

Wie der „Hamburger“ in die Welt kam

DER GLOBALISIERTE KLOPS

Der amerikanische Journalist Thomas L. Friedman ist Mitarbeiter der „New York Times“, Experte für Globalisierung, dreifacher Pulitzer-Preisträger und Autor vielbeachteter Bücher. Richtig berühmt wurde er freilich mit einer Theorie, die man in zwei Zeilen zusammenfassen kann: Staaten, in denen McDonald's Restaurants eröffnet hat, hätten noch nie einen Krieg gegeneinander geführt.

Gegen die These spricht zwar einiges, in Georgien und Russland etwa ist McDonald's längst erfolgreich. Dennoch kann man sich mit Friedmans Behauptung durchaus anfreunden, nimmt man sie nicht allzu wörtlich: Der Ham-

mann-Auto, mit dem die Motorisierung Amerikas begann. Folgt man Ozersky, der ausgiebig recherchiert hat, war ein Teenager namens Charlie Nagreen aus Seymour, Wisconsin, der Erste, der Fleischklopse zwischen zwei Brotscheiben gepresst und sie im Jahr 1885 auf einem Volksfest verkauft hat. Im selben Jahr sollen zwei Brüder, Frank und Charles Menches aus Ohio, auf der County Fair in Hamburg im Bundesstaat New York etwas Ähnliches angeboten haben, das sie später „Hamburger“ nannten. Als der eigentliche Erfinder des Hamburgers gilt aber Fletcher Davis aus Athens, Texas, der 1904 auf der Weltausstellung in St. Louis ein Sandwich unter diesem Namen vorstellte.

Lassen sich die Anfänge des Hamburger nicht mit letzter Gewissheit rekonstruieren, so ist seine Ausbreitung gut dokumentiert. Das erste richtige Hamburger-Lokal mit einer Theke und drei Stühlen wurde Ende 1916 in Wichita, Kansas, von Walter Anderson eröffnet, einem Koch. Zehn Jahre später, 1926, gab die Firma White Castle, die einige Hamburger-Restaurants betrieb, einen Newsletter („Hot Hamburger“) heraus, in dem es unter anderem hieß: „Die Tage des schmutzigen und schmierigen Hamburgers sind vorbei“, Hamburger-Fans seien nicht mehr auf Feste und Kirmessen angewiesen, denn jetzt gebe es „das White-Castle-System“.

Die Firma gibt es noch immer, ein Zwerg gemessen an Riesen wie McDonald's oder Burger King. Doch für die Freunde des Hamburgers ist White Castle die Mutter aller Fast-Food-Ketten, so etwas wie eine Kaffeemühle aus Omas Küche für Kaffee-Aficionados.

Der Hamburger ist untrennbar mit der Geschichte Amerikas verbunden, mit der Diner-, Drive-in- und Drive-through-Kultur. Dass man ihn essen kann, während der Fahrer mit der anderen Hand den Wagen lenkt, hat viel zu seiner Beliebtheit beigetragen. Andy Warhol, Claes Oldenburg, Mel Ramos haben ihn zu Kunstwerken erhoben, der Fotograf David LaChapelle machte sich über die uramerikanische Institution mit einer Fotoinszenierung lustig, auf der ein gigantischer Hamburger eine Frau unter sich erdrückt: „Death by Hamburger“.

Das muss auch ein Gedanke gewesen sein, der den Filmemacher Morgan Spurlock zu einem Selbstversuch angeregt hat: Er aß 30 Tage lang nur Hamburger und nahm dabei, nicht unerwartet, über elf Kilogramm zu. Sein Film „Super Size Me“ hat alle Hamburger-Hasser in ihrer Haltung bestätigt.

Egal, wie man zu dem Klops mit Brötchen steht, ob man in ihm ein Sinnbild für demokratische Massenkultur oder den amerikanischen Imperialismus sieht, eines steht fest: Wie schon in der Habsburger-Monarchie geht auch im Weltreich des Hamburgers die Sonne nicht unter. **HENRYK M. BRODER**



McDonald's-Werbung in Mazedonien

burger bedeutet für die Esskultur, was Esperanto als Sprache hätte werden sollen – Chiffre für eine vereinte Welt, in der die Menschen nicht nur friedlich an einem Tisch sitzen, sondern auch das Gleiche essen. One dish fits all.

Man kann es auch so sehen: Der Hamburger ist sowohl ein Vorreiter wie das Produkt der Globalisierung, in jedem Fall, neben Coca-Cola, ihr am weitesten verbreitetes Symbol. Das große goldene M lockt in bald 120 Ländern Hungriige aller Nationalitäten, Rassen und Konfessionen an. Kein anderes Produkt aus der Abteilung „ethnic food“ hat es so weit gebracht, nicht einmal die Pizza oder der Döner. Inzwischen fragen auch Kulturforscher aller Fachrichtungen: Was hat der Hamburger, was andere nicht haben?

Die meisten Hamburger-Biografen sind sich in einem Punkt einig: Entgegen einem weitverbreiteten Mythos kommt der Hamburger nicht aus Hamburg an der Elbe. Er ist eine amerikanische Erfindung, vielleicht sogar die amerikanischste überhaupt. Josh Ozersky, eine Autorität auf dem Gebiet der Esskultur, stellt ihn historisch in eine Reihe mit dem Modell T von Ford, jenem preiswerten Jeder-