tschechischen Republik, der Slowakei, Serbien und Kroatien, wo das deutsche *Schuppen* in verschiedene slawische Sprachen mit *šupa* oder *župa* übersetzt wird, mit der Bedeutung eines provisorischen Gebäude, einer Hütte oder eines Ortes, an dem landwirtschaftliche Produkte oder Arbeitsgeräte gelagert werden. Mit der Assimilation der Sachsen durch die lokale Bevölkerung habe der Name ein breiteres Spektrum angenommen und sich auf eine Reihe anderer Siedlungen ausgebreitet, weshalb die Bulgaren aus den östlichen Ecken des bulgarischen Landes begonnen hätten, die gesamte Bevölkerung im heutigen Westbulgarien Ostserbien und Nordostmazedonien als *Šopen* zu bezeichnen. In Anbetracht der Viehzucht dieser Gebiete und der leichten Strukturen, in denen die lokale Bevölkerung lebte, ist diese These am plausibelsten. Eine ähnliche Möglichkeit besteht im Ansatz von P.R. Slavejkov, der die Assoziation zwischen *Šopen* und Hirten herstellt – einfache Bergmenschen, die in Hütten statt in Häusern lebten (Slavejkov 1884: 106-123). Neben dem erstellten Exonym erwerben die *Šopen* eine weitere breitere Symbolik in Bulgarien, die in regionalen Besonderheiten wie Sprache und Kleidung zum Ausdruck kam (Trifonov 1921; Kočev 1981; Sefterski 1984).

Aus dem Obigen geht hervor, dass sich seit der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts zahlreiche Wissenschaftler mit dem Problem im Zusammenhang mit der unbekanntenen Herkunft des Namens der als *Šopen* bekannten ethnischen Gruppe befassen. Diese Studien stehen im politischen Kontext der allgemeinen europäischen Prozesse nationaler Bildung während des 19. Jahrhunderts, wenn der bulgarische und serbische und später, ab der Mitte des 20. Jahrhunderts, mazedonische Nationalismus durch soziale, politische und ökonomische Vormachtkämpfe kulturell vermittelt wurde. Durch die wissenschaftliche Diskussion, die bis heute noch andauert, versuchte eine Vielzahl von Wissenschaftlern, die Entstehung, Rolle und Entwicklung des Ethnonyms/Exononyms *Šop* in den drei betroffenen Ländern zu erklären, in denen sich der klassische Begriff des *Šopluk* erstreckt. Klar ist, dass sich unabhängig von der Herkunft des Namens, der ethnischen Zugehörigkeit oder ihrer zeitgenössischen Rolle als kulturel-

le Brücke der Gegenwart zwischen den drei Ländern alle Autoren mit überwiegend bulgarischer und außer-balkanischer Herkunft bis Mitte des 20. Jahrhunderts über den bulgarischen nationalen Charakter der Bevölkerung in den oben genannten Gebieten einig sind. So schlussfolgerte der bulgarische Ethnograph Stefan Kostov bereits in den 1930er Jahren, dass unabhängig von der Herkunft des Wortes *Šop* klar ist, dass sich die Bezeichnung nicht auf eine bestimmte Ethnie bezieht, sondern die *Šopen* wie alle anderen Bulgaren Slawen, mit einer rein slawischen Sprache sind (vgl. Kostov 1935: 28). Bei der Schaffung und Gründung der bulgarischen Nation spielten die *Šopen* eine Schlüsselrolle. Sie sind eine jener Gemeinschaften, die Benedict Anderson (1983) "imaginär" nennt und die jede Nation stützen. In den turbulenten Jahren der beiden Weltkriege und der Zwischenkriegszeit etablierte sich die imaginäre Gemeinschaft der *Šopen* in den Köpfen der gesamten bulgarischen Gemeinschaft als integraler Bestandteil der bulgarischen Nation. Die Küche ist einer der Bereiche, in denen die Idee des nationalen Mythos täglich gestärkt wird, und wo durch die Schaffung bestimmter Gerichte Kontinuität und bei der Übertragung bestimmter Wahrnehmungen in Bezug auf eine bestimmte Gruppe oder Gemeinschaft oft sogar Stereotype entstehen. Auf diese Weise sind sie eng mit der täglichen Etablierung des nationalen Mythos und Konzepts und mit dem Alltagsleben und der nationalen Folklore verbunden. Wie ich bisher dargelegt habe, spielten die *Šopen* nicht nur eine entscheidende Rolle bei der Schaffung der bulgarischen Nation, einschließlich ihres kollektiven Gedächtnisses, ihrer nationalen Psyche und ihrer politischen Bestrebungen, sondern auch bei der Emanzipation der bulgarischen nationalen Küche vom gemeinsamen osmanischen kulinarischen Erbe und sogar noch mehr – in der Schaffung eines der Symbole der bulgarischen Moderne.

5. Tourismus, Moderne und regionaler Geschmack an der bulgarischen Schwarzmeerküste

Trotz der relativ kleinen territorialen Ausdehnung besitzt Bulgarien aufgrund landwirtschaftlicher Vielfalt und günstiger klimatischer Bedingungen gute natürliche Voraussetzungen für die Entwicklung des Tourismus. Verschiedene Gebirgszüge – das Rila-Gebirge, das Perin-Gebirge, der Balkan, die Rhodopen –, zahlreiche Gebirgsseen und selbstverständlich die Schwarzmeerküste gehören zu den wichtigsten Naturschätzen des Landes, auch im Hinblick auf den Tourismus. Hinzu kommen klimatische Vorzüge, die das Land seiner Lage im Übergangsbereich zwischen einem (nach Norden hin) milden Kontinental- und einem (nach dem Süden hin) mediterranen Klima verdankt.

Nach Stalins Tod im Jahr 1953 und dem Genfer Gipfel im Jahr 1955 ließen die Spannungen im Kalten Krieg allmählich nach und führten in den folgenden Jahrzehnten zu sich erwärmenden Beziehungen zwischen Ost und West. Auf einer Tagung des Rates für gegenseitige Wirtschaftshilfe (RGW) in Varna im selben Jahr beschlossen die osteuropäischen Staaten, ihre Binnengrenzen zu lockern, und versuchten, den Tourismus in Osteuropa zu koordinieren. Chruschtschows Außenpolitik des "friedlichen Zusammenlebens" beinhaltete eine schrittweise Öffnung der Sowjetunion für westliche Touristen. Weitere RGW-Mitglieder folgten diesem Beispiel. Anstatt westliche Touristen nur als Sicherheitsbedrohung zu betrachten, begann der Ostblock, den Nutzen des Tourismus für die Kulturdiplomatie und den Beitrag zur Handelsbilanz zu erkennen. Die neue politische Linie nach Westen, die Nikita Chruschtschows eingenommen hat, gab den kommunistischen Ländern die Möglichkeit, ihre wirtschaftlichen und politischen Kontakte mit den Ländern jenseits des Eisernen Vorhangs zu intensivieren. In diesem sich wandelnden wirtschaftlichen Umfeld begann die intensive Entwicklung des internationalen Tourismus in allen osteuropäischen Ländern, die nach und nach ihre nationalen Grenzen für westliche Touristen öffneten. Ab Mitte der 1950er Jahre bemühten sich die osteuropäischen Regierungen, ihre staatlichen Reisebüros und die westlichen Reiseveranstalter gemeinsam, Osteuropa zu einem Reiseziel

für den westlichen Tourismus zu machen. Neben den Propagandabemühungen, den Westen vom Erfolg der kommunistischen Staaten beim Aufbau einer sozialistischen Gesellschaft und von den "Vorteilen des sozialistischen Systems" zu überzeugen, waren die Gründe für ihre Öffnung für den Rest der Welt und insbesondere für die Entwicklung des Tourismus die finanziellen Einnahmequellen in einer konvertierbaren Währung, die die dringend benötigten Ressourcen für das reibungslose Funktionieren ihrer staatlichen Volkswirtschaften zur Verfügung stellte. Ab den frühen 1960er Jahren machten jedes Jahr Millionen von Westländern Urlaub in Osteuropa. Mit unterschiedlichem Erfolg – im Laufe der Zeit und zwischen den Ländern – war Osteuropa während des Kalten Krieges in der schnell weltweit wachsenden Tourismusbranche engagiert (Pearlman 1990: 130). In den 1950er und 1960er Jahren entwickelte sich der Mittelmeertourismus rasant, was auf die Entwicklung anderer touristischer Reiseziele am Meer und neuer Attraktionen zurückzuführen ist. Als der Meertourismus auch neue Destinationen brauchte, war die Schwarzmeerküste eine gute Möglichkeit. So richteten sich die Nordeuropäer auf neue Ziele im Südosten des Kontinents aus.

Dennoch wurden erst in der zweiten Hälfte der 60er Jahre die strukturellen und organisatorischen Grundlagen für den internationalen Massentourismus nach Bulgarien geschaffen. Dank der Klimavorteile Bulgariens gegenüber anderen osteuropäischen Ländern entwickelte sich der bulgarische Tourismus zu einem wichtigen staatlichen Wirtschaftssektor, der das für die Wirtschaft so wichtige Einkommen in eine konvertierbare Währung brachte. Naturgemäß stand als Zielgebiet zunächst die Schwarzmeerküste im Vordergrund, die auch bis heute der Hauptanziehungspunkt für ausländische Urlauber und die Haupteinnahmequelle für Bulgarien im Bereich des Tourismus geblieben ist. In der zweiten Hälfte der 70er Jahre folgte ein spürbarer Ausbau der Kapazitäten für den Wintersport, der seither zum zweiten Standbein im bulgarischen Touristik-Angebot geworden ist. Im Gegensatz dazu war die Möglichkeit, Bergseen, Jagdgebiete und Städte für den Tourismus zu nutzen, im internationalen Reisen relativ unterentwickelt. Der Tourismus war jedoch notwendig für die Modernisierung und Entwicklung anderer vorrangiger Wirtschaftssektoren, aber auch für die Rückzahlung der Auslandsschulden des Landes. Er wurde auch zu einem Moder-

nisierungsfaktor der bulgarischen Gesellschaft, der den bulgarischen Bürgern nicht nur größere soziale Vorteile bot, die sich in Ruhe, Entspannung und Konsum äußerten, sondern auch die Grundlage der Sozialpolitik der Regierung während der gesamten sozialistischen Zeit bildete. So wurde Bulgarien zur führenden und beliebtesten internationalen Sommerdestination unter den Ostländern (Ivanova 2018).

5.1 Die Wurzeln des bulgarischen Tourismus

Es wird daraus ersichtlich, dass Bulgarien ein wesentliches Potenzial für seine Entwicklung als internationales Reiseziel aufwies, aber wann begann es sich als solches zu etablieren und unter welchen Bedingungen entwickelte sich der Massentourismus in Bulgarien? Auf den folgenden Seiten werde ich versuchen, die wichtigsten Schritte in der Entwicklung des Tourismus im Land zu verfolgen, damit wir eine Idee entwickeln können, die uns hilft, die Entstehung des bulgarischen Tourismusprodukts zu verstehen, das Gegenstand unseres Hauptforschungsinteresses ist.

Die Entstehung des bulgarischen organisierten Tourismus geht auf die ärztliche Versorgung und die Heilbäder der Kurorte nach der Befreiung Bulgariens von der osmanischen Herrschaft im 19. Jahrhundert zurück. Das Vorhandensein einer großen Anzahl von Mineralquellen und der bergige Charakter des Landes machten Kuren und Bergsteigen zu den wichtigsten Urlaubsaktivitäten im Staat. Diese Tendenz hängt weitgehend mit der Veränderung der öffentlichen Einstellungen und täglichen Praktiken sowie der Differenzierung der Freizeit als Wert zusammen. In der Zwischenkriegszeit drangen moderne Ideen einer gesunden Lebensweise und eine rationelle Organisation der Zeit in die bulgarische Gesellschaft ein. Die Berge waren ein beliebtes Reiseziel für einheimische und ausländische Kletterer und die Stadt Varna wurde zum Zentrum des Meertourismus, da dort nicht nur der größte Hafen und das wichtigste Handelszentrum war, sondern auch ein beliebtes Urlaubsziel für Tausende von Besuchern aus Bulgarien und jenseits seiner Grenzen. Das Land wurde im Sommer 1926 offiziell zu einem bekannten maritimen Sommerziel, als etwa 15.000 Touristen aus Deutschland und der Tschechoslowakei begrüßt wurden (Vodenska 1991: 409).

Die Stadt hatte eine Reihe kleiner Gästehäuser, Cafés, Restaurants und Jazzclubs, die während der Weltkriege entstanden, und eine begrenzte, aber zentrale touristische Infrastruktur, die den Urlaubern an den Stränden der Stadt die notwendigen Bedingungen für ruhige Sommertage bot. Die Aufwärtsentwicklung des Tourismus in seine verschiedenen Richtungen wurde allmählich als Motor des Wirtschaftswachstums in allen Zweigen der Volkswirtschaft anerkannt.

Mit dem Aufkommen der kommunistischen politischen Herrschaft in Bulgarien wurden die bulgarischen Institutionen im Geiste des politischen und wirtschaftlichen Systems der Sowjetunion umstrukturiert. Die Änderungen umgingen den Tourismus, der in der Vorkriegszeit wie schon erwähnt durch drei Hauptrichtungen charakterisiert war – Balneotherapie, Berg- und Meertourismus –, auch in Bulgarien nicht. Auf den Grundlagen des alten Reisebüros *Balkan* wurde am 1.4.1948 das neue Staatsunternehmen *Balkantourist* gegründet, das mit dem Betrieb von nur sieben Hotels und Restaurants in Sofia und auf dem Land begann. Es erbt die in den letzten Jahren und in Kooperation mit den meisten europäischen Reisebüros geschaffene touristische Infrastruktur und schuf die Grundlage für die staatliche Kontrolle des Dienstleistungssektors. Die Umwandlung der Tourismusbranche in ein staatssozialistisches Unternehmen verwandelte den Tourismus in einen monopolisierten staatlichen Zweig, der den Dienstleistungssektor kontrollierte – wie Hotels, Restaurants, Reiseveranstalter und andere Einrichtungen, die zuvor privaten Initiativen oder Gemeinden überlassen gewesen waren. In den ersten Stadien der Tourismusentwicklung im kommunistischen Bulgarien konzentrierte sich die staatliche Politik auf die innere Entwicklung des Tourismus, ausgedrückt im Berg- und Kulturtourismus, wie auch Balneotherapie, die die Erkundung der natürlichen und historischen Sehenswürdigkeiten Bulgariens fördern sollte (Pearlman 1990: 105). Die sozialistischen Behörden betrachten die Förderung der "produktiven" Freizeit als ebenso zen-



Abbildung 18: Der Logo vom staatlichen Unternehmen *Balkantourist*.
Quelle: <http://socbg.com/>.

tral wie die Arbeit am sowjetischen Modell der Schaffung eines von Bulgarien nachgeahmten "neuen Mannes". Für Bulgarien wie auch anderswo im Ostblock bedeutete dies, dass sich in den frühen Nachkriegsjahrzehnten und sogar danach die meisten „touristischen“ Clubs, Verbände und Zeitschriften auf gesunde und naturbezogene "touristische" Erlebnisse wie Wandern und Bergsteigen konzentrierten. Gleichzeitig betrachteten sozialistische Denker Sport, den Besuch von Museen und andere städtische kulturelle Aktivitäten als ähnlich produktiv (Neuburger 2013: 146). Nach dem Bruch zwischen Stalin und Tito Ende der 1940er Jahre, als für osteuropäische Touristen die Türen zu der traditionell bevorzugten adriatischen Küste geschlossen wurden, erhielt Bulgarien eine außergewöhnliche Chance, sein maritimes Tourismuspotential zu entfalten. Es wandte sich in den folgenden Jahrzehnten der Entwicklung des Meertourismus in großem Umfang für ausländische und inländische Besucher zu. Die Tourismusentwicklung konzentrierte sich im Osten auf die Schwarzmeerregion mit ihrem sonnigen Klima und den unberührten Stränden. Ein weiteres Ziel war der Aufbau von Unterkünften und anderen Kapazitäten, hauptsächlich in den Küstengebieten. Als die Regierung Mitte der 1950er Jahre die rasche globale Entwicklung des internationalen Meertourismus und sein Potenzial erkannte, begannen Ende des Jahrzehnts die ersten gezielten Bemühungen, den Zustrom ausländischer Touristen in das Land zu fördern.



Abbildung 19: Varna, der Stadtstrand, die erste Hälfte der 1940er Jahre.
Quelle: <http://www.lostbulgaria.com/?p=4474>.

5.2. Die Entstehung der "Roten Riviera"

Bulgarien war sich der Knappheit seiner Mineral- und Energieressourcen bewusst und unternahm erhebliche Anstrengungen, um den internationalen Tourismus im Land zu entwickeln. Die einfachste und naheliegendste Möglichkeit, schnell Einnahmen aus dem Tourismus zu erzielen, schien die Nutzung der unbebauten, sauberen und sonnigen Schwarzmeerküste zu sein. Dank der ersten finanziellen Erfolge bei der Unterbringung der ersten ausländischen Touristen am bulgarischen Schwarzen Meer Ende der 1940er Jahre wurde eine korrekte positive Bewertung der reichen natürlichen touristischen Ressourcen des Landes vorgenommen und die staatlichen Behörden kamen zu dem Schluss, dass der Meertourismus staatliche Mittel benötige, um seine marginale Position zu überwinden. *Balkantourist* war die einzige Organisation in Bulgarien, die sich mit der Abwicklung des internationalen Tourismus beschäftigte und sich mit dem Tourismus befassende Firmen und Büros im Ausland unterhielt. *Balkantourist* wurde allgemein für die Bedeutung Bulgariens anerkannt und das Unternehmen wurde Mitte der 1950er Jahre in die Liste der staatlich geförderten Unternehmen aufgenommen. Diese Unterstützung gab grünes Licht für den Meertourismus und Ende der 1950er Jahre unternahm die kommunistische Regierung die ersten ernsthaften Schritte zum Ausbau und zur Verbesserung der Strandinfrastruktur, indem die staatlichen Investitionen in den Bau der ersten sommerlichen Resorts an der Schwarzmeerküste begannen (Ivanova 2018: 38ff).

Mit der Entwicklung des Meertourismus weltweit in den 1950er und 1960er Jahren stellte die Anwerbung ausländischer Touristen ein wichtiges Ziel von *Balkantourist* dar. Es erforderte enorme staatliche Ressourcen für den Bau einer völlig neuen Infrastruktur von Straßen und Feriensiedlungen an der bulgarischen Meeresküste, um den damaligen touristischen Anforderungen gerecht zu werden und damit nicht im Gegensatz zu anderen Sektoren wie Balneotherapie oder Bergtourismus die Entwicklung des Tourismus zu bremsen. Die finanziellen Hindernisse waren erst überwunden, als die staatlichen Behörden davon überzeugt waren, dass die ausländischen Touristen und besonderes jene aus dem Westen, die die bulgarische Schwarzmeerküste besu-

chen wollten, eine wichtige Quelle harter Währung waren und die notwendigen finanziellen Ressourcen für das Regime einbrachten. Der internationale Tourismus entstand erst Ende der 1950er Jahre nach dem Bau des ersten Schwarzmeer-Resorts *Družba* ("Freundschaft" oder "Kameradschaft") in der Nähe von Varna. In den 1960er Jahren wurden die drei wichtigsten Tourismuskomplexe entlang der bisher un bebauten Küste errichtet: in der Region Varna, im *Zlatni Pjasăci* ("Goldener Sand") und in *Albena* und weiter südlich, in der Nähe von Burgas, *Slăncev Brjag* ("Sonnenstrand"). Der Staat baute in diesen Gegenden moderne touristische Einrichtungen mit Blick auf "globale" Standards, damit Ausländer und Einheimische von der aktiven Rolle Bulgariens im politischen Ost-West-Wettbewerb beeindruckt wurden. In diesen eigens errichteten Resorts versorgten fast ein Drittel der Hotels des Landes westliche und osteuropäische Besucher mit Pauschalangeboten. Mit dem Bau der Infrastruktur in den ersten Jahrzehnten der Tourismusentwicklung nahmen die Besuche Ende der 1960er in der Sommersaison erheblich zu, als die ersten Tourismusperlen an der bulgarischen Schwarzmeerküste auftauchten. Die Resorts begannen, hunderttausende Touristen aus dem Ost- und Westblock aufzunehmen. Über 100 Mio. BGN wurden in den Bau von Hotels mit über 50.000 Betten, Campingplätzen und Bungalows mit über 60.000 sowie Privatunterkünften mit über 57.000 Betten investiert (Ivanova 2018: 46ff). Das Regime begrüßte Ausländer in Bulgarien, die sich durch neu errichtete Ferienorte an der Schwarzmeerküste vom "sozialistischen Fortschritt" überzeugten und ihn aktiv unterstützen mussten, indem sie ihr Geld für bulgarische Waren und Dienstleistungen ausgaben.

Der Staat sorgte für einen wahren Aufschwung in der Tourismusbranche und die Entwicklung der Tourismusverwaltung spiegelte die wachsende Anerkennung der Tourismusbranche nicht nur als wichtige Quelle harter Währung, sondern auch als Kontaktstelle zum Westen wider. Durch die Einführung von Erleichterungen für den Grenzübertritt, die sich in einem visumfreien System und einer Reduzierung der Grenzformalitäten niederschlug, wurde der Touristenstrom nach Bulgarien erhöht. *Balkantourist* unterzeichnete seine ersten Verträge mit westlichen Reiseveranstaltern in den späten 1950er Jahren, aber die gezielte Anwerbung von Touristen aus nicht-so-

zialistischen Ländern begann erst in den frühen 1960er Jahren. Tatsächlich arbeitete das bulgarische Regime aktiv daran, Bulgarien als Touristenattraktion für Amerikaner und Westeuropäer über diplomatische Kanäle zu fördern. Die Erwähnung bulgarischer Resorts in den 1960er Jahren in Werbebroschüren einiger der größten und angesehensten westeuropäischen Reiseveranstalter wie *Horizon* (England), *Club Méditerranée* (Frankreich), *Neckermann* und *Touropa* (BRD) war eine Anerkennung für den Erfolg des Landes in diesem Bereich und trug wesentlich zur breiten Popularisierung Bulgariens über die Grenzen des sozialistischen Lagers hinaus bei (Neuburger 2013: 152). Dank dieser Kontakte verbesserte der bulgarische internationale Tourismus die Qualität der touristischen Angebote erheblich, und *Balkantourist* sammelte Erfahrungen darin, weltweit Geschäfte zu machen. Bulgarien wurde zu einer wichtigen Low-Budget-Alternative der anderen Mittelmeerziele und für die ausländischen Touristen, die nach Bulgarien kamen, entwickelte sich der Meertourismus zur begehrtesten Sommeraktivität. In den 1960er Jahren, mit dem Abbau der Spannungen zwischen den beiden politischen Blöcken und der allmählichen Wiederaufnahme des Handels zwischen ihnen, nahm die Flut der Westler, die den jetzt durchlässigen Eisernen Vorhang überschritten, um sich von den Errungenschaften des Kommunismus zu überzeugen, rasch zu. Die Öffnung Osteuropas für den westlichen Tourismus erfolgte, während sich die westlichen Reisekulturen schnell veränderten. Die Kaufkraft nahm zu und die bezahlten Ferien wurden länger. Die Weststaaten verlängerten das gesetzliche Recht auf bezahlten Urlaub auf drei Wochen. Jetzt, da sich weit mehr Westler einen Urlaub im Ausland leisten konnten, wurde das traditionelle bürgerliche Ideal des Reisens als Form der persönlichen Entwicklung durch neue Ideen über den Urlaub als angenehme Flucht aus der Arbeit und dem Alltag in Frage gestellt. Im Jahre 1956 besuchten 80.000 Touristen Bulgarien (Dimitrova 1990). Ab den 1960er Jahren strömten immer mehr Blockbesucher in Zügen, Luxusbussen, Flugzeugen und Schwarzmeerschiffen zur bulgarischen Küste. Laut *Balkantourist* hielten sich 1965 eine Million Touristen dort auf, zehn Jahre später waren es vier Millionen und 1985 über sieben Millionen, von denen mindestens ein Viertel aus West- und Nordeuropa stammte. Vertreter der Tourismusbranche zählten und zeichneten mit Stolz die steigende Zahl ausländischer Besucher als "Beweis" für die Wirksamkeit der Branchen-

entwicklung. Zwar stammte der Großteil der nach Bulgarien reisenden Touristen weiterhin aus dem Ostblock, für den Bulgarien wesentlich günstiger und zugänglicher war, doch 1975 gab es beispielsweise 15.657 Amerikaner, 74.911 Briten und 62.463 Franzosen, bereits 198.042 Westdeutsche, 46.943 Österreicher gegenüber 463.420 Jugoslawen, 337.709 Tschechen, 282.582 Polen und 252.987 Sowjets usw. (Vodenska 1991: 411). Mit dieser Mischung aus Block- und Westbesuchern entwickelte sich unweigerlich eine komplexe Ost-West-Begegnung in der Umgebung der bulgarischen Schwarzmeer-Resorts.



Abbildung 20 und 21: Werbefotos der bulgarischen Schwarzmeerküste in den 60er Jahren.
Quelle: <http://www.lostbulgaria.com/?p=4210>.

Trotz der Tatsache, dass er eine wichtige Quelle harter Währung für das Land wurde, blieb der internationale Tourismus unterentwickelt. Bis 1983 hatte Bulgarien mit 46 Ländern gegenseitige visumfreie Abkommen unterzeichnet, von denen jedoch nur eine Handvoll mit den Industrieländern des Westens geschlossen wurden, wobei Österreich ein bemerkenswertes Beispiel war. Die anderen Touristenattraktionen des Landes, wie Seen und Berge, wurden in marginalisierte Reiseziele umgewandelt, die hauptsächlich für einheimische Touristen bestimmt waren. Das bulgarische Binnenland wurde vernachlässigt und in den nächsten Jahrzehnten wurde weniger unternommen, um den internationalen Winter- und Sporttourismus zu fördern. Hartwährungseinnahmen kamen weiter aus dem Meertourismus. Beispielsweise wurden 1971 in Bulgarien nur 14 Arten von Dienstleistungen für Touristen angeboten, während in

entwickelten touristischen Ländern Hunderte solcher Dienstleistungen angeboten wurden. Einer der Gründe für diese Situation war das Fehlen eines Erbes des bulgarischen Tourismus – sowohl in Bezug auf touristische Einrichtungen als auch in Bezug auf Tradition und Gewohnheiten der Gastbevölkerung (Pedersen 2018). Immer mehr wertvolle natürliche Ressourcen wurden für touristische

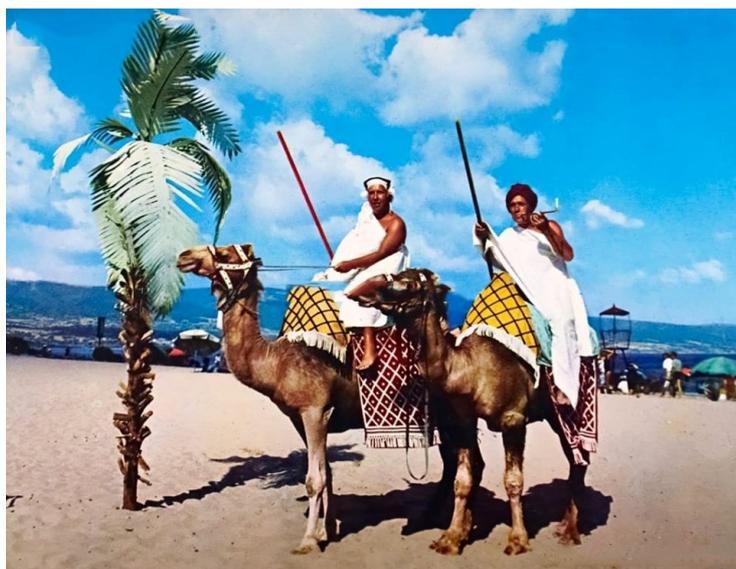


Abbildung 22: Sonnenstrand, "Globus" Hotel - Kameltouristenattraktion, 60er Jahre.
Quelle: <http://socbg.com/>.

Einrichtungen genutzt, die sich zu sehr auf den Seeverkehr im Sommer konzentrieren, und zu wenige Nebeneinrichtungen wie Restaurants, Bars und andere Unterhaltungsdienste wurden entwickelt. Die Betonung des internationalen Tourismus war zweifellos ein Faktor für die Verbesserung der Wirtschaftsleistung in den 1960er und 1970er Jahren. Die natürliche Infrastruktur und die landschaftlichen Attraktionen des Landes begünstigten den Tourismus als Schlüsselsektor in den raschen Nachkriegsentwicklungsplänen, obwohl das Hauptziel der wirtschaftlichen Entwicklung wie anderswo in Osteuropa noch die Industrialisierung war.

Das Potenzial von *Balkantourist* entfaltete sich in den ersten zwei Jahrzehnten des Bestehens des Unternehmens. In der nächsten Phase der Entwicklung wurde *Balkantourist* mit der Aufgabe betraut, das Wachstum des Tourismus durch die Entwicklung der touristischen Infrastruktur, den Bau von Restaurants, Cafés und Unterhaltungsangeboten mit den neuesten Annehmlichkeiten zu fördern sowie die Förderung im Ausland zu organisieren, um ausländische Besucher in das Land zu locken. Anfang der 70er Jahre zeichneten sich neue Trends im bulgarischen Tourismus ab. Im Jahr 1973 erhielt das 1966 gegründete Komitee für Tourismus den Rang eines Ministeriums. In den nächsten zwei Jahrzehnten wurde der Schwerpunkt zunehmend auf die Verbesserung der verfügbaren Einrichtungen gelegt, wobei Luxus, Vielfalt der Speisen auf



Abbildung 23: Ein farbiges Faltblatt "Bulgaria - Albena" mit Informationen zu Beschäftigungsmöglichkeiten, Ausflügen, Hotels im Urlaubsort in deutscher Sprache.
 Quelle: <https://www.ddr-museum.de/de/objects/1015567>.

Speisekarten und Dienste und die Qualität des Service im Vordergrund standen. Um dem im Land steigenden Wunsch nach Touristen, die ihre Sommerferien an der bulgarischen Schwarzmeerküste verbringen wollten, nachkommen zu können, lagen die Prioritäten in der zweiten Periode des Meertourismus nicht im Bau von Megakomplexen, die Zehntausende von Touristen aufnehmen konnten, sondern im Bau von Luxushotels für ein defensiveres und zahlungskraftigeres Publikum, in der Modernisierung der bestehenden Hotelbasis und dem Angebot von Waren und Dienstleistungen, die die Verbraucher leicht mit dem

in Verbindung bringen konnten, was als "typisch bulgarisch" vermarktet wurde. Eine Reihe neuer Hotels, an denen auch westliche Unternehmen beteiligt waren, wurden gebaut, um zeitgemäßen internationalen Standards in Bezug auf Einrichtung und Service zu entsprechen, wie das Hotel *Internationale* in Goldstrand (1968), das schwedische *Grand-Hotel Varna* im Družba Resort (1977), das japanische *New Otani* in Sofia (1979), das *Balkan Hotel* in Sofia, das von der amerikanischen Firma *Sheraton* (1986) renoviert wurde, und viele andere. Dank der Zusammenarbeit mit westlichen Unternehmen, dem Einsatz westlicher Technologien und Modetrends in der Hotellerie und Gastronomie sowie den Anstrengungen der Tourismusveranstalter zur Entwicklung des Tourismus erzielte der bulgarische Tourismus in den 1970er und insbesondere in den 80er Jahren beeindruckende Ergebnisse, die Bulgarien zu einem eigenen Reiseziel von Weltklasse machten (Ivanova 2018: 54ff). *Balkantourist* verfügte in allen Hauptstädten Europas und weiterer Länder sowie in einer Reihe größerer Städte über Vertretungen, von denen die ausländischen Touristen alle Informationen über Bulgarien erhielten. An den Grenzübergangsstellen, in den größeren Städten des Landes und in den Hotels von *Balkantourist* wurden Informations-, Dienstleistungsbüros und Ähnliches eröffnet (Maleševski 1987). In dieser Zeit koordinierte *Balkantourist* eine beeindruckendere Auswahl an Hotels, Resorts und Restaurants von der Schwarzmeerküste bis zu den bulgarischen Bergen und Städten, da auch der Städte-

tourismus große Aufmerksamkeit erhielt. Die Tourismusbranche machte Reisen an die Küste, in die Berge oder in kleinere und größere Städte für eine wachsende Zahl ausländischer Besucher aus benachbarten sozialistischen Staaten und darüber hinaus zugänglicher (Neuburger 2013: 150). Hinter diesem Erfolg verfolgte *Balkantourist* die Strategie, kostengünstige Reisepakete zu entwickeln, damit das Unternehmen auf den internationalen Märkten wettbewerbsfähiger wurde. Dadurch hat sich das Land als eines der günstigsten Reiseziele nicht nur in Europa, sondern auch weltweit etabliert. Dank seiner Preispolitik gelang es *Balkantourist*, im Wettbewerb mit anderen Billigreisezielen wie Jugoslawien eine eigene Marktnische zu finden und Dienstleistungen für Ausländer anzubieten, die sie für ihre harte Währung anderswo nicht hätten bekommen können. Bulgarien, dem wichtige natürliche Ressourcen entzogen worden sind, das jedoch bis heute reich an Freizeit- und Kulturtourismusattraktionen ist, entwickelte sich in den 1970er Jahren auf dem internationalen Tourismusmarkt zu einem typischen Reiseziel für Sonne, Meer und Sand.



