

Das Wissen

## **Staatsbankett und Streetfood – Wie mit Essen Politik gemacht wird**

Von Peter Bratenstein

Sendung vom: Freitag, 15. November 2024, 08.30 Uhr

Redaktion: Sonja Striegl

Regie: Günter Maurer

Produktion: SWR 2024

**Kann ein gutes Essen Spannungen in der Politik abbauen? Wenn es allen schmeckt, ja! Ist zumindest der Koch des deutschen Bundespräsidenten überzeugt. "Gastrodiplomatie" nennt das die Wissenschaft.**

Das Wissen können Sie auch im **Webradio** unter [swrkultur.de](https://www.swr.de/swrkultur.de) und auf Mobilgeräten in der **SWR Kultur App** hören – oder als **Podcast** nachhören:

<https://www.swr.de/swrkultur/programm/podcast-swr-das-wissen-102.html>

---

### **Bitte beachten Sie:**

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

---

### **Die SWR Kultur App für Android und iOS**

Hören Sie das Programm von SWR Kultur, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR Kultur App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...

Kostenlos herunterladen: <https://www.swr.de/swrkultur/swrkultur-radioapp-100.html>

## **MANUSKRIFT**

### **Atmo: Flugzeug**

#### **Sprecherin:**

Im April 2024 brachte Bundespräsident Steinmeier als Gastgeschenk in die Türkei einen 60 Kilogramm schweren Dönerspieß mit.

#### **O-Ton 01, Frank-Walter Steinmeier, Bundespräsident:**

Mindestens im kulinarischen Bereich ist der Döner ein Beispiel dafür, wie sehr die Türkei und Deutschland zusammengewachsen sind.

#### **Sprecherin:**

Die Bilder gingen um die Welt. Ebenso als Macron ein Jahr zuvor in Hamburg ein Fischbrötchen mit frischen Zwiebeln herunterwürgte. Essen und Trinken sind in diplomatischen Begegnungen wichtig. Verhandlungen werden durch Mahlzeiten aufgelockert und bei Staatsbanketten wird so richtig geschlemmt. Aber auch die Bevölkerungen anderer Staaten stehen im Fokus von teils millionenschweren „Gastrodiplomatie“-Kampagnen. Welchen Zweck erfüllt Essen in der internationalen Politik? Und was bekommen die Gäste des Bundespräsidenten aufgetischt? Das verraten wir auch in dieser Folge von Das Wissen. Aber erst etwas später ...

#### **Sprecher Ansage:**

„Staatsbankett und Streetfood – Wie mit Essen Politik gemacht wird“. Von Peter Bratenstein.

### **Atmo 01: gesellige Gespräche im Restaurant**

#### **O-Ton 02, Gunther Hirschfelder, Professor für Vergleichende Kulturwissenschaft, Universität Regensburg:**

Essen stiftet Gemeinschaft. Durch Essen verbinden sich Menschen. Und mit wem ich zusammen esse, der ist nicht mein Feind.

#### **Sprecherin:**

Gunther Hirschfelder ist Professor für Vergleichende Kulturwissenschaft an der Universität Regensburg. Er betont die Bedeutung von Essen und Trinken, nicht nur Tag für Tag für uns Bürgerinnen und Bürger, sondern auch als Mittel der politischen Kommunikation.

#### **O-Ton 03, Gunther Hirschfelder:**

Wir sehen, dass immer da, wo verschiedene Interessen zusammenkommen, wo Gruppierungen zusammenkommen, dass da dieses Beisammensein ja kulturell besiegelt wird, mit Essen und Trinken, das müssen wir immer im Doppelpack sehen. Und so ist eigentlich, durch alle Kulturen und zu allen Zeiten, das gemeinsame Essen unterschiedlicher Parteien ein Bestandteil von Verhandlungen und von Kommunikation im weitesten Sinn. Ohne geht es nicht.

**Sprecherin:**

Gunther Hirschfelder spricht sogar von einem „Kräftedreieck“ zwischen Essen, Kommunikation und Frieden.

**O-Ton 04, Gunther Hirschfelder:**

Und wie stark dieses Kräftedreieck ist, das haben wir doch am Vorabend des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine gesehen, als der deutsche Kanzler Olaf Scholz an einer Tafel, an einem Esstisch saß, gemeinsam mit Wladimir Putin in Moskau. Und diese Tafel war so lang, dass sie sozusagen symbolisch ausgedrückt hat, hier ist kein gemeinsames Mahl möglich, hier ist keine Kommunikation möglich. Und das war sozusagen der Weg in den Krieg.

