

Der Käse als Kulturträger Frankreichs

Autor(en): **Scheuring, Siegfried**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebenspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **108 (1982)**

Heft 48

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-616208>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Der Käse als Kulturträger Frankreichs Vom «Pong Lewäk» zum «Blö dö Bräss»

Wir alle wissen es: unsere lieben Nachbarn im Westen, die Franzosen, sind sehr oft von einer Anmassung und Überheblichkeit, die nicht so leicht zu überbieten sind. Angefangen vom kleinen, schnoddrigen Zollbeamten bis hinauf zum hochnäsigen Staatsminister sind sie alle von etwas überzeugt – von der absoluten Vorrangigkeit Frankreichs und alles Französischen. Von Charme und Zuvorkommenheit ist beim Kontakt mit gallischen Amtsstellen sehr wenig zu spüren.

Das war schon immer so. Wer erinnert sich nicht an die Hass-tiraden und Alleingänge de Gaulles gegen seine Intimfeinde, die Engländer und Amerikaner! Heute sticht unter den Ministern Mitterrands in dieser Beziehung einer ganz besonders hervor: der kleine, von der Grösse Frankreichs überzeugte Michel Jobert, im Moment Aussenhandelsminister, unter Pompidou zeitweilig Aussenminister. Die Saat des Misstrauens gegen alles Nichtfranzösische erfüllt ihn zutiefst. Wie oft war er daran, seinen Kollegen Kissinger auf die Palme zu bringen! Voller Galle neidete er seinem amerikanischen Amtskollegen den grandiosen Stil, der seiner Meinung nach allein Paris zustehe. Seine Abneigung gegen das Amerikanische, sein sprachlicher Chauvinismus verraten beinahe neurotische Züge. Pierre Salinger, der Sprecher des Weissen Hauses unter Kennedy, hat für Joberts Antiamerikanismus eine plausible Erklärung gefunden. «Das ist ganz einfach», sagte Salinger, «er hat eine amerikanische Frau.»

Kurze Zeit nachdem Jobert Aussenminister geworden war, machte in seinem Ministerium ein altes Rätsel die Runde: Warum gleicht man einem Pilz, wenn man unter Michel Jobert arbeitet? Antwort: Weil man die ganze Zeit im Dunkeln gelassen wird, weil man einen Haufen Mist aufs Haupt kriegt und weil man zum Schluss noch abgeputzt wird.

Als Aussenhandelsminister hat Jobert natürlich auch die Aufgabe, den Export französischer Produkte zu fördern. Deshalb reist er denn auch in der ganzen Welt herum. Kürzlich war er in China, wo er den Chinesen wegen einer Liebesaffäre einesfranzösischen Diplomaten die Leviten verlas und nebenbei seine

teetrinkenden Gastgeber zu Liebhabern des «Côtes du Rhône» und des «Lomané Conti» zu bekehren versuchte. «Zu unseren wichtigsten Erzeugnissen gehören Sprache und Kultur», liess er kurz nach dem sozialistischen Wahlsieg vor der diplomatischen Presse verlauten. Von der Kultur zum Käse ist nur ein kleiner Schritt, dachte er sich wohl. Den bundesdeutschen Nachbarn wenigstens etwas (Ess-)Kultur beizubringen, könnte nicht schaden. Und flugs liess die SOPEXA – deren Auftrag just die Absatzförderung der französischen Produkte im Ausland ist – an die Käseliebhaber in der Bundesrepublik eine kleine Broschüre über die 33 bekanntesten Käse aus Frankreich verteilen. Damit im