Abbildung 24: Der Družba-Komplex, der zur ersten Perle der bulgarischen Schwarzmeerküste wurde, ist ein Synonym der "Roten Riviera" geworden.
Quelle: <http://socbg.com/2016/05/25592.html>.

Im Gegensatz zu den traditionellen Kurorten vom Typ der Seebäder an der Mittelmeerküste, der Nord- und Ostsee, die in der Regel spontan entstanden sind, wurden die Kurorte als Ergebnis der Unternehmerinitiative an der bulgarischen Schwarzmeerküste planmäßig aufgebaut, um den Anforderungen des landeseigenen Tourismus und des Fremdenverkehrs gerecht zu werden. Das aber bedeutete die Schaffung eines zusammenhängenden und ausgewogenen Systems von Hotels, Restaurants, Unterhaltungslokalen, Lebensmittelläden, Dienstleistungsbetrieben, Sportplätzen und -anlagen, Tankstellen und Reparaturwerkstätten und Kommunikationswegen. Mit einem Wort – die gesamte Infrastruktur diene den Bedürfnissen des Touristik- und Ferienwesens und folgte einem einheitlichen urbanistischen und architektonischen Konzept. Im Laufe der Zeit entwickelte und verbesserte sich dieses System weiter. Es wurde um neue Elemente ergänzt und wurde renoviert und modernisiert, um den



Abbildung 25: Kleinformatige Broschüre "Reiseland Bulgarien - Tourismus-Information" in deutscher Sprache.
 Quelle: <https://www.ddr-museum.de/de/objects/1015552>.

wachsenden Anforderungen des Fremdenverkehrs in den 1980er Jahren gerecht zu werden. Zu einem Rückschlag in der Entwicklung des internationalen Tourismus in Bulgarien kam es Ende der 1970er und Anfang der 1980er Jahre durch die allgemeine Verlangsamung des internationalen Reiseverkehrs aufgrund der weltweiten Energie- und Finanzkrise. In dieser Zeit des Hochsozialismus wurde dem kommunistischen Regime die Notwendigkeit des Massentourismus – an der Küste und darüber hinaus – in all seinen verschiedenen Formen und den damit verbundenen Verbrauchsgütern bewusst. Nach dieser Zeit erkannte *Balkantourist* die dringende Notwendigkeit einer Intensivierung und Diversifizierung des internationalen Tourismussektors in Bulgarien.

Dies führte zu einem raschen Auftreten und Wachstum von Hochgebirgsresorts und Spas. In dieser Zeit begann der bulgarische Staat, eine Menge von Broschüren, Büchern, Reiseführern und Zeitschriften auf Deutsch und anderen "westlichen" Sprachen zu produzieren, die Bulgarien nicht nur wegen des Schwarzen Mee-

res, sondern auch aufgrund seiner grünen Gebirgszüge, Mineralien, Bäder und seiner kulturhistorischen Geschichte und architektonischen Denkmäler als Touristenurlaubsziel vermarktet. Bilder des "samtigen Sandes" der Schwarzmeerküste und der großen Resortkomplexe lockten westliche Touristen auf der Suche nach Sonne und Annehmlichkeiten an. In den 1980er Jahren nahm der internationale Tourismus einen wichtigen Platz in der bulgarischen Wirtschaft ein und hatte erhebliche Verbindungen zur Landwirtschaft und zu anderen Wirtschaftssektoren aufgebaut. In den 80er Jahren gewann der Individualtourismus im Verhältnis zum organisierten zahlenmäßig an Bedeutung, doch waren die Bedingungen für ihn nach wie vor erheblich schlechter als diejenigen für die Gruppenreisenden. Ein Faktor, der dazu beitrug, war, dass die Hotelpreise für ausländische Pauschalreisenden zwei- bis dreimal höher waren als für Bulgaren. Im Jahr 1989 schätzten Regierungsbeamte, dass während der Touristensaison ungefähr 50.000 Menschen direkt in der Tourismusbranche beschäftigt waren. Viele andere profitierten jedoch indirekt. Tausende Einwohner an der Schwarzmeerküste vermieteten in den Sommermonaten Unterkünfte. Restaurants, Transportdienste (einschließlich Taxifahrer) und Einzelhändler erzielen ebenfalls erhebliche Einnahmen aus der Branche. Der Sektor wuchs bis in die 1990er Jahre, als der bulgarische Tourismus bereits unter den Auswirkungen des politischen Wandels im ehemaligen Ostblock litt. Er erwirtschaftete 3,3% des Nationaleinkommens des Landes und bis zu 5% der bulgarischen Devisen. 4% der Erwerbsbevölkerung profitierte direkt oder indirekt davon (Harrison 1993: 520).

In den letzten Jahren des Sozialismus entwickelte sich Bulgarien zum beliebtesten Urlaubsziel im Ostblock für Touristen aus Ost- und Westeuropa. In dieser Hinsicht war es führend unter den Ländern des Sowjetblocks. Trotz der guten Werbung war

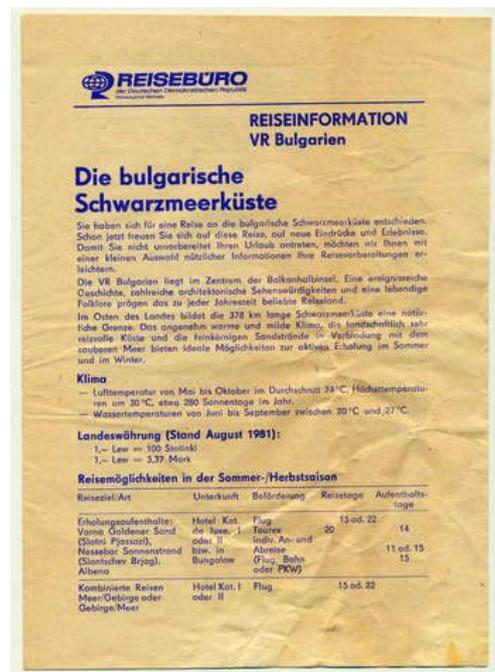


Abbildung 26: Broschüre "Reiseinformation VR Bulgarien."
 Quelle: <https://www.ddd-museum.de/de/objects/1007778>.



Abbildung 27: Romantische Aussicht vom "Trifon Zarezan" Restaurant entlang der Strasse Varna-Goldenenstrand.
Quelle: <http://socbg.com/wp-content/uploads/2017/04/6.jpg>.

der bulgarische Meertourismus für seine niedrige Dienstleistungsqualität und die zahlreichen organisatorischen Probleme von *Balkantourist* bekannt. Diese Faktoren hielten zahlungsfähige Touristen ab, die nicht die gewünschte Fürsorge und Aufmerksamkeit erhielten, und zogen hauptsächlich die Arbeiterklasse der westlichen Gesellschaften an. Die plötzliche Einführung Bulgariens in den globalen Kapitalismus nach 1989

veränderte die bulgarische Wirtschaft drastisch. Als der einst lebhafteste Industriesektor des Landes zusammenbrach, entwickelte sich der Tourismus zu einem der wichtigsten Kraftwerke der postsozialistischen Wirtschaft. Mit einem Anteil von mindestens 10% am bulgarischen Bruttoinlandsprodukt wurde der Tourismus zum größten Devisengenerator des Landes. Vor allem war der Tourismus einer der wenigen Sektoren, die trotz des Beginns der Privatisierung und Vermarktung weiter expandierten. Er verzeichnete aber kein Qualitätswachstum und Bulgarien als Reiseziel wurde gegenüber anderen südeuropäischen Ländern, die ebenfalls Sonnen- und Seeferien anboten, noch weniger wettbewerbsfähig. Der Tourismus war arbeitsintensiv – in einer Zeit, als Arbeitsplätze in der formellen Wirtschaft verschwanden, wuchs die Beschäftigung in diesem Sektor. Trotz der Tatsache, dass Bulgarien den Verbrauchern heute noch ziemlich standardisierte "Pakete" für Reisen und Erholung bietet, ist es weiterhin hauptsächlich für osteuropäische Touristen ein attraktives Reiseziel. Schönes Wetter, Sandstrände, köstliche Küche, häusliche Atmosphäre und viele Touristenattraktionen zu vernünftigen Preisen haben im Laufe der Jahre immer mehr Besucher angezogen. Aufgrund der enormen Investitionen in den Tourismus bietet Bulgarien derzeit eine modernere Infrastruktur und Angebote sowie gute Dienstleistungen für Touristen, was zu dem wachsenden Interesse an einem Besuch des Landes beiträgt.

5.3 Die Erfindung "des sozialistischen Paradieses"

Die Ereignisse während der ungarischen Revolution im Jahr 1956 wurden von den kommunistischen Behörden in den einzelnen Ländern eher als Protest gegen den niedrigen Lebensstandard interpretiert statt als Protest für eine größere persönliche Freiheit. Mitte der 1950er Jahre konzentrierten sich die staatlichen Behörden auf die Verbesserung der Lebensbedingungen der Arbeiterklasse, um den Staatssozialismus zu legitimieren und den Ansprüchen Glaubwürdigkeit zu verleihen – eine Intensivierung von Konsumgütern unter den Bedingungen des Kalten Krieges würde ein besseres Leben ermöglichen als der freie Marktkapitalismus oder die gemischten Volkswirtschaften sozialdemokratischer Staaten (Crowley 2010: 13f). Nachdem die Grundbedürfnisse der Bevölkerung in der unmittelbaren Nachkriegszeit befriedigt worden waren, konnte Bulgarien nach Wegen suchen, um das ehrgeizigere utopische Versprechen des "guten Lebens" als Indikator für Fortschritte in Richtung einer kommunistischen utopischen Zukunft zu erfüllen. Die Kommunistische Partei Bulgariens (BKP) erkannte auch an, dass mit der wachsenden Nachfrage nach hochwertigen Waren und Dienstleistungen eine "neue moderne Art des Konsums" entstanden war. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden – und zwar nicht nur für die Wenigen, sondern für die Vielen – fand in Bulgarien eine bedeutende Neuausrichtung der Zentralverwaltungswirtschaft auf die Massenproduktion und den Vertrieb von Konsumgütern statt. Das bulgarische poststalinistische Regime schuf die materiellen und ideologischen Voraussetzungen für ein relativ schnelles Wachstum des Konsums und eine sozialistische Konsumkultur (Brunnbauer 2007: 318ff). Verbesserte soziale Sicherheit und eine verkürzte Arbeitswoche ermöglichten neue Lebensbedingungen. Der Eckpfeiler der Versuche, die Lebensbedingungen zu verbessern, war die Förderung der Freizeitgestaltung, insbesondere des gesunden und produktiven Tourismus und des "rationalen Konsums" von Genussmitteln wie Alkohol, Essen und Tabak. Als weiteren Indikator für den sozialistischen Fortschritt bot die BKP den Arbeitnehmern eine verdiente Pause von ihrer Arbeit. Während in den Vorkriegsjahren die Touristenferien weitgehend die Reichen betrafen, versuchten die bulgarischen Führer in der

sozialistischen Zeit, allen Arbeitern Urlaubszeit, Orte zum Entspannen, Konsumgüter und Verjüngung zu bieten.

Der Tourismus war in vielerlei Hinsicht der Stolz des sozialistischen Bulgariens. Förderung und Verwaltung der touristischen Erfahrung in Bulgarien und im Ostblock durch *Balkantourist* im Sozialismus entfalteteten sich unter dem Blick der westlichen Touristen und der ständigen Begegnung mit ihnen. In gewisser Weise war deren Anwesenheit ein Beweis für den "sozialistischen Fortschritt," da das sozialistische Bulgarien Besucher von nah



Abbildung 28: UrlauberIn in den 70er Jahren.
Quelle: <http://socbg.com/>

und fern anzog. Da Bulgarien nicht viele andere wünschenswerte Konsumgüter hatte, insbesondere außerhalb des Blocks, wäre sein goldener Sand sicherlich zufriedenstellend. Der Tourismus bot eine Reihe von Dienstleistungen mit Firmengütern an, die an die Ausländer "verkauft" werden konnten, sowohl für weiche (Block) als auch für harte (westliche) Währungen. Wie oben erwähnt, spielte die westliche Währung eine entscheidende Rolle für die rasche Entwicklung der touristischen Einrichtungen in der Zeit nach 1956. Der internationale Tourismus war neben der Schwerindustrie, der Landwirtschaft und der Zigarettenindustrie der wichtigste Motor für das Wirtschaftswachstum in Bulgarien, das in den 1960er und 1970er Jahren die höchste Pro-Kopf-Expansionsrate im Ostblock verzeichnete (Giatzidis 2002: 27). In dieser Hinsicht spielte der Tourismus eine doppelte Rolle. Der internationale Tourismus trug zum Abbau der Staatsverschuldung des Landes bei und brachte auch dringend benötigte Mittel ein, die für die Expansion anderer Wirtschaftssektoren und zur Bezahlung der für den wirtschaftlichen Entwicklungsprozess erforderlichen Importe verwendet werden konnten. Aufgrund des schnellen Wachstums und des Erfolgs des Tourismus in den späten 1960er und frühen 1970er Jahren konnten sich andere Branchen entwi-

ckeln und expandieren. Fremdwährungserträge wurden verwendet, um in die Schwerindustrie zu investieren; und da diese florierten, verringerte sich die Abhängigkeit vom Tourismus als Devisenverdiener (Ivanova 2018: 93-109). Auf der anderen Seite betrachtete die Regierung den Inlandstourismus als integralen Bestandteil ihrer Kultur- und Sozialpolitik. Das Engagement der Regierung für den Sozialtourismus stand im Mittelpunkt der anfänglichen Entwicklung des Tourismussektors. Der Staat strebte keinen direkten Gewinn aus dem Sozialtourismus an. Während des sozialistischen Regimes hatten die meisten bulgarischen Bürger lange, staatlich geförderte Sommerferien, am meisten an der verschwenderischen Schwarzmeerküste. Die Behörden glaubten, dass durch die Gewährleistung und Finanzierung der Erholung ihrer Bürger nicht nur ihre Gesundheit, sondern auch ihre Arbeitsfähigkeit verbessert würde. Der indirekte wirtschaftliche Effekt manifestierte sich in höheren Produktivitätsniveaus – nach dem Konzept "Ruhe ist gut für das Gehirn" (Neuburger 2013). Das sozialistische Regime machte es sich zur Aufgabe, staatlich subventionierte Freizeiteinrichtungen und -aktivitäten als Motor der Regeneration bereitzustellen. Die BKP unternahm erhebliche Anstrengungen, um auf diese Forderung zu reagieren und gemütlichere Touristenferien anzubieten. Von verschiedenen Ministerien, den Gewerkschaften, Jugendverbänden und anderen Institutionen organisiert, bot der Staat durch ein Netzwerk von Erholungsheimen



Abbildung 29: Sorglose Sommertage an der südlichen bulgarischen Schwarzmeerküste in den 70er Jahren.
Quelle: <http://socbg.com/>.

und Schülerlagern für einen nicht unerheblichen Teil der Bevölkerung relativ preisgünstige Urlaubs- und Ferien-Möglichkeiten. Mindestens 50% der Unterkunftsbasis des Landes waren für den Sozialtourismus reserviert. Ungefähr 60% dieser Unterkünfte konnten für den Wirtschaftstourismus entwickelt werden, die restlichen 40% befanden sich auf Campingplätzen und in speziellen Erholungszonen für die bulgarischen Staatsbürger. Da etwa 50% der Unterkunftsbasis von *Balkantourist* hauptsäch-

lich für den internationalen Markt kontrolliert wurde, konnte Bulgarien tatsächlich 80% seiner Unterkunftsbasis internationalen Touristen anbieten (Pearlman 1990: 107).

Wie auch anderswo im Ostblock lieferten in Bulgarien die Modernisierungseffekte des ersten Jahrzehnts des Sozialismus nicht nur die technologischen Mittel zur Schaffung von Freizeit, sondern auch einen Anstieg der Erwartungen an ein "besseres Leben" im Sozialismus, einschließlich Freizeiteinrichtungen und Flucht vor dem Alltag. Die Entstalinisierung hat diese Erwartungen erhöht und einen Markt für Tourismus und städtischen Freizeitkonsum geschaffen, auf den die Regime im gesamten Ostblock bereitwillig reagierten. Der bulgarische Tourismus hat sich in dieser Zeit im wahrsten Sinne des Wortes rigoros ausgeweitet. Ein großer Teil dieser Expansion und des "offiziellen Engagements" konzentrierte sich jedoch auf den Tourismus im traditionellen Sinne des Wortes, also Bergsteigen und Aktivitäten im Freien. Der Inlandstourismus verzeichnete steigende Mitgliedschaften in bergsteigerorientierten Tourismusverbänden. Sonderveranstaltungen wurden bewusst in inländische Tourismuspro-



Abbildung 30: Reisebroschüre der Touristenbewegung, um die "Top 100" der interessantesten historischen und natürlichen Sehenswürdigkeiten des Landes unter dem Motto "Lern das sozialistische Land kennen" kennenzulernen.
Quelle: <http://socbg.com/wp-content/uploads/2015/08/Opoznai-Rodinata-02.jpg>.

gramme aufgenommen, um das Bewusstsein für das kulturelle Erbe des Landes zu schärfen. Tatsächlich gab es eine genehmigte Liste von ungefähr 100 natürlichen Touristenattraktionen wie Berggipfeln, historischen und kulturellen Denkmälern, Museen und anderen Naturmerkmalen. Jeder Tourist, der all diese Sehenswürdigkeiten besucht hatte, erhielt das Goldene Abzeichen mit dem Titel "Lernen Sie das sozialistische Vaterland kennen". Diese kurzen Erholungsprogramme und Touren für

die lokale Bevölkerung waren besonders bei jungen Menschen verbreitet und erfüllten in diesem Sinne eine wichtige Bildungsfunktion. Sie sollten ein stärkeres Bewusstsein für die nationale Identität des Einzelnen hervorrufen. Es bestand kein

Zweifel, dass der Kulturtourismus die nationale Einheit förderte – ein Punkt, der auch in Bezug auf Entwicklungsländer betont wurde (Pearlman 1990: 109f).

Zigaretten waren neben Alkohol und Essen ein wichtiger Bestandteil der bulgarischen Freuden und Ablenkungen an der Küste und an anderen touristischen Orten, an denen sich Restaurants, Cafés und Bars rasch vermehrten. Bulgariens landwirtschaftlicher Überfluss und seine Produktion von Konsumgütern waren eine ideale Voraussetzung für die Versorgung der besuchenden Massen und Urlauber mit qualitativ hochwertigen Lebens-



Abbildung 31: Bulgarische Touristen im Ferienort *Primorsko*, an der südlichen Schwarzmeerküste, in den 70er Jahren.
Quelle: <http://socbg.com/>.

mitteln, Getränken und Rauchwaren. Die urbanisierten, gebildeten und qualifizierten Bürger Bulgariens suchten zunehmend diese Orte der Freizeitgestaltung und der Flucht vor der Monotonie des Alltags – versorgt mit staatlichen Konsumgütern – auf. Die Volksrepublik Bulgarien wurde zunehmend zu einer "sicheren" Flucht für ein "gefangenes" Publikum – das heißt für Einheimische und Blockbürger, die ihren Tag in der Sonne in einer "ideologisch gesunden" Umgebung verbringen konnten. Die Bulgaren nutzten neue touristische Möglichkeiten wie nie zuvor. Die Bereitstellung von "unproduktivem" Tourismus, einschließlich Freizeiteinrichtungen, wurde in der Tat Teil der Bemühungen der Regierung, ihre eigene Legitimität zu stärken und zu demonstrieren, dass ein „reifer Kommunismus“ unmittelbar bevorstünde. Gleichzeitig erforderte die Bereitstellung solcher Waren und Dienstleistungen und damit die Schaffung eines „reifen Kommunismus“ Einnahmen, die Bulgarien dazu zwangen, die touristischen Sehenswürdigkeiten und Dienstleistungen, die ausländische Touristen sowohl innerhalb als auch außerhalb des Blocks anzogen, rasch auszubauen. Da der Tourismus, insbesondere jener an der Schwarzmeerküste, eines der marktfähigsten Produkte in Bulgarien war, waren die Einnahmen daraus entscheidend für die Fi-

nanzierung der weiteren Industrialisierung und der poststalinistischen Verlagerung von der Schwerindustrie zu Konsumgütern. Kurz gesagt, die sozialistischen Behörden betrachteten Urlaubstouristen – Einheimische und Ausländer – und Aktivitäten nicht nur als mit dem Staatssozialismus vereinbar, sondern als integralen Bestandteil der "Konstruktion des Sozialismus," der sozialistische Errungenschaften ermöglichte und bestätigte (Neuburger 2013: 146f).



Abbildung 32: Schachtel mit 20 Zigaretten „Kenton King Size,“ die in Bulgarien produziert wurde.
Quelle: <https://www.ddr-museum.de/de/objects/1020618>.

Tatsache ist, dass Bulgarien durch die Entwicklung des Tourismus neue Freizeit- und Konsummöglichkeiten entwickelt hat, insbesondere für seine Bürger und nicht nur für die Partielite. Obwohl letztere den besten Zugang zu diesen Möglichkeiten hatte, blühten sie überall und in allen Erholungsorten auf – von neuen Speise- und Trinkmöglichkeiten in städtischen Zentren bis hin zu Raststätten oder Resorts im ganzen Land. In gewisser Weise wurde der Zusammenhang zwischen Tourismus und Konsumgütern in dieser Zeit des zunehmenden Freizeitkonsums für Arbeiter sowie für alle Bulgaren und Ausländer natürlicher und unerschütterlich. Obwohl Trinken und Rauchen seit Langem weltweit mit Freizeit und Geselligkeit verbunden

waren, war dies im sozialistischen Bulgarien dennoch ein neues Phänomen. Während das Trinken in der Vergangenheit dominanter war, nahm das Rauchen in dieser Zeit rapide zu – sowohl bei Frauen als auch bei Männern, jungen Menschen, der Arbeiterklasse und der Landbevölkerung im In- und Ausland. Die Modernisierung führte unweigerlich zu einer weiten Verbreitung des Rauchens im Land, das in der Praxis zu einem Modetrend unter den Jugendlichen in Bulgarien geworden war – einem Land, das 1966 der achtgrößte Tabakproduzent und -exporteur der Welt war (Neuburger 2010). Bezeichnenderweise unternahm die Tabak- und Alkoholindustrie erhebliche Anstrengungen, um sowohl den sozialistischen Verbraucher zufrieden zu stellen als auch ein Qualitätsprodukt herzustellen, das den westlichen Käufer ansprechen würde. Kurz gesagt, der Staat übernahm unter dem bulgarischen Stalinismus (1947-1956) die

Politik des "sauberen Lebens" und nahm eine noch weniger interessierte, weniger kritische und weniger regulatorische Haltung zu "irrationalen" Erholungspraktiken wie Rauchen oder Trinken ein als in den kommenden Jahren. Das Angebot an Urlaubsorten und hochwertigen Freizeitprodukten wurde zum Symbol für die sozialistische Entwicklung in Bulgarien. In diesem Sinne profitieren bulgarische "Touristen" von den eigenen "sozialistischen Errungenschaften" und konsumierten vieles von dem, was der Sozialismus zu bieten hatte. Obwohl die Bevölkerung die sozialistischen Ideale der "produktiven Freizeit" zunehmend ignorierte, nahm sie an verbraucherorientierten Freizeitformen wie Rauchen und Trinken in Kneipen, Bars und Cafés teil, die vom Staat selbst bereitgestellt wurden.

Ungeachtet der ideologischen Hindernisse zwischen den Ländern legte *Balkantourist* den Grundstein für die moderne Tourismusindustrie in Bulgarien, wobei der Tourismussektor zu einem Modernisierungsfaktor wurde, der maßgeblich zur Wiederbelebung der bulgarischen Wirtschaft und Städte beitrug. Das Land wurde zu dem beliebtesten Reiseziel für die Bewohner der Länder des Ostblocks und vieler anderer außerhalb seiner Grenzen. Aber Bulgarien konnte seinen "sozialistischen Brüdern" und anderen Gästen nicht nur Urlaub an den schönen Ufern des Schwarzen Meeres anbieten. Um einzigartig zu sein, wollte Bulgarien Waren und Dienstleistungen anbieten, die die Verbraucher leicht mit dem in Verbindung bringen konnte, was als "typisch bulgarisch" oder als sozialistischer multikultureller Karneval vermarktet wurde. Die Industrialisierung der Tourismuswirtschaft machte Bulgarien nicht nur zum beliebtesten Urlaubsziel des Ostblocks, sondern der Massentourismus führte auch zu spezifischen Produkten, die Touristen angeboten wurden und jenen aus den nahe gelegenen Touristenzielen im Mittelmeerraum sehr ähnlich waren. Bulgarien hat verschiedene Dinge aus seiner Kultur aufgenommen und vermarktet – Kneipenkultur, traditionelle Musik und Tanzvorführungen sowie Ausflüge zu antiken, byzantinischen und osmanischen Kulturdenkmälern. Der bulgarische Tourismus in seiner ganzen Vielfalt war Teil der touristischen Logik, die den Trend zur Homogenisierung und Standardisierung kennzeichnete (vgl. Löfgren 1999: 156ff). In seiner Studie zur Kulturgeschichte des Mittelmeertourismus ermutigt Orvar Löfgren die Kulturanalyse, diese Elemente

des standardisierten Urlaubsprodukts als kulturelle Artefakte zu interpretieren. Während der Entwicklung des bulgarischen Tourismus war das Essen eines von mehreren kulturellen Produkten, die von den bulgarischen Behörden zur Herstellung touristischer Artefakte verwendet wurden. In der Tat ist die sogenannte bulgarische nationale Küche, eine Ansammlung standardisierter touristischer Essensbemühungen, ein solches kulturelles Artefakt. Die bulgarische nationale Küche und insbesondere die Erschaffung bestimmter touristischer Gerichte können daher als Versuch der lokalen Gastronomie und des nationalen Tourismusplanens in Bulgarien interpretiert werden, das Land von anderen ähnlichen Sommerdestinationen zu unterscheiden. Der *Šopska-Salat* ist ein emblematisches Beispiel für ein "typisches" kulinarisches Artefakt, das geschaffen wurde, um das Einzigartige an der Kultur des Landes zu vermitteln. Er passt gut ins beliebte Image des Landes, in dem köstliches Gemüse und Obst wachsen, das als mythische Realität erlebt werden muss. Im kommunistischen Modell der Schaffung eines "neuen Mannes," dessen Arbeitsfähigkeit in gleichem Maße von der Ruhe abhängt wie von der Nahrung, stand die Freizeit ebenso im Mittelpunkt wie die Arbeit. Aufgrund des Tourismus erzielten bestimmte lokale Produkte wie Wein, *Rakija*, Käse, Gemüse, Früchte, Tabak und andere erhebliche Gewinne für den Staat, wobei die Restaurants eine der Haupteinnahmequellen des bulgarischen Tourismus darstellten. *Balkantourist* als Tor zur Welt und zu Bulgariens stellte die nationale Identität wieder her, indem es das "typisch Bulgarische" von Geschichte, Kultur, Folklore, Volkshandwerk und Kochkunst konzipierte.

5.4 Erschaffung des Regionales und Erfindung der kulinarischen Authentizität

Als sich Bulgarien ab Mitte der 1950er Jahre zu einem wichtigen Massenreiseziel für Osteuropa und einem attraktiven Reiseziel mit großem Unterhaltungsangebot für die Arbeiterklasse des Westblocks zu etablieren begann, spielten die staatlichen Unternehmen sowohl für den ausländischen als auch für den lokalen Konsum eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung und Darstellung der Essgewohnheiten des sozialistischen Bulgariens. Für die bulgarische Tourismusindustrie war die Schaffung und

Vermarktung einer Freizeitutopie mit den erforderlichen kulinarischen Einrichtungen ein wesentlicher Bestandteil des Aufbaus und der Präsentation des Sozialismus. Die bulgarische Schwarzmeerküste hatte das Potenzial, diese Utopie zu verkörpern (oder vielleicht sogar zu ersetzen), die nicht nur für die Bürger Bulgariens und des Ostblocks gedacht war, von denen erwartet wurde, dass sie durch den Konsum des neu geprägten sozialistischen "guten Lebens" zu modernen sozialistischen Menschen wurden, sondern auch für die westlichen Touristen, die dieses Stück "sozialistisches Paradies" am Meer erleben wollten. In Bulgarien wie auch anderswo im Ostblock erfüllte der gezielte Ausbau von Freizeit- und anderen Verbrauchererlebnissen, von denen viele mit Essen und Trinken zu tun hatten, eine Reihe sozialistischer Ansprüche. Die gastronomischen Einrichtungen von *Balkantourist* boten eine Vielzahl von Gerichten an, während sich gleichzeitig der Lebensstandard im Land und in ganz Osteuropa erhöhte.

Bulgarien konnte sich in der Zeit des Sozialismus als Sommerdestination mit hochwertigen Lebensmitteln etablieren und schaffte es, seine Esskultur und sein "kulturelles" und landschaftliches Erbe zu vermarkten, indem es diese als marktfähige touristische Ware bewarb. Dies schuf nicht nur starke Verbindungen zwischen Landwirtschaft und Tourismus, sondern auch eine ausgeprägte nationale kulinarische Identität. Diese Politik wurde von den bulgarischen Behörden aufgrund der wirtschaftlichen Vorteile gefördert, die die Kulinarik in Kombination mit dem Meertourismus oder dem Tourismus im Allgemeinen brachte. Diese Kombination wurde als Katalysator für die Entwicklung der Landwirtschaft im Land sowie als Stimulus für andere Wirtschaftssektoren in einer zentralisierten Wirtschaft wie der Volksrepublik Bulgarien angesehen. *Balkantourist* war verantwortlich für die Schaffung öffentlicher Räume, in denen Esskultur ein modernes sozialistisches Bürgertum prägte und diesem die Freuden der nahenden utopischen Zukunft bieten sollte. Das Angebot an Speisen und Getränken sowie die öffentlichen Konsummöglichkeiten waren ein zentrales Anliegen von *Balkantourist*, das in den 1970er und 1980er Jahren den expansiven Ausbau von Bars, Cafés, Restaurants und Casinos leitete, wo gesellige Abende, Picknicks, Cocktails und Bankette veranstaltet wurden, um die ausländischen Besucher an der

langen bulgarischen Küste zu unterhalten. Wie in vielen Entwicklungsländern wurde das "kulturelle Erbe" für den internationalen und inländischen Tourismus mit der Entwicklung folkloristischer Restaurants und "Volksdörfer" genutzt (Neuburger 2017: 51f). In vielerlei Hinsicht leistete *Balkantourist* bemerkenswerte Arbeit und schuf und vermarktete ein großes Spektrum an kulinarischen Erfahrungen im Sozialismus. Dies beinhaltete die Erfindung und Akzeptanz einer nationalen Küche, die mit den späten sozialistischen Bemühungen verbunden war, das utopische "gute Leben" zu schaffen. Die immer gesunder und moderner werdenden "globalen" Standards waren jedoch immer schwieriger zu liefern. Daher verlagerte sich die Tourismusbranche stattdessen auf die Touristenwünsche nach "authentischen" und lokalen Produkten, die angesichts der sozialistischen Modernisierung eine wachsende Nostalgie widerspiegelten. Dies war eine Wendung der staatlichen Bemühungen, da die versprochene kommunistische Utopie in den späten 1970er Jahren immer entfernter zu sein schien und durch ein kulinarisches Traumland mit Geschmack und Ambiente ersetzt werden sollte.

Der bulgarische Staat war Teil eines viel größeren internationalen sozialistischen Projekts zur Schaffung einer utopischen Zukunft für die Arbeiterklasse der kommunistischen Staaten. Nach sowjetischem Vorbild kollektivierte das kommunistische Bulgarien nach den politischen Wendungen seine Landwirtschaft und mechanisierte die Nahrungsmittelproduktion im ganzen Land rasch. Für Bulgarien wie auch für einen Großteil Osteuropas führten diese Initiativen zu dramatischen sozialen Auswirkungen, aber auch zur Verbesserung des Lebensstandards aller – außer einer kleinen Anzahl ehemaliger Eliten (Brunnbauer 2007: 221-295; Znepolski 2019: 126-149). Staatlich subventionierte Lebensmittel waren ein wesentlicher Bestandteil des impliziten "Gesellschaftsvertrages" des sozialistischen Bulgariens mit seinen Bürgern (Gočeva 1965). Bulgarien war das Land mit den am stärksten konzentrierten landwirtschaftlichen Strukturen der Welt (Brunnbauer 2007: 231) und wurde ein wichtiger Lieferant von rohen und verarbeiteten Nahrungsmitteln für den Ostblock sowie für globale sozialistische Handelsnetzwerke (Neuburger 2017: 49). Die hochentwickelte Chemie-, Maschinen- und Lebensmittelindustrie, die zentralisierte Wirtschaft und die Verbesse-

rung der Materialbasis und der Transportverbindungen im Land in den Jahren des kommunistischen Bulgariens schufen Bedingungen für die Massenproduktion von Gemüse und dessen Konsum. Als Reaktion auf die wachsenden Bedürfnisse des heimischen Marktes und des Exports durch "die Beliebtheit von Gemüse" und die Mythologisierung des bulgarischen Gartenbaus in den 1950er Jahren wurde zu Beginn der kommunistischen Staatsführung die Gartenbauwirtschaft intensiviert.¹⁷ Damit wurde auch die Idee einer gesunden und vitaminhaltigen Ernährung durch Gemüse und Obst hervorgebracht, die für Bulgarien und im auch Weltmaßstab nachhaltig wurde. Die Entwicklung der Landwirtschaft wurde durch Bewässerungs- und Bodenverbesserungsprogramme sowie durch die Förderung von Nahrungsmitteln und Industriepflanzen, insbesondere Obst und Gemüse, unterstützt. Die Gemüseproduktion entwickelte sich zu einer der höchsten Rohstoffindustrien der staatlichen Wirtschaft, wobei der größte Teil der Produktion nicht nur in den Ländern des Ostblocks, sondern auch auf der anderen Seite des Eisernen Vorhangs wie England, der Bundesrepublik Deutschland, Italien und Österreich verkauft wurde (Báčvarov 1986). Mit der Kollektivierung der Landwirtschaft und der geplanten Pro-



Abbildung 33: Bulgarische Gurken und Tomaten für den Export nach Bundesrepublik Deutschland, 1970er Jahre.