**Sprecherin:**

So ist es seit Beginn des russischen Angriffskriegs unvorstellbar geworden, dass westliche Regierungschefs oder gar der ukrainische Präsident Selenskyj gemeinsam mit Putin speisen. Erst bei Friedensverhandlungen oder -abkommen setzen sich die Konfliktparteien sprichwörtlich wieder an einen Tisch.

**O-Ton 05, Gunther Hirschfelder:**

Und der bekannteste Friedenskongress, ist sicherlich der Wiener Kongress 1814/15, der eine lange Kriegsphase beendet hat. Und Historikerinnen und Historiker haben später mal gesagt, das ist eine Art Party-Kongress gewesen, wo alle nur irgendwie sich vergnügen und so weiter. Unter dem Aspekt der „kulinarischen Diplomatie“ würde man sagen, das war die Grundbedingung, die Fürst Metternich hier inszeniert und geschaffen und choreografiert hat, um letztlich Frieden zu stiften, der nicht nur auf dem Papier steht, sondern der auch dann Realität wird.

**Musik****Sprecherin:**

Den Begriff der „kulinarischen Diplomatie“ gibt es wirklich. Er bezeichnet im Forschungsfeld der Kulturdiplomatie den „Einsatz von Essen und Trinken als Vermittler in diplomatischen Begegnungen“. Durch gemeinsames Essen sollen etwa die gemeinsamen Beziehungen gestärkt, interkulturelles Verständnis geschaffen, Spannungen abgebaut oder nonverbale Botschaften gesendet werden.

Solche Verhandlungssituationen finden meist hinter geschlossenen Türen statt. Aber „Das Wissen“ hat sich umgehört und konnte den indonesischen Botschafter in Deutschland, Arif Havas Oegroseno, zum Reden bringen:

**O-Ton 06, Arif Havas Oegroseno, Botschafter der Republik Indonesien:**

Bringing people in the same room... difficult conflict, for instance.

**Overvoice Sprecher:**

Menschen in einem Raum oder an einem Tisch zu versammeln, ist nicht einfach. Vor allem nicht in einem sehr schwierigen Konflikt, zum Beispiel.

**Sprecherin:**

Der Botschafter hat den Reporter in Berlin empfangen. Im Empfangszimmer, einem Raum mit einer Sitzgruppe aus breiten Polstermöbeln, sitzt er in einem choreographisch angeordneten, weit entfernten Sessel und erzählt von einem informellen Treffen in der Hauptstadt Jakarta, an der er als Junior Officer teilnahm. Es sollte dazu beitragen, den Dritten Indochinakrieg zu beenden.

**O-Ton 07, Arif Havas Oegroseno:**

So we had a cocktail party ...was willing to sit together.

**Overvoice Sprecher:**

Also haben wir in Jakarta eine Cocktailparty veranstaltet, zu der wir alle Kriegerfraktionen eingeladen haben, alle die in den Konflikt involviert waren. Natürlich haben wir etwas getrunken und geredet, aber der Schlüssel war, alle zusammenzubringen. Und das war das erste Zeichen dafür, dass alle bereit waren, sich zusammenzusetzen.

**Sprecherin:**

Wissenschaftlich belegt ist der Zusammenhang zwischen dieser Party und dem Ende des Krieges nicht. Überhaupt fehlen größere empirische Studien, die die Wirksamkeit kulinarischer Diplomatie untersuchen. Das liegt vielleicht auch daran, dass die Gefühlslagen, die durch diese genussvollen Gespräche entstehen, kaum messbar sind. Von zahlreichen großen Momenten der Geschichte wird jedoch erzählt, dass Essen und Trinken eine zentrale Rolle gespielt haben. Einer davon ist Richard Nixons Besuch in China, im Februar 1972.

**O-Ton 08, Zhou Enlai, Premierminister der Volksrepublik China (übers. von Dolmetscherin):**

The American people are a great people. The Chinese People are a great people. The people of our countries have always been friendly to each other. But owing to reasons, known to all, contacts between the two people were suspended for over 20 years.