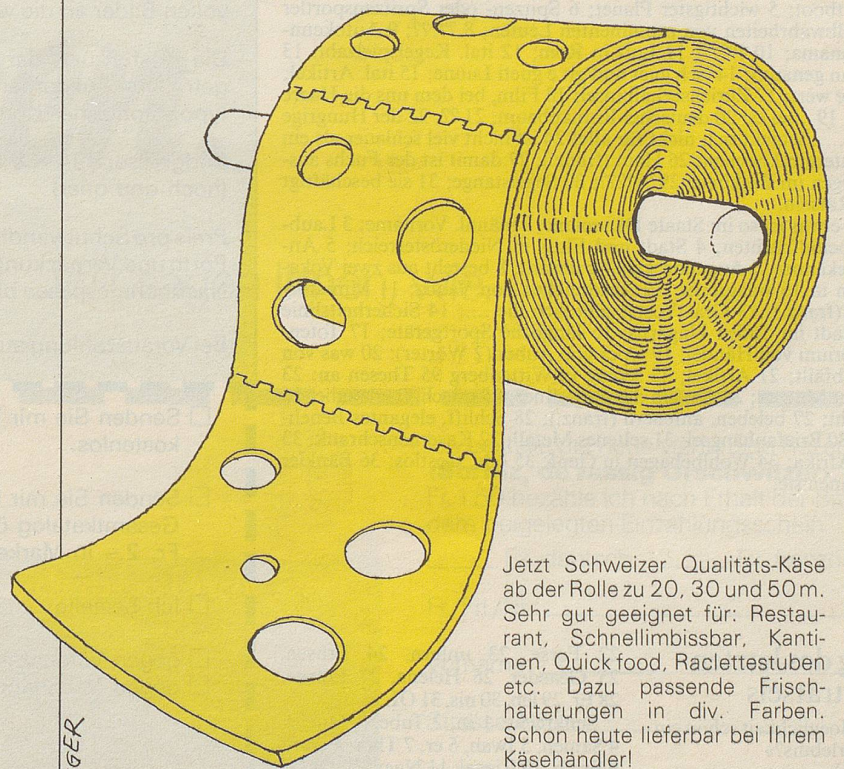
Käseladen ja keine Verwechslungen aufkommen, wurde dem Konsumenten, pardon Verbraucher, gleich auch noch eine Aussprache-Hilfe mitgeliefert; auf subtile Weise wird er nun eingeführt in die Welt der «Kamangbär», «Kareh Dölest», «Kulomjeh», «Nöhschatell», «Pong Lewäk», «Möngstär Scheromeh», «Blö dö Bräss», «Säng Poläng» und «Schabischu». * Nicht fehlen darf natürlich der Hinweis auf ein Stück «Bagätt», um das Ganze mehr «Frahnsäh» zu machen.

So, jetzt wissen sie's – die Westdeutschen, diese «Käse-Ignoranten». Die Franzosen – in den Augen der Engländer ein Volk von Froschessern und Tanzlehrern – sollen sich auf ihre Käsekultur aber nicht zuviel einbil-

den. Der Auftrag Frankreichs mag zwar im Verherrlichen seiner Weine, seiner Käse und seiner schönen Frauen liegen, aber eine «grande nation» ist es deswegen noch lange nicht. Der Sonnenkönig ist längstens tot, und auch Charles de Gaulle weilt nicht mehr unter den Lebenden. Auf ihn und seine Schwierigkeiten im Umgang mit den Franzosen hat Winston Churchill ja das treffende Wort gemünzt: «Ein Land mit 325 verschiedenen Käsen ist einfach nicht regierbar.»

* Es handelt sich hier – der Leser hat es erraten – um Camembert, Carré de l'Est, Coulommiers, Neufchâtel, Pont l'Évêque, Munster Gèromé, Bleu de Bresse, Saint Paulin und Chabichou.

Neuheit



Jetzt Schweizer Qualitäts-Käse ab der Rolle zu 20, 30 und 50 m. Sehr gut geeignet für: Restaurant, Schnellimbissbar, Kantinen, Quick food, Raclettstuben etc. Dazu passende Frischhalterungen in div. Farben. Schon heute lieferbar bei Ihrem Käsehändler!

HEINZSTIEGER