Quelle: <http://socbg.com/2013/11/български-краставици-и-домати-за-изно.html>.

¹⁷ Die bulgarischen Gärtner beriefen sich auf umfangreiche Gartenarbeiten in Südost-, Mittel- und Osteuropa, die bereits im 16. Jahrhundert begannen. In jahrhundertelanger Gartenarbeit kultivierten, entwickelten und verbesserten sie die Agrartechnologie der Gemüseproduktion und den Vertrieb verschiedener Gemüsesorten. Sie entwickelten und passten Rohstoffproduktionstechnologien an die Bedingungen der verschiedenen Länder an, in denen sie arbeiteten und lebten. Aufgrund ihres Beitrags zur Gemüseproduktion in Europa erhielten sie den Spitznamen „die Gärtner Europas“ (Kaneva-Johnson 1996). Für weitere Informationen bezüglich Bulgarien siehe dazu Dolinski 1938; Daskalov 1941; 1953; Báčvarov 1970; 1986; Šalaverova 1977; Mutafov 1980; 2018; für Rumänien siehe dazu Báčvarov 1986; Mutafov 2018; für Russland siehe dazu Džurov 1980; Báčvarov 1986; Chadžinikolova 1987; Dojnov 2005; Mutafov 2018; für Serbien siehe dazu Ginčev 1887; Džambazovski 1982; 1986; Báčvarov 1986; Miljković-Katić 2002; Mutafov 2018; für Ungarn siehe dazu Szalva Péter 1959; Varga Gyula 1974; Boross 1980; Báčvarov 1986; Czibulya Ferenc 1987; Kaneva-Johnson 1996; Ganeva-Rajčeva 2004; Pejkovska 2011; Mód 2012a; für Tschechien und Slowakei siehe dazu Jirí Král 1936; Jan Húsek 1936a; 1936b; Holikova 1975; Pobratim 1994; Pospíšilová/ Bočková 2003; Gärdev 2003; für Österreich siehe dazu Angelov-Kapinski 2007; Jakimova 2009 usw.

duktion landwirtschaftlicher Erzeugnisse stieg die landwirtschaftliche Produktivität rasch an, einschließlich der Tierhaltung, was zur Massenproduktion von Milchprodukten und zur Einführung staatlicher Standards in der Milchproduktion führte.

Die Änderungen führten zu einer gezielten Mechanisierung der Käseproduktion, die es ermöglichte, ihre Produktion zu diversifizieren, zu typisieren und zu intensivieren. Typisch für eine von Knappheit beherrschte Agrarwirtschaft war die Käseherstellung traditionell eine soziale Praxis, die auf einzelnen Haushalten beruhte. Diese weit verbreitete Praxis wurde Ende der 1960er Jahre weitgehend aufgegeben, da sich Bulgarien von einer armen, hauptsächlich agrarisch geprägten Wirtschaft in eine prosperierende Gesellschaft mit einem boomenden Industrie- und Dienstleistungssektor verwandelt hatte. *Sirene* war früher entweder aus Ziegen- oder Schafsmilch hergestellt worden, aber mit der Einführung der Massentierhaltung von Rindern im Land seit den 1960er Jahren wurde zunehmend Kuhmilch für seine industrielle Herstellung verwendet. Die traditionelle Herstellung von Schafs- und Ziegenkäse wurde unter viel geringeren hygienischen und weniger arbeitsintensiven Bedingungen als die Käseherstellung mit Kuhmilch durchgeführt. Für die industriell hergestellten Milchprodukte in Bulgarien, insbesondere für die für den Export hergestellten Sorten, wurde jedoch Kuhmilch aufgrund ihres hohen Verfügbarkeitsvolumens und ihres im Vergleich zu Schaf- oder Ziegenmilch niedrigeren Preises verwendet. Daher veränderte sich das Erscheinungsbild der Tierhaltung und der Anteil der Rinder nahm stark zu.



Abbildung 34: Verschiedene bulgarische Käsearten.
Quelle: <http://socbg.com/2015/05/когато-не-се-съмнявахме-че-сиренето-и-к.html>.

Seit dieser Zeit standen den bulgarischen Verbrauchern verschiedene Käsesorten als Massenware zur Verfügung, die von großen staatlichen Molkereien hergestellt wird. Die neuen gegründeten Molkereien schufen die richtigen Bedingungen für ordnungsgemäße Fütterung, Haltung, Zucht und Verwendung von Nutztieren und die wissenschaftliche

Literatur wuchs von den späten 1950er bis zu den späten 1980er Jahren erheblich. Dank der Verbesserung der Verarbeitungstechnologie und der Modernisierung der Transport-, Technologie-, Lager-, Handhabungs- und Handelsprozesse war das Land ein bedeutender Produzent und Exporteur von *Siréne* aus verschiedenen Milchsorten für den Ostblock (Wissenschaftliche Konferenz, Vidin 1978). Ende der 1950er Jahre hatte sich das Produktionsvolumen auf das Zehnfache erhöht, da das Sortiment angereichert und der Anteil an *Siréne* aus Kuhmilch jährlich erhöht wurde (Dimov 1960: 5). Während der traditionellen bulgarische Schafskäse weniger hergestellt wurde, wurde Kuhmilchkäse aufgrund seiner hohen Milchproduktion allmählich wirtschaftlich dominant. In dieser Zeit wurden auch neue, spezielle Käsesorten aus Kuhmilch eingeführt und die Schafsmilch wurde allmählich zu einer kulinarischen Delikatesse, die sich erfolgreich auf dem Tourismusmarkt etablierte. Das Aufkommen des Massentourismus und die bevorstehende Expansion der Tourismuswirtschaft trugen dazu bei. Der Tourismus war ein wichtiger Faktor bei der Erschließung eines neuen Verbrauchermarktes für *Siréne*. Seit den 1970er Jahren sind die bulgarischen Milchprodukte zu einem Schlüsselfaktor für die Förderung der bulgarischen Küche für die Bedürfnisse des Tourismussektors geworden.

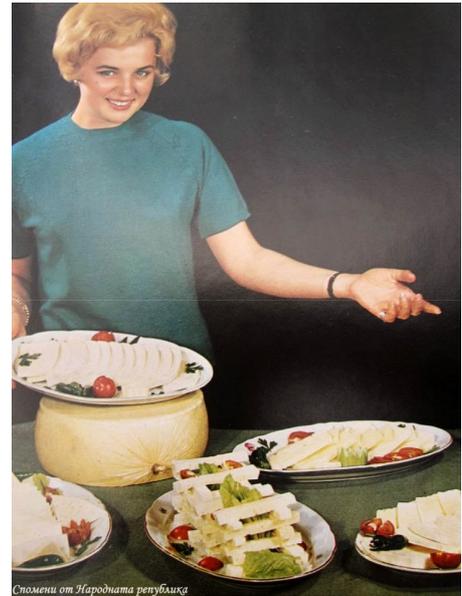


Abbildung 35: Werbung des bulgarischen *Siréne* für den Export, 60er Jahre.

Quelle: <http://socbg.com/2013/11/реклама-на-българско-саламурено-сире.html>.

In gewisser Weise entstand eine Art eigenständiges, paralleles, sozialistisches "globales," wenn auch poröses Nahrungsmittelsystem, das mit verschiedenen globalen Partnern seine eigenen Nahrungsketten entwickelte. Wenn Bulgarien auch nicht viele andere Konsumgüter hatte, die im Ostblock und den Weltmärkten gehandelt werden konnten, waren seine landwirtschaftlichen Produkte weithin begehrt. Bulgarien wurde "der Garten Osteuropas" (Báčvarov 1986).

Die tägliche Ernährung der ländlichen Bevölkerung Bulgariens war in der Vergangenheit ganz anders gewesen als in den sozialistischen Restaurants (Gavrilova 1999; 2016). Bulgarien war seit Mitte des letzten Jahrhunderts ein schnell urbanisierendes und modernisierendes junges kommunistisches Land, das sich in den frühen Stadien des Aufbaus einer glänzenden sozialistischen Zukunft befand, in dem jedoch ein beträchtlicher Teil der Bevölkerung noch in der Agrarwirtschaft tätig war (Brunnbauer 2007: 237). Essenssysteme oder Verpflegungsmuster, die den Charakter einer regionalen oder nationalen Spezialität annehmen, müssen jedoch nicht die Lebensmittel sein, die die Mehrheit der Bevölkerung gewöhnlich zu Hause kocht und konsumiert. In den 1970er Jahren begann *Balkantourist*, seine Angebote auf unterschiedliche und oft exotische Weise zu präsentieren, wobei der Geschmack und Geruch der lokalen Küche in eine Reihe sinnlicher Erlebnisse eingebettet war – extravagantes Dekor, Musik, Touristenattraktionen usw. *Balkantourist* versuchte, ein Gefühl der Authentizität jenseits des Essens zu schaffen. Es wurden einheimische Kunstwerke, Dekoration und Musik verwendet, um darauf hinzuweisen, dass die Restaurants wirklich eine Enklave der bulgarischen "Kultur" seien. Die ausländischen Besucher wurden besonders von den sorgfältig kuratierten bulgarischen Restaurants mit ihrer "nationalen" Küche angezogen. Diese "traditionellen" Restaurants nahmen "alte" Gerichte im bulgarischen Stil für sich in Anspruch und stilisierten sie durch die Kombination mit traditionellen Orchestern über Barfußfeuerwanderungen bis hin zum Bärenanzug. Essen in Kombination mit solchen Attraktionen wurde damit eine zentrale und weit verbreitete "authentische" bulgarische Erfahrung, die sowohl Ausländer als auch, wenn auch seltener, vor allem privilegierte Bulgaren genossen. Die Restaurants dienten als Hintergrund für die Differenzierung, die zwischen der west- und der osteuropäischen Identität der Erholungstouristen vorgenommen wurde. Der einfachste Hinweis auf Authentizität in den Restaurants von *Balkantourist* war jedoch normalerweise auf

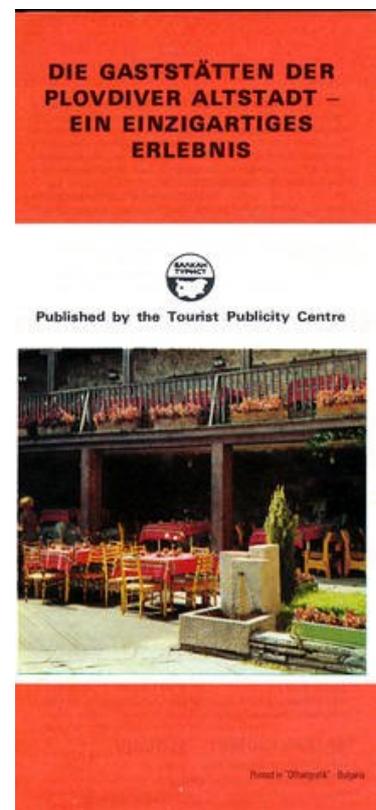


Abbildung 36: Restaurant von Balkantourist in traditionellen Motiven, Plovdiv.

Quelle: <https://www.ddr-museum.de/de/objects/filter/fulltext?query=bulgarien>.

der Speisekarte zu finden, wo die Restaurants häufig angaben, dass ihre Gerichte authentisch oder originell seien oder dass die Zutaten und Kochtechniken den traditionellen bulgarischen Rezepten entsprechen würden. *Balkantourist* kreierte standardisierte, erkennbare und konsistente Menüs der bulgarischen nationalen Küche, die das Vorhandensein vieler "traditioneller Gerichte" kodifizierten. Die Köche von *Balkantourist* kreierten bekannte "bulgarische" Gerichte wie *pochierte Eier nach Panagjurište-Stil*, *kapama nach Bansko-Stil* (gedünstetes Fleisch mit Sauerkraut und Reis, "typisch" für die Umgebung von Bansko), *rodopski patatnik* (Kartoffelgebäck, "charakteristisch" für das Rhodopengebirge), *strandžanski djado* (Trockenfleischspezialität aus dem Strandža-Gebirge), *sazdärma nach Loveč-Stil* (getrocknetes Hackfleisch "typisch" für die Stadt Loveč), *trockene Bohnen nach Šopski-Stil*, *Kebap nach Šopski-Stil*, *kärvavica* (Blutwurst) *nach Panagjurište-Stil*, *Elenski Keule*, *Fisch nach Vidin-Stil* und viele andere. Das bekannteste unter ihnen war der *Šopska-Salat* (Vukov 2008: 40ff). *Balkantourist* gelang es, das Narrativ einer traditionellen Küche zu konstruieren, die nicht nur Natürlichkeit, Ursprünglichkeit und Qualität, sondern auch Originalität und Individualität beanspruchte, die für die Erfindung eines kulinarischen Symbols und die Anwerbung einer stabilen Kundschaft erforderlich waren. In dieser Hinsicht trug die zentralisierte und vereinheitlichende Staatsmacht während der Zeit der kommunistischen Herrschaft wesentlich dazu bei, ein Gericht in ein "Nationalgericht" umzuwandeln.



Abbildung 37: Das Restaurant "Dobrudža" im Resort Albena, circa 1980er Jahre. Ausländische Touristen werden von den Klängen traditioneller Musik unterhalten.
Quelle: Neuburger 2017, S. 57.

Um dem wirtschaftlichen Zwecken des Tourismus zu dienen, wurde das Anbieten traditioneller, regionaler oder lokaler Kost ab den 1970er Jahre zum Trend und so wurden Lokalität und Tradition zum "Branding". Zusammen mit der Darstellung von

Tomaten, Paprikaschoten und Käse als fester und jahrhundertealter Bestandteil der bulgarischen Küche wurde der *Šopska-Salat* als Symbol der regionalen (*Šopluk*) und bulgarischen traditionellen Küche gefestigt. Durch die Konnotation mit einer agrarisch-regionalen Kost wurde der Salat mit Einfachheit, Urwüchsigkeit und Natürlichkeit assoziiert, um den Anforderungen der Touristen gerecht zu werden, die eine "Welt ohne Entfremdung," die im Gegensatz zum gewohnten Alltag der modernen Gesellschaft steht, suchten (Köstlin 1975: 160). Der *Šopska-Salat* wurde in den 1960er und 1970er Jahren oder sogar noch früher und insbesondere in den 1980er Jahren in den elitären Restaurants von *Balkantourist* in der entwickelten Version – mit Tomaten, Gurken, grünen gerösteten oder rohen Paprika- und Pfefferschoten und geriebenem *Siréne* – angeboten. Von dort aus verbreitete sich der Salat in die anderen staatlichen Gastronomiebetriebe, was ihn zu einem unverzichtbaren kulinarischen Produkt auf deren Speisekarte machte. Der etwas komplizierte Zubereitungsprozess erforderte eine mühsame Phase, die das einfache Salatrezept in ein Luxusgericht verwandelte. Die Restaurants von *Balkantourist* boten *Šopska-Salat* als traditionelles bulgarisches Gericht an, wie im renommierten Restaurant *Sofia*, das in den 1970er Jahren hauptsächlich von ausländischen Gästen und Touristen besucht wurde. Der *Šopska-Salat* wurde bereits auf Deutsch in den Speisekarten als *typischer bulgarischer Salat* präsentiert (Dečev 2010: 441-2). In Anbetracht von Michael Billigs Konzept des *banalen Nationalismus*, das besagt, dass in etablierten Nationen die ständige Notwendigkeit besteht, die nationale Einheit zu "markieren" und daran zu erinnern (Billig 1999), zeigt sich durch die Inszenierung des Salats als *typischer bulgarischer Salat*, wie Essen für solche Zwecke benutzt werden kann. Ausländer sollten mit Beschreibungen wie dieser an die romantische bulgarische Geschichte erinnert werden. Die Inszenierung des Salats erinnerte an die bulgarischen Gärtner, die durch ihre breiten "edlen" Aktivitäten die Kulturgeschichte Europas bereicherten und Bulgarien später zum "Garten Osteuropas" machten. Sogenannte "banale" Symboliken wie die Zubereitung des Salats in den Farben der bulgarischen Flagge reproduzierten und stärkten die nationale Identität noch mehr in einer Zeit von Prozessen der nationalen Homogenisierung und Re-Legitimierung des Regimes, das ein neues, nicht nur klassenbasiertes, sondern auch national relevantes Image zu erschaffen versuchte (Znepolski

2019: 313-324). Die Farben haben eine metonymische Bedeutung, weil sie unbe- merkt in der Öffentlichkeit "hängen" und an Sommer, Meer und moderne kulinari- sche Trends und Vorstellungen von einer gesunden Ernährung erinnern, die in dieser Zeit begannen, populär zu werden. Gelegentlich versicherte eine in Klammern ge- setzte Notiz wie "typischer bulgarischer Salat" die Echtheit des Salats, indem sie an- deutete, dass die Bulgaren selbst diesen Salat essen würden. Indem sie diese Authen- tizitätsansprüche auf ihre Speisekarten setzten, appellierten die Restaurants an das, was sie als Wunsch ihrer Gäste nach einem authentischen kulinarischen Erlebnis empfanden. Auf der Speisekarte als "regionale Spezialität" geführt, wurde *Šopska-Sa- lat* zum regionalen Markenzeichen.



Abbildung 38: Restaurant des staatlichen Unternehmens *Balkantourist* an der bulgarischen Schwarzmeerküste in den 60er Jahren.
Quelle: <http://www.lostbulgaria.com/?p=1928>.

Traditionell war die Landwirtschaft die kulturelle Ausrichtung der Bulgaren und ein wichtiger Teil ihrer Identität. Während sie mit dem Land stark verbunden waren, standen das Gemüse und der Käse mehr als alles andere für Bulgarentum. Seit den 1950er Jahren war die Idee einer gesunden und vitaminreichen Ernährung durch Ge-

müse und Obst aufgegriffen worden, die für Bulgarien und auch weltweit nachhaltig wurde. Es wurde zum Ziel von *Balkantourist*, diese Idee über die Gastronomie in den Tourismus einzubeziehen. Die Kodifizierung des Salats in den Menüs mit Feta-Stil-Käse und etwas später mit Oliven war wiederum das Ergebnis der Popularisierung der Mittelmeerdiät unter Nordeuropäern, aus denen der Hauptmassenstrom der Touristen stammte. Das Konzept der *Mittelmeerdiät* (MD) wurde ursprünglich in den 1950er Jahren von dem Epidemiologen Angel Keys geprägt, der die gesundheitlichen Vorteile dieser Art der Ernährung erstmals erkannte. Die Diät wurde durch das Buch der einflussreichen englischen Kochbuchautorin Elizabeth David *A Book of Mediterranean Food* (1950) in Nordeuropa weit verbreitet, die im Allgemeinen die französische, italienische und mediterrane Küche vorstellte. Die traditionelle MD basiert auf dem täglichen Verzehr von Oliven und Olivenöl, Gemüse, Obst, nicht raffiniertem Getreide, Nüssen und Bohnen und vielen Gewürzen sowie dem moderaten Verzehr von Salzlakenkäse oder Joghurt, begleitet von Wein oder Aufgüssen (Brill 2009; Moore-Pastides 2010; Hoffman 2012) – mit Ausnahme von Oliven alles Lebensmittel, mit denen Bulgarien identifiziert ist. Ihr Status als integraler Bestandteil der Mittelmeerlandschaft, zu der der bulgarische Tourismus zu dieser Zeit gehören wollte, führte zu den Bemühungen von *Balkantourist*, die MD als Teil der nationalen Küche des Landes durch die Förderung verschiedener "bulgarischer" Gerichte zu popularisieren. Die Kombination von Tomaten, Gurken und süßen und scharfen Paprikaschoten sowie geriebenem *Siréne* war das Hauptmerkmal des kollektiven Bewusstseins typischer mediterraner Nahrung. Aber MD umfasst nicht nur das Essen, sondern darüber hinaus eine Lebensweise, die die soziale Interaktion fördert, da gemeinsame Mahlzeiten der Eckpfeiler sozialer Bräuche und festlicher Ereignisse sind (Moore-Pastides 2010). In dieser Zeit wurde die Ernährung zu einer Angelegenheit von privatem Interesse und Lebensweise. Das Essen war nicht nur eine Notwendigkeit, sondern etwas, das man als Ergänzung zum "zivilisierten" Leben genießen konnte. Sobald die Menschen ins Ausland gingen, kam alles Fremde in Mode, einschließlich des Essens, und besonders des exotischen Essens (Robertson 2004).



Abbildung 39: *Šopska-Salat* mit schwarzer Olive. Eine Kombination, die die symbolische Zugehörigkeit des Salats zur Mittelmeerdiet bestätigen sollte.
Quelle: Neuburger 2017, S. 55.

5.5 Kommodifizierung des kulinarischen Erbes: *Šopska-Salat* und *Rakija* als Merkmal des Bulgarentum

Neben den vielen neuen "nationalen" Gerichten dienten die staatlichen Tavernen und Restaurants als Schauplatz, um die Konsumpräferenzen der lokalen Bevölkerung zu demonstrieren und ihre selbst zugeschriebene Identität als Mitglieder einer modernen und prosperierenden Gesellschaft zu zeigen. In diesem Zusammenhang wurde der *Šopska-Salat* kreiert, verbreitet und populär gemacht, der auf den Speisekarten der Restaurants als Erfindung der nationalen Bestrebungen in der Küche des Landes präsentiert wurde. Gleichzeitig wurde er als Hauptappetitanzüger während des Aperitifs eingeführt – eine Kombination, die in der Entwicklungsphase des Tourismus im Land zu seinem Markenzeichen wurde. Das Lebensmittel- und Getränkemanagement in der Gastronomie zeigt, dass Lebensmittel allein oder in Kombination mit Getränken ein Element vieler Marketing- und Entwicklungsstrategien für den Tourismus sind (Henderson 2004; Riley 2005). Ihre Vermarktung ist ein Marketinginstrument und eine

Positionierung, die eine Differenzierung in einer zentralen touristischen Intensivierungsumgebung wie Südosteuropa ermöglicht.

Zu Beginn der Entwicklung des Meertourismus im Land am Anfang der sozialistischen Periode oder sogar früher begann in den Restaurants und Kneipen an der bulgarischen Schwarzmeerküste die Förderung, Vermarktung und Verfeinerung bestimmter Essgewohnheiten der bulgarischen Kultur zugunsten der Tourismusindustrie. Eine dieser kulinarischen Traditionen war das Bewerben des *Šopska-Salat* als schrittweise Einführung als Vorspeise oder *Mezze*¹⁸ für den bulgarischen *Rakija*. In der tourismusorientierten Gastronomie des sozialistischen Bulgariens war *Šopska-Salat* jedoch ein kulinarisches Ereignis und oft das am häufigsten bestellte Gericht auf der Speisekarte der Restaurants. Salat wurde als *Mezze* zum Alkohol serviert – ein Essensmuster, das bis in die 1940er Jahre zurückverfolgt werden kann und damit vor die Zeit des kommunistischen Regimes, auf das die Restaurants und Kneipen zurückgehen, in denen der *Šopska-Salat* serviert wurde (Alvadžiev 1984:126). Die Essenz des Salats liegt nicht nur in der Individualität der darin enthaltenen Zutaten, sondern auch in seinem besonderen Charakter, der in Kombination mit dem lässigen Verzehr von *Rakija* Vergnügen bereitet, das unter den um den Tisch versammelten Teilnehmern geteilt wird, symbolisiert die "bulgarische" Lebensweise. Das erste bezeugte Angebot von *Mezze* und *Rakija* war in den 1940er Jahren, aus denen Petăr Dojčev uns die ersten Daten durch seine Memoiren mit dem Titel *Ein dem Tourismus gewidmetes Leben* liefert. Sie bieten einen umfassenden Einblick in die interne Funktionsweise der neu gegründeten staatlichen Agentur *Balkantourist*, die im Jahr ihrer Gründung im Sommer 1948 erstmals auf die Probe gestellt wurde und 800 Touristen aus der sozialistischen Tschechoslowakei nach Varna bringen sollte. In dieser ersten Phase seines Bestehens hatte *Balkantourist* zwei Hotels, ein Restaurant und ein Café, die nicht einmal ausreichten, um diese bescheidene Gruppe von Besuchern, die im Sommer mit dem Zug ankam, aufzunehmen und zu verköstigen. Aufgrund des Mangels

¹⁸ *Mezze* stammt ursprünglich von dem persischen Wort *maza* und bedeutet *Geschmack* oder *Genuss*. *Mezze* kann verschiedene Arten von Lebensmitteln bezeichnen – Obst, Gemüse, Fleisch, Käse, Brot, Hummus usw. *Mezze* wird auf dem Balkan, in Westasien, insbesondere im östlichen Mittelmeerraum, sowie im Irak, in Syrien, Israel, im Westjordanland, in Jordanien und im Libanon serviert (Davidson 2014: 517-18).

an angemessener touristischer Infrastruktur wurden die Gäste in Privathäusern untergebracht, deren Gastgeber in Jahren schweren Nachkriegsmangels mit zusätzlichem Essen, Bettzeug und Proviant versorgt wurden, die für den Komfort der ausländischen Gäste erforderlich waren. In den Häusern dieser einheimischen Familien sowie in kleinen Restaurants im alten Stil wurden den tschechischen und slowakischen Touristen *Mezze* mit gewöhnlichen "gemischten Salaten" serviert, begleitet von *Slivovica* (Pflaumen- bzw. Zwetschgenschaps) (Dojčev 1994: 10-20). In den folgenden Jahrzehnten führten Restaurants und Tavernen dieses Lebensmittelmodell ein und Salate wurden zur Hauptbegleitung für den *Rakija*. Den Gästen beim Konsum von *Rakija Mezze* zu servieren, spiegelt die Lebenseinstellung wider, die viele Menschen auf dem Balkan, im Mittelmeerraum und im Nahen Osten teilen.

Der Ursprung der Kombination von *Mezze* mit *Rakija* wird diskursiv in einem Narrativ übermittelt, das diese als für die bulgarische Kultur zentral darstellt. *Mezze* und *Rakija* waren während der sozialistischen Zeit Botschafter des Bulgarentums im Ausland, genauso wie heute noch. Ein Belgrader Restaurantbesitzer, den ich im Rahmen dieses Forschungsprojekts interviewt habe, beantwortete meine Frage nach der Art und Weise, wie die Touristen die Salate konsumieren, folgendermaßen:

"[...] Ah, Bulgaren konsumieren es, wenn sie kommen, als Mezze mit Rakija. Unsere Leute bestellen einen Salat zum Hauptessen, ja, sobald sie den Salat bestellen, bringe ich sofort den Salat und das Brot. Während du auf die Mahlzeit wartest, beschäftigst du dich mit dem Salat. Du isst den Salat auf, also bestellst du vielleicht noch einen, woher kann man es mal wissen?!"¹⁹

*(Interview mit Zoran Radović (Besitzer des Restaurants Brankovina/Belgrad)
24.7.19)*

¹⁹ "[...] Па! Бугари кад дођу, је конзумишу као мезе уз ракију. Наши људи нарачују салату уз јело, ма да ја, салату ћим нарућим, ја доносим одма салату и хлеб. Док ћекаш јело ти се занимаш са салату. Поједеш салату, па можда узмеш још једну, одкуд знаш?!" (Interview mit Zoran Radović (Besitzer des Restaurants "Brankovina" in Belgrad) 24.7.19; Eigene Übersetzung des Autors).

Mezze und *Rakija* als traditionelles Essensangebot waren natürlich nicht nur auf Bulgarien beschränkt, sondern auch in anderen Staaten der Region und weiter östlich anzutreffen. Der Balkan, Griechenland, Anatolien und der Fruchtbare Halbmond sind bis heute die Heimat sehr gastfreundlicher Gastgeber. Als Essen, das in Begleitung von Alkohol gegessen werden soll, erstreckt sich die *Mezze-Tradition* von Persien über die Türkei nach Westen in den Balkan, einschließlich Griechenland, nach Süden in den Libanon und nach Ägypten und über Nordafrika nach Marokko. In Griechenland und auf dem Balkan sind *Mezze* Knabbereien beim Trinken und insbesondere beim Plaudern. Typisch sind eine Reihe einfacher Snacks wie Oliven, Käse, Fleisch, Gemüse und Knabbergebäck (Davidson 2014: 517f).

Bei der Anerkennung der Einzigartigkeit der Kombination von *Mezze* und *Rakija* als bulgarisches Kulturerbe waren Verweise auf historische schriftliche Quellen und lokale Folkloreforschung von entscheidender Bedeutung. Die Tradition des Servierens von *Mezze* und *Rakija* geht auf die üblichen Praktiken der Gastfreundschaft zurück und konnte im ländlichen vormodernen Bulgarien beobachtet werden. *Rakija* als Getränk mit oder ohne *Mezze* mit seiner Geschichte unter den Bulgaren hat eine lange Tradition. Der *Rakija* wurde hauptsächlich als Aperitif zu Vorspeisen und Wein zu Hauptspeisen getrunken (Pavlov 2001: 67). Der *Rakija*-Konsum etablierte sich relativ spät in Bulgarien. Er begann in den bulgarischen Ländern Ende des 14. Jahrhunderts, als sich das Getränk mit dem Einmarsch der osmanischen Eroberer verbreitete. Im bulgarischen Alltag trat er zuerst bei der Bergbevölkerung und dann bei der Bevölkerung im Flachland auf, die nach der notwendigen Gärung aus leicht zu beschaffenden Wildfrüchten wie Pflaumen, Quitten, Birnen und Körnern sowie aus Traubentrester *Rakija* produzierte (Georgieva 1983: 296). Der *Rakija* wurde zu einem wichtigen Begrüßungsgetränk und diente als primäres Mittel zur Begrüßung von Gästen, Vertretern der osmanischen Herrschaft, westchristlichen Reisenden und Nachbarn. In der bulgarischen Auffassung, wie auch in anderen slawischen Gemeinschaften, unterliegt der Gast einer Sakralisierung und Anbetung. Es gibt einen eigenartigen und ungeschriebenen "Vertrag" zwischen ihm und den Bauern – er bringt guten Willen zu ihnen nach Hause, und sie sind verpflichtet, ihn sehr gut zu behandeln. Auf dem Balkan

ist die Umwandlung des Gastes von "Ausländer" in "einen von uns" mit dem Ritual der Gastfreundschaft verbunden. Im slawischen Haus ist der Gast passiv und nimmt an, was ihm gegeben wird. Das Essen, das ihm aktiv vom Gastgeber angeboten wird, kann er nicht ablehnen, da er damit den Gastgeber entehren und das Böse in sein Haus bringen würde (Markova 2011: 202). Diese soziale Praxis ist oft Teil eines nichtmonetären Austauschsystems. Das Essen, das hier neben den Getränken angeboten wird, fungiert in erster Linie als Symbol für die Einhaltung der traditionellen moralischen Ordnung und die Erfüllung der Erwartung von Gegenseitigkeit (Kaser 2003). Der französische Wissenschaftler Ami Boué besuchte so wie viele andere westliche Reisende, die in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts den Balkan überquerten, die europäischen Gebiete des Osmanischen Reiches. Er beobachtete, dass bulgarische Bauernhaushalte unerwartete Besucher mit einer Fülle von Käse, Brot und Früchten begrüßten, die neben Wein und *Rakija* serviert wurden (Cvetkova 1975: 288). Die fruchtbaren südeuropäischen Länder, insbesondere jene in Thrakien, ermöglichten eine reichhaltige Auswahl an starken, klaren Spirituosen. Der *Rakija* wurde den Gästen als Ausdruck der Wertschätzung und als Zeichen der Gastfreundschaft zur Begrüßung angeboten. Am Tisch trank der Gastgeber auf die Gesundheit des Gastes, der mit einem Toast auf das Wohl des Gastgebers antwortete. Schriftsteller wie Ljuben Karavelov, der in seinen Werken die Traditionen und Werte in der bulgarischen Gesellschaft im 19. Jahrhundert beschreibt, betonen den häufigen Konsum von *Rakija* zusammen mit je nach der Jahreszeit verschiedenen Vorspeisen mit fermentiertem oder eingelegtem Gemüse (*Torši*).²⁰ Der Konsum von *Rakija* mit Vorspeise wurde bevorzugt, da so die Auswirkungen des Alkohols verringert und damit die sozialen Beziehungen gefördert und aufrechterhalten worden seien (Pavlov 2001: 67).