**Sprecherin:**

Ein Ausschnitt aus der Ansprache des chinesische Premierminister Zhou Enlai. Er lobt darin beide Völker und bedauert, dass sie über 20 Jahre in keinerlei Austausch standen. Der persönliche Besuch Nixons war damit eine Kehrtwende in der US-Außenpolitik. Seit der Gründung der Volksrepublik China hatte kein US-Präsident mehr das Land besucht. Entsprechend groß wurde die Annäherung der beiden Länder inszeniert, auch am Esstisch. In der „Großen Halle“ des Volkes am Tian'anmen-Platz gab Zhou Enlai ein gewaltiges Staatsbankett mit einer Vielzahl traditioneller Speisen, wie Haifischsuppe oder Dumplings. Der warme Empfang wurde gekrönt durch herzliche Toast-Ansprachen der beiden Politiker.

**O-Ton 09, Richard Nixon, Präsident der USA:**

Mr. Primeminister, I wish to thank you for your gracious and eloquent remarks. [...] What we do here can change the word.

**O-Ton 10, Gunther Hirschfelder:**

Und was ist hier neu? Durch das global damals noch recht junge Fernsehen gab es auch Bilder, die diese vormals diplomatischen, ja, teilweise auch Hinterzimmer-Politiken und Geheimangelegenheiten auf einer Weltbühne präsentiert haben, sodass hier ein diplomatischer, politischer Erfolg und die Art und Weise, wie und was gegessen worden sind, weitreichende Folgen hatten, bis hin zur Tatsache, dass Peking Ente und Dim Sum nachher in Amerika, ja, Mode-Food geworden sind.

**Sprecherin:**

Die Bilder, wie Nixon und Zhou Enlai anstießen und wie die Band „America the Beautiful“ spielte, überzeugten das amerikanische Publikum, dass der Besuch ein voller außenpolitischer Erfolg war. Damit auch wirklich nichts schiefging, wurde Nixon im Vorfeld minutiös auf das Bankett vorbereitet. Er lernte mit Stäbchen zu essen, wurde mit den chinesischen Tischsitten vertraut gemacht und vor möglichen Fettnäpfchen gewarnt. Keinesfalls sollte ein Patzer den außenpolitischen Erfolg oder gar die anstehenden Verhandlungen über die Rolle Taiwans überschatten.

Mindestens genauso legendär wie Nixons Besuch in China – und manchen Deutschen noch heute gut im Gedächtnis – ist Helmut Kohls „Saumagendiplomatie“.

**O-Ton 11, Michail Gorbatschow, Präsident der Sowjetunion (übers. von Dolmetscher):**

Werte Bürger, Sie müssen wissen, dass man in der Sowjetunion mit einem großen Wunsch an die Weiterentwicklung der Beziehungen zum deutschen Volke, dass man diese Beziehungen zu schätzen weiß und dass wir gemeinsam die großen Aufgaben lösen werden, die jetzt vor uns stehen.

**Sprecherin:**

Das ist Michail Gorbatschow, der sowjetische Präsident, bei seinem Besuch 1990 im pfälzischen Deidesheim. Helmut Kohl lud dorthin Politikgrößen wie Margaret Thatcher, Jacques Chirac oder eben Gorbatschow ein, um über komplizierte Themen wie Europa, Abrüstung oder Wiedervereinigung zu verhandeln. Feste Station für seine Gäste war der Deidesheimer Hof, in dem Kohl seinen geliebten Saummagen servieren ließ. Und manchmal, wenn er sich richtig ins Zeug legte, gab es bei ihm zuhause sogar eine selbstgemachte Kirschsahnetorte seiner Frau Hannelore Kohl. Auf die Frage, warum er die Pfalz als Ort für das Treffen mit Gorbatschow ausgewählt hat, antwortete er einem Reporter des damaligen Südwestfunks:

**O-Ton 12, Archivmaterial Helmut Kohl:**

Das ist die Art des Landes hier, arbeiten aber auch Feste feiern. (Klatschen) Und wir meinen, wer keine Feste feiern kann, kann auch nicht arbeiten.

**Sprecherin:**

In persönlicher Atmosphäre, bei einem guten Wein und Essen, verstehe man sich doch gleich viel besser.

Die Saumagen-Diplomatie von Helmut Kohl bewertet Gunther Hirschfelder als einen „neuen kommunikativen Weg“ in einer angespannten Situation:

### **O-Ton 13, Gunther Hirschfelder:**

Das Verhältnis des Westens zur Sowjetunion war kompliziert und komplex. Es war von Pleiten, Pech und Pannen und Katastrophen gekennzeichnet. Und jetzt kommt ein Helmut Kohl, der intuitiv merkt, dass man mit Leuten wie Gorbatschow ganz gut reden kann. Und er macht nicht ein großes Staatsbankett und sagt jetzt irgendwie, wir müssen eine ganz komplizierte Sache machen. Und Kohl hatte die genialen Ideen, bei solchen Gelegenheiten nach Hause einzuladen oder in seine pfälzische Heimat, etwa in den Weinort Deidesheim, hier ein Saumagen-Gericht servieren zu lassen, sich nicht einen Frack anzuziehen, sondern eine Strickjacke und zu sagen: „Michail Gorbatschow, du bist mein Freund, wir essen zusammen diesen Saumagen.“ Und er hat sozusagen einen neuen Stil in der Diplomatie en passant erfunden.

### **Sprecherin:**

Doch nicht alle ließen sich darauf ein. Margaret Thatcher blieb trotz obligatorischem Saumagen und Besuch des Kaiserdoms in Speyer im Frühjahr 1989 eisern. Zurück im Flieger soll sie unbeeindruckt gesagt haben: „Mein Gott, der Mann ist so deutsch!“.

## **Musik**

### **Sprecherin:**

Dass kulinarisch nicht immer alles reibungslos über die Bühne geht, zeigt auch der Besuch von Queen Elizabeth der II. im gerade unabhängigen mittelamerikanischen Belize, im Jahr 1985. Als lokale Spezialität wurde der Königin unter anderem ein Gericht mit geschmortem Gibnut aufgetischt, ein Nagetier, das mit den Meerschweinchen verwandt ist. Die britische Presse empörte sich daraufhin lautstark, dass die Königin „Ratte“ habe essen müssen, obwohl das Menü mit dem Königshaus abgesprochen war.

### **O-Ton 14, Gunther Hirschfelder:**

In der britischen Presse ist das wahrgenommen worden, zum Teil als ja Affront der ehemaligen Kolonie gegen die Königin, der man so was ja eigentlich nicht servieren kann. Das ist die europäische Sichtweise. Heute würden wir sagen, die koloniale, eurozentristische Sichtweise. In Belize selber hat man gesagt, es ist eigentlich eine Unverschämtheit, die zeigt die Abgehobenheit eines Regimes, was versucht, Kultur zu hierarchisieren, was sagt, die Kolonialkultur ist besser als eine indigene Kultur. Und so steht dieses, na ja, sagen wir ruhig „Rattenessen“ für die Spannungen zwischen einer postkolonialen Welt und den ehemaligen Kolonialmächten, die ja kulinarisch und diplomatisch eben hier Verwerfungen haben mit den Ländern, die sie vorher kolonisiert, beherrscht, unterdrückt haben.

### **Sprecherin:**

Damit solche Eklats die Ausnahme bleiben, werden Staatsbankette penibel geplant und vorbereitet. Wenige wissen darüber besser Bescheid als Jan-Göran Barth. Seit über 20 Jahren bekocht er im Berliner Schloss Bellevue die Gäste des deutschen Bundespräsidenten. Barth trifft „Das Wissen“ in der Schlossküche.

## **Atmo 02: Begrüßung**

**Sprecherin:**

Die Küche befindet sich im Südflügel, direkt neben dem Großen Saal, dem Ort, in dem auch die Staatsbankette stattfinden. Gerade werden aufwändig gestaltete Fingerfood-Teile vorbereitet.

**Atmo 03: Küchengeräusche****Sprecherin:**

Bei Staatsbanketten bekocht Barth zwischen 150 und 200 Gäste.

**O-Ton 15a, Jan-Göran Barth:**

Ja, ich bekomme rechtzeitig, sozusagen, vom Protokoll mitgeteilt, auf was ich zu achten habe. Da geht es jetzt nicht darum, dass der Gast, sozusagen, seine Lieblingsspeise bekommt, sondern uns interessiert da vielmehr, ob es irgendwelche Bedenken zu Allergenen gibt oder möglichen Abneigungen. Und dann wird daraus ein Menü erstellt. Nach unseren Richtlinien regional und saisonal.