Diese spezifische Praxis der demonstrativen Gastfreundschaft und der Tradition des Konsums wurde aus dem Tourismusmarketing und anderen touristischen Bereichen wie Kochliteratur, Restaurantbewertungen und Reisebüchern über Bulgarien über-

²⁰ Einige seiner beliebtesten Werke sind *Bulgaren der alten Zeiten* (1867); *Hadji Ničo* (1870); *Der reiche Arme* (1873); *Mutters Kind* (1875) usw.

nommen und diente als Quelle für den bulgarischen Kulturnationalismus im Land. Mit dem Beginn der Urbanisierung des Landes in den 1950er Jahren wurden die Essgewohnheiten in ländlichen Gebieten auf die neuen städtischen Gebiete übertragen, wobei *Rakija* zum vorherrschenden alkoholischen Getränk wurde. Allmählich, in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, ging der Prozess der Aufwertung von *Rakija* in den großen Städten voran, jedoch nach einem relativ langen Widerstand gegen die türkisch-orientalische Kultur, die der *Rakija* auf Kosten von modernem Wein, Wermut und Champagner mit sich brachte. Der *Rakija* wurde vom städtischen Publikum akzeptiert und nicht mehr mit seiner „fremden“ Genese in Verbindung gebracht. Wie am Land wurde auch in der Stadt sein Trinken bereits als Zeichen der bulgarischen Identität betrachtet (Coneva 2005). Dieser Prozess hätte jedoch nicht ohne die Anfang des 20. Jahrhunderts beginnende Modernisierung und Verfeinerung des fabrikgefertigten *Rakija* stattfinden können. Die ersten Verbesserungen fanden in den 1950er Jahren statt und dauerten dann bis in die späten 1970er und frühen 1980er Jahre an. Am Höhepunkt des sozialistischen Konsums von den frühen 1970ern bis zu den spä-



Abbildung 41: Inszenierung nationaler Essgewohnheiten in den 80er Jahren. Neben der Kombination aus *Šopska-Salat* und *Grozdovica* gibt es Schnur von getrockneten roten Pfefferschoten, ein weiteres bekanntes Symbol Bulgariens. An der Spitze des *Šopska-Salats* neben der grünen Pfefferschote steht eine Rose, die auch ein traditionelles Symbol des Landes ist.

Quelle: <http://socbg.com/2014/02/шопската-салата-рожба-на-ранния-соц.html>.

ten 1980ern und bis heute unterlag die *Rakija*-Produktion einer deutlichen Qualitätsverbesserung und einer Erhöhung der Sortimentsliste. Die Entwicklungen in diesen Jahrzehnten stehen im Zusammenhang mit der Massenverfügbarkeit des Salats als Vorspeise beim Trinken von *Rakija* in Bulgarien und damit der Aufwertung von Salat und insbesondere des *Šopska-Salats* zu der am besten geeigneten, frischen und schmackhaften Vorspeise, die in Bulgarien mit *Rakija* verzehrt wird. In der bulgarischen Gesellschaft ist heute die Annahme weit verbreitet, dass der Konsum von *Mezze* mit Alkohol die sozialen Beziehungen zwischen Menschen, die sich an einem Tisch versammelt haben und in einer Gesellschaft von Freunden und Familie essen und trinken, verkörpere. Im Bereich touristischer Restaurants erlangte der Salat traditionellen Status als regionale Spezialität, die zusammen mit *Rakija* nirgendwo anders zu finden war außer in Bulgarien, was ihm einen Wettbewerbsvorteil verschaffte. Vor diesem Hintergrund der rasanten und dann stagnierenden Tourismusedwicklung wurden bulgarische Salate und *Rakija* zum Mittelpunkt der Gastronomie im bulgarischen Restaurant- und Dienstleistungssektor.



Abbildung 40: Inszenierung kommerzieller Gastfreundschaft in den 80er Jahren.
Quelle: <http://socbg.com/2014/02/шопската-салата-рожба-на-ранния-соц.html>.

Der Massenkonsum von *Rakija* mit Salat ist eine relativ junge "Tradition" der Bulgaren, die in den letzten Jahrzehnten etabliert wurde. Der Konsum von *Rakija* neben Salat, eine Praxis, die bereits ein allgemeiner und integraler Bestandteil des bulgarischen Alltags geworden ist, kann als eine neue Tradition angesehen werden, die erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts populär wurde, ungefähr zur selben Zeit wie die Erfindung und Etablierung des *Šopska-Salats* selbst. Im Zeitalter der Tourismusentwicklung hat der *Rakija* nicht nur den Bezug zu seiner türkisch-orientalischen Genese vollständig verloren, sondern ist von einem der Symbole der verhassten und unerwünschten osmanischen Spuren in Bulgariens Vergangenheit zum Nationalgetränk aller heutigen Bulgaren geworden, das zusammen mit dem berühmten Salat als eine alte, traditionelle bulgarische Konsumgewohnheit gilt. Der Verzehr von *Rakija* mit *Mezze* in Form von Salat unterscheidet Bulgarien kulturell vom Rest der Ostblockländer und wird zum Marker und Medium der bulgarischen kulturellen Identität. Gleichzeitig gibt es für die Einzigartigkeit des Konsums von *Rakija* und Salat in Bulgarien auch einige objektive Umstände, die für dieses Gebiet spezifisch sind. Die Salat-Vorspeise kann als für Bulgarien einzigartiges Merkmal angesehen werden, da sie in den benachbarten Balkanländern sehr unterschiedlich sein kann – beispielsweise werden in Zentral- und Nordserbien viel weniger Gemüse und Früchte, etwas weniger Käse, viel mehr Fleisch usw. gegessen (Popović et al. 2018). Außerdem gibt es trotz einer Reihe von Ähnlichkeiten kein anderes Balkanland, in dem *Grozdovica* (Traubenschnaps) so dominant ist und in dem der Salat unter den verschiedenen Vorspeisen gemeinsam mit *Rakija* eine so dominante Stellung einnimmt. Von den Ländern, in denen der *Rakija*-Konsum erheblich ist, wie Serbien, Montenegro, Nordmazedonien, Kroatien, Rumänien und Teile Griechenlands, ist und war Bulgarien das am meisten Gemüse produzierende Land. Dazu ist der *Šopska-Salat* seit den 70er Jahren einer der beliebtesten und bekanntesten *Mezze* für *Rakija* (vgl. Dečev 2010: 446ff). Die Kombination von *Šopska-Salat* und *Rakija* kann leicht als "touristisches Produkt" bezeichnet werden, als das Anthropologen Schauplätze, Ereignisse und Artefakte definieren, die für den kulturellen Konsum von Außenstehenden geschaffen werden (Kirschenblatt 1989), und ist gleichzeitig ein Beispiel für das, was Eric

Hobsbawm als "Erfindung der Tradition" bezeichnet, d. h. die Herstellung eines Symbols, bei dem ein Element des Alltags neu kontextualisiert wird, wie in diesem Fall durch die international ausgerichtete bulgarische Tourismusindustrie des 20. Jahrhunderts, und ihm dadurch eine besondere Bedeutung beigemessen wird. Die Gastronomie ist damit eine Wirtschaftsbranche, die die Bedürfnisse von Reisenden erfüllt und Authentizität bietet und, wenn nötig, auch eine theatral-inszenierte Darstellung.

6. Die Erfolgsgeschichte des Šopska-Salats

Mit der globalen kommerziellen Integration und einer Zunahme der globalen Lebensmittelbewegung gewannen Besitz und Einzigartigkeit von kulinarischen Produkten an vielen Orten auf der ganzen Welt an Bedeutung. Bestimmte Formen der Standardisierung durch Restaurants, Rezepte, Namen der Gerichte usw. wurden verwendet, um den Charakter und das Image jeder nationalen Küche zu differenzieren und zu ethnisieren. Darüber hinaus nahmen internationale Streitigkeiten über den Besitz kulinarischer Produkte zu. Heute kommt es bei der Wiederherstellung und Präsentation jeder nationalen Küche zu einem starken Wettbewerb über den Besitz bestimmter Gerichte. Ob erfolgreich oder nicht, jede nationale Küche versucht, sich als "einzigartige Küche" darzustellen und ihren Platz auf dem Weltmarkt zu sichern. Die Überlebensstrategien für beliebte und einzigartige Gerichte auf dem Markt und ihre Formen der kulinarischen Selbstdarstellung werden stark vom globalen System bestimmt, das einen besonderen Raum für die Präsentation von Geschmack und Stil bietet. Der *Šopska-Salat* ist ein Produkt einer solchen Selbstdarstellung.

Globale Entwicklungen, einschließlich der kostenlosen Verbreitung kulinarischer Informationen im Internet und des zunehmenden Interesses europäischer und globaler mittelständischer Verbraucher an neuen Geschmacksrichtungen, das durch die Intensivierung des internationalen Handels und Tourismus verstärkt wird, sind für das große kulinarische Interesse an der südosteuropäischen Küche in den letzten Jahren verantwortlich. Die Ernährungsgewohnheiten in den dortigen Ländern sind einander sehr ähnlich und das Essen wird als Spiegelbild der sozialen Veränderungen in den ehemaligen kommunistischen Staaten wie Bulgarien, Serbien und Nordmazedonien angesehen. Spezifisch für Bulgarien, Serbien und Nordmazedonien ist jedoch, dass nach einer gemeinsamen jahrhundertelangen Isolation vom westlichen Teil des Kontinents die letzten drei Jahrzehnte von Bemühungen um Wiedervereinigung bestimmt sind. Integrationsprozesse auf kultureller, wirtschaftlicher und politischer Ebene zwischen ehemals geteiltem Ost- und Westeuropa trieben wichtige kulturelle und politische Veränderungen in den ehemaligen Satellitenstaaten der Sowjetunion voran, und Bul-

garien war davon keine Ausnahme. Der Beitritt des Landes zur Europäischen Union war eine zentrale Transformationsschwelle. Serbien und Nordmazedonien erlebten ebenfalls eine Phase der Isolation – insbesondere in den turbulenten postjugoslawischen Jahren – und streben seitdem eine engere Beziehung zu den Ländern der Europäischen Union an.

Die bulgarische Küche gehört wie die Küchen Serbiens und Nordmazedoniens zur Balkanküche, die eine historische Schnittstelle zwischen orientalischen, mediterranen und mitteleuropäischen Einflüssen darstellt. Die jeweiligen kulinarischen Geschmäcker der drei Länder, die Gemüse, Brot, Milchprodukte, Fleisch und Obst umfassen, sind einander viel näher als denen der anderen Ländern der Region wie Rumänien, Griechenland oder Türkei (Krästeva-Blagoeva 2010: 16), auch wenn die letzten drei genannten Küchen zweifellos der Ursprung vieler regionaler Gerichte sind. Durch den Konsum bestimmter Lebensmittel entstehen Lebensmittelsysteme, die eine entscheidende Rolle beim Aufbau lokaler und nationaler Identitäten und bei der Wahrnehmung bestimmter sozialer Gruppen spielen. Diese Tatsache macht Lebensmittelsysteme zu einem Schlüsselfaktor für die Schaffung von Authentizität (Montanari 2004: 133). In den letzten Jahren wurde erkennbar, wie die Balkanländer Lebensmittel als Medium nutzen, um, manchmal auf Kosten der Nachbarn, ihre nationale Identität zum Ausdruck zu bringen. In Bulgarien gibt es Bedenken darüber, dass der *Šopska-Salat* auch in Serbien und Nordmazedonien als kulinarisches Erbe angeboten wird. In beiden Ländern präsentieren lokale Restaurants ihn als traditionellen Salat, um den lokalen touristischen Interessen zu entsprechen, während das kulinarische Erbe der europäischen Länder weltweit vermarktet wird und traditionelle Lebensmittel eine wachsende Industrie in Europa darstellen. Dies fügt der Rolle des Gastronationalismus und dessen Urheberrechtsschutz durch die EU bei der Schaffung eines kulturellen Marktes in den oben genannten Ländern eine wichtige Ebene hinzu. Der Gastronationalismus bestätigt die nationale Identität gegenüber wahrgenommenen Bedrohungen durch Außenstehende, die bestimmte Objekte oder Praktiken beseitigen wollen. Infolgedessen nimmt der Wettbewerb zwischen den Herstellern zu und die

Notwendigkeit, die Einzigartigkeit ihres eigenen Produkts zu schützen, wird noch wichtiger als zuvor.

Abgesehen von den großen Ähnlichkeiten zwischen den drei nationalen Küchen mit ihrer Produktion und ihrem Verbrauch von Lebensmitteln sowie der gemeinsamen Vergangenheit der drei Länder sind einige Unterschiede für diesen Teil relevant. Während der Zeit des Staatssozialismus im 20. Jahrhundert ermöglichte die jugoslawische Föderation ihren Bürgern und auch dem Handel mit dem Westen eine größere Freiheit als Bulgarien. Unter Jugoslawien wanderten Serben und Mazedonier nach Österreich, Westdeutschland und die Schweiz sowie in weitere nordeuropäische Länder aus, und viele von ihnen begannen dort, in der Gastronomie zu arbeiten (Fotiadis 2014). Die drei Länder trennten sich in den 1990er Jahren weiter voneinander. Die Kriege im ehemaligen Jugoslawien haben die letzten beiden Staaten in die Isolation getrieben und starke nationalistische Ressentiments entwickelt (Calic 2010). In der Zwischenzeit hat Bulgarien kleine, aber allgemein konsequente Schritte in Richtung EU-Mitgliedschaft unternommen.

6.1 Balkankonzepte und Esskultur

Die kulinarischen Traditionen der drei Balkanländer zeugen von der komplexen Geschichte der Aneignung. Diese Prozesse bildeten eine kulinarische Gemeinschaft, die in fünf Jahrhunderten osmanischer Herrschaft die Esskultur der Balkanvölker weitgehend prägte, sodass man trotz aller regionalen und zeitgenössischen nationalen Unterschiede von einer "Balkanküche" sprechen kann (Steinke 1991). Verschiedene Gerichte aus der osmanischen Küche wie *punjete paprike* (gefüllte Paprikaschoten), *sarmá*, *gjuveč*, *škembe čorba* (Kuttelsuppe), *mussaka* (gebackene, geschichtete Kartoffelscheiben, vermischt mit vorgebratenem Hackfleisch), *pastirma* usw. stehen stellvertretend für die gemeinsame kulinarische Kultur, die sich nach der Ablehnung der osmanischen Herrschaft im Kontext der laufenden Europäisierungs- und Industrialisierungsprozesse allmählich veränderte. Die Übernahme von kulinarischem Wissen verwandelte die lokale Küche in eine moderne Küche – ein Prozess, der, wie

überall auf dem Balkan, weitgehend auf die städtischen Gebiete beschränkt war. Beeinflusst von westeuropäischen kulinarischen Trends, die durch neue Tischmanieren, unterschiedliche Kombinationen von Zutaten und die Einführung neuer kulinarischer Technologien gekennzeichnet waren, entstanden langsam die Voraussetzungen für die Schaffung nationaler Küchen, die mit Schwerpunkt auf bestimmten Gerichten den Grundstein der kulinarischen Individualität legten, welche später die Länder voneinander unterscheiden würde.

Mit der Einführung strenger Passkontrollen nach dem Ersten Weltkrieg wurden die Reisefreiheit und die kulinarischen Beziehungen zwischen allen Ländern der Region eingeschränkt. Diese Situation spiegelte sich in der Einleitung einer langsamen, unabhängigen kulinarischen Weiterentwicklung, die auf der gemeinsamen kulinarischen Vergangenheit und der neuen Industrialisierung der Lebensmittel basiert, wider. Nach dem Krieg machte die städtische Bevölkerung trotz ihres Anstiegs sowohl in Serbien als auch in Bulgarien immer noch einen kleineren Teil der Gesamtbevölkerung aus, wobei eine rasche Modernisierung die städtische tägliche Ernährung erheblich von der ländlichen Ernährung unterschied. Die Fleischverarbeitung, die Konservenherstellung von Obst und Gemüse sowie die Herstellung von Süßwaren wurden ausgeweitet, was hauptsächlich die städtische Ernährung der Bevölkerung beeinflusste. Die Lebensmittelindustrie war in beiden Ländern die am weitesten entwickelte Industrie. Wohlhabende Haushalte und Familien der Mittelklasse lebten und ernährten sich nach europäischen Standards, beeinflusst durch die Massenveröffentlichung lokaler Kochbücher, die den europäischen kulinarischen und wissenschaftlichen Errungenschaften entsprachen. Es wurden neue Mahlzeiten übernommen, die das Essen und die Essenszeiten während des Tages veränderten. Diese Veränderungen traten nicht nur in den Hauptstädten auf, sondern breiteten sich auch auf andere kleinere, meist wirtschaftlich wichtige Städte aus. Gleichzeitig lebten und aßen die Menschen in ländlichen Gebieten anders als die städtische Bevölkerung. Die ländlichen Essgewohnheiten hingen immer noch von den Jahreszeiten und landwirtschaftlichen Zyklen ab und stellten eine bescheidene Alltagskost ohne neue kulinarische Variationen dar. Sie basierten auf Brot, begrenztem Gemüsekonsum (insbesondere in Serbien)

von Kohl, Auberginen, Kartoffeln, Bohnen, Paprika, Zwiebeln, Knoblauch usw., Käse, mehr Fleisch in einigen Gebieten (Zentralserbien) – jedoch gemäß den im christlichen Kalender zulässigen Tagen – und anderen inländischen Waren (Gavrilova 1999; 2018; Popović et al. 2018). Diese Prozesse waren in Serbien und Bulgarien bis zum Zweiten Weltkrieg mehr oder minder nahezu identisch, aber viel schwächer in Nordmazedonien aufgrund der späten Modernisierung seiner Gebiete, die hauptsächlich nach seinem Übergang zum Königreich Serbien und anschließend zu Jugoslawien in den Jahren nach den Balkankriegen und dem Ersten Weltkrieg stattfand.

Im 20. Jahrhundert hat sich in der Welt und in den beiden Ländern viel verändert, insbesondere nach dem Zweiten Weltkrieg. Mit dem Aufkommen des Kommunismus und seinen unterschiedlichen Interpretationen, die sich in der Liberalisierung Jugoslawiens und seiner Offenheit für die Welt im Vergleich zur Isolation Bulgariens als Teil des Ostblocks äußerten, gingen die beiden Länder unterschiedliche Wege in ihrer weiteren politischen, kulturellen und kulinarischen Entwicklung, abhängig von ihren geografischen Merkmalen, der Landwirtschaft und dem wirtschaftlichen Verlauf. Die Vertreibung Jugoslawiens aus Kominform im Juni 1948 nach dem Tito-Stalin-Konflikt hatte enorme Auswirkungen auf die Entwicklung des Landes und markierte einen separaten jugoslawischen Weg zum Kommunismus (Flaherty 1988). Das jugoslawische Modell war geprägt von politischer Dezentralisierung, einer neutralen Position im Ost-West-Konflikt, Reisefreiheit und marktorientierten Wirtschaftsreformen. Der Aufbau des Sozialismus bedeutete eine rasche Verstädterung, industrielle Expansion und Modernisierung sowie die Schaffung einer modernen Tourismusindustrie (Taylor & Grandits 2010; Calic 2010). Ab den 1950er Jahren begann, beeinflusst von den politischen und wirtschaftlichen Veränderungen, eine bedeutende Änderung der traditionellen Ernährung über die nächsten Jahrzehnte hinweg. Als Jugoslawien bereits 1949 eine explizit positive Haltung gegenüber dem ausländischen Tourismus einnahm und in den späten 1950er und frühen 1960er Jahren die Staatsgrenzen öffnete, damit seine Bürger in Westeuropa in beträchtlicher Zahl arbeiten und reisen konnten, erfuhr das Land einen starken Einfluss, der die traditionelle Ernährung weiter veränderte. Jugoslawiens besserer Lebensstandard – gemessen an Angebot und Quali-

tät von Konsumgütern – war einer der offensichtlichsten Unterschiede zwischen dem Leben in der Föderation und dem Leben seiner Nachbarn in den meisten Ostblockländern.

6.2 Die Wiederentdeckung der traditionellen *cuisine* als einheimisch, authentisch und national: Die Kochbücher als politische Ressource

Sowohl in Bulgarien als auch in Jugoslawien fanden Assimilation und nationalistische Prozesse zusammen mit der Entwicklung des internationalen Tourismus statt. Die Schaffung einer nationalen Küche spielte eine wichtige Rolle bei der Stärkung der nationalen Identität jeder der jugoslawischen Republiken. Die Kochbücher als natürlichster Ausdruck dieser Ideen veranschaulichten diese sozialen und politischen Veränderungen. Sie waren nie nur Leitfäden für die Zubereitung von Speisen, sondern eines der Hauptmerkmale der nationalistischen Bewegungen Kroatiens, Serbiens und Sloweniens. So zeigen im sozialistischen Jugoslawien veröffentlichte Kochbücher einige der Absichten, Bestrebungen und Widersprüche des jugoslawischen selbstverwalteten Sozialismus. Kochbücher zeigten dem Leser, wie sich die Versprechen des Sozialismus in einfache, gesunde und abwechslungsreiche Mahlzeiten verwandelten, deren Zubereitung Freude bereitet. Sie waren ein Instrument der Behörden, um das politische System zu legitimieren, das der Bevölkerung Zugang zu sämtlichen Lebensmitteln ermöglichte. Gleichzeitig zeigte diese Literatur den Verbrauchern, welche Möglichkeiten ihnen in Bezug auf die Versorgung mit Lebensmitteln bevorstanden, sobald die Jahre des "reifen Kommunismus" kommen und die wirtschaftliche Grundlage des jugoslawischen "guten Lebens" florieren würden. Ihre wachsenden Einkaufslisten mit Zutaten und Produkten zeugten von einer allmählichen Verbesserung des Lebensstandards und von einer Demokratisierung der Version des "guten Lebens" des jugoslawischen Sozialismus – nicht nur "sozialistischer Asketismus," sondern auch Fülle, Vielfalt und damit dieselbe Auswahl auf dem Tisch wie anderswo. Trotz des starken Drucks durch die Standardisierung der Produktion waren die nationalen und regionalen Bemühungen, die Spezifität jeder Küche im Land zu

bewahren, nicht verschwunden. Parallel zur Modernisierung des Landes und dem wachsenden Tourismus kämpften ethnische Kochbücher als Leitfäden des alltäglichen Nationalismus im Rahmen der jugoslawischen "Brüderlichkeit und Einheit," indem sie kulinarische Etiketten schufen und Rezepte auf nationaler Basis systematisierten. Die auf "traditionellen" Methoden der Lebensmittelzubereitung basierten Kochbücher waren damit nicht nur "Artefakte der Kultur der Herstellung" (Appadurai 1988), sondern auch ein Produkt der Politik und der Verlage. Durch die Kochbücher erhielten die jugoslawischen Staaten einen Ort, an dem sie ihre nationale Identität innerhalb der gemeinsamen Küche rekonstruieren konnten. Kochbücher führten nationalistische Themen durch Rezepte ein, die Frühstück, Mittag- oder Abendessen als Schutz der kulinarischen Tradition und als Widerstand gegen die transnationale Assimilation stilisierten. Rezepte einer bestimmten nationalen Gruppe, die veröffentlicht wurden, wurden insbesondere in den 1980er Jahren, während der zunehmenden ethnischen Spannungen im Land, zu Hütern der nationalen Identität. In dieser Hinsicht zeigte die traditionelle Gastronomie jeder der oben genannten nationalen Gruppen eine viel größere Vielfalt als frühere nationale Küchenkonzepte (Bracewell 2012: 170-5). So erzählt der Inhalt serbischer Kochbücher über die ideologischen Kontexte, in denen Lebensmittel erworben, zubereitet und konsumiert werden, und darüber, wie Lebensmittel zu einem Mittel wurden, um die serbische nationale Ideologie auszudrücken und aufrechtzuerhalten. Es ist wichtig anzumerken, dass in dieser Zeit die "typischen" mazedonischen Gerichte in serbischen kulinarischen Veröffentlichungen vorgestellt wurden, was sowohl von den ähnlichen Essgewohnheiten zwischen den beiden Regionen in Jugoslawien als auch von der politischen Dominanz Serbiens gegenüber Vardar-Mazedonien spricht, da die Kochbücher die politischen Konstellationen und Einstellungen in der Föderation widerspiegeln.

Kochbücher und die in Zeitungen und Zeitschriften veröffentlichten Rubriken mit Rezepten waren lange vor dem Ersten und Zweiten Weltkrieg ein etabliertes Verlagsgenre in Jugoslawien und insbesondere in serbischen Gebieten. Die ersten auf Serbisch veröffentlichten Kochhandbücher des 19. Jahrhunderts wurden dem serbischsprachigen Publikum als Übersetzungen und Anpassungen vorgelegt, die größtenteils

auf deutschen oder österreichischen und ungarischen Rezepten basierten. Sie wurden von Jerotej Draganović (1855) und Katarina Popović-Midžina (1878) herausgegeben. Das von Katarina Popović-Midžina herausgegebene *Veliki srpski kuvar* ("Großes serbisches Kochbuch") brachte regionale und ethnische Etiketten an bestimmten Gerichten an, die die Autorin selbst mit "serbisch" oder "Gerichten aus Serbien" identifizierte. Neben den Gerichten mit regionaler Bezeichnung wurden auch welche mit ausländischen Namen angeführt, die sie entweder von ihrer Mutter Natalija Naničke Petrović übernommen hatte, oder auch verifizierte Rezepte von Freunden und vor allem aus ausländischen Kochbüchern und mittel- oder westeuropäischen Frauenzeitschriften. Tatsächlich war dieses erste kulinarische Buch auf Serbisch ein sehr kosmopolitisches Kompendium, dessen Titel nur die Sprache der Veröffentlichung und die Eignung der Rezepte für die serbische Öffentlichkeit anzeigte. Vor dem Zweiten Weltkrieg wurden andere Bücher von überwiegend weiblichen Autorinnen wie Sofija Mirković, Vida Totović, Leposava Gavrilović, Spasenija-Pata Marković und Aleksandra Rustanović und nur einem männlichen Autor, Dušan Slavić, veröffentlicht und einfach als "Kochbücher" präsentiert. Mit ihrer größeren Reichweite in ganz Jugoslawien spiegelten sie den neuen lokalen Geschmack in den Städten und die Verwendung neuer Zutaten wider. Auf diese Weise wurden sie oft als Sammlungen für nationale serbische Rezepte verstanden. Das beliebteste und wichtigste Kochbuch der Zeit war Spasenija-Pata Markovićs *Moj kuvar* ("Mein Kochbuch"), das mit der Zeit als *Patins Kochbuch* bezeichnet wurde. Zum ersten Mal 1939 diente es als unübertroffener Leitfaden für kulinarische Fähigkeiten, Diätetik und Schonkost für die Kranken. Es enthielt auch Rezepte für die Ernährung von Kindern und älteren Menschen, für Versammlungen und Feiern sowie Anweisungen für die unauffällige bürgerliche Etikette am Tisch. Dieses Buch



Abbildung 42: Spasenija-Pata Marković mit ihrer Tochter Ljubica (aufgenommen 1903).

Quelle: https://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%98%D0%B0_%D0%9F%D0%B0%D1%82%D0%B0_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%9B.

basiert auf Rezepten, die von Lesern der Belgrader Zeitung *Politika* gesammelt und in einer wöchentlichen Rubrik mit Rezepten unter der Leitung von Spasenija-Pata Marković mit dem Titel *Heutiges Menu* veröffentlicht wurden. Die städtische Frau- enklasse beriet in dieser Rubrik, wie man ein köstliches Mittagessen für wenig Geld zubereiten konnte. Dieser stetige Anstieg veröffentlichter Kochbücher spiegelte eine neu urbanisierende Gesellschaft wider, in der Kochkünste nicht mehr nur mündlich weitergegeben wurden, sondern in der die sich ändernden Lebensstile (insbesondere von Frauen) neue häusliche Regelungen erforderten und in der soziale und wirtschaftliche Veränderungen zu einer Diversifizierung der Konsummuster und Verbraucherwünschen führten.²¹ Diese frühen Kochbücher waren Teil der hegemonial-kulturellen Bemühungen Serbiens, einen "neuen Serben," eine neue Nation und eine neue nationale Identität aufzubauen. Sie spiegelten aber auch spezifisch serbische Verhältnisse und Dilemmata im Rahmen Jugoslawiens wider, insbesondere unter den neuen Umständen der Nachkriegsjahre.

Obwohl Ende der 1940er Jahre mehrere kurze Kochbücher herausgegeben worden waren, begannen im neuen Jugoslawien erst Mitte der 1950er Jahre Trends bei der Veröffentlichung von Kochbüchern. In den ersten Phasen der wirtschaftlichen Erholung nach Stalins Tod im Jahr 1953 wurden Ausgaben kulinarischer Klassiker aus der Vorkriegszeit veröffentlicht, die den neuen Umständen angepasst wurden. Spasenija-Pata Markovićs klassisches Kochbuch aus der Vorkriegszeit wurde 1956 in Belgrad mit nur minimalen Änderungen am Text und einem neuen Vorwort, das die veränderten Umstände der Nachkriegszeit hervorhebt, neu aufgelegt. Der in Belgrad ansässige Verlag *Narodna Knjiga* ("Nationales Buch") veröffentlichte *Veliki Narodni Kuvar* ("Größes Nationales Kochbuch") auf Serbisch, welches auf *Patins kuvar* basiert, das ebenfalls in mehrere Welt Sprachen übersetzt wurde. Die Einführung zu dieser Ausgabe lautet:

²¹ vgl. <http://www.politika.rs/scc/clanak/399397/Drustvo/Zabranjeni-kuvar-zacet-na-stranicama-Politike>, zuletzt abgerufen am 17. März 2020.

"Dieses Buch wurde nach dem bekannten Patins Buch "Moj kuvar" erstellt, das vor dem Krieg von der Zeitung „Politika“ veröffentlicht und von Spasenija-Pata Marković arrangiert wurde. [...]"²²

Veliki Narodni Kuvar enthält alle Rezepte der Vorkriegsausgabe des Buches sowie einige zusätzliche Hinweise (Marković 1956). Mit der Entwicklung der kulinarischen Themen im Land wurden jedoch viele weitere Rezeptübersetzungen aus französischen und italienischen Quellen in Zeitschriften und Kochbüchern verbreitet, was dazu führte, dass sich jugoslawische und serbische Köche als Teil einer westeuropäischen "Normalität" fühlten, die eine kulinarische Kultur teilte und die erforderlichen Zutaten für selbstverständlich hielt. Die Nachfrage nach Kochbüchern wuchs in Jugoslawien stetig und in den 1960er und 1970er Jahren waren Kochbücher

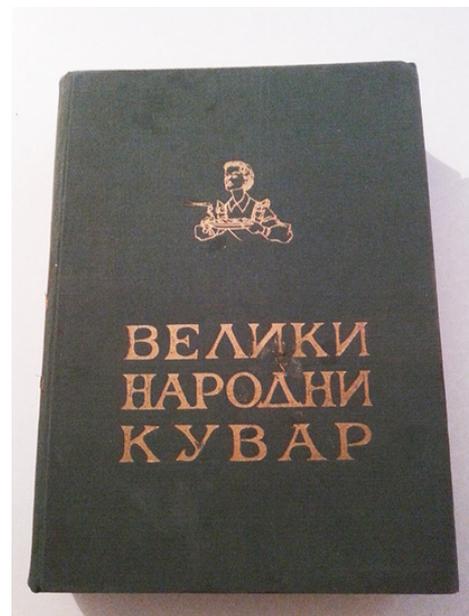


Abbildung 43: Die erste Nachkriegsausgabe von *Veliki Narodni Kuvar* im Jahr 1956.
Quelle: Privatphoto von Filip Stankovich ©

ein profitabler Zweig der selbstverwalteten Verlagsbranche, der dazu beitrug, dass auch andere Kategorien von Veröffentlichungen subventioniert wurden. In den späten 1970er Jahren spiegelte die jugoslawische Kochbuchveröffentlichung einen stark segmentierten Markt wider. Die Titel boten Anleitungen in allen Arten von Küche, von stolz regional bis international, von "nostalgisch" bis "hochmodern," für Köche, für "gehetzte" Hausfrauen oder Freizeitköche bis hin zu Kindern und sogar Männern, die in ihrer Zeit als Junggesellen Hobbyköche waren und vor der Heirat für sich selbst sorgten. Es wurden mehrere Ausgaben der etablierten kulinarischen Klassiker der größten ethnischen Gruppen (der Kroaten, Serben und Slowenen) mit beeindruckenden Auflagen veröffentlicht. Von der siebten Ausgabe von Spasenija-Pata Markovićs *Veliki Narodni Kuvar* aus dem Jahr 1966 wurden 40.000 Exemplare gedruckt

²² "Ова књига рађена је према познатој књизи "Мож кувар" који је пре рати издала "Политика," а средила Спасенија-Пата Марковић. [...]" Marković, S., 1956: *Veliki narodni kuvar*, Einführung. Eigene Übersetzung des Autors.

und das gleiche Buch aus dem Jahr 1977 wurde um eine neue Reihe von kulinarischen und exotischen Innovationen erweitert, die zusätzlich zu den älteren Rezepten für Gerichte aus der französischen, italienischen, englischen und russischen Küche und aus Nachbarländern wie Bulgarien die Leser dazu ermutigten, chinesische Gerichte zu probieren (Bracewell 2012: 176f).