**Sprecherin:**

Das ist Jan-Göran Barths Credo: ausschließlich regionale und saisonale Zutaten, kein Olivenöl oder Balsamico aus dem Ausland. Auch die Weine kommen selbstverständlich alle aus Deutschland.

**O-Ton 15b, Jan-Göran Barth:**

Und dann erstelle ich zwei Menüvorschläge. Da sucht sich dann der Protokollchef ein Menü aus. Da geht er jetzt nicht danach, was isst er am liebsten, sondern er schaut dann vielmehr danach, wo befindet sich der Staatsgast in Deutschland noch und wo wird er noch essen? Nicht, dass der Gast auf einmal zweimal Hirschkalb bekommt.

**Sprecherin:**

Gerne dürfen es für die Gäste des Bundespräsidenten auch traditionelle deutsche Gerichte sein. Ein schwäbischer Gaisburger Marsch ist genauso möglich wie ein Sauerbraten. Den bekam etwa Präsident Macron bei seinem Staatsbesuch im Mai 2024 aufgetischt.

**O-Ton 16, Jan-Göran Barth:**

Beim Staatsbesuch Frankreich hatten wir als Vorspeise einen Spargelsalat, eine aufgeschäumte Erbsenmilch. Zum Hauptgang gab es einen Sauerbraten mit Braunschweiger Mumme, auch Beelitzer Spargel und einem Spätzle-Rhabarber-Törtchen. Und als Dessert gab es Holunderblüte, Zitronenverbene und Erdbeere. Es liest sich relativ einfach oder hört sich relativ einfach an, das hat einfach was damit zu tun, das Menü muss am Ende selbsterklärend sein. Der Gast soll nicht davorsitzen und bei jedem Produkt überlegen oder nachfragen, was ist das?

**Sprecherin:**

Dass es modern interpretierte deutsche Küche gibt, hat auch etwas mit Repräsentation zu tun.

**O-Ton 17, Jan-Göran Barth:**

Na, die Botschaft ist, den Gästen des Bundespräsidenten zu zeigen, was die deutsche Landwirtschaft bietet. Wir haben ja sehr viel internationales Publikum und wir wollen einfach zeigen, dass die heimischen Landwirte, die heimischen Winzer, dass die Qualitätsprodukte produzieren. Wir möchten die deutsche Landwirtschaft auf dem Teller präsentieren.

**Sprecherin:**

Und so wird inzwischen selbst dem französischen Präsidenten kein Champagner, sondern deutscher Schaumwein kredenzt. Ganz nach dem Motto: Wir können Champagner!

**O-Ton 18, Jan-Göran Barth:**

Und das kommt sehr gut an. Und wir haben auch schon champagneraffine Gäste gehabt, die der Meinung waren, sie hätten Champagner im Glas, und dabei war es ein deutscher Schaumwein. Und ich finde es immer eine super Auszeichnung für unsere Winzer.

**Sprecherin:**

Neben den subtilen Botschaften über die Qualität deutscher Produkte hilft das Essen den Politikerinnen und Politikern manchmal aber schlicht dabei, ein Gesprächsthema zu finden.

**O-Ton 19, Jan-Göran Barth:**

Was ich immer wieder höre, ist, dass das Essen oft dazu beiträgt, auch mal von der Politik oder vom Alltagsgeschehen abzulenken und sich mal kurzzeitig über das Essen zu unterhalten. Das ist auch eigentlich so ein bisschen unser Ziel.

**Sprecherin:**

Auf die Frage, ob Essen Spannungen in der Politik abbauen kann, ganz im Sinne des Gedankens der kulinarischen Diplomatie, hat Jan-Göran Barth eine eindeutige Antwort.

**O-Ton 20, Jan-Göran Barth:**

Bin ich sogar davon überzeugt, mit dem richtigen Glas Wein definitiv. Also ich sag mal, wenn das Essen schmeckt, die Leute satt sind, das Glas Wein stimmt oder auch was Alkoholfreies, dann sind die Gäste ja sowieso oder dann ist der Mensch sowieso per se glücklich.

**Musik****Sprecherin:**

Doch die heimische Küche ist nicht nur auf der politischen Weltbühne Teil des diplomatischen und kulturellen Austauschs. Seit Beginn der 2000er-Jahre haben Regierungen verstärkt erkannt, dass Essen und Trinken auch die Wahrnehmung des eigenen Landes im Ausland positiv beeinflussen können. Ziel kulinarischer Bemühungen sind seitdem nicht mehr nur Diplomatinen und Regierungschefs,

sondern ganze Bevölkerungen. Thailand war Vorreiter dieser Form der Public Diplomacy, was wörtlich übersetzt so viel wie „öffentliche Diplomatie“ bedeutet.

**O-Ton 21, Wantanee Suntikul, Associate Professor für Hospitality Management (freistehend):**

The Global Thai campaign started in around 2001/2002.

**Sprecherin:**

Um 2001/2002 herum startete das Land die „Global Thai“-Kampagne, erzählt Wantanee Suntikul im Videocall mit „Das Wissen“. Sie ist Associate Professor für „Hospitality Management“ an der University of Cincinnati und hat sich mit diesen „Gastrodiplomatie-Kampagnen“ näher auseinandergesetzt.

**O-Ton 22, Wantanee Suntikul, Associate Professor für Hospitality Management:**

Thai food ... many as McDonald's or something.

**Overvoice Sprecherin 2:**

Thailändisches Essen wurde sehr schnell sehr beliebt, zum Beispiel in den USA. Die thailändische Regierung hat das gesehen und dachte sich, warum unterstützen wir das nicht, expandieren mehr, so viel wie McDonald's oder so.

**Sprecherin:**

Die Hoffnung dahinter ....:

**O-Ton 23, Wantanee Suntikul:**

With the hope... of food ingredients.

**Overvoice Sprecherin 2:**

..., dass dadurch mehr Touristen nach Thailand kommen und auch der Export von Lebensmittelzutaten angekurbelt wird.

**Sprecherin:**

Die zugrundeliegende Logik ist simpel. Wenn ich im Restaurant Pad Thai oder einen Papayasalat genieße, bekomme ich eventuell Lust, das Land zu bereisen oder kaufe thailändische Produkte, um die Gerichte nachzukochen. Und das ist natürlich gut für die Wirtschaft. Außerdem wollte Thailand mithilfe von Pad Thai und Co. sein negatives Image als Sex-Tourismus-Destination loswerden. Der Versuch, die Wahrnehmung eines Staates zu beeinflussen, ähnlich wie bei einer Marke, wird auch als „nation branding“ bezeichnet, erklärt Wantanee Suntikul:

**O-Ton 24, Wantanee Suntikul:**

Nation branding is.... you say Italy, right.

**Overvoice Sprecherin 2:**

Nation Branding ist im Grunde genommen das Herstellen und Bewerben eines einzigartigen und positiven Bildes eines Landes für die internationale Gemeinschaft. Indem nationale Gerichte, kulinarische Praktiken beworben werden, können Staaten

eine unverwechselbare und erkennbare kulinarische Identität schaffen, die sie von anderen abhebt. Zum Beispiel, wenn ich „Pizza“ sage, denkst du an Italien, oder?

**Sprecherin:**

Insgesamt war die Kampagne Thailands ein voller Erfolg. Mithilfe von zinsgünstigen Krediten für Restaurants, Trainings für Köche und Köchinnen, dem Qualitätssiegel „Thai-Select“ oder sogar Visa-Vereinbarungen mit anderen Staaten gelang es, die Anzahl der Restaurants im Ausland von ca. 5500 im Jahr 2001 auf 13.000 im Jahr 2008 mehr als zu verdoppeln bzw. die ohnehin begonnene Expansion von Thai-Restaurants zu unterstützen.

Zahlreiche Staaten folgten daraufhin dem Beispiel Thailands und starteten eigene Kampagnen, darunter Japan, Spanien, Malaysia oder Peru. Südkorea investierte einen hohen zweistelligen Millionenbetrag, um die koreanische Küche und vor allem Kimchi als Health-Food zu vermarkten. Dafür nutzt Südkorea auch das Fernsehen und Filme sowie K-Pop.

**Musik**

**Sprecherin:**

Auch Indonesien verfügt seit 2020 mit „Indonesia Spice Up the World“ über eine eigene Gastrodiplomatie-Kampagne. Und folgt dabei ganz dem Muster Thailands.

**O-Ton 25, Arif Havas Oegroseno:**

We present Indonesian food .... coffee shops, around Germany.

**Overvoice Sprecher:**

Wir präsentieren indonesisches Essen bei unseren offiziellen Veranstaltungen, wir unterstützen außerdem indonesische Restaurants und Cafés in ganz Deutschland.