Trotz der Versuche, in den 1960er und 1970er Jahren eine gemeinsame jugoslawische Küche zu schaffen, wurden in den Kochbüchern, insbesondere in den 1980er Jahren, immer mehr nationale – oder sogar nationalistische – Bestrebungen verfolgt. Gerichte, die bereits seit Jahrzehnten aus der ausländischen Küche entlehnt worden waren, wurden als nationale Spezialitäten angeboten. Dies ist einerseits das Ergebnis der Bemühungen, den lokalen Geschmack und die Kultur des Kochens zu verbessern, und andererseits die nationale Distanz zu anderen Republiken in Jugoslawien zu maximieren. Die Verlage betrachteten als Zielgruppe dieser Art von Büchern nicht nur einheimische Haushalte, sondern auch ethnische Restaurants und Hotels, die vor einheimischen und ausländischen Gästen kulinarische Authentizität und Originalität demonstrieren wollten (Bracewell 2012: 187f).

Solche Muster der Veröffentlichung von Kochbüchern waren in jeder Republik Jugoslawiens zu beobachten und entfalteten sich entsprechend dem Rhythmus und dem Tempo der jeweiligen nationalen Bewegung. Im Fall Serbiens wurden in den 1980er Jahren umfangreiche nationale Kochbücher veröffentlicht. Eines der bedeutendsten Beispiele war der Nachdruck des ersten *Serbischen Kochbuchs* von Jerotej Draganović (1855) und von Jelena Radanović (Radanović 1989). Im Wesentlichen stellte Jerotej Draganović damals sein Buch aus umgeschriebenen deutschen Rezepten zusammen, während Radanovićs Ausgabe als Buch mit "authentischen," "serbischen" Rezepten aus handgeschriebenen Quellen, die perfekt zu den patriotischen Bestrebungen zu der Küche dieser Zeit passten, beworben wurde. Eine weitere kulinarische Ausgabe war Bogićevićs (1988) *Vukova trpeza* ("Vuk Karadžićs Tisch"). Sein Buch unternahm einen wichtigen Versuch, die "alte" serbische Küche wiederzubeleben, basierend auf ethnografischen Studien, die Vuk Karadžić in der ersten Hälfte des 19.

Jahrhunderts durchgeführt hatte, um die materielle und kulinarische Kultur der serbischen Bevölkerung im Dinara-Gebirge zu untersuchen. Andere Kochbücher "revitalisierten" kulinarische Praktiken im Zusammenhang mit religiösen oder volkstümlichen Bräuchen, die als vergessen, jedoch entscheidend für die nationale Identität angesehen wurden. Dazu gehören spezielle Mahlzeiten für die Fastenzeiten oder zur Feier des Familienfests *slava* (Tag der Schutzheiligen der Familie), die orthodoxe Leser anleiten und zur Rückbesinnung aufrufen sollten, nachdem sie von den kommunistischen Autoritäten "vergessen" und "verboten" worden waren (Grubačić/Tomić 1988; Prodanović-Mladenov 1989). Solche Kochbücher machten "authentische, traditionelle, nationale kulinarische Kultur" zu etwas, das man in einem Buchladen kaufen und aus einem gedruckten Handbuch lernen konnte – gleichzeitig vermittelten sie aber auch den Eindruck, dass es zu ihnen keine Alternative gäbe, wenn die Tradition fortgesetzt werden sollte, da die "wahre" nationale Küche, die sie repräsentieren, durch den Druck der Moderne oder sogar etwas noch "Unheimlicheres" verdrängt würde (Bracewell 2012: 191). Ob für serbisches oder nicht-serbisches Publikum geschrieben, diese Kochbücher geben einen Hinweis auf den Diskurs, der in den verschiedenen Gemeinschaften in Jugoslawien vorherrschte.

6.3 Nationale Aneignung des Šopska-Salats in Serbien und Nordmazedonien

Markovićs *Veliki Narodni Kuvar* ist ein gutes Beispiel für den Versuch, lokalen Geschmack und lokale Identität in einen breiteren politischen Rahmen zu fassen. Die als "serbisch" angeführten Gerichte werden im Buch als "unsere" bezeichnet. So konnte der Küchenchef unter "Serbisches Sauerkraut" lesen, dass:

"[...] wir alle wissen, dass Bohnen und Sauerkraut die Grundlage unserer nationalen Küche sind und man selten eine Person findet, die diese reinen nationalen Gerichte nicht mag. [...]"²³

²³ "[...] сви знамо да су пасуљ и кисели купус основа наше националне кухиње и ретко можете наћи особу која не воли ова чиста национална јела. [...]" Marković, S., 1956, *Veliki Narodni Kuvar*. S. 210. Eigene Übersetzung des Autors.

In derselben Ausgabe lautet der Abschnitt über Salat wie folgt:

"Der Salat ist sehr lecker zu gebackenem und anderem Fleisch. Er ist aber auch im täglichen Menü notwendig, weil er für den Körper sehr vorteilhaft ist, weil er eine große Menge an Vitaminen enthält. [...] Zu den Sommersalaten gehören beispielsweise Salate aus frischen Gurken, Auberginen und "Babur" (Paprikasorte), Paprikaschoten, Tomaten sowie Kopfsalat. [...] Es ist besonders darauf hinzuweisen, wie gesund die Salate sind und dass es sehr wichtig ist, sie so oft wie möglich auf dem Tisch zu haben. [...]"²⁴

Dieser Abschnitt wird dominiert von Salaten mit Gurken (fünf Stück), gefolgt von Kartoffelsalat (vier Stück), zwei mit Tomaten, einer mit Paprika, dem berühmten *ajvar* mit gerösteten Paprika und gerösteten Auberginen anstelle von Tomaten (!) und vielen andere Variationen von Salaten – "lokal" und "international" –, aber der ikonische Salat für die zeitgenössische serbische Küche, der sog. *Serbische Salat*, fehlt. Für die Zubereitung werden Tomaten, Gurken, Zwiebeln, Sonnenblumenöl und Salz benötigt. Obwohl den Autoren die Nützlichkeit des Gemüses aufgrund seiner Vitamine bekannt gewesen ist, fehlt in der überwiegenden Menge der Salate eine vitaminreiche Gemüsesorte wie Tomaten. Dies gilt auch für Salate mit rohen oder gerösteten Paprikaschoten. Die serbischen Kochbücher etablierten als typisch serbisches Essen Bohnen und Sauerkraut sowie verschiedene Arten von Fleischgerichten, von denen die beliebtesten *pasulj* (Bohnensuppe), *podvarak*, *sarmá*, *čevapčići*, *leskovački uštipci*, *pljeskavica* usw. sind.

Diese Etablierung des typisch serbischen Essens ist auf mehrere Hauptfaktoren zurückzuführen, die die Entwicklung der lokalen Küche stark beeinflusst haben. Erstens ließen die niedrige landwirtschaftliche Produktion, die mangelnde Mechanisierung

²⁴ "Салата је веома укусан додаток за печење и друга меса. Али она је неопходна у јеловнику и због тога што је веома корисна за организам, јер садржи у себи велику количину [...] У летње салате дошле би, на пример, салате од свежих краставаца, плавих патлиџана и бабура, паприка, парадајза, као и зелена салата. [...] Потребно је посебно истаћи колико је салата здраво јело и да је веома важно имати је што чешће на столу." Marković, S., 1956: *Veliki narodni kuvar*. S. 344. Eigene Übersetzung des Autors.

und die geringe Düngung bei der Mehrheit der Bevölkerung vor und nach dem Zweiten Weltkrieg nicht viel Abwechslung im Tagesmenü zu. Die Verwüstung des Landes während des Zweiten Weltkriegs verlangsamte die Entwicklung der Landwirtschaft, die weder kollektiviert noch zentralisiert wurde, erheblich, was bedeutete, dass die Produktionserfolge in den ersten Jahrzehnten des Sozialismus ziemlich verlangsamt waren. Der private Landbesitz wurde nicht liquidiert und die private Lebensmittelproduktion überlebte, kompensierte jedoch nicht die Bedürfnisse des riesigen jugoslawischen Marktes und ermöglichte damit auch nicht die Verbesserung und Förderung einer Reihe von Gemüsesorten, die für die Zubereitung verschiedener Salatsorten benötigt wurden. Laut den Kochbüchern aus jenen Jahren waren die Kartoffeln das wichtigste verzehrte Gemüse, gefolgt von Bohnen, Kohl, Zwiebeln, Tomaten, Paprika und Knoblauch. Die Lebensmittelindustrie machte mehr Fortschritte als jede andere Branche bei der Verbesserung von Qualität und Vielfalt, seit in den 60er Jahren neue wirtschaftliche Maßnahmen eingeführt worden waren. Aufgrund des fruchtbaren Bodens und des mediterranen Klimas begann sich nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges in Gevgelija, Skopje und Leskovac die Landwirtschaft in Südserbien und Vardar-Mazedonien erfolgreich zu entwickeln, was bis heute für die Paprikaindustrie wichtig ist. Die Qualität der Paprikaschoten war sehr gut und seine Produktion nahm rasch zu (Kačeva 1997). Trotzdem bleiben die Salatrezepte im legendären *Veliki Narodni Kuvar* in seinen verschiedenen Ausgaben im Laufe der Jahre unverändert (Marković 1956; 1966; 1975; 1977).

Ein weiterer wichtiger Faktor war die ungleichmäßige Entwicklung des Tourismus im Land. Die geografischen Merkmale des Landes ermöglichten die Entwicklung verschiedener Arten von Tourismus und die jugoslawischen Behörden betrachteten den Tourismus als ein wichtiges Mittel, mit dem die internationale Isolation überwunden und die Vorteile des jugoslawischen Sozialismus der Welt gezeigt werden konnten. Diese politisch motivierte Tourismuspolitik erkannte wirtschaftliche Anreize, ausländische Besucher willkommen zu heißen, und erfand die Kernbotschaft "Komm und sieh die Wahrheit" (Taylor & Grandits 2010). Das mediterrane Klima, die Offenheit der Grenzen und die Erteilung von Visa für die Staatsbürger vieler Länder machten

das Land in den 1970er Jahren zu einem attraktiven Touristenziel. Diese touristische Aktivität entstand jedoch nur in bestimmten Gebieten des Landes und trug nicht überall zur wirtschaftlichen Entwicklung bei. Die ungleichmäßige Entwicklung des Tourismus führte zu großen Unterschieden zwischen den verschiedenen Tourismusgebieten des Landes und trug zur sozialen Ungleichheit in einem Land bei, das sich selbst für sein soziales Engagement rühmte. Trotz der vielen Möglichkeiten, die der Tourismus im Land bot, wurden der Seetourismus entlang der kroatischen Seeküste und der Wintertourismus in den slowenischen Alpen bevorzugt, die gemeinsam etwa 85 % des gesamten Touristenstroms ausmachten. Die Olympischen Winterspiele 1984 leisteten einen großen Beitrag zur Gleichstellung von Seeküste und dem Landesinneren Jugoslawiens, reichten jedoch nicht aus, um die Unterschiede zwischen den Lebensstandards der einzelnen Republiken zu überwinden. Mit anderen Worten: Kroatien, das 90 % der jugoslawischen Adriaküste einnimmt, wurde häufig von Ausländern besucht und war für 45 Millionen oder 88,5 % aller Übernachtungen ausländischer Touristen in Jugoslawien verantwortlich. Fast der gesamte Ertrag aus den ausländischen Touristenbesuchen wurde von nur einem Zehntel Jugoslawiens – der Adriaküste – erzielt. Der Tourismus war für die Binnenrepubliken Serbien und Mazedonien im Gegensatz zu Kroatien, Slowenien und Montenegro nicht von großer Bedeutung (vgl. Kobašić 1981; Gosar 1989; Tchoukarine 2015). Das Fehlen des Tourismus trug wesentlich zu der ausbleibenden Entwicklung einer tourismusorientierten Küche bei und beide Republiken verlangsamten ihre kulinarische Entwicklung im Vergleich zu den maritimen Tourismusdestinationen in der Region erheblich.

Diese Umstände lassen den Schluss zu, dass das erste Auftreten des *Šopska-Salats* in Restaurantmenüs in den jugoslawischen Republiken Serbien und Mazedonien und später in den gegenwärtigen Kochbüchern höchstwahrscheinlich im Zusammenhang mit der Entwicklung der nationalen Idee der Jugoslawen und dem internationalen Tourismus in Bulgarien in den 1980er Jahren in Zusammenhang steht. Damals kamen die meisten Ausländer, die Bulgarien besuchten, aus den Ländern Jugoslawiens. Außerdem gab es in Bulgarien eine schnell wachsende Zahl jugoslawischer "Handelstouristen," die neben Urlaubszwecken auch zum Handeln einreisten und westliche

Waren nach Bulgarien importierten. Sie stellten den größten Prozentsatz ausländischer Besucher während der gesamten Zeit des Kommunismus dar (Hatschikjan 1990: 390). Durch die jugoslawischen Handelstouristen wurde der Salat nach Jugoslawien gebracht und gemäß den dortigen Ernährungspräferenzen modifiziert und neu interpretiert. Darüber hinaus zeigte sich in Serbien und Nordmazedonien nach den jugoslawischen Kriegen der 1990er Jahre, dass ihre politischen, kulturellen und touristischen Agenturen in der postkommunistischen Ära vor der herausfordernden Aufgabe standen zu entscheiden, wie sie ihre Nation neu definieren wollten und welche kulturellen Elemente ausgewählt und gefördert werden sollen. Diese beiden Länder erleben bis heute starke nationalistische Strömungen, insbesondere in der Politik und in den Medien, sobald die Frage nach nationaler Identität in der Region an Bedeutung gewinnt (Naef 2016). In diesem Zusammenhang wurden verschiedene Mechanismen mobilisiert, um nationale Erfordernisse zu erfüllen, bei denen die Küche eine wichtige Rolle spielt.

Die ethnonationalen Bestrebungen und die Entwicklung der Tourismusbranche waren ein bewusster Beginn der Schaffung nationaler Küchen in Serbien und Nordmazedonien, die jedoch viel später stattfand als bei ihren Nachbarn, wo der Tourismus schon viel früher zu einem wichtigen Faktor dafür geworden war. Die Mischung aus Romantisierung und Bewunderung der lokalen Esskultur und gleichzeitig dem Wunsch (offen oder verborgen), bestimmte Gerichte der benachbarten Küche nachzuahmen, war eine Wirtschaftsstrategie in Serbien und Nordmazedonien in der Zeit der politischen Isolation während und nach dem Krieg in Jugoslawien. Vor diesem Hintergrund ist zu verstehen, dass beide Länder in den letzten Jahrzehnten versuchten, das Image ihrer Küche für den Tourismus zu verbessern, wobei der *Šopska-Salat* aufgrund der ähnlichen Essgewohnheiten ein geeignetes kulinarisches Darlehen ist.

6.4 Die verflochtene Geschichte des Šopska-Salats

Aber ist der *Šopska-Salat* ein ausschließlich bulgarisches Produkt? Kam der *Šopska-Salat* aus Bulgarien und wurde das Rezept später in andere Regionen des Balkans

und Mitteleuropas exportiert, wo der Salat heute bekannt ist? Oder wurden seine Zutaten vor Jahrzehnten und sogar Jahrhunderten aus anderen Gebieten des Balkans oder sogar aus Gebieten des östlichen Mittelmeers nach Bulgarien importiert? All diese Fragen sind voller ethnischer Annahmen und wirtschaftlicher Konkurrenz. Zahlreiche Werke bulgarischer und ausländischer Wissenschaftler über den Beitrag der bulgarischen Käseproduktion sowie des bulgarischen Gartenbaus und der bulgarischen Landwirtschaft zur allgemeinen europäischen Lebensmittelentwicklung liefern Beweise gegen die Versuche der Nachbarn Bulgariens, *Šopska-Salat* als traditionelles Gericht und Teil ihrer nationalen Küche zu verkaufen.

Sprachlich ist es offensichtlich, dass der *Šopska-Salat* aus der Region *Šopluk* stammt, aber die Kombination aus Käse und Gemüse ist für keine ethnische Gruppe oder Nation einzigartig, insbesondere nicht in Südosteuropa. Historisch gesehen teilt die multiethnische und multireligiöse Bevölkerung Bulgariens, des Balkans und sogar des östlichen Mittelmeers viele Essenstraditionen. Letztendlich behaupten Sozialanthropologen, dass jeder Anspruch auf ethnisches Eigentum eines Lebensmittelprodukts oder Rezepts immer das Ergebnis sozialer Konstruktionen ist, die auf einem "Authentifizierungsregime" beruhen, das diskursive und symbolische Beweise für die soziale und territoriale Integrität einer Gruppe durch die Geschichte privilegiert. Der etymologische Ursprung des Namens ist nicht immer identisch mit dem Nachweis der Herkunft des kulinarischen Artefakts, der möglicherweise durch lexikalische Ausleihe, Technologietransfer, Migration einer Bevölkerung oder Produkte, die zwischen verschiedenen ethnischen oder sozialen Gruppen gehandelt werden, entstanden ist. Die Übernahme von Innovationen und Technologien aus anderen Ländern ermöglicht seit Tausenden von Jahren einen kulturellen Wandel in Gesellschaften auf der ganzen Welt. Die zeitgenössische Anthropologie ist vorsichtig gegenüber Erklärungen, die Beweise für die eindeutige Herkunft und historische Kontinuität kultureller Artefakte, Kenntnisse oder Praktiken anführen (vgl. Welz 2015: 96f). Eric Hobsbawm betrachtet alle Traditionen als "erfunden," sofern sie eine Interpretation der Vergangenheit sind, die von heutigen ökonomischen und politischen Interessen geleitet wird (Hobsbawm 1993). Etymologisch hat der Begriff *šopska* deutsch-slawische Wurzeln, während es

gleichzeitig seit der osmanischen Herrschaft sehr ähnliche Rezepte in verschiedenen Regionen des östlichen Mittelmeers gibt, die sich mit dem *Šopska-Salat*-Rezept überschneiden. Ähnliche Salate der bulgarischen Variante sind der griechische Salat *Choriatiki salata* (Dorf- oder Bauernsalat) und der serbische Salat *Srpska salata*, der türkische *Çoban salatası* (Hirtensalat), der palästinensische/arabische *salatah 'Arabiyah* (arabischer Salat) und der israelische *Salat Katzutz* (gehackter Salat) und sogar die persische Variation *Salat-e Schirazi*. Studien argumentieren und belegen, dass der Ursprung der Rezeptbasis auf die osmanische Zeit zurückgeht, genauer gesagt im



Abbildung 44: *Choriatiki-Salat* ist weltweit als „griechischer Salat“ bekannt. Es gilt als Sommersalat und besteht im Wesentlichen aus Tomaten, Gurken, Zwiebeln, schwarzen Oliven, Olivenöl, Salz und getrocknetem Oregano. Optional wird es mit griechischem *Feta*-Käse, grünem Paprika und manchmal sogar und an einigen Stellen mit Essig und Kapern angereichert.
Quelle: <https://fruitandcake.wordpress.com/2012/02/15/you-know-how-to-make-greek-salad/>.

dass die osmanische Küche zu einer der innovativsten und modernsten Europas wurde und durch die frühe Verwendung amerikanischer Lebensmittel wie Tomaten, Paprika, Bohnen und Mais gekennzeichnet war (Blaszczyk/Rohdewald 2018: 9). Ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurden in Syrien, Palästina und Griechenland Tomaten angebaut und zu Beginn des 20. Jahrhunderts hatte sich ihr Verzehr in reifem Zustand zu einer kulinarischen Tradition entwickelt. Dementsprechend sind das Rezept des *Šopska-Salats* und die Kombination seiner Zutaten

Mittelmeerraum im Nahen Osten, in der Türkei und in Griechenland, wo der Anbau von Gurken, Zwiebeln und aus Amerika importierten Gemüsesorten und die Herstellung von Käse eine lange Geschichte haben. Durch die Kontakte zwischen Osmanen und Spaniern wurden neue Handels- und Konsumgüter von den amerikanischen Kontinenten nach Europa gebracht und fanden zuerst ihren unmittelbaren Weg ins Osmanische Reich, bevor sie in andere europäische Regionen gebracht wurden. Dies bedeutete,



Abbildung 45: Der *Serbische Salat* ist ein Salat aus großen gehackten Tomaten, Gurken, Zwiebeln und Pfefferschoten, beträufelt mit Sonnenblumenöl.
Quelle: <https://waytomonte.com/rs/p-2831-serbian-salad>.



Abbildung 46: *Çoban salatası* wird aus fein gehackten Tomaten (vorzugsweise geschält), Gurken, langen grünen Paprikaschoten, Zwiebeln und Petersilie. Das Dressing besteht aus Zitronensaft, Olivenöl und Salz.
Quelle: <https://www.thespruceeats.com/turkish-shepherdssalat-coban-salatasi-recipe-3274347>.

jahrhundertealte Tradition und waren kein ausschließliches Merkmal der einen oder anderen ethnischen Gruppe innerhalb des Osmanischen Reiches oder anderer früherer Staatsformationen. Die Bulgaren sowie andere ethnische Gruppen im Mittelmeerraum und auf dem Balkan profitierten von diesen wirt-



Abbildung 48: Der israelische Gemüsesalat *Katzutz*, auch als arabischer Salat bekannt, ist ein gehackter Salat aus fein gewürfelten Tomaten, Zwiebeln, Gurken und Paprika- oder Pfefferschoten. Es wurde als das "bekannteste Nationalgericht Israels" beschrieben und ist eine Standardbegleitung zu den meisten israelischen Gerichten.
Quelle: <https://alchetron.com/Israeli-salad>.

keine definitiv bulgarische kulinarische "Tradition," sondern sie verfügen über die Voraussetzungen, als Kulturerbe bezeichnet zu werden. Der *Šopska-Salat* zeigt, dass das, was als heimatlich und vertraut gilt, nicht unbedingt tatsächlich aus der Heimat stammen muss. Das beste kulinarische Produkt ist oft ein fremdes. Die Gemüseproduktion und die Herstellung von Käse mit weißer Salzlake haben eine



Abbildung 47: Der Arabische Salat besteht aus Tomatenwürfeln, Gurken und Zwiebeln. Oft mit Petersilie gemischt und mit dem Saft von frisch gepresster Zitrone und Olivenöl kombiniert.
Quelle: https://en.wikipedia.org/wiki/Arab_salad.

schaftlichen Aktivitäten. Bulgarien unterscheidet sich jedoch historisch von den anderen Ländern in der Organisation der landwirtschaftlichen Produktion sowie der Verarbeitung und Verteilung landwirtschaftlicher Lebensmittel in der Vergangenheit. Dank Bulgariens geografischer Vorteile konnten die Bulgaren in einer Reihe von Ländern des westlichen Balkans, Mittel- und Osteuropas breite Gar-

tenaktivitäten aufnehmen und ausüben (Báčvarov 1986). Auf diese Weise etablierte sich Bulgarien als bedeutender Gemüseproduzent und seine jahrhundertalte Beteiligung an diesen wirtschaftlichen Aktivitäten verwandelte die Gemüseproduktion und später die Käseproduktion in ihr symbolisches Kapital, das gemeinhin als Prestige, Renommee usw. bezeichnet wird und den größten Teil zum bulgarischen Image im Ausland beitrug.



Abbildung 49: *Salat-e Shirazi* ist ein persischer Gurken- und Tomatensalat und einer der beliebtesten und am meisten servierten Salate in den Restaurants in Iran. In diesen Tagen sind einige Restaurants zu aufwändigeren Salaten übergegangen, die mehr Zutaten wie Paprika und Minze enthalten.

Quelle: <https://persianmama.com/cucumber-tomato-salad/>.

Auf diese Weise ist die Genealogie des *Šopska-Salat* mit der komplexen Geschichte der Bevölkerungen des Balkans und des östlichen Mittelmeers verflochten und spiegelt diese wider. Jeder Anspruch auf kollektives nationales Eigentum an einer Tradition oder einem kulturellen Artefakt ist eine Konstruktion, die vom Interesse der aktuellen Politik und von nationalen Zugehörigkeitsgefühlen geleitet wird und kein Beweis für Jahrhunderte ununterbrochener Übertragung und Originalität einer bestimmten Gruppe ist. Daher ist die Esskultur vor allem Ausdruck einer nationalen oder regionalen Identität. Eine Strategie der Europäischen Gemeinschaft ermöglicht ihren Mitgliedsstaaten zum Schutz geografisch spezifischer Lebensmittel oder Gerichte, bestimmte von diesen als Eigentum zu patentieren. Seit 1996 hat die Europäische Union regionale kulinarische Traditionen offiziell anerkannt und zielt mit ihrer Qualitätspolitik darauf ab, die Herkunftsbezeichnungen bestimmter Produkte zu schützen, um damit die mit deren geografischer Herkunft sowie dem traditionellen Handlungswissen verbundenen Eigenschaften zu fördern (Barlösius 1997). Indem die Verwendung des Produktnamens einer zertifizierten Gruppe regionaler Hersteller vorbehalten ist und die Produktion überwacht wird, um sicherzustellen, dass weiterhin traditionelle Rezept mit Zutaten aus der Region eingehalten wird, wird die Beziehung zwischen dem Produkt und seinem Herkunftsgebiet geschützt und Konkurrenz

aus anderen Gebieten ausgeschlossen. Produktnamen können dann mit einer geographischen Herkunftsangabe vergeben werden. So hat die Europäische Kommission sowohl rechtliche als auch administrative Verfahren geschaffen, die festlegen, wer die Rechte zum Verkauf eines traditionellen Lebensmittels besitzt, wem das Rezept gehört und wer die richtigen Produktionsmethoden kontrolliert. Diese Verfahren werden von den einzelnen EU-Mitgliedstaaten umgesetzt, deren Interesse es ist, die Produkte ihrer Länder sowohl auf europäischen Märkten als auch weltweit zu verkaufen. Für die Europäische Kommission sind die Ziele des Programms vielfältig. Die Schaffung und der Schutz von Nischenmärkten dienen dem Ziel einer nachhaltigen regionalen Entwicklung, schaffen Arbeitsplätze in ländlichen Gebieten und machen Europa auf den globalen Märkten für hochpreisige Delikatessen wettbewerbsfähiger (Bureau 2003).

Der Aufnahme geschützter Produktnamen in das öffentliche Register geht eine Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union voraus. Wenn das Label vergeben wird, wird das Produkt auch im Internet angeführt. Um für die geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U., engl. PDO) in Frage zu kommen, muss die Beziehung zwischen der spezifischen geografischen Region und dem Namen des Produkts hervorgehoben werden und die Qualität, ein bestimmter Ruf oder ein anderes Merkmal im Wesentlichen auf die geografische Herkunft zurückzuführen sein. Für die geschützte geografische Angabe (g.g.A., engl. PGI) reicht es aus, dass die besondere Qualität, der Ruf oder andere Merkmale des Produkts im Wesentlichen auf die geografische Herkunft zurückzuführen sind. Das dritte Qualitätssiegel hebt die traditionellen Aspekte wie die Art und Weise der Herstellung des Produkts oder seine Zusammensetzung hervor, ohne an ein bestimmtes geografisches Gebiet gebunden zu sein. Der Name eines Produkts, das als garantiert traditionelle Spezialität (g.t.S., engl. TSG) registriert ist, schützt es vor Fälschung und Missbrauch. In allen drei Fällen bilden jedoch ausführliche Produktspezifikationen die Grundlage für die Entscheidung der Europäischen Kommission, das Produkt in die Liste des EU-Qualitätsregisters einzutragen und den Antragstellern das Recht zu geben, das EU-Qualitätssiegel auf das Produktetikett zu drucken. Die Spezifikationen sind erforderlich, um genaue Angaben zu den "authenti-

schen" und "unveränderlichen" Produktionsmethoden sowie zu allen anderen Eigenschaften zu machen, die eine objektive Unterscheidung des Produkts von anderen Produkten derselben Kategorie durch Merkmale ermöglichen, die dem Produkt durch seine Herkunft verliehen werden (DeSoucey 2010: 437f).

Die Qualitätsregelungen der EU schützen nicht nur die Herkunft eines Lebensmittels, sondern erkennen auch den Ursprung als eine Kategorie an, um die gegenseitige Abhängigkeit zwischen dem Produktionsort, den Herstellern, ihrem Wissen und der historischen Tiefe einer Tradition darzustellen. Lebensmittel werden als Repräsentation der Geschichte einer Gruppe angesehen. So definieren kulinarische Artefakte ein bestimmtes Land, ein Gebiet oder seine Bevölkerung. Dieses politische Paradigma der EU kann genutzt werden, um die Rechte bestimmter Länder auf ihre kulturellen Eigenschaften zu betonen, obwohl sie keine Urheberschaft oder Originalität nachweisen können. Da kulturelle Traditionen oder Essgewohnheiten keinen Autor haben und nicht von einem Erfinder oder Designer stammen, werden Regionen mit ähnlichen Traditionen und Gewohnheiten häufig benachteiligt, wenn versucht wird, Schutz vor Eingriffen anderer wirtschaftlicher Akteure zu erlangen, die sich diese aneignen oder kopieren wollen. In diesem Fall ist der Beweis für die historische Verknüpfung zwischen dem Produkt, seinem Namen, dem Gebiet und der Zubereitung in Form von z.B. Archivmaterial, historischen Berichten und alten Zeitungsartikeln am wichtigsten. In der Tat hat die EU-Qualitätspolitik die nationalen Rechtsvorschriften für Produkte und zur Valorisierung und Schaffung neuer Märkte integriert und abgelöst. So wird ein gemeinsamer Markt für hochwertige kulinarische Spezialitäten geschaffen und die Position Europas im globalen Lebensmittelmarkt gestärkt. Gleichzeitig führt die EU-Qualitätspolitik zu Konflikten in Regionen, in denen touristisch orientierte Länder und Produzenten fast dieselben Lebensmitteltraditionen teilen. Bulgarien unterschied sich jedoch historisch von Serbien und Nordmazedonien in der Größenordnung der landwirtschaftlichen Produktion und der Milchindustrie. Während der kommunistischen Herrschaft in der Region führte die industrielle Verarbeitung im Agrarsektor zu einer starken Tendenz zu regionalen Unterschieden, die sich in den landwirtschaftlichen Erzeugnissen äußerten, und zur Förderung bestimmter Gemüse-

sorten in jedem Balkanland, die zuvor nicht so beliebt waren. Im Nachkriegsbulgarien und im ehemaligen Jugoslawien erzielte die Lebensmittelindustrie seit Einführung der neuen wirtschaftlichen Maßnahmen mehr Fortschritte als jeder andere Wirtschaftszweig bei der Verbesserung von Qualität und Vielfalt. Während der Zeit Jugoslawiens waren Südserbien und Vardar-Mazedonien als stark landwirtschaftlich geprägte Regionen mit fruchtbarem Boden und mediterranem Klima charakterisiert. Die Produktion von Gemüse und sein Verzehr, insbesondere von Paprika und Tomaten, nahmen in den 1970er Jahren national zu und wurden zu einem wichtigen Bestandteil der täglichen Ernährung. Serbien und Nordmazedonien sind traditionell auch für ihre Milchprodukte und die hohe Qualität in der Käseherstellung bekannt. Die Republik Nordmazedonien zeichnet sich bis heute noch durch die Produktion von Schafskäse aus, da ein großer Prozentsatz der gesamten Bevölkerung muslimisch ist und aus religiösen Gründen vorwiegend Schafsfleisch und -milch als Grundnahrungsmittel konsumiert.

Der Gastrationalismus ist relevant für die Schaffung eines kulturellen Marktes und bedarf politischen Schutzes. Aufgrund der historischen Bedeutung der Landwirtschaft für die jeweiligen Balkanstaaten spielen Nahrungsmittelproduktion und -konsum eine wichtige Rolle bei der Konstruktion der nationalen Identität. Für die Region, die aus einer Vielzahl ethnischer Gruppen besteht und im Laufe der Jahrhunderte ein gemeinsames Lebensmittelerbe aufgebaut hat, sind Lebensmittel ideologisch wertvoll. Der *Šopska-Salat* zeigt seine Bedeutung als Instrument zur Abgrenzung vom "Anderen" in der Region und gleichzeitig als verbindendes Element zwischen den Balkanstaaten. Diese Umstände führten in Serbien und Nordmazedonien zu Ansprüchen auf das Eigentum am *Šopska-Salat*. Ihre Ansprüche beruhen auf Vorstellungen eines ethnisierten Traditionsbesitzes und auf Gastrationalismus (DeSoucey 2010). Der Fall des *Šopska-Salats* ermöglicht eine eingehendere Untersuchung der ideologischen Komponenten des Gastrationalismus in der protektionistischen Politik und der theoretischen Bedeutung des institutionalisierten kulturellen Widerstands gegen den Globalismus. Der *Šopska-Salat* ist nicht nur eine nationale Besonderheit, sondern

durch seine und damit auch Bulgariens Stellung in der EU auch eine Manifestation der nationalen kulturellen Identität.