**Sprecherin:**

Erzählt der Botschafter Indonesiens in Deutschland, Arif Havas Oegroseno, offen über die Aktivitäten der Auslandsvertretung.

Aus einer theoretischen Perspektive generieren Staaten mithilfe von Gastrodiplomatie-Kampagnen sogenannte „soft power“, „weiche Macht“, sagt die amerikanische Expertin Wantanee Suntikul. Im Gegensatz zur „hard power“, zu der die militärische und wirtschaftliche Macht eines Staates zählt, sollen mithilfe von „soft power“ die Einstellungen und Präferenzen des Gegenübers weniger durch Zwang beeinflusst werden als durch die „Kraft der Anziehung“.

**O-Ton 26, Wantanee Suntikul:**

And so food fits...hearts, minds and stomachs.

**Overvoice Sprecherin 2:**

Und Essen passt aufgrund seines Potenzials, die Herzen, Köpfe und Mägen der Menschen zu erreichen, perfekt in den Rahmen der Soft Power.

**Sprecherin:**

Mithilfe von Essen entstehen also emotionale Verbindungen, die langfristig die Einstellung zum Land prägen und damit auch für politische Ziele benutzt werden können. Das kann eine sicherheitspolitische Dimension bekommen, wie das Beispiel Taiwans zeigt, das aktuell von China bedroht wird.

**O-Ton 27, Martin Mandl, Doktorand am Institut für Ostasienwissenschaften der Universität Wien:**

Durch den Wechsel der Anerkennung des UN-Sitzes in den 70er-Jahren, durch die Wiederannäherung der USA und der Volksrepublik China hat Taiwan jegliche internationale Anerkennung und Bühne verloren. Das geht so weit, dass es heutzutage nur mehr eine Handvoll Staaten gibt, die Taiwan anerkennen, diplomatisch.

**Sprecherin:**

Martin Mandl vom Institut für Ostasienwissenschaften der Universität Wien promoviert über die Rolle von Essen als Mittel der Kulturdiplomatie. Er hat sich intensiv mit der Gastrodiplomatie Taiwans auseinandergesetzt. Ihr Ziel:

**O-Ton 28, Martin Mandl:**

Einerseits Aufmerksamkeit global zu schaffen, eine positiv besetzte Aufmerksamkeit, was ganz Wichtiges, da Taiwan meist nur über eben die Rivalität zwischen den USA und China wahrgenommen wird, über die eigene sehr fragile Lage und gerade Essen, aber auch andere Formen der Kulturdiplomatie, da natürlich Möglichkeiten bilden, andere Bilder, schöne Bilder zu wecken.

**Atmo 04: Presseführung durch den Bereich „Taste Taiwan Delights“****Sprecherin:**

Zu den angepriesenen Spezialitäten gehören „Beef Noodles“ und „Bubble Tea“, ein Getränk, das in Europa seit Jahren in Street Food-Läden verkauft wird. Beworben werden sie nicht nur über Tourismuseiten oder den Newsletter der quasi-diplomatischen Auslandsvertretungen, sondern auch über die Messe Taiwan Expo, die seit 2017 in acht Ländern stattfand mit mehr als 750.000 Gästen. Im Juni 2024 war die „Taiwan Expo in Europe“ in Berlin. Neben Bereichen zu „Smart Living“, oder „Smart Healthcare“ gab es den Bereich „Taste Taiwan Delights“, sprich: „Probieren Sie Taiwans Köstlichkeiten“. Hier präsentierte sich die taiwanesishe Lebensmittelwirtschaft dem europäischen Markt, um Geschäftsbeziehungen zu knüpfen.

**Atmo 05: Erklärung Workshop****Sprecherin:**

Und in einem Quiz mit Gewinnspiel durfte eine Frage zu Bubble Tea natürlich auch nicht fehlen.

### **O-Ton 29, Quiz Taiwan Expo in Europe:**

Let's move on with the next question. And I'm pretty sure everybody knows the answer. So which of the following world famous beverages is creative invention from Taiwan: Sangria? Espresso Martini? Boba, so the Bubble Tea or Whiskey Coke? I know that you can drink it right in the back. And of course, it's Bubble Tea. You can find the Bubble Tea, the very famous one, in the back at the Taiwan Delight area.

### **Sprecherin:**

Für Martin Mandl zeigen die Bemühungen Taiwans auf der Messe wie weitreichend kulinarische Diplomatie gehen kann:

### **O-Ton 30, Martin Mandl:**

Sie sehen wirtschaftliche Interessen. Das ist jetzt mal rein von der Definition her, gehen wir da schon an der Grenze zwischen soft power und hard power, weil wirtschaftliche Macht ist natürlich auch eine gewisse hard power. Aber auch das zeichnet eben Gastrodiplomatie meiner Einschätzung nach aus, dass es sozusagen auf unterschiedlichen Ebenen agieren kann und auf unterschiedlichen Ebenen funktioniert.

### **Sprecherin:**

Und wie wirksam sind Gastrodiplomatie-Kampagnen?

### **O-Ton 31, Martin Mandl:**

Also ich selbst wage es zu bezweifeln, dass nur weil jemand ein taiwanisches Gericht in Europa probiert, der sich dann massiv für eine diplomatische Anerkennung Taiwans aussprechen wird. Aber es erscheint zumindest, es wird wahrgenommen. Es wird in Foren besprochen, wo es normalerweise nicht Thema ist. Also, wenn ich mich nur gerne mit asiatischem Essen beschäftige, kann es sehr leicht sein, mittlerweile, dass Taiwan irgendwo aufscheint. Und dadurch sozusagen ein Publikum erreicht, das es sonst gar nicht erreicht hätte.

## **Musik**

### **Sprecherin:**

Wie wird nun mit Essen Politik gemacht? Die Antwort ist nicht leicht. Essen und Trinken sind sicherlich nicht der eine Grund, warum Kriege beendet werden oder ein Staat plötzlich internationale Anerkennung erfährt. Die Kulinarik des eigenen Landes ist auch nicht das wichtigste Werkzeug der Diplomatie. Dennoch hilft das gemeinsame Speisen, die bilateralen Beziehungen zu verbessern, Spannungen abzubauen oder eine gemeinsame Basis zu finden. Es geht häufig um die Beeinflussung der Verhandlungssituation. Und die spiegelt sich dann bestenfalls auch in den Verhandlungsergebnissen wider. Gleichzeitig können Essen und Trinken unterschiedlichste Botschaften senden. Es können Erfolge verkauft oder die heimische Landwirtschaft repräsentiert werden. Und wie jede Form der Kommunikation, kann das auch schiefgehen. Einen Döner in die Türkei mitzunehmen, wie es der deutsche Bundespräsident gemacht hat, kam nicht so gut an. Nicht zuletzt wird versucht mit der heimischen Küche auch noch internationale Aufmerksamkeit zu erzeugen. Eine Aufmerksamkeit, aus der wiederum politische oder ökonomische Gewinne entstehen sollen. All diese Zusammenhänge

nachzuvollziehen, ist nahezu unmöglich, gerade weil der Einfluss von Essen so subtil ist. Aber manchmal, im entscheidenden Moment, ist es vielleicht das entscheidende Zünglein an der Waage. Zumindest glauben Staaten daran und geben sich kulinarisch reichlich Mühe.

### **Abspann Das Wissen über Soundbett:**

#### **Sprecherin:**

„Staatsbankett und Streetfood – Wie mit Essen Politik gemacht wird“. Autor: Peter Bratenstein. Sprecherin: Diana Gantner. Redaktion: Sonja Striegl. Regie: Günter Maurer.

\* \* \* \* \*

### **Quellen und Links:**

#### **Chapple-Sokol, Sam:**

Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds, in: The Hague Journal of Diplomacy (2013) 8, S. 161-183.

#### **Lipscomb, Anna:**

Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan, in: The Yale Review of International Studies, 27.03.2019, <https://yris.yira.org/essays/taste-of-asia-gastrodiplomacy-in-thailand-south-korea-and-taiwan%ef%bb%bf/>.

#### **Mandl, Martin:**

Taiwan with a Side of New Public Diplomacy — The Gastrodiplomacy of Taiwan's Representative Offices as Served in Berlin, Bern, and Vienna, in: Asien: the German journal on contemporary Asia (2021) 158/159, S. 62-85.

#### **Rockower, Paul S.:**

Recipes for gastrodiplomacy, in: Place Branding and Public Diplomacy (2012) 8:3, S. 235-246.

#### **Suntikul, Wantanee:**

Gastrodiplomacy in tourism, in: Current Issues in Tourism (2017) 22:9, <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1363723>.