7. Mediterranismus als nationales Bild: Der Šopska-Salat als Symbol der bulgarischen Moderne und der kulinarischen Einzigartigkeit des Balkans – Schlussfolgerung

Das touristische Essen, das im Mittelpunkt dieser Arbeit stand, ist eine Erfindung der professionellen Köche des bulgarischen Staatsunternehmens *Balkantourist*. Der *Šopska-Salat* entstand im Rahmen der Erfindung der bulgarischen Nationalküche während des aufkommenden Massentourismus im Land. Die bulgarische nationale Küche wurde durch transnationale Kontakte – im Kontext des osmanischen kulinarischen Erbes, der Europäisierung des Landes und des Massentourismus während der sozialistischen Zeit – und die Kombination von "regionalen" Gerichten und Produkten, die als Elemente eines homogenisierten Rahmens kanonisiert wurden, geschaffen. Sie wurde dann in Kochbüchern, in Kochschulen und im wachsenden gastronomischen Sektor des 20. Jahrhunderts standardisiert. In diesem Zusammenhang trat der *Šopska-Salat* als regionales Gericht auf, dessen Name von den regionalen Stereotypen über die ethnische Gruppe der *Šopen* inspiriert war, die im 19. und 20. Jahrhundert als eine der am stärksten beim Aufbau der bulgarischen Nation beteiligten Gruppen angesehen wurde. Obwohl die Gruppe der *Šopen* früher mit negativen Merkmalen wie Konservatismus, Zurückhaltung, Isolation und Rückständigkeit konnotiert war, unterschied sie sich gerade durch diese Merkmale von den anderen kulturellen Gruppen in Bulgarien. Aufgrund ihrer Exotik und Exzentrizität wurden die *Šopen* und der *Šopluk* zu einem der bekanntesten Namensträger für Lebensmittelmarketingzwecke im Land. Diese Form der Kennzeichnung verwandelte alltägliche Stereotype in nationale kulinarische Symbole und die kulturellen Essgewohnheiten der *Šopen* führten zur Erfindung des beliebtesten bulgarischen Gerichts.

Das Trinken von Alkohol zu Vorspeisen als Teil des osmanischen Erbes des Landes ist sowohl mit der städtischen als auch mit der ländlichen Kultur verbunden. Die Kombination von *Šopska-Salat* und *Rakija* ist eine Erfindung, die vom lokalen Alltag abstrahiert und getrennt wurde. Ihre Vermarktung führte zur Schaffung eines kulturel-

len Artefakts, das ein Eigenleben annahm und nur eine schwache Verbindung zu dem aufweist, was Menschen in der Privatsphäre ihrer Häuser, bei Gemeinschaftsveranstaltungen oder bei öffentlichen Veranstaltungen tatsächlich essen und trinken. Restaurants und Tavernen servierten den Salat als Vorspeise gemeinsam mit *Rakija*, was zur Schnittstelle zwischen den Touristen aus verschiedenen Ländern und der Tourismuswirtschaft des sozialistischen Bulgariens wurde. Den Außenstehenden sollte damit ein idealisiertes Bild der bulgarischen Kultur vermittelt werden und das Land als gastfreundlich, sonnig und reich an köstlichen landwirtschaftlichen Produkten dargestellt werden.

Die bulgarische Gastronomie diente vermehrt auch als Schauplatz, um die Konsumpräferenzen der lokalen Bevölkerung zu demonstrieren und ihre selbst zugeschriebenen Identitäten als Mitglieder einer modernen und prosperierenden Gesellschaft zu verwirklichen. In der Tat fielen die großen Perioden der touristischen Entwicklung mit einem Prozess der raschen Modernisierung der bulgarischen Gesellschaft zusammen. Seit den 1960er Jahren verbesserte sich der Lebensstandard zunächst in den städtischen Zentren und den umliegenden Gebieten und dann auch in ländlichen und bergigen Regionen erheblich. Der soziale Wandel, gemessen an sozialistischen Wertorientierungen, Bildungserfolgen, materiellem Wohlstand und der Entstehung neuer Muster von Geselligkeit, Konsum und ästhetischen Präferenzen, wurde von Wissenschaftlern beobachtet, die im postsozialistischen Bulgarien forschten. In den 1970er und 1980er Jahren entwickelte sich in Bulgarien allmählich ein konsumorientierter Teil der Bevölkerung, der sich kulturell ausdrücken wollte, und es entstanden neue Muster des Konsums, die von Geselligkeit und ästhetischen Präferenzen geprägt waren (Brunnbauer 2007; Neuburger 2013). Die Entwicklung des *Šopska-Salats* spiegelt auch einige dieser Veränderungen wider. Sie zeichneten sich durch eine überwältigende Fülle an Lebensmitteln, die ein Gefühl von "Überfluss" vermittelten, aus. Bis zu den politischen Veränderungen war Bulgarien stolz auf seinen Wohlstand, nachdem es sich in eine boomende Dienstleistungswirtschaft verwandelt hatte, die dem Staat hohe Einkommen einbrachte. Die Entwicklung des Tourismus in Bulgarien ist ein Beispiel dafür, wie der soziale Wandel die Ernährungsgewohnheiten einer Bevöl-

kerung verändert. Dieser Wandel, der solche Botschaften vermittelte, hatte jedoch viel mit dem "traditionalistischen" Habitus (Bourdieu 1994) der bulgarischen Arbeiterklasse zu tun, wenn wir die Entwicklung der bulgarischen Gesellschaft verfolgen. In der Tat scheint die Entwicklung des *Šopska-Salats* das Selbstbewusstsein einer zuvor armen Bevölkerung, deren Lebensstandard sich durch den Sozialismus stark erhöht hatte, zu stärken. Der *Šopska-Salat* ist beispielhaft, da er die Zusammenhänge zwischen Essen und Politik, Essen und Wirtschaft, Essen und Technologie, Essen und Kultur demonstriert. In diesem Sinne ist der Salat weniger ein Beweis für die Beständigkeit traditioneller Ernährungsweisen, sondern vielmehr ein Symbol der bulgarischen Moderne.

Der *Šopska-Salat* erschien 1940 zum ersten Mal, allerdings mit anderen Zutaten als heute. Seine wichtige Bedeutung für die Etablierung und Bekräftigung nationaler und ökonomischer Zwecke erhielt er jedoch erst im Verlauf der Modernisierung der bulgarischen Gesellschaft während des staatlichen Sozialismus. Mitte der 1950er Jahre wurde er zum Label und ab Mitte der 1960er Jahre erreichte er seinen heutigen Stand. Ab Mitte der 1960er Jahre war der *Šopska-Salat* als ein Salat mit Tomaten, Gurken, Paprika und Pfefferschote, Zwiebeln und geriebenem *Siréne* im Massenbewusstsein, zuerst unter den Touristen und dann unter den Einheimischen, und sein Rezept dominierte in den luxuriösen Restaurants von *Balkantourist*. In den 1970er und 1980er Jahren war er bereits weit verbreitet und man konnte ihn in fast jeder Taverne oder den staatlichen Unternehmen wie *Gesunde Ernährung* und *Öffentliche Ernährung* des Landes bestellen – Faktoren, die den Salat zu einem kulinarischen Symbol des Landes machten. Der *Šopska-Salat* scheint auf den ersten Blick in der Tat das Potenzial zum bulgarischen Alleinstellungsmerkmal zu haben, allerdings aber lange nicht nur zum bulgarischen. Während der Entwicklung des Massentourismus im Land wurde der Salat in den benachbarten ehemaligen jugoslawischen Ländern sowie in verschiedenen Ländern des ehemaligen West- und Ostblocks adaptiert. Der "Lebensweg" des *Šopska-Salats*, nach der Auffassung von Kopytoff in seiner *Biographie der Dinge*, gibt einen Einblick in die Veränderungen, die seine Funktion und Bedeutung im Verlauf seines "Reisens" durch verschiedene Stadien seiner Existenz erfahren.

Igor Kopytoff schlägt vor, Biografien von Dingen zu erstellen, die ihren "Lebensweg" verfolgen und verschiedenen Stadien, Kontexte und Bedeutungen untersuchen. Biografien von Dingen geben nicht nur Aufschluss über diverse Möglichkeiten ihrer Verwendung in verschiedenen Stadien ihrer Existenz, sie zeigen auch Prozesse der Entstehung von Warencharakter in bestimmten sozialen und ökonomischen Zusammenhängen. In diesem Sinn ist ein Ding von verschiedenen kulturellen und historischen Kontexten abhängig und wird immer wieder anders modifiziert und bewertet (Kopytoff 1986). Die Biografie des *Šopska-Salats* erzählt zunächst von seinem Auftreten als eines der ersten regionalen Gerichte in einem bulgarischen Kochbuch. Seine Schaffung als Produkt mit regionalem kulinarischen Charakter unter diesem Namen wurde von der Stigmatisierung der Essgewohnheiten der ethnischen Gruppe der *Šopen* inspiriert, über die aufgrund ihres heftigen Temperaments und des Konservatismus unter den übrigen Bulgaren Essensstereotype entstanden. Der gegenwärtige *Šopska-Salat* entwickelte sich parallel zur bulgarischen Landwirtschaft und der bulgarischen nationalen Küche und erhielt mit radikal anderen Zutaten als jenen, die für seine ursprüngliche Form verwendet worden waren, den Status eines regionalen Gerichts, das auf die Bedürfnisse des bulgarischen Tourismus abgestimmt war. In seinem Lebenszyklus veränderte sich das Rezept des Salats, bis es in den 1980er Jahren, beeinflusst durch die Popularisierung der Mittelmeerdiät, seine endgültige Form annahm. Letztendlich wurde in bestimmten sozialen und wirtschaftlichen Kontexten in den Nachbarländern Bulgariens der *Šopska-Salat* übernommen und in eine Reihe anderer Länder außerhalb der Balkanhalbinsel transferiert, wo er von verschiedenen Akteuren bis heute unterschiedlich modifiziert, bewertet und angeeignet wird.

Šopska-Salat ist jedoch wesentlich mehr als nur ein Produkt, das Bulgarien ermöglicht, modern zu sein und den ausländischen Gästen ein Gericht anzubieten, das die Essenspräferenzen der Bevölkerung illustriert. Die Materialität des *Šopska-Salats* und die Struktur, wie er zusammengestellt ist und die aus Elementen und Modulen besteht, die weggelassen, hinzugefügt und ersetzt werden können, unterlagen sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen in Bulgarien und darüber hinaus. Neue Elemente, die von der mediterranen Ernährung beeinflusst waren, wurden in den Salat, den

Restaurants in städtischen und touristischen Zentren anbieten, integriert, und ein Schwerpunkt auf "gesünderem" Essen kennzeichnet den abgeänderten Salat. Die mediterrane Ernährung verfügt nicht nur über ein bestimmtes Repertoire an Lebensmitteln, sondern gilt auch als soziale Praxis. Darüber hinaus kann die Kombination von *Šopska-Salat* und *Rakija* als idealer Vertreter des mediterranen Ernährungssystems und mediterranen Gewohnheiten angesehen werden. Es handelt sich um ein "gemeinsames Gruppenessen," das von einem Getränk begleitet wird, wodurch es wichtige soziale Praktiken verkörpert, die die UNESCO auf der Repräsentativen Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit als zentral für die MD aufgeführt hat: "Förderung der Nachbarschaft, des Teilens und der Geselligkeit". Die Kombination von *Šopska-Salat* und *Rakija* ist nicht nur eine *erfundene Tradition*, die für das Tourismusmarketing von entscheidender Bedeutung sein kann, sondern wurde zum Wahrzeichen des Bulgarentums, das sich soziale Akteure in Süd-, Mittel- und Osteuropa anzueignen beginnen, um sich und ihre Gesellschaften im "neuen Europa" zu positionieren.



Abbildung 50: *Šopska-Salat* ohne Paprika, Skopje, Nordmazedonien.
Quelle: Privatfoto von Filip Stankovich © 2019

Der Salat unterliegt einem Wettbewerb, existiert in einem bestimmten geografischen Raum und ist mit unterschiedlichen, ethnisch formulierten Herleitungen behaftet. Im Zuge seiner Popularisierung setzt durch den Salat als eine nationale Selbsterzählung eine Folklorisierung ein, die auch überhebliche und teilweise nationalistische Züge trägt. Dies ist ein unvermeidlicher Prozess, wohingegen der *Šopska-Salat* politisch eingesetzt werden kann, um die regionale und kulturelle Vielfalt auf der Balkanhalbinsel hervorzuheben. Der *Šopska-Salat* kann als einheitliches Symbol verwendet werden, das das hybride Erbe der Region bekräftigt und seinen Ländern im Sinn der europäischen Integration ermöglicht, im heutigen politischen Kontext eine wichtige Brücke zwischen Europa und dem Nahen Osten zu bleiben. Es handelt sich um seine Neudeutung durch solche Alleinstellungsmerkmale im Kontext der Behauptung der kulinarischen Einzigartigkeit des gesamten Balkans.

8. Literatur- und Quellenverzeichnis

Abarca, Meredith E. (2004): ‚Authentic or not, it’s original’, in: *Food & Foodways*, Vol.12(1), pp. 1-25.

Adanir, Fikret (1979): *Die makedonische Frage: ihre Entstehung und Entwicklung bis 1908*. Wiesbaden: Steiner.

Alvadžiev, Nikola (1984): *Plovdiv Chronik [1900-1912]*. Plovdiv: Verl. "Chr. G. Danov" (Bulg. Orig.: Алваджиев, Никола: Пловдивска хроника [1900-1912]. ПЛОВДИВ: "Хр. Г. Данов", 1984).

Anderson, Betty S. (2006): Palestinian Identity in Jordan and Israel: The Necessary "Other" in the Making of a Nation, in: *Journal of Palestine Studies*, Vol.35(2), pp. 113-114.

Anderson, Benedict (1993): *Die Erfindung der Nation: zur Karriere eines folgenreichen Konzepts*. (erw. Aufl.). Frankfurt/Main [u.a.] : Campus-Verl. (Engl. Orig.: *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso, 1983).

Angelov-Kapinski, Angel (2007): *Erinnerungen an die alte Landschaft und das Leben der Saisongärtner*. Veliko Tŕrnovo: Verlag "Faber" (Bulg. Orig.: Ангелов-Капински, Ангел: Спомени от стария край и из живота на градинарите гурбетчии. В. Търново: "Фабер", 2007).

Anholt, Simon (2007a): Competitive Identity: A New Model for the Brand Management of Nations, Cities and Regions, in: *Policy & Practice: A Development Education Review*, Vol.4, pp. 3–13.

Appadurai, Arjun (1988): How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India, in: *Comparative Studies in Society and History*, Vol.30(1), pp. 3–24.

Appadurai, Arjun (1986): Introduction: commodities and the politics of value, in: A. Appadurai [ed.]: *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge [u.a.] : Cambridge Univ. Press, pp. 3-63.

Arce, Alberto & Terry K. Marsden (1993): The Social Construction of International Food: A New Research Agenda. *Economic Geography*, Vol.69(3), pp. 293-311.

Aretov, Nikolay (2008): *Balkan Nations and Ottoman Empire: The Rejected Legacy*, in: *Literary Thought 1*, pp. 55-66 (Bulg. Orig.: Балканските народи и Османската империя: Едно отхвърлено наследство. В: Литературна мисъл 1, 2008, с. 55-66).

Bachvarov, Marin (1997): End of the model? Tourism in post-communist Bulgaria, in: *Tourism Management*, Vol.18 (1), pp. 43-50.

Văčvarov, Stefan (1986): *Bulgarische Gartenarbeit: Historische Notizen*. Sofia: Verlag "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Бъчваров, Стефан: Българско градинарство: Исторически бележки. София: НС ОФ, 1986).

Văčvarov, Stefan (1970): *Ljaskovec und die Gartenarbeit*, in: Mičev, Dobrin/ Poptonev, Stefan: *Ljaskovec*. Sofia: Verlag der "Vaterlandsfront", S. 42-74 (Bulg. Orig.: Бъчваров, Стефан: Лясковец и градинарството. В: Мичев, Добрин/Поптонев, Стефан: Лясковец. София: НС ОФ, 1970, с. 42-74).

Baldacchino, Godfrey (2015a): Feeding the Rural Tourism Strategy? Food and Notions of Place and Identity. In: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 24 February, pp. 223-238.

Barlösius, Eva (1997): Österreichische Nationalspeisen: Mythos und Realität, in: Teuteberg, Hans-Jurgen/Neumann, Gerhard/Wierlacher, Alois [Hr.]: *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven* (Kulturthema Essen, 2), Berlin: Akademie-Verlag, S. 113-130.

Barth, Fredrik (1969): *Ethnic groups and boundaries: the social organization of culture difference*. Bergen: Univ.-Forl.

Bell, David; Valentine, Gill and Martens, Lydia (1997): *Consuming geographies: we are where we eat*. London [u.a.] : Routledge, pp. 163-185.

Bessière, Jacinthe (1998): Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. In: *Sociologia Ruralis*, April 1998 Vol.38(1), pp. 21-34.

Billig, Michael (1995) *Banal Nationalism*. London: Sage, 1. publ., reprinted.

Bishop, Peter (1991): Constable Country: Diet, Landscape and National Identity. In: *Landscape Research*, 01 June, Vol.16(2), pp. 31-36.

Blaszczyk, Arkadiusz & Rohdewald, Stefan (2018): Introduction: Foodways from Kebab to Ćevapčići and Their Significance in and beyond (Post-)Ottoman Europe, in: Blaszczyk, Arkadiusz/Rohdewald, Stefan [eds.]: *From Kebab to Ćevapčići: Foodways in (Post-)Ottoman Europe*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, pp. 1-24.

Bogdanov, Kiril (1981): *Eine umfassende Sammlung von Rezepten für Gastronomen*. Sofia: Verlag "Technika" (Bulg. Orig.: Богданов, Кирил: Единен сборник рецепти за заведенията за обществено хранене. София: "Техника", 1981).

Bogićević, Mirko (1988): *Vuk Karadžićs Tisch*. Belgrad: Verl."Naučna Knjiga" (Serb. Orig.: Vukova trpeza. Beograd: "Naučna Knjiga", 1988).

Bojadžiev, Stefan/Pavlov, Velko (1958): *Vorspeisen*. Sofia: Verlag "Profizdat" (Bulg. Orig.: Бояджиев, Стефан/Павлов, Велко: Предястия. София: "Профиздат", 1958).

Boross, Marietta (1980): *Bulgarische Gärtner und Gärten nach bulgarischem Vorbild in Ungarn, 1870-1945*, in: Ognjanova, Elena [Hr.]: *Bulgarisch-ungarische Kulturbeziehungen*. Sofia: BAdW, S. 233-250 (Bulg. Orig.: Борош, Мариета: Български градинари и градини по български образец в Унгария, 1870-1945. В: Българо-унгарски културни взаимоотношения. София: БАН, 1980, с. 233-250).

Bourdieu, Pierre (1994): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft* (7. Auflage). Frankfurt/Main: Suhrkamp (Frz. Orig.: *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris, 1979).

Boyazoglu, Jean/Morand-Fehr, Pierre (2001): *Mediterranean dairy sheep and goat products and their quality A critical review*, in: *Small Ruminant Research*, Vol.40(1), pp. 1-11.

Božilov, Ivan (1993): *Geschichte Bulgariens*. Sofia: Vlg."Christo Botev", S. 178-184; (Bulg. Orig.: Божилов, Иван: История на България. София: "Христо Ботев", 1993, с. 178-184).

Božkov, Cvetko (1970): *Hauptprobleme der öffentlichen Verpflegung: [Studie]*. Sofia: Verlag "Technika" (Bulg. Orig.: Божков, Цветко: Основни проблеми на общественото хранене: [Изследване]. София: "Техника", 1970).

Bracewell, Wendy (2012): *Eating Up Yugoslavia Cookbooks and Consumption in Socialist Yugoslavia*, in: Bren, Paulina/Neuburger, Mary [eds.]: *Communism Unwrapped: Consumption in Cold War Eastern Europe*. Oxford University Press, pp. 169-196.

Breidenbach, Joana & Zukrigl, Ina (2000): *Tanz der Kulturen: kulturelle Identität in einer globalisierten Welt*. Reinberg bei Hamburg/Rowohlt.

Brethauer, Christian (2020): *Der Schutz der geographischen Herkunftsangaben*. Bei: justlaw.de, zuletzt abgerufen 20. März 2020.

Brill, Janet Bond (2009): *The Mediterranean Diet and Your Health*. In: *American Journal of Lifestyle Medicine*, Vol.3(1), pp. 44-56.

Brunnbauer, Ulf (2007): *Die sozialistische Lebensweise. Ideologie, Gesellschaft, Familie und Politik in Bulgarien (1944-1989)*. Wien: Böhlau.

Brunnbauer, Ulf (2003): Vom Selbst und den Eigenen. Kollektive Identitäten, in: Kaser, Karl/Gruber, Siegfried/Pichler, Robert [Hg.]: *Historische Anthropologie im südöstlichen Europa: Eine Einführung*. Böhlau, S. 377-392.

Bureau, Jean-Christophe & Valceschini, Egizio (2003): European Food-Labeling Policy: Successes and Limitations, in: *Journal of Food Distribution Research*, Vol.34(3), pp. 70-76.

Burkhard, Dagmar (2015): Rakija und der Rauschteufel. Zur Symbolik und Axiologie des Schnapses auf dem Balkan, in: Kahl, Thede/Kreuter, Peter Mario/Vogel, Christina [Hr.]: *Culinaria balcanica*, Berlin: Frank & Timme GmbH Verlag, S. 83-96.

Calic, Marie-Janine (2010): *Geschichte Jugoslawiens im 20. Jahrhundert*. München: Verlag C.H. Beck oHG.

Chadžinikolov, Veselin (1984): Probleme der ethnografischen Untersuchung von Sofia und in der Region von Sofia, in: Chadžinikolov, Veselin/Georgieva, Ivanička [Hr.]: *Volkskultur in Sofia und in der Region von Sofia: [Materialien aus der wissenschaftlichen Konferenz über "Kultur in Sofia und in der Region von Sofia" am 1. und 2. Dezember 1982 in Sofia]*. Sofia: Verlag der "Bulgarischen Historischen Gesellschaft", S. 11-31 (Bulg. Orig.: Хаджиниколов, Веселин: Проблеми на етнографското изучаване на София и Софийско. В: Народната култура в София и Софийско: [Материали от науч. конф. на тема "Нар. култура в София и Софийско", състояла се на 1 и 2 дек. 1982 г. в София: "БЪЛГ. ИСТ. Д-ВО"], 1984, с. 11-31).

Chadžinikolova, Elena (1987): *Bulgarische Siedler in den südlichen Regionen Russlands 1856-1877*. Sofia: Verlag "Nauka i izkustvo", S. 88-90 (Bulg. Orig.: Хаджиниколова, Елена: Българските преселници в южните области на Русия 1856-1877. София: "Наука и изкуство", 1987, с. 88-90).

Chakanova, Ana (1937): *Bulgarische Volksspeisen*. Sofia: Verlag "Vestnik za ženata" (Bulg. Orig.: Хаканова, Ана: Български народни гозби. София: "В-к на жената", 1937).

Chakanova, Ana (1931): *Neue bewährte Kochrezepte*. Sofia: Verlag "Azбука" (Bulg. Orig.: Хаканова, Ана: Нови изпитани рецепти за готвене. София: "Азбука", 1931).

Christov, Stojan (1966): *Paprika: [Monographie]*. Sofia: Verlag "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Христов, Стоян: Пипер: [Монография]. София: "Земиздат", 1966).

Christov, Petko (2005): The Balkan Gurbet: Traditional Patterns and New Trends. In: Vermeulen, Hans/Baldwin-Edwards, Martin/Boeschoten, Riki van [eds.]: *Migration*

in the Southern Balkans: From Ottoman Territory to Globalized Nation States, Cham : Springer International Publishing : Imprint: Springer, pp. 31-46.

Christov, Petko (2004): Die Grenzen des "Šopluks" und/oder Šopen ohne Grenzen, in: Sikimić, Biljana [Hg.]: *Versteckte Minderheiten auf dem Balkan*. Belgrad: Balkanologisches Institut, S. 67-82 (Bulg. Orig.: Христов, Петко: Границите на "Шоплука" и/или Шопи без граници. // Сикимић, Биљана [ур.]: *Скривене мањине на Балкану*. Београд: Балканолошки институт, 2004, с. 67-82).

Christova, Stefana (1937): *Kochkalender*. Sofia: Ztschr. "Žena i dom" (Bulg. Orig.: Христова, Стефана: Календар по готварство. Софија: сп. "Жена и дом", 1937).

Christova, Vera (1938): *Ein Heimhandbuch*. Sofia: Zeitung "Naše Selo", S. 67 (Bulg. Orig.: Христова, Вера: Домакински нарѣчник. Софија: Наше село, 1938, с. 67).

Coneva, Dimitrina (2005): *Der Rakija des Bulgaren*. Russe: Verlag "Lenny-Anne" (Bulg. Orig.: Цонева, Димитрина: Ракията на българина. Русе: "Лени-Ан", 2005).

Cook, Ian & Crang, Philip (1996a): The World On a Plate: Culinary Culture, Displacement and Geographical Knowledges, in: *Journal of Material Culture*, Vol.1(2), pp. 131-153.

Cook, Ian (1994): New Fruits and Vanity: Symbolic Production in the Global Food Economy, in: Bonanno, Alessandro et al. [eds.]: *From Columbus to ConAgra: The Globalization of Agriculture and Food*. Lawrence: University Press of Kansas, pp. 232-48.

Crowley, David & Reid, Susan E. (2010): Introduction: Pleasures in Socialism, in: Crowley, David/Reid, Susan E. [eds.]: *Pleasures in Socialism: Leisure and Luxury in the Bloc*. Evanston, IL: Northwestern University Press, pp. 3-53.

Cusack, Igor (2000): „African Cuisines: Recipes for Nation-Building?“, in: *Journal of African Cultural Studies*, Vol.13(2), pp. 207-225.

Cvetanov, Cvetan. (2016): *Käse machen in der Vergangenheit und heute*, in: *Volks-handwerk: Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft*. Bd.11, Gabrovo: Verlag des Kulturministerium, S. 313-315 (Bulg. Orig.: Цветанов, Цветан: Направата на сирене в миналото и наши дни. Народните занаяти: минало, настояще и бъдеще. Т.11, Габрово: Министерство на културата, 2016, с. 313-315).

Cvijić, Jovan (1991): *Anthropogeografische Schriften*. Belgrad: SAdWK (Serb. Orig.: Јован Цвијић: Антропоеографски списи. Београд: Српска академија наука и уметности, 1991).

Cvijić, Jovan (1906): *Grundlagen der Geographie und Geologie Mazedoniens und Altserbiens*. Belgrad (Serb. Orig.: Јован Цвијић: Основе за географију и геологију Македоније и Старе Србије. Београд, 1906).

Cwiertka, Katarzyna (1998): A Note on the Making of Culinary Tradition—an Example of Modern Japan, in: *Appetite*, Vol.30(2), pp. 117-128. Čolčeva, Penka (1964): *Ein zeitgenössisches Kochbuch*. Sofia: Staatlicher Militärverlag, S. 52 (Bulg. Orig.: Чолчева, Пенка: Съвременна готварска книга. София: Държ. воен. изд., 1964, с. 52).

Čolčeva, Penka/Ruseva, Aleksandrina (1959): *Ein Buch über die Hausfrau*. Sofia: Verlag des "Vaterlandsfront", S. 67-68 (Bulg. Orig.: Чолчева, Пенка: Книга за домакинята. София: София: НС ОФ, 1959, с. 67-68).

Čolčeva, Penka/Ruseva, Aleksandrina (1958): *Ein Buch über die Hausfrau*. Sofia: Verlag des "Vaterlandsfront", S. 64 (Bulg. Orig.: Чолчева, Пенка: Книга за домакинята. София: София: НС ОФ, 1958, с. 64).

Čolčeva, Penka/Ruseva, Aleksandrina (1957): *Ein Buch über die Hausfrau*. Sofia: Verlag des "Vaterlandsfront", S. 64 (Bulg. Orig.: Чолчева, Пенка: Книга за домакинята. София: София: НС ОФ, 1957, с. 64).

Čolčeva, Penka/Ruseva, Aleksandrina (1956): *Ein Buch über die Hausfrau*. Sofia: Verlag des "Vaterlandsfront", S. 95 (Bulg. Orig.: Чолчева, Пенка: Книга за домакинята. София: София: НС ОФ, 1956, с. 95).

Čolčeva, Penka (1948): *1000 Rezepte*. Sofia: Verlag "Rangel Mladenov", S. 28-35; 233-240 (Bulg. Orig.: Чолчева, Пенка: 1000 рецепти. София: "Рангел Младенов", 1948, с. 28-35; 233-240).

Čolčeva, Penka/Sărbinova, Nadežda (1935): *555 erprobte Kochrezepte*. Sofia: Verlag "Vestnik za ženata" (Bulg. Orig.: Чолчева, Пенка/Сърбинова, Надежда: 555 изпитани рецепти за готвене. София: "Вестник на жената", 1935).

Darlatt, Günter (1982): *Taschenlexikon Bulgarien*. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut - Sofia: Bulgarische Enzyklopädie bei der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften.

Daskalov, Christo (1953): *Gemüseproduktion: Gemeinsamer Teil*. Sofia: Verlag "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Даскалов, Христо: Зеленчукопроизводство: Обща част. София: Земиздат, 1953).

Daskalov, Christo (1949): *Tomaten*. Sofia: Verl. "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Даскалов, Христо: Домати. София: Земиздат, 1949).

Daskalov, Christo (1941): *Grundlagen der Gemüseproduktion in Bulgarien*. Sofia (Bulg. Orig.: Даскалов, Христо: Основи на зеленчукопроизводството в България. София, 1941).

Davidson, Alan & Jaine, Tom (2014): *The Oxford Companion to Food*. (3.ed.) Oxford University Press. pp. 517–518.

DeSoucey, Michaela (2010a): Gastronationalism: Food, Traditions and Authenticity Politics in the European Union, in: *American Sociological Review*, Vol.75(3), pp. 432-455.

Dečev, Stefan (2013): "Chili Peppers" and Bulgarian National Kitchen – between the Historical Reality and the Social Imagination, in: *Historical future*, Heft 1-2, pp. 59-107 (Bulg. Orig.: Дечев, Стефан: "Лютите чушки" и българската национална кухня – между историческата реалност и социалното въображение. Историческо бъдеще, кн.1-2, 2013, с. 59-107).

Dečev, Stefan (2010): "Šopska-Salat": Wie ein nationales kulinarisches Symbol entsteht, in: Dečev, Stefan [Hg.]: *Auf der Suche nach dem Bulgarischen: Netzwerke nationaler Intimität im 19. und 20. Jahrhundert*. Sofia: Institut für Untersuchung der Künste, S. 411-463 (Bulg. Orig.: Дечев, Стефан: "Шопската салата": Как се ражда един национален кулинарен символ. В: Дечев, Стефан: В търсене на българското: мрежи на национална интимност XIX-XXI век. София: Институт за изследване на изкуствата, 2010, с. 411-463).

Demireva, Mara (1968): *Veränderungen in der Ernährung der bulgarischen Nation: [Biol. und sozioökonomische Forschung]*. Sofia: Verlag der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften (Bulg. Orig.: Демирева, Мара: Изменения в храненето на българския народ: [Биол. и соц.-икон. изследване]. София: БАН, 1968).

Detrez, Raymond (2006): *Historical dictionary of Bulgaria*. (2.ed.) Lanham, Md. [u.a.] : Scarecrow Press, pp. 451.

Dimitrova, Katya & Vuchkov, Atanas (2018): Tulum cheese – cheese making technology and main characteristics, in: *Journal of Mountain Agriculture on the Balkans*, Vol.21(3), pp. 1-26.

Dimov, Nikola D. (1961): *Milchhandbuch*. Sofia: Verlag "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Димов, Никола: Наръчник по млекарство. София: "Земиздат", 1961).

Dimov, Nikola D. (1960): *Käseherstellung*. Sofia: Verlag "Zemizdat", S. 1-152 (Bulg. Orig.: Димов, Никола: Сиренарство. София: "Земиздат", 1960, с. 1-152).

Dimov, Nikola D. (1953): *Käse aus Kuhmilch*. Sofia: Verl. "Zemizdat", S. 4-5 (Bulg. Orig.: Димов, Никола: Сирена от краве мляко. София: "Земиздат", 1953, с. 4-5).

Dimov, Nikola D. (1952): *Verwendung von Schafsmilch*. Sofia: Verlag "Zemizdat", S. 52-79 (Bulg. Orig.: Димов, Никола: Използуване на овчето мляко. София: "Земиздат", 1952, с. 52-79).

Dojčev, Petăr (1994): *Ein Leben dem Tourismus gewidmet*. Sofia: Verl. "Literaturen Forum" (Bulg. Orig.: Дойчев, Петър: Живот, отдаден на туризма: [Спомени]. София: "Лит. форум", 1994).

Dojnov, Stefan (2005): *Bulgaren in der Ukraine und Moldawien während der Wiedergeburt 1751-1878*. Sofia: Verlag "Akad. Marin Drinov", S. 164-192 (Bulg. Orig.: Дойнов, Стефан: Българите в Украйна и Молдова през Възраждането 1751-1878. София: изд. "Акад. Марин Дринов", 2005, с. 164-192).

Dolinski, Naum (1938): Gartenarbeit in Bulgarien, in: *Jahrbuch der Higher Trade School*, Varna, Heft 10, S. 1-50 (Bulg. Orig.: Долински, Наум: Градинарството в България. Годишник на Висшето търговско училище, Варна, кн.10, 1938, с. 1-50).

Dujčev, Ivan (1971): Der Čiprovec-Aufstand von 1688, in: *Čiprovcı: 1688-1968: Materialien aus einer wissenschaftlichen Sitzung zum 280. Jahrestag des Čiprovec-Aufstands*. Sofia: Verlag der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften, S. 17-30 (Bulg. Orig.: Дуйчев, Иван: Чипровското въстание през 1688 година. В: Чипровци: 1688-1968: Материали от науч. сесия по случай 280-год. на Чипровското въстание. София: БАН, 1971, с. 17-30).

Dujčev, Ivan (1938): *Čiprovcı und der Aufstand von 1688*. Sofia: Verlag der "Bulgarischen Historischen Gesellschaft" (Bulg. Orig.: Дуйчев, Иван: Чипровец и въстанието през 1688 година. София: "Бълг. истор. д-во", 1938).

Džambazovski, Kliment (1986): *Wirtschaftsbeziehungen zwischen Bulgaren und dem Fürstentum Serbien zur Zeit von Fürst Miloš Obrenović und Verfassungsgericht*. Belgrad: Institut für Balkanstudien SAdWK, S 89-101 (Serb. Orig.: Džambazovski, Kliment: Privredne veze Bugara s Kneževinom Srbijom u doba kneza Miloša Obrenovića i ustavobranitelja. Beograd: Balkanološki institut SANU, 1986, s. 89-101).

Džambazovski, Kliment (1982): *Kulturelle und politische Beziehungen zwischen Bulgaren und dem Fürstentum Serbien vom Beginn des 19. Jahrhunderts bis zum Frieden von Paris im Jahr 1856*. Belgrad: Institut für Balkanstudien SAdWK, S. 143-150 (Serb. Orig.: Џамбазовски, Климент: Културно-политичке везе Бугара с Кнежевином Србијом од почетка XIX века до париског мира 1856 године. Београд: Балканолошки институт САНУ, 1982, с. 143-150).

- Dželepov, Nikolaj (1971): *Hausmannskost*. Sofia: Verl. "Medicina i fizkultura" (Bulg. Orig.: Джелепов, Николай: Домашната кухня. София: "Медицина и физкултура", 1971).
- Džurov, Petko (1980): Bulgarische Gärten, in: *Zeitschrift für Gartenarbeit*, Heft 6 (Bulg. Orig.: Джуров, Петко: "Болгарские огороди". В: сп. Градинарство, кн.6, 1980).
- Ebster, Claus & Guist, Irene (2004): The role of authenticity in ethnic theme restaurants, in: *Journal of Foodservice Business Research*, Vol.7(2), pp. 41–52.
- Ellis, Ashleigh/Park, Eerang/Kim, Sangkyun /Yeoman, Ian (2018): 'What is food tourism?', in: *Tourism Management*, October 2018, Vol.68, pp.250-263.
- Eriksen, Thomas (2004): Keeping the recipe: Norwegian folk costumes and cultural capital, in: *FOCAAL*, Vol.2004(44), pp. 20-34.
- Feagan, Robert (2007a): The place of food: mapping out the 'local' in local food systems, in: *Progress in Human Geography*, Vol.31(1), pp. 23–42.
- Ferguson, Priscilla (2019): *Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine*. Chicago: University of Chicago Press.
- Filippucci, Paola (2004): A French place without a cheese: problems with heritage and identity in northeastern France, in: *FOCAAL*, Vol.2004(44), pp. 72-88.
- FitzGibbon, Theodora (1976): *The food of the Western world*. Quadrangle/New York Times Book Co., pp. 433.
- Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines [Hr.] (2005): Was ist qualitative Forschung. Einleitung und Überblick, in: Flick et al. [Hg.]: *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. (4. Auflage). Reinbek: Rowohlt.
- Fotiadis, Ruža (2014): Der Balkan im Kochtopf. Essen und Ethnizität, Konsum und Kultur am Küchentisch, in: *Südosteuropäische Hefte* 3(1), S. 12-23.
- Gaál, Károly (2001): Historische Beziehungen in der ungarischen Küche, in: Heuberger, Valeria/Stangler Gottfried [Hg.]: *Vom Schwarzwald bis zum Schwarzen Meer: Die Donau als Mittlerin europäischer Esskultur*. Frankfurt am Main : Wien [u.a.] : Lang. S. 65-82.
- Ganeva-Rajčeva, Valentina & Bokova, Irena (2004): *Bulgaren in Ungarn - Fragen der kulturellen Identität*. Sofia: Verlag "Akad. Marin Drinov", S. 25-34 (Bulg. Orig.: Ганева-Райчева, Валентина/Бокова, Ирена: Българите в Унгария - проблеми на културната идентичност. София: изд. "Акад. Марин Дринов", 2004, с. 25-34).

Gavrilova, Rajna (2016): *Die Familienszene: Eine anthropologische Geschichte der Familienernährung in Bulgarien in der Moderne*. Sofia: Univ.-Verl. "St. Kliment Ochridski" (Bulg. Orig.: Гаврилова, Райна: Семейната сцена: антропологическа история на семейното хранене в България в модерната епоха. София: Унив. изд. "Св. Климент Охридски", 2016).

Gavrilova, Rajna (1999): *Das Rad des Lebens: Der Alltag der bulgarischen Wiederbelebungsstadt*. Sofia: Univ.-Verl. "St. Kliment Ochridski", S. 68-111 (Bulg. Orig.: Гаврилова, Райна: Колелото на живота: Всекидневието на бълг. възрожден. град. София: Унив. изд. "Св. Климент Охридски", 1999, с. 68-111).

Gärdev, Kostadin (2003): *Bulgarische Gemeinschaften in der Tschechischen Republik und der Slowakei: Vergangenheit und Gegenwart*. Sofia: Univ.-Verl. "St. Kliment Ochridski", S. 15-171 (Bulg. Orig.: Гърдев, Костадин: Българските общности в Чехия и Словакия: Минало и настояще. София: Унив. изд. "Св. Климент Охридски", 2003, с. 15-171).

Gašparac, Sanja Kalapoš (2010): Die Bedeutung des Essens im Tourismus von Crikvenica, in: Kalinke, Heinke/Roth, Klaus/Weger, Tobias [Hg.]: *Esskultur und kulturelle Identität: ethnologische Nahrungsforschung im östlichen Europa*. München: Oldenbourg, S. 195-202.

Georgieva, Cvetana/Genčev, Nikolaj (1999): *Geschichte Bulgariens XV-XIX Jahrhundert*. Sofia: Verlag "Anubis", Bd.2, S. 179-192 (Bulg. Orig.: Георгиева, Цветана/Генчев, Николай: История на България XV-XIX век. София: "Анубис", Т.2, 1999, с. 179-192).

Georgieva, Ivanička (1983): *Ethnographie Bulgariens*. Sofia: Verl. der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften, Bd.2, S. 30-33; 288-289 (Bulg. Orig.: Иваничка, Георгиева: Етнография на България. София: БАН, Т.2, 1983, с. 30-33; 288-299).

Giatzidis, Emil (2002): *An Introduction to Post-Communist Bulgaria: Political Economic and Social Transformation*. Manchester: Manchester University Press, pp. 18-39.

Ginčev, Cani (1887): *Ein paar Worte zur Geschichte unserer Gartenarbeit*, in: Trud, Heft 18-19, S. 1183-1213 (Bulg. Orig.: Гинчев, Цани: Няколко думи за историята на нашето градинарство. В: Труд, кн.18-19, 1887, с. 1183-1213).

Glasnova, Diana (2019): *Die bulgarischen Gärtner in Kroatien*. Sofia: Verlag "Valdeks" (Bulg. Orig.: Гласнова, Диана: Българските градинари в Хърватия. София: "Валдекс", 2019).

Gočeva, Rosica (1965): *Die Entwicklung des materiellen Wohlbefindens der bulgarischen Nation*. Sofia: Verlag der "BKP" (Bulg. Orig.: Гочева, Росица: Развитие на материалното благосъстояние на българския народ. София: "БКП", 1965).

Gordana Ristić & Marija Janković (2016): *Starinski kuvar južne Srbije /Traditional South Serbian Cookbook/*. Vranje: "Udruženje Generator".

Gosar, Anton (1989): Structural Impact of International Tourism in Yugoslavia, in: *GeoJournal*, Vol.19(3), pp. 277-283.

Grandits, Hannes & Taylor, Karin (2010): Tourism and Making of Socialist Yugoslavia: An Introduction, in: Grandits, Hannes/Taylor, Karin [eds.]: *Yugoslavia's sunny side: A history of tourism in socialism (1950s-1980s)*. Budapest : New York : Central European University Press, pp. 1-33.

Grbić, Olivera (2013): *Serbisches Kochbuch: Alle traditionellen Gerichte an einem Ort*. Belgrad: Verlag "Dereta" (Serb. Orig.: Grbić, Olivera: Srpski kuvar: sva tradicionalna jela na jednom mestu. Beograd: "Dereta", 2013).

Gregory, Mary B. (1973): Regional economic development in Yugoslavia, in: *Soviet Studies*, Vol.25(2), pp. 213-228.

Grubačić, Bratislav & Tomić, Momir (1988): *Serbische Slava*. Belgrad: Litera (Serb. Orig.: Grubačić, Bratislav & Tomić, Momir: Srpske slave. Beograd: Litera, 1988).

Gruev, Michail (2009): Kollektivierung und sozialer Wandel in den bulgarischen ländlichen Gebieten (1940er-1960er Jahre), in: Znepolski, Ivajlo [Hr.]: *Geschichte der Volksrepublik Bulgarien: Regime und Gesellschaft*. Sofia: Verlag "Siela", S. 338-368 (Bulg. Orig.: Груев, Михаил: Колективизация и социална промяна в българското село (40-те-60-те години на XX век). В: Знеполски, Ивайло: История на Народна република България: режимът и обществото. София: "Сиела", 2009, с. 238-368).

Hacisalihoglu, Mehmet (2003): *Die Jungtürken und die Mazedonische Frage (1890–1918)*. R. Oldenbourg Verlag, München, S. 48.

Harrison, David (1993): Bulgarian tourism: A State of Uncertainty, in: *Annals of Tourism Research*, Vol. 20(3), pp. 519-534.

Hartog, Adel P. den (1996): 'Vegetables as part of the Dutch Food Culture: Invention of a Tradition?', in: Teuteberg, Hans-Jurgen/Neumann, Gerhard/Wierlacher, Alois [Hg.]: *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven* (Kulturthema Essen, 2), Berlin: AkademieVerlag, S. 372-386.

Hatschikjan, Magarditsch (1990): Tourismus, in: Grothusen, Klaus-Detlev [Hg.]: *Südosteuropa-Handbuch : 6 : Bulgarien*, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 388-394.

Hietala, Marjatta (1997): Adoption of Food and Meal Innovations in Finland, in: Teuteberg, Hans-Jurgen/Neumann, Gerhard/Wierlacher, Alois [Hg.]: *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven* (Kulturthema Essen, 2), Berlin: Akademie Verlag, S. 322-336.

Hobsbawm, Eric (1983): Introduction: Inventing Traditions, in: Hobsbawm, Eric/Ranger, Terence [eds.]: *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge Univ. Press, pp. 1-14.

Hoffman, Richard & Gerber, Mariette (2012): *The Mediterranean diet: health and science*. Chichester, West Sussex, UK : Ames, Iowa : Wiley-Blackwell, pp. 1-27.

Howell, Sally (2003): Modernizing Masnaf: The Consuming Contexts of Jordan's National Dish, in: *Food & Foodways*, Vol.11(4), pp. 215-243.

Hupchick, Dennis & Bell, John (1993): *The Bulgarians in the Seventeenth Century: Slavic Orthodox Society and Culture Under Ottoman Rule*. McFarland, pp. 23.

Ichčev, Diamanti (1907): *Materialien über unsere Geschichte unter türkischem Joch*. Sofia, S. 41-120 (Bulg. Orig.: Ихчев, Диаманти: Материали за историята ни под турското робство. София, 1907, с. 41-120).

Ilieva, Anna (1981): Tänze, in: Andreev, Michail/Kollektiv [Hg.]: *Bulgarische Volkskultur: Ethnographische historische Übersichten*. Sofia: Verlag "Nauka i izkustvo", S. 194-198 (Bulg. Orig.: Илиева, Анна: Танци. В: Андреев, Михаил/Коллектив: Българска народна култура: Истор.-етногр. очерк. София: "Наука и изкуство", 1981, с. 194-198).

Inwood, Shoshanah/Sharp, Jeff /Moore, Richard/Stinner, Deborah (2009): Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework, in: *Agriculture and Human Values*, Vol.26(3), pp. 177-191.

Iširkov, Anastas (1912): *Stadt Sofia im XVII Jahrhundert*. Sofia: Verlag "Archäologische Gesellschaft von Sofia" (Bulg. Orig.: Иширков, Анастас: Град София през XVII век. София: "Соф. археол. д-во", 1912).

Ivanov, Vlado (1937): *Kochbuch: speziell für Köche und Hausfrauen*. Sofia: Verlag "Chudožnik" (Bulg. Orig.: Иванов, Владо: Готварска книга: специално за готвачи и домакини. София: "Художник", 1937).

Ivanova, Svetana: *Allgemeines Kochbuch: [Rezepte]*. Sofia: Verlag "Queen MAB", (Bulg. Orig.: Иванова, Цветана: Обща готварска книга: [Рецепти]. София: "Кралица МАБ", 1994).

Ivanović-Barišić, Milina (1997): Traditional nutrition in Serbia, in: *Ethnolog - Review of Ethnological Association of Macedonia*, 7-8, pp. 103-107 (Mac. Orig.: Ивановић-Баришић, Милана: Традиционална исхрана во Србија. Етнолог - списание на здружението на етнологите на Македонија, 7-8, 1997, с. 103-107).

Ivanova, Maja (2018): *Tourismus unter Aufsicht: Balkantourist - der Beginn des internationalen Tourismus und des Massentourismus in Bulgarien*. Sofia: Verlag "Sie-la" (Bulg. Orig.: Иванова, Мая: Туризъм под надзор: Балкантурист - началото на международния и масов туризъм в България. София: Сиела, 2018).

Jang, Soocheong/На, Jooyeon/Park, Kwangmin (2012): Effects of ethnic authenticity: Investigating Korean restaurant customers in the U.S, in: *International Journal of Hospitality Management*, Vol.31(3), pp. 990-1003.

Jakimova, Marijana (2009): Migration and Assimilation. The Case of the Bulgarian Gardeners in Austria, in: Promitzer, Christian/Hermanik, Klaus-Jürgen/Staudinger, Eduard [Hg.]: *(Hidden) Minorities: language and ethnic identity between Central Europe and the Balkans*. Wien [u.a.] : LIT-Verl., pp. 129-143.

Janetonne, Louis M. (1915): *Komplettes Hauskochbuch: Warme und kalte Gerichte, Konserven, Süßigkeiten*. Sofia: Verlag "St. Atanasov" (Bulg. Orig.: Жанетон, Луи М.: Пълна домашна готварска книга: Топли ястия, студени, консерви, сладка. София: "Св. Атанасов", 1915).

Jaworski, Rudolf (2014): Kulinarisk als Indikator von Mischkulturen. Gregor von Rezzori und die Küche der Bukowina, in: Csáky, Moritz/Lack, Georg-Christian [Hg.]: *Kulinarik und Kultur: Speisen als kulturelle Codes in Zentraleuropa*. Wien [u.a.] : Böhlau. S. 161-171.

Jiménez-Esquinas, Guadalupe & Sánchez-Carretero, Cristina (2018): 'Who owns the name of a place?' On place branding and logics in two villages in Galicia, Spain, in: *Tourist Studies*, Vol.18(1), pp. 3-20.

Jireček, Konstantin (1899): *Fürstentum Bulgarien: Landschaft, Bevölkerung, spirituelle Kultur, Regierung und Geschichte*. Heft II, Plovdiv (Bulg. Orig.: Иречек, Константин: Княжество България: Негова повърхнина, природа, население, духовна култура, управление и неговата история. Кн. II, Пловдив, 1899).

Jireček, Konstantin (2016): *Bulgarisches Tagebuch*. Sofia: Verlag "St. Georg der Sieger" (Bulg. Orig.: Иречек, Константин: Български дневник. София: ИК "Св. Георги Победоносец", 2016).

Jordanov, Mirčo (1930): *Käse: Produktion und Überwachung*. Sofia: Verlag "Union der Tierärzte in Bulgarien" (Bulg. Orig.: Йорданов, Мирчо: Сирене: Производство и надзор. София: "Съюз на ветер. лекари в България", 1930, с. 49-66).

Kabaivanski, Jačo (1940): *Käseherstellung. Leitfaden der Käseherstellung*. Burgas, S. 18-22. (Bulg. Orig.: Кабаивански, Ячо: Сиренарство. Ръководство по сиренарския занаят. Бургас, 1940, с. 18-22).

Kačeva, Alla (1997): Gastronomic way of the paprika to "Ajvar", in: *Ethnolog - Review of Ethnological Association of Macedonia*, 7-8, pp. 331-341 (Mac. Orig.: Качева, Алла: Гастрономскиот пат на пиперката до ајвар. Етнолог - списание на здружението на етнологите на Македонија, 7-8, 1997, с. 331-341).

Kalenjuk, Vojana/Cvetković Biljana/Dević-Blanuša, Jelena (2013): *Vojvodina as destination of gastronomic tourism*. Novi Sad (Serb. Orig.: Калењук, Бојана/Цветковић, Виљана/Девећ-Блануша, Јелена [ур.]: Војводина као дестинација гастрономског туризма. Нови Сад, 2013).

Kaneva-Johnson, Maria (1996): "The Gardeners of Europe", in: Walker, Harlan [ed.]: *Food on the Move: Proceedings of the Oxford Symposium on Food and Cookery*. [London] : Prospect Books, pp. 195-199.

Kantardžiev, Asen (1936): *Herstellung von Weißkäse*. Sofia: Verlag der "Bulgarischen Landwirtschaftsgesellschaft" (Bulg. Orig.: Кантардџиев, Асен: Добиване на бяло сирене. София: "Бълг. землед. д-во", 1936).

Karaosmanoğlu, Defne (2007): Surviving the Global Market: Turkish Cuisine "Under Construction", in: *Food, Culture & Society*, Vol.10(3), pp. 425-448.

Karavelov, Ljuben (1940): *Notizen für Bulgarien und die Bulgaren*. Sofia: Verlag "Ignatov" (Bulg. Orig.: Каравелов, Любен: Записки за България и за българите. София: "Игнатов", 1940).

Kaser, Karl (2003): Umgang mit den Anderen, in: Kaser, Karl/Gruber, Siegfried/Pichler, Robert [Hg.]: *Historische Anthropologie im südöstlichen Europa: Eine Einführung*. Böhlau, S. 40-63.

Kasárova, Bogdana/Dimčevska, Spaska (1933): *Kochbuch: Mit nützlichen Anweisungen für die junge Gastgeberin*. Sofia: Verlag der Königlichen Buchhandlung "Iv. B. Kasarov" (Bulg. Orig.: Касároва, Богдана/Димчевска, Спаска: Готварска книга: С полезни упътвания за младата домакиня. София: Царска книжарница "Ив. Б. Касъров", 1933).

Kaspar, Jiri (1981): Leisure, recreation and tourism in socialist countries, in: *International Journal of Tourism Management*, Vol. 2(4), pp. 224-232.

Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1998): *Destination culture: tourism, museums, and heritage*. Berkeley: University of California Press.

Kiossev, Alexander (2002): The Dark Intimacy: Maps, Identities, Acts of Identifications, in: Bjelić, Dušan I./Savić, Obrad [eds.]: *Balkan as metaphor: Between Globalization and Fragmentation*. Cambridge/Massachusetts : The MIT Press, pp. 165-191.

Kobašić, Anton (1981): Lessons from planning in Yugoslavia's tourist industry, in *International Journal of Tourism Management*, Vol.2(4), pp. 233-239.

Kočev, Ivan (1981): Sprachliche Merkmale des bulgarischen ethnischen Territoriums, in: Andreev, Michail & Kollektiv [Hr.]: *Bulgarische Volkskultur: Ethnographische historische Übersichten*. Sofia: Verlag "Nauka i izkustvo", S. 62-69 (Bulg. Orig.: Кочев, Иван: Лингвистична характеристика на българската етническа територия. В: Андреев, Михаил/Колектив: Българска народна култура: Истор.-етногр. очерк. София: "Наука и изкуство", 1981, с. 62-69).

Kisbán, Eszter (1997): Dishes as Samples and Symbols: National and Ethnic Markers in Hungary, in: Teuteberg, Hans-Jurgen/Neumann, Gerhard/Wierlacher, Alois [Hg.]: *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven* (Kulturthema Essen, 2), Berlin: Akademie Verlag, S. 204-212.

Kolev, Dragan (2001): Šopen als ethnografische Gruppe, in: *Religionen von Minderheiten und Minderheitenreligionen*. Niš, S. 168-177 (Serb. Orig.: Kolev, Dragan: Šopi kao etnografska grupa. У: Vere manjina I manjinske vere. Niš, 2001, s. 168-177).

Kolev, Nikolay (2001): Tradition und Innovation der Esskultur der Bulgaren, in: Heuberger, Valeria/Stangler Gottfried [Hg.]: *Vom Schwarzwald bis zum Schwarzen Meer: Die Donau als Mittlerin europäischer Esskultur*. Frankfurt am Main : Wien [u.a.] : Lang. S. 119-125.

Kolev, Nikolaj (1987): *Bulgarische Ethnographie: Lehrbuch für Studenten - Historiker*. Sofia: Verlag "Nauka i izkustvo", S. 100-113 (Bulg. Orig.: Колев, Николай: Българска етнография: [Учебник за студенти-историци]. София: "Наука и изкуство", 1987, с. 100-113; 271-274).

Koleva, Maria (1984): Kulturelle Verbindungen zwischen Sofia und dem Rila-Kloster, in: Chadžinikolov, Veselin/Georgieva, Ivanička [Hr.]: *Volkskultur in Sofia und in der Region von Sofia: [Materialien aus der wissenschaftlichen Konferenz über "Volkskultur in Sofia und in der Region von Sofia" am 1. und 2. Dezember. 1982 in Sofia]*, S. 75-87 (Bulg. Orig.: Колева, Мария: Културни връзки между София и Рилския манастир. В: Народната култура в София и Софийско: [Материали от

науч. конф. на тема "Нар. култура в София и Софийско", състояла се на 1 и 2 дек. 1982 г. в София], 1984, с. 75-87).

Kollektiv (1895): *Hauptkochbuch*. Sofia: Ausgabe des "Bulgarischen Almanachs", S. 3-4 (Bulg. Orig.: Колектив: Домашна готварска книга. София: "БЪЛГ. алманах", 1895, с. 3-4).

Kollektiv (1927): *500 Rezepte für Kochen*. Sofia: Verlag "Vestnik za ženata" (Bulg. Orig.: 500 рецепти за готвене. София: "Вестник за жената", 1927).

Kondova, Saška (1978): *Eine einheitliche Sammlung von Rezepten für die Gastronomie*. Sofia: Verlag "Technika" (Bulg. Orig.: Кондова, Сашка: Единен сборник рецепти за заведенията за обществено хранене. София: "Техника", 1978).

Kopytoff, Igor (1986): The cultural biography of things: commoditisation as process, in: Appadurai, Arjun [ed.]: *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge [u.a.] : Cambridge Univ. Press, pp. 64-91.

Kostov, Stefan (1935): *Ländliches Leben und Kunst in der Region von Sofia*. Sofia: Verlag des "Bulgarischen Archäologischen Instituts" (Bulg. Orig.: Костов, Стефан: Селски бит и изкуство в Софийско. София: "БЪЛГ. археол. институт", 1935).

Köstlin, Konrad (1975): Die Revitalisierung regionaler Kost, in: *Ethnologische Nahrungsforschung*. Helsinki, S. 159 - 166.

Köstlin, Konrad (1998): Tourism, Ethnic Food and Symbolic Values, in: Lysaght, Patricia [ed.]: *Food and the traveller: migration, immigration, tourism and ethnic food; Proceedings of the 11th conference of the International Commission for Ethnological Food Research*. Cyprus, 8-14 June 1996. Nicosia: Intercollege Press, pp. 108-114.

Köstlin, Konrad (1999): The Austrification of Austria: Promoting Differences, in: *Europeans*. Lund: Nordic Academic Press, pp. 147-158.

Köstlin, Konrad (2004): Die Industrialisierung der Tradition, in: Lysaght, Patricia [ed.]: *Changing tastes: food culture and the processes of industrialization; Proceedings of the 14th conference of the International Commission for Ethnological Food Research*. Basel and Vevey, Switzerland, 30. September - 6. October 2002. Basel. pp. 122-134.

Köstlin, Konrad (2006): Essen und Trinken in der Moderne, in: *Essen und Trinken in der Moderne*. Münster (u.a): Waxmann; S. 9-21

Köstlin, Konrad (2006): Heimat in globalisierten Welten, in: *Soltauer Schriften Binneneboom*. Soltau: Freudenthal Ges., S. 24-33

Köstlin, Konrad (2016): Marteniza. Hybrides Märchen und beredete Moderne, in: Deutsche und Osteuropäische Gesellschaft für Volkskunde [Hg.]: *Jahrbuch für deutsche und osteuropäische Volkskunde*. Münster: Waxmann. S. 130-144.

Kovačev, Josif (1937): *Molkerei. (Milchproduktion, Buttermilch, Käseherstellung usw.)*. Plovdiv: Verlag "Christo G. Danov", S. 22-25 (Bulg. Orig.: Ковачев, Йосиф: Млекарство. (Млекопроизводство, масларство, сиренарство и др.). Пловдив: "Хр. Г. Данов", 1937, с. 22-25).

Krăsteva, Ana (1940): *Eine kleine Enzyklopädie des Kochens: Nationale Küche*. Sofia: "Knigolotos"-Verlag, S. 44 (Bulg. Orig.: Кръстева, Ана: Малка готварска енциклопедия: Нар. кухня. София: "Книголотос", 1940, с. 44).

Krăsteva-Blagoeva, Evgenia (2010): Taste in the Balkans: Food and Identity, in: *Bulgarian folklore*, Vol.36(1), pp. 7-20 (Bulg. orig.: Кръстева-Благоева, Евгения: Вкусът на Балканите: храна и идентичност. В: Български фолклор, 36:1, 2010, с. 7-20).

Krăsteva-Blagoeva, Evgenia (2008): Tasting the Balkans: Food and Identity, in: *Ethnologia Balcanica*, Vol.12, pp. 25–36.

Krăsteva-Blagoeva, Evgenia (2005): The Culture of "Fast" and "Slow" Food of the Bulgarians in the Beginning of 21st Century, in: *Anthropological Studies*, Vol.4(1), pp. 50-73 (Bulg. Orig.: Култура на "бързото" и "бавното" хранене на българина в началото на XXI век. В: Антропологични изследвания, 4:1, с. 50-73).

Kjurkčiev, Ivan (2013): Weißer Salzlakenkäse in der bulgarischen Küche: Rezepte. Plovdiv: Akademischer Verlag der Agraruniversität, S. 3-4 (Bulg. Orig.: Кюркчиев, Иван: Бялото саламурено сирене в българската кухня: рецепти. Пловдив: Акад. изд. на Аграр. унив., 2013, с. 3-4).

Long, Lucy (2004): Introduction, in: Long, Lucy [ed.]: *Culinary Tourism*. Lexington: University of Kentucky Press.

Löffler, Klara (1997a): Zum Beispiel Erdäpfelsalat. Variationen zum Thema Nationalisierung, in: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*, Wien, S. 35-53.

Löfgren, Orvar (1991): *The Mediterranean in the age of the package tour*. University of California Press.

Lu, Shun & Fine, Gary A. (1995): The presentation of ethnic authenticity: Chinese food as asocial accomplishment, in: *The Sociological Quarterly*, 36, pp. 535-553.

Magnoni, Aline & Cable, Monica (2008a): Whose Culture is it Anyway? Anthropological Perspectives on Identity and Representation in the Context of Ethnic and Heritage Tourism, in: *Journal of Heritage Tourism*, Vol.3(4), pp. 227-230.

Mak, Athena H.N/Lumbers, Margaret/Eves, Anita (2012): Globalisation and food consumption in tourism, in: *Annals of Tourism Research*, Vol.39(1), pp. 171-196.

Marcus, George E. (1995a): Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography, in: *Annual Review of Anthropology*, Vol.24, pp. 95-117.

Marinov, Dimităr (1901): Sammlungen für die materielle Kultur Westbulgariens, Bd.5, in: *Folklore- und Ethnographiesammlung*, Heft 18:2, S. 1-192 (Bulg. Orig.: Димитър Маринов: "Жива старина", книга пета, "Градиво за веществената култура на западна България". В: СБНУНК, Книга XVIII (18), част II, 1901, с. 1-192).

Marinov, Vasil (1975): Nahrung und Ernährung des alten bulgarischen Volkes Schopen in der Umgebung von Sofia, in: *Ethnologische Nahrungsforschung*. Helsinki, S. 175—190.

Markov, Emil (1993): *Bulgarische Versuchungen. 33 illustrierte kulinarische Reisen. 330 Kochrezepte*. Sofia: "Petrum-Ko"-Verlag (Bulg. Orig.: Марков, Емил: Български изкушения. 33 илюстровани кулинарни пътешествия. 330 готварски рецепти. София: "Петрум Ко". 1993).

Markova, Maria (2011): *Füttern und Essen: zwischen Natur und Kultur*. Sofia: Acad.-Verl. "Prof. Marin Drinov" (Bulg. Orig.: Маркова, Мария: Хранене и храна: между природа и култура. София: Акад. и-во "Проф. Марин Дринов" 2010).

Marković, Spasenija-Pata (1977): *Großes Nationales Kochbuch*. (18. Auflage) Belgrad: Verlag "Narodna Knjiga" (Serb. Orig.: Марковић, Спасенија-Пата: Велики народни кувар. Београд: Народна књига, 1977).

Marković, Spasenija-Pata (1975): *Großes Nationales Kochbuch*. (15. Auflage). Belgrad: Verlag "Narodna Knjiga" (Serb. Orig.: Марковић, Спасенија-Пата: Велики народни кувар. Београд: Народна књига, 1975).

Marković, Spasenija-Pata (1966): *Großes Nationales Kochbuch*. (7. Auflage) Belgrad: Verl. "Narodna Knjiga" (Serb. Orig.: Марковић, Спасенија-Пата: Велики народни кувар. Београд: Народна књига, 1966).

Marković, Spasenija-Pata (1956): *Großes Nationales Kochbuch*. (1. Auflage) Belgrad: Verl. "Narodna Knjiga" (Serb. Orig.: Марковић, Спасенија-Пата: Велики народни кувар. Београд: Народна књига, 1956).

Matter, Max (1991): Aspekte volkskundliche Nahrungsforschung, in: Burkhard, Dagmar [Hg.]: *Körper, Essen und Trinken im Kulturverständnis der Balkanvölker*. Wiesbaden: Harrassowitz, S. 15-25.

Matthaiou, Anna (2018): Voyages, Space, Words: Identity and Representations of Food in 19th-Century Macedonia, in: Jianu, Angela/Barbu, Violeta [eds.]: *Earthly delights: economies and cultures of food in Ottoman and Danubian Europe, c. 1500-1900*, Leiden : Boston : Brill, pp. 459-477.

Mein Koch und Berater (1955): Belgrad: Narodna Knjiga (Serb. Orig.: Мој кувар и саветник. Београд: Народна књига, 1955).

Melniški, Ljuben (1975): *Bulgarien: Reiseführer*. Sofia: Verl. "Medicina i fiskultura".

Micara, Anna (2016): The Geneva Act of the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration: An Assessment of a Controversial Agreement. IIC - *International Review of Intellectual Property and Competition Law*, Vol.47(6), pp. 673-696.

Mihajlov, Damităr (1980): *Bulgarien: Kleiner Reiseführer*. Sofia-Press.

Miljković-Katić, Bojana (2002): *Die Landwirtschaft des Fürstentums Serbien (1834-1867)*. Beograd: Historisches Institut [u.a.], S. 132 (Serb. Orig.: Миљковић-Катић, Бојана: Пољопривреда Кнежевине Србије (1834-1867). Београд: Историјски Институт [u.a.], 2002, С. 132).

Miteva-Karakaševa, Anastasia (1932): *Kochbuch*. Sofia: Verlag "Bibliothek der Moderne Hausfrau" (Bulg. Orig.: Митева-Каракашева, Анастасия: Готварска книга. Софиа: Библ. "Модерна домакиня", 1932).

Močeva, Christina (1946): *Das Essen des bulgarischen Bauern*. Sofia: Verlag des Landwirtschaftsministerium (Bulg. Orig.: Мочева, Христина: Храната на българския селянин. Софиа: М-во на земед. и държ. имоти, 1946).

Mód, László (2012a): Die bulgarische Wurzel, in: *Zeitschrift Hemus*, 2012/1, №63, 22-26 (Bulg. Orig.: Мод, Ласло: Българският корен. В: сп. Хемус, 2012/1, №63, с. 22-26).

Moore-Pastides, Patricia (2013): *Greek Revival From the Garden: Growing and Cooking for Life*. Columbia, South Carolina: University of South Carolina Press.

Moore-Pastides, Patricia (2010): Introduction, in: *Greek revival: cooking for life*. Columbia, S.C. : University of South Carolina Press, xix-xxvii.

Montanari, Massimo (2004): *Food is culture*. New York, NY: Columbia University Press.

Mošlev, Damitar (1970): *Empfänger für Kochen und Süßwaren: Rezepte für internationalen und nationalen Tourismus*. Sofia: Verlag "Technika" (Bulg. Orig.: Мошлев, Димитър: Рецептурник по готварство и сладкарство: Сб. рецепти за отрасъла Международ. и вътр. туризъм. София: "Техника", 1970).

Mutafov, Vasil (2018): *Das Rad des Schicksals: Bulgarischer Gartenbau (ethnografische Aspekte)*. V. Tărnovo (Bulg. Orig.: Мутафов, Васил: Колелото на съдбата: българското гурбетчийско градинарство (етнографски аспекти). В. Търново, 2018).

Mutafov, Vasil (1980): Bulgarische Gartenwasserräder, in: *Zeitschrift für Gartenarbeit*, Heft 9 (Bulg. Orig.: Мутафов, Васил: Българските градинарски долапи. В: сп. Градинарство, кн.9, 1980).

Mutafov, Vasil (1980): Die großen bulgarischen Gärtner in Europa im 19. und 20. Jahrhundert, in: *Zeitschrift für Gartenarbeit*, Heft 12, S. 41-44 (Bulg. Orig.: Мутафов, Васил: Големите български градинари в Европа през XIX и XX век. В: сп. Градинарство, кн.12, 1980, с. 41-44).

Naef, Patrick (2016): Tourism and Nationalism in the Former Yugoslavia, in: White, Leanne [ed.]: *Commercial Nationalism and Tourism: Selling the National Story*. Blue Ridge Summit, PA : Multilingual Matters, pp. 40-52.

Nathan, Joan (2017): *King Solomon's Table: A Culinary Exploration of Jewish Cooking from Around the World*. Knopf Doubleday Publishing Group, pp. 109.

Negencova-Vladinska, Teodora (1929): *Kochbuch für die ländliche Hausfrau*. Sofia (Bulg. Orig.: Негенцова-Владинска, Теодора: Готварска книжка за селската домакиня. София, 1929).

Neuburger, Mary (2018): Food and Drink in Nineteenth-Century Narratives on (Post-) Ottoman Bulgaria, in: Blaszczyk Arkadiusz/Rohdewald, Stefan [eds.]: *From Kebab to Ćevapčići. Foodways in (Post-)Ottoman Europe*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, pp. 257-273.

Neuburger, Mary (2017): Dining in Utopia: A Taste of the Bulgarian Black Sea Coast under Socialism, in: *Gastronomica*, Vol.17(4), pp. 48-60.

Neuburger, Mary (2013): Smoke and Beers: Touristic Escapes and Places to Party in Communist Bulgaria, 1956–1976, in: Giustino, Cathleen M/Plum Catherine J./Vari Alexander [eds.]: *Socialist Escapes: Breaking Away from Ideology and Everyday Routine in Eastern Europe 1945–1989*. New York: Berghahn Press. pp. 145–66.

Neuburger, Mary (2010): Smoking and Anti-Smoking in Socialist Bulgaria 1947-1989, in: Crowley, David/Susan Reid E. [eds.]: *Pleasures in Socialism: Leisure and Luxury in the Eastern Bloc*. Evanston, IL: Northwestern University Press, pp. 239-259.

Nützenadel, Alexander & Trentmann, Frank (2008): *Food and globalisation: consumption, markets, and politics in the modern world*. Oxford [u.a.] : Berg.

Pavlov, Velko (1995): *Sammlung von Rezepten für die öffentlichen Gastronomiebetriebe*. Sofia: Verlag "Technika" (Bulg. Orig.: Павлов, Велко: Сборник рецепти за заведенията за обществено хранене. София: "Техника", 1995).

Pearlman, Michael V. (1990): Conflicts and constraints in Bulgaria's tourism sector, in: *Annal of Tourism Research*, Vol.17, pp. 103-122.

Pedersen, Sure B. (2018): Eastbound tourism in the Cold War: the history of the Swedish communist travel agency Folkturist, in: *Journal of Tourism History*, Vol.10(2), pp. 130-145.

Peeva, Cvetana & Popova, Elena (1934): *Kochanleitung: Angepasst für Landwirtschafts- und Haushaltsschulen sowie für die bulgarische Hausfrau*. Pleven: Verl. "Izgrevev" (Bulg. Orig.: Пеева, Цветана & Попова, Елена: Ръководство по готварство : Нагодено за землед. и домакински у-ща и за бълг. домакиня. Плевен: "Изгрев", 1934).

Pejkovska, Penka (2011): *Bulgarische Gemeinschaften in Ungarn im 19. und 20. Jahrhundert: Migration sowie historische und demographische Merkmale*. Sofia: Verlag des Instituts für historische Forschung zu Bulgarischen Akademie der Wissenschaften, S. 52-71 (Bulg. Orig.: Пейковска, Пенка: Българските общности в Унгария през XIX-XX век: миграции и историко-демографска характеристика. София: Институт за ист. изследвания при БАН, 2011, с. 52-71).

Petrov, Ljubomir (1978): *Bulgarische Nationalküche: [Historische Bekanntmachungen und Rezepte]*. Sofia: Verlag "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Петров, Любомир: Българска национална кухня: [Истор. сведения и рецепти]. София: "Земиздат", 1978).

Petrović-Randelović, Marija & Miletić, Dalibor (2012): (No) Competitiveness and Sustainable Development of Serbian Tourism, in: *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol.44, pp. 78-87.

Pilcher, Jeffrey M. (1996): Tamales or Timbales: Cuisine and the Formation of Mexican National Identity, 1821-1911, in: *The Americas: a Quarterly Review of Inter-American Cultural History*, Vol.53(2), pp. 193-216.

Pobratim (1994): *Bulgaren in den tschechischen Ländern*. Sofia: Univ.-Verl. "St. Kliment Ochridski", S. 5-75 (Bulg. Orig.: Побратим: Българи по чешките земи. София: Унив. изд. "Св. Климент Охридски," 1994, с. 5-75).

Popović, Milka/Baltic, Tatjana/Boskovic, Marija/Starcevic, Marija/Sarcevic, Danijela (2018): Meat in traditional Serbian cuisine, in: *Meat Technology*, Vol.59(1), pp. 54-61.

Pospíšilová, Jana & Bočková, Helena (2003): Bulgarische Gärtner in Brünn: ein Blick von innen und von außen, in: Roth, Klaus [Hg.]: *Vom Wandergesellen zum "Green Card"-Spezialisten: interkulturelle Aspekte der Arbeitsmigration im östlichen Mitteleuropa*. Münster [u.a.]: Waxmann, S. 83-107.

Pretes, Michael (2003): Tourism and nationalism, in: *Annals of Tourism Research*, Vol.30(1), pp. 125-142.

Prodanović-Mladenov, Zlatija (1989): *Das kleine serbische Kochbuch: 400 zeitgenössische Rezepte*. Belgrad: BIZG (Serb. Orig.: Prodanović-Mladenov, Zlatija: Mali srpski kuvar: 400 savremenih recepata. Beograd: BIZG, 1989).

Radovanović, Milica/Radovanović, Jelena (1989): *Serbisches Kochbuch von Jerotej Draganović*. Belgrad: Literaturzeitung-Enzyklopädie (Serb. Orig.: Radovanović, Milica/Radovanović, Jelena [au.]: Srpski kuvar Jeromonaha Jeroteja Draganovića. Beograd: Književne novine - Enciklopedija, 1989).

Radeva, Lilija (1981): Nahrungsmittel und Ernährung, in: Andreev, Michail/Kollektiv [Hg.]: *Bulgarische Volkskultur: Ethnographische und historische Übersichten*. Sofia: Verl. "Nauka i izkustvo", S. 146-149 (Bulg. Orig.: Радева, Лилия: Храна и хранене. В: Българска народна култура: Истор.-етногр. очерк. София: "Наука и изкуство", 1981, с. 146-149).

Ram, Yael/Bjork, Peter/Weidenfeld, Adi (2016): Authenticity and place attachment of major visitor attractions, in: *Tourism Management*, Vol.52, pp. 110–122.

Ranta, Ronald & Mendel, Yonatan (2014): Consuming Palestine: Palestine and Palestinians in Israeli food culture, in: *Ethnicities*, Vol.14(3), pp. 412-435.

Raviv, Yael (2003): Falafel: A National Icon, in: *Gastronomica*, Vol.3(3), pp. 20-25.

Raviv, Yael (2002a): National Identity on a Plate, in: *Palestine - Israel Journal of Politics, Economics, and Culture*, Vol.8-9(4-1), pp. 164-172.

Riley, Michael (2005): Food and beverage management: A review of change, in: *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.17(1), pp. 88-93.

Robertson, Una A. (2004): The Influence of Elizabeth David on British Eating Habits in the 1950s and 1960s, in: Lysaght, Patricia [ed.]: *Changing tastes: food culture and the processes of industrialization; Proceedings of the 14th conference of the International Commission for Ethnological Food Research*. Basel and Vevey, Switzerland, 30. September - 6. October 2002. Basel. pp. 198-203.

Rosenbaum, Adam (2015): Leisure travel and real existing socialism: new research on tourism in the Soviet Union and communist Eastern Europe, in: *Journal of Tourism History*, 04 May, Vol.7(1-2), pp. 157-176.

Roth, Klaus (2010): Nahrung als Gegenstand der volkskundlichen Erforschung des östlichen Europa, in: Kalinke, Heinke M./Roth, Klaus/Weger, Tobias [Hg.]: *Esskultur und kulturelle Identität: ethnologische Nahrungsforschung im östlichen Europa*. München: Oldenbourg, S. 27-38.

Roth, Klaus (2001): Türkentrunk, Gyulás, Joghurt, Döner: Stereotypen in der europäischen Esskultur, in: Heuberger, Valeria/Stangler Gottfried [Hg.]: *Vom Schwarzwald bis zum Schwarzen Meer: Die Donau als Mittlerin europäischer Esskultur*. Frankfurt am Main : Wien [u.a.] : Lang. S. 43-55.

Rozin, Pau/Schiller, Deborah (1980): The Nature and Acquisition of a Preference for Chili Pepper by Humans, in: *Motivation and Emotion*, Vol.4(1), pp. 77-100.

Šaban, Nidal (2014): *Gemüseproduktion: traditionelle Grundkulturen*. Sofia: Vrl. der Universität für Forstwirtschaft (Bulg.Orig.: Шабан,Нидал: Зеленчукопроизводство: основни традиционни зеленчукови култури. София: ИК при ЛТУ, 2014).

Säbev, Vičo (1986): *90 Jahre organisierte Tourismusbewegung in Bulgarien: [Jubiläum. Sa.]*. Sofia: Verlag "Medicina und fizkultura" (Bulg. Orig.: Събев, Вичо: 90 години организирано туристическо движение в България: [Юбил. сб.]. София: "Медицина и физкултура", 1986).

Šalaverova, Marija & Mutafov, Vasil (1977): *Für ein Stück Brot um die Welt: [Eine populärwissenschaftliche Übersicht über den bulgarischen Gartenbau]*. Sofia: Verlag "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Шалаверова, Мария/Мутафов, Васил: По света за късче хляб: [Науч.-попул. очерк за бълг. градинарско гурбетчийство]. София: "Земиздат", 1977).

Samancı, Özge (2018): Food Culture in the Balkan Peninsula through the Views of Nineteenth Century Travelers' Accounts, in: Blaszczyk Arkadiusz/Rohdewald, Stefan [eds.]: *From Kebab to Ćevapčići. Foodways in (Post-)Ottoman Europe*. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, pp. 162-175.

Samardžić, Milica (2015): *Serbisches Kochbuch*. Belgrad: Verlag "Mandala" (Serb. Orig.: Samardžić, Milica: Srpski kuvar. Beograd: "Mandala", 2015).

Sandgruber, Roman (1997): Österreichische Nationalspeisen: Mythos und Realität, in: Teuteberg, Hans-Jurgen/Neumann, Gerhard/Wierlacher, Alois [Hr.]: *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven* (Kulturthema Essen, 2), Berlin: AkademieVerlag, S. 179-203.

Shkodrova, Albena (2019): Rediscovering Europe and national Cuisine. How EU integration is shaping food tastes in Sofia and Belgrade in the 21st century., in: *Appetite*, Vol.133, pp.10-17.

Schubert, Gabriella (2015): ‚Wem gehört der/die/das Paprika?‘, in: Kahl, Thede/Kreuter, Peter Mario/Vogel, Christina [Hr.]: *Culinaria balcanica*, Berlin, Germany: Frank & Timme GmbH Verlag, S. 55-65.

Schlegel-Matthies, Kirsten (1997): Regionale Speisen in deutschen Kochbüchern des 19. Und 20. Jahrhunderts, in: Teuteberg, Hans-Jurgen/Neumann, Gerhard/Wierlacher, Alois [Hr.]: *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven* (Kulturthema Essen, 2), Berlin: AkademieVerlag, S. 212-218.

Seddighi, Hamid R./Theocharous, Antonis (2002): A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis, in: *Tourism Management*, Vol.23(5), pp. 475-487.

Sefterski, Rajko (1984): Die Šopen um Sofia als historisch-ethnografische Formation im Lichte neuerer Forschungen in: Chadžinikolov, Veselin/Georgieva, Ivanička [Hr.]: *Volkskultur in Sofia und in der Region von Sofia: [Materialien aus der wissenschaftlichen Konferenz über "Volkskultur in Sofia und in der Region von Sofia" am 1. und 2. Dezember. 1982 in Sofia]*, S. 55-67 (Bulg. Orig.: Сефтерски, Райко: В: Народната култура в София и Софийско: [Материали от науч. конф. на тема "Нар. култура в София и Софийско", състояла се на 1 и 2 дек. 1982 г. в София], 1984, с. 55-67).

Simeonova, Cana (1935): *Ein goldenes Buch für die Familie*. Sofia (Bulg. Orig.: Симеонова, Цана: Златна книга за семейството. София, 1935).

Škodrova, Albena (2014): *Sozialistischer Gourmet: Die merkwürdige Geschichte der Küche der Volksrepublik Bulgarien*. Sofia: Verl. "Žanet 45" (Bulg. Orig.: Шкодрова, Албена: Соц гурме: куриозната история на кухнята в НРБ. Пловдив: "Жанет 45").

Slavejkov, Petko R. (1870): *Kochbuch oder Anleitung für alle Arten von Gerichten, je nachdem, wie sie in Konstantinopel zubereitet werden, und verschiedene hausgemachte Gerichte, die aus anderen Büchern stammen*. Konstantinopel: Druckerei "Mazedonien" (Bulg. Orig.: Славейков, Петко Р.: Готварска книга, или

наставления за всякакви гозби, според както ги правят в Цариград, и разни домашни справи, събрани от разни книги. Цариград: в печатницата на "Македония", 1870).

Slavejkov, Petko R. (1884): Ein paar Worte zu den Šopen, in: *Zeitschrift der Bulgarischen Literaturgesellschaft*. Sofia, Heft 9, S. 106-123 (Bulg. Orig.: Славейков, Петко Р.: Няколко думи за шопите. В: Периодическо списание на Българското книжовно дружество. София, кн.9, 1884, с. 106-123).

Slavčeva, Dimitrina (1941): *Kochbuch: Neue bewährte Kochrezepte*. Sofia: Verlag "Bibl.-Die gute Hausfrau", (Bulg. Orig.: Славчева, Димитрина: Готварска книга: Нови изпитани рецепти за готвене. София: "Библ.-Добра домакиня", 1941).

Smith, Stephen L.J.(1994): The tourism product, in: *Annals of Tourism Research*, Vol.21(3), pp. 582-595.

Somov, Georgi (1984): *Technologie der kulinarischen Produktion: Ein Lehrbuch für die XI. Klasse - II. Grad der Einheitlichen Polytechnischen Sekundarschule und der Technischen Sekundarschule*. Plovdiv: Verlag "Chr. G. Danov" (Bulg. Orig.: Сомов, Георги: Технология на кулинарната продукция: Учебник за XI кл. - II степен на ЕСПУ и за СПТУ. Пловдив: "Хр. Г. Данов", 1984).

Šopova, Stefana & Bozukova, Ljuba (1965): *Kochbuch für die Kantinen der Forstwirtschaft*. Sofia: Verlag "Zemizdat" (Bulg. Orig.: Шопова, Стефана & Бозукова, Люба: Готварска книга за столовете в горските стопанства. София: "Земиздат", 1965).

Sotirov, Nacko (1959): *Moderne Küche: 3000 Rezepte*. Sofia: "Technika" Verl. (Bulg. Orig.: Сотиров, Нацко: Съвременна кухня: 3000 рецепти. София: "Техника", 1959).

Stanojević, Milena (2010): Serbian Kafana As An Institution And The Development Of The Modern Society: Functions Of The Kafana, in: *Journal for Social Research* (Serb. orig.: Institucija kafane u Srbiji i razvoj modernog društva: funkcije kafane, *Časopis za Društvene Nauke*, 03/2010, s. 821-837).

Steinke, Klaus (1991): Die Türken und die Balkanküche. Kulinarisches und Sprachliches aus Bulgarien und Rumänien, in: Burkhard, Dagmar [Hg.]: *Körper, Essen und Trinken im Kulturverständnis der Balkanvölker*. Wiesbaden: Harrassowitz, S. 219-229.

Stipetić, Vladimir & Tričković, Vidosav (1980): Agriculture, nutrition and development in Yugoslavia, in: *Food Policy*, Vol.5(3), pp. 168-187.

Stojanov, Nikolaj (1948): *Geschichte und Herkunft unserer Kulturpflanzen*. Sofia: Verlag der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften (Bulg. Orig.: Стоянов, Николай: История и произход на нашите културни растения. София: БАН, 1948).

Stojanova, Veska (1989): Food and nutrition of the Varna population from the late 19th to the mid-20th century, in: *Bulgarian Ethnology*, Vol.1, pp. 3-16 (Serb. orig.: Стоянова, Веска: Храна и хранене на населението на Варна от края на XIX до първата половина на XX. В: сп. Българска Етнология, 1:1989, с. 3-16).

Stojanovska, Blagica (1997): Ovce Pole Cheese and other dairy products, in: *Ethnolog - Review of Ethnological Association of Macedonia*, 7-8, pp. 437-444; (Maced. orig.: Стојановска, Благица: Овчеполското сирење и други млечни производи. // Етнолог-списание на здружението на етнологите на Македонија, 7-8, 1997, с. 437-444).

Strašimirov, Anton (1923): *Unsere Leute*. Sofia (Bulg. Orig.: Страшимиров, Антон: Нашият народ. София, 1923).

Streinz, Rudolf (1997): Österreichische Nationalspeisen: Mythos und Realität, in: Teuteberg, Hans-Jurgen/Neumann, Gerhard/Wierlacher, Alois [Hr.]: *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven* (Kulturthema Essen, 2), Berlin: Akademie Verlag, S. 103-112.

Sundhausen, Holm (2003): Der Balkan: Ein Plädoyer für Differenz, in: *Geschichte und Gesellschaft*, Heft 4, S. 608-624.

Svetieva, Aneta (2005): Šopi, in: *Ethnolog-Review of Ethnological Association of Macedonia* 11, pp. 9-21 (Maced. orig.: Светиева, Анета: Шопи. //Етнолог-списание на здружението на етнологите на Македонија 11, 2005, с. 9-21).

Tabakov, Asen (1919): *Weißer Salzlakenkäse*. Sofia: Verl. "Al. Paskalev i Co." (Bulg. Orig.: Табаков, Асен: Бяло саламурено сирене. София: и-во "Ал. Паскалев и сие", 1919).

Tachtunov, Christo (1910): *Schafsmilch und ihre Produkte*. Ruse (Bulg. Orig.: Тахтунов, Христо: Овчето мляко и неговите продукти. Русе, 1910).

Tachtunov, Christo (1903): *Wie man Käse und Weiß- oder Salzlakenkäse macht*. Sofia: Verlag der "Volkslandwirtschaftsgesellschaft" (Bulg. Orig.: Тахтунов, Христо: Как се прави кашкавал и бяло или саламурено сирене.София:"Нар. земед. д-во", 1903).

Takela, Domenico (1891): Die Šopen, in: *Licht: eine monatlich illustrierte Zeitschrift*, Heft 10-11, S. 243 (Bulg. Orig.: Текела, Доменико: Шопите. В: сп. Светлина, кн.10-11, 1891, с. 243).

Taleva, Petra (2018): Interview mit Petăr Dojčev, in *Christo Botev*. Bulgarisches Nationalradio 30.12.18, 10:00.

Tamime, A. Y. (2006): *Brined Cheeses*. Oxford: Blackwell Pub., pp. 43-77.

Tanev, Stefan (2005): *Tagebuch*. Sofia: "K & M"-Verlag, S. 300 (Bulg. Orig: Танев, Стефан: Дневник. София: изд. "К & М", 2005, с. 300).

Tchoukarine, Igor (2015): Yugoslavia's Open-Door Policy and Global Tourism in the 1950s and 1960s, in: *East European Politics & Societies and Cultures*, Vol.29(1), pp.168-188.

Tchoukarine, Igor (2010): The Yugoslav Road to International Tourism: Opening, Decentralization, and Propaganda in the Early 1950s, in: Grandits, Hannes/Taylor, Karin [eds.]: *Yugoslavia's sunny side: A history of tourism in socialism (1950s-1980s)*. Budapest : New York : Central European University Press, pp. 107-141.

Techoueyres, Isabelle (2001): Terroir and Cultural patrimony: reflections on regional cuisines in Aquitaine, in: *Anthropology of Food*, 01.

Todorova, Maria (1999): *Die Erfindung des Balkans: Europas bequemes Vorurteil*. Darmstadt: Primus (Engl. Orig.: *Imagining the Balkans*. New York: Oxford University Press, 1997).

Tomov, Christo (1976): *Die bulgarische Schwarzmeerküste Reiseführer*. Sofia: Verl. "Medicina i fizkultura".

Topuzov, Ivan (1963): Über den Beginn der Gärtnerei in Bulgarien, in: *Zeitschrift für Gartenarbeit*, Heft 8 (Bulg. Orig.: Топузов, Иван: За началото на градинарския занаят в България. В: сп. Градинарство. кн. 8, 1963).

Travis, Anthony S. (1980): Tourism development and regional planning in East Mediterranean countries, in: *International Journal of Tourism Management*, Vol.1(4), pp. 207-218.

Trifonov, Jurdan (1921): Über die Herkunft des Namens "Šop", in: *Zeitschrift der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften*, Heft 22, S. 122-158 (Bulg. Orig.: Трифонов, Юрдан: По произхода на името "шоп". В: Списание на БАН, кн. 22, 1921 с. 122-158).

Tumangelov, Boris (1981): Das traditionelle Erbe in der sozialistischen Kultur der Volksrepublik Bulgarien, in: Andreev, Michail [Hg.]: *Bulgarische Volkskultur: Ethnographische und historische Übersichten*. Sofia: Verlag "Nauka i izkustvo", S. 260-263 (Bulg. Orig.: Тумангелов, Борис: Традиционното наследство в социалистическата култура на НР България. В: Българска народна култура: Истор.-етногр. очерк. София: "Наука и изкуство", 1981, с. 260-263).

Vačkov, Daniel (2009): Die Wirtschaft des kommunistischen Bulgariens (1944-1962), in: Znepolski, Ivajlo. [Hg.]: *Geschichte der Volksrepublik Bulgarien*, Sofia: „Siela“-Verlag, S. 263-303 (Bulg. Orig.: Вачков, Даниел: Икономиката на комунистическа България (1944-1962). В: История на НРБ. София: "Сиела", 2009, с. 263-303).

Vakarelski Christo (2007): *Ethnographie Bulgariens*. (3.Auflage). Sofia: "Artgraf OOD"-Verlag, S. 168-174 (Bulg. Orig.: Вакарелски, Христо: Етнография на България. 3. изд. София: "Артграф ООД", 2007, с. 168-174).

Vakarelski Christo (1942): Gruppen der bulgarischen Staatsangehörigkeit aus innerstaatlicher Sicht, in: *Ankündigungen der bulgarischen geografischen Gesellschaft*, Heft 10, Sofia, S. 236-258 (Bulg. Orig.: Вакарелски, Христо: Групи на българската народност от битово гледище. В: Известия на Българското географско дружество. Кн. 10, София, с. 236-258).

Välkov, Vladimir (1992): *Behälterreifung und Lagerung von Salzlakenkäse; Containersysteme: [Anleitung]*, Vidin/Silistra: "IMP-LB Intellect/MILKSI"-Verlag (Bulg. Orig.: Вълков, Владимир: Контейнерно зреене и съхранение на бяло саламурено сирене; Контейнерни системи: [Ръководство], Видин/Силистра: "ИМП-ЕЛ БИ Интелект/МИЛКСИ", 1992).

Vankovska, Biljana & Wiberg, Hakan (2003): *Between Past and Future: Civil-military Relations in the Post-communist Balkans*. Bloomsbury Academic, p. 101.

Vazov, Ivan (1956): *Unter dem Joch*. Sofia: "Bälgarski pisatel“-Verlag (Bulg. Orig.: Вазов, Иван: Под игото. София: "Бълг. писател", 1956).

Veleva, Maja (1981): Kleidung und Schmuck, in: Andreev, Michail/Kollektiv [Hg.]: *Bulgarische Volkskultur: Ethnographische und historische Übersichten*. Sofia: Verlag "Nauka i izkustvo", S. 134-145 (Bulg. Orig.: Велева, Мая: Облекло и накити. В: Българска народна култура: Истор.-етногр. очерк. София: "Наука и изкуство", 1981, с. 134-145).

Veličkovski, Dragan (2005): The contemporary situation with the ethnic names in Slavište (Kriva Palanka region), in: *Ethnolog - Review of Ethnological Association of Macedonia*, 11, pp. 22-38 (Maced. Orig.: Величковски, Драган: Современа состојба со етнонимите/егзомимите во Славиште (Кривопаланечко).//Етнолог - списание на здружението на етнологите на Македонија, 11, 2005, с. 22-38).

Vlachova, Libuše & Augustin, Wolf (1982): , *Was in Europa gekocht wird?* ': [Rezept-sammlung]. Sofia: Verlag "Medicina i fizkultura" (Bulg. Orig.: Влахова, Либуше/Аугустин, Волф: Какво се готви в Европа?: [Сб. рецепти]. София: "Медицина и физкултура", 1982).

Vodenska, Maria (1992): International tourism in Bulgaria: Problems and Perspectives, in: *Tijdschrift voor Econ. en SOC. Geografie*, 83 No.5, pp. 409-417.

Vukov, Nikolai & Ivanova, Miglena (2008): Food Labels, Meal Specialties, and Regional Identities: The Case of Bulgaria, in: *Ethnologia Balkanica*, Vol.12, pp. 37-58.

Weger, Tobias (2010): Ethnische Stereotypen mit kulinarischem Beigeschmack. Lokale, regionale und nationale Bezeichnungen, in: Kalinke, Heinke M./Roth, Klaus/Weger, Tobias [Hg.]: *Esskultur und kulturelle Identität: ethnologische Nahrungsforschung im östlichen Europa*. München: Oldenbourg, S. 67-85.

Welz, Gisela (2015): *European Products: Making and Unmaking Heritage in Cyprus*. New York [u.a.] : Berghahn.

Welz, Gisela (2013): Contested Origins: Food Heritage and the European Union's Quality Label Program, in: *Food, Culture & Society*, Vol.16,(2), pp. 265-279.

Welz, Gisela & Andilios, Nicholas (2004): Modern Methods for Producing the Traditional: The Case of Making *Halloumi* Cheese in Cyprus, in: Lysaght, Patricia [ed.]: *Changing tastes: food culture and the processes of industrialization; Proceedings of the 14th conference of the International Commission for Ethnological Food Research*. Basel and Vevey, Switzerland, 30. September - 6. October 2002. Basel. pp. 217-230.

Welz, Gisela (1999): Beyond Tradition: Anthropology, Social Change, and Tourism in Cyprus, in: *The Cyprus Review*, Fall 1999, Vol.11(2), p.11-22.

Wissenschaftliche Konferenz - White Brined Cheese, Vidin (1978): *Weißer Salzla-kenkäse: Beiträge von einer wissenschaftlichen Konferenz, die am 1-2. XII. 1977 stattfand, Vidin*], Sofia (Bulg. Orig.: Научна конференция Бяло саламурено сирене (Видин, 1977): Бяло саламурено сирене: Докл. от науч. конф. проведена на 1-2. XII. 1977 г., Видин], София, 1978).

Wood, Roy C. (1995): *The Sociology of the Meal*. Edinburgh: Edinburgh Univ. Press.

Zachariev, Zachari (1960): *Sammlung von Kochrezepten für die öffentlichen Gastro-nomiebetriebe*. Sofia: Verlag "Profizdat", S. 54 (Bulg. Orig.: Захариев, Захари: Сборник готварски рецепти за заведенията за обществено хранене. София: "Профиздат: М-во на вътр. търговия", 1960, с. 54).

Zirojević, Olga (2018): *Ost-West-Esstisch: ein kleines kulturhistorisches und kulinarisches Lexikon*. Belgrad: Geopoetik-Verlag (Serb. Orig.: Zirojević, Olga: Istočno-zapadna sofrā: mali kulturnoistorijski i kulinarski leksikon. Beograd: Geopoetika izdavaštvo, 2018).

Znepolski, Ivaylo (2019): *Bulgaria under communism*. London/New York/Routledge, Taylor & Francis Group.

Zöllner, Erich (1992): Zur Geschichte des Klischees von Wien und den Wienern, in: Pruckner, Hildegard/John, Michael/Lichtblau, Albert [Hg.]: *Schmelztiegel Wien - einst und jetzt*. Wien [u.a.] : Böhlau, S. 64-65.

Abstract

Auf dem Balkan - eine Region, die gemeinsame kulinarische Traditionen und dieselben Essgewohnheiten teilt - werden Lebensmittelartefakte im Zeitalter des globalen Massentourismus ethnisiert und als nationales Erbe angesehen. Die Kreativität im Tourismus unterstreicht die nationale Einzigartigkeit und zeigt sich am deutlichsten im Restaurantgeschäft, wo "traditionelle" Küche oder Speisen oft das Ergebnis innovativer Strategien sind. Diese Arbeit untersucht, wie Bulgarien und andere Balkanländer an solchen Prozessen beteiligt sind. Eine "nationale Küche" entsteht oft durch die Aneignung einer Vielzahl regionaler oder ethnischer Rezepte oder nur durch die Erfindung solcher Rezepte und spiegelt oft romantisiertere und komplexe Geschichten sowie inländische Ideologien wider, um aus einem gemeinsamen gastronomischen Erbe eine einzigartige Identität zu erlangen. In diesem Fall spielt der kulinarische Nationalismus eine wichtige Rolle in den Beschreibungen und Darstellungen jeder Küche. Neben den Nationalflaggen spielen bestimmte Gerichte eine immer wichtigere Rolle in der Präsentation der "nationalen Kultur" und verkörpern die Idee des "banalen Nationalismus". Es ist jedoch unmöglich, diese Prozesse zu verstehen, ohne die politischen und ökonomischen Umstände zu berücksichtigen, unter denen sie sich entwickelt haben. Die Kochbücher, der natürlichste Ausdruck dieser Bestrebungen, veranschaulichen diese gesellschaftspolitischen Veränderungen. Die Esskultur spielte während der kommunistischen Zeit in Bulgarien und Jugoslawien eine wichtige Rolle bei der Bestätigung der nationalen Identität. Der zentralisierte Staat war als Hauptakteur in Bulgarien an der Entwicklung der bulgarischen nationalen Küche beteiligt und verwendete verfügbare kulturelle Materialien wie Lebensmittelproduktion und Kochliteratur. Dies passte sie an die Bedürfnisse des florierenden Tourismus an der bulgarischen Schwarzmeerküste an. Seit dem Beitritt Bulgariens zur Europäischen Union im Jahr 2007 und den Bemühungen Serbiens und Nordmazedoniens um Integration sind Erbe und Europäisierung in den drei Balkanländern zunehmend miteinander verflochten.

Summary

In the Balkans - a region which shares common culinary traditions and the same eating habits, food artefacts are being ethnicized and viewed as a national heritage in the era of global mass tourism. The creativity in tourism underlines the national uniqueness and is most evident in the restaurant business where "traditional" cuisine or dishes have evolved and are often the result of innovative strategies. This work exposes how Bulgaria and other Balkan countries are involved in such processes. As a process, the emergency of "national cuisine" is often built up by adopting a large number of regional, ethnic recipes or by inventing new ones. The kitchen and dishes often reflect romanticized and complex stories as well as domestic ideologies in order to gain a unique identity from the common gastronomic heritage. In this case, culinary nationalism plays an important role in the descriptions and representations of every kitchen. In addition to the national flags, certain dishes play an increasingly important role in presentation of "national culture," and they embody the idea of "banal nationalism". However, it is impossible to understand these processes without taking into account the political and economic circumstances in which they developed. The cookbooks, the most natural expression of these aspirations, illustrate these socio-political changes. Food culture played an important role in affirming national identity during the communist period in Bulgaria and Yugoslavia. The centralized state, as the main engine in Bulgaria, was involved in the development of the Bulgarian national cuisine and used available cultural materials such as food production and cooking literature. This adapted them to the needs of the flourishing tourism on the Bulgarian Black Sea coast. Since Bulgaria's accession to the European Union in 2007 and the efforts made by Serbia and North Macedonia for integration as well, heritage and Europeanization have become increasingly intertwined in the three Balkan countries.