Schriftenreihe

Studia Culinaria Interdisciplinaris

Herausgegeben von / Edited by

Joanna Szczęk, Universität Wrocław
Elżbieta Pawlikowska-Asendrych, Jan-Długosz-Universität Częstochowa
Dorota Koczanowicz, Universität Wrocław

Wissenschaftliches Komitee / Scientific Commitee

Prof. Dr. Kalina Bachneva, Sofia Universität St. Kliment Ohridski, Bulgarien; Prof. Dr. Stanislav Benčič, Paneuropäische Universität in Bratislava, Slowakei; Prof. Dr. Anna Dąbrowska, Universität Wrocław, Polen; Prof. Dr. Cornelia Feyrer, Universität Innsbruck, Österreich; Prof. Dr. Laurent Gautier, Universität des Burgund, Frankreich; Univ.-Prof. Dr. habil. Irena Jaros, Universität Lodz, Polen; Prof. Dr. Daniel Kadłubiec, Universität Ostrava, Tschechische Republik; Dr. Marcelina Kałasznik, Universität Wrocław, Polen; Prof. Dr. Eva Lavrić, Universität Innsbruck, Österreich; Prof. Dr. Stanisława Niebrzegowska-Bartmińska, Maria-Curie-Skłodowska-Universität in Lublin, Polen; Dr. Jana Racławska, Universität Ostrava, Tschechische Republik; Univ.-Prof. Dr. habil. Elżbieta Wierzbicka-Piotrowska, Universität Warschau, Polen

Band 3

ISSN 2940-214X (Print)

Verlag Dr. Kovač

Marcelina Kałasznik /
Elżbieta Pawlikowska-Asendrych /
Joanna Szczęk (Hrsg.)

Interdisziplinäre Zugänge zum kulinarischen Diskurs

Beiträge der
29. GeSuS-Linguistik- und Literaturtage
Paris/Frankreich 2023

Verlag Dr. Kovač

Hamburg
2024

Monika Messner
Universität Innsbruck, Innsbruck
ORCID: 0000-0003-0028-2370

Eva Lavric
Universität Innsbruck, Innsbruck
ORCID: 0000-0003-1932-2328

Liest du noch und genießt du schon? Die Speisekarte als Sprachensalat

Abstracts

Dieser Beitrag widmet sich der Mehrsprachigkeit in Speisekarten mit besonderem Fokus auf Code-Switching und auf die Übersetzung von Speisennamen. Wir stützen uns auf ein Korpus von deutschsprachigen Speisekarten aus der Region Südtirol (It.) und ihren italienischen und englischen Übersetzungen. Zunächst konzentrieren wir uns auf das Code-Switching in Speisekarten, d. h. die Verwendung von Fremdwörtern, seien sie nun in der Zielsprache schon als Lehnwörter assimiliert oder noch stark markiert und vielleicht sogar unverständlich; wir fragen nach dem Warum ihrer Verwendung und nach den Sprachen und Varietäten, die auftreten. Hat das betreffende Produkt keinen anderen Namen in der Zielsprache, oder handelt es sich um eine Aufwertungsstrategie, also um den Ersatz eines ausgangssprachlichen Terms durch ein Fremdwort, das eleganter oder exotischer wirkt? Und welche weiteren Aufwertungsstrategien kommen in Speisekarten vor? Wir untersuchen außerdem die Auswirkung der Mehrsprachigkeit auf die Transparenz der Speisenbezeichnungen und die Bedeutung der Verständlichkeit im Vergleich mit Anmutung durch Valorisierung. Ist die transparenteste, expliziteste Bezeichnung wirklich immer die beste? In den Speisekarten mit Übersetzung interessieren wir uns dann für das Konzept der ‚Treue' einer Übersetzung. Wo endet die Treue und wo beginnt die Faulheit des/der Übersetzer:in? Wir untersuchen auch die Hinzufügungen und Weglassungen, die in manchen Übersetzungen auftreten, und fragen nach deren Auswirkung auf die Verständlichkeit. Da ein großer Teil der Information, die in Speisennamen gegeben wird, dazu dient, das Gericht aufzuwerten, sehen wir uns an, was mit den Aufwertungsstrategien im Übersetzungsprozess passiert. Werden sie beibehalten, gelöscht oder durch aufwertende Elemente der Zielkultur ersetzt? Abschließen werden wir die Analyse mit einigen Überlegungen zur Translationsqualität sowie mit einigen Beispielen von besonders absurden Fehlern.
Schlüsselwörter: Speisennamen, Code-Switching, Aufwertungsstrategien, Übersetzung, Transparenz

Are you Still Reading and Already Enjoying? The Restaurant Menu as Language Salad

The present paper analyses multilingualism in restaurant menus with a special focus on code-switching and translations of dish names. We have collected a corpus of German restaurant menus from the region of South Tyrol (It.), with their translations into Italian and English. First, we concentrate on code-switching in restaurant menus, i.e. the use of foreign terms, more or less assimilated or still marked and possibly opaque in the target language, and the reasons for their use. Which languages and varieties appear? Does a product simply have no other name in the target language, or is it a strategy of valorization, i.e. the replacement of an autochthone term with a foreign word that appears more elegant or exotic? And what other upgrading strategies can be found in restaurant menus? We also examine the impact of multilingualism on the transparency of the dish names and the relative importance of intelligibility in comparison with

appeal through valorization. Is the most transparent, most explicit name really always the best? Then, in the translated restaurant menus, we are interested in the notion of 'fidelity' of a translation. Where does fidelity end and the translator's laziness begin? We also investigate the additions and omissions that are found in some translations and ask for their impact on transparency. Since much of the information given in the name of a dish serves to valorize the dish, we observe what happens to the upgrading strategies in the translations. Are they maintained, deleted or replaced by upgrading elements specific to the target culture? We conclude our analysis with some reflections on translation quality and a few examples of absurd errors.
Keywords: dish names, code-switching, upgrading strategies, translation, transparency

Authors: Monika Messner, University of Innsbruck, Innrain 52d, A-6020 Innsbruck, Austria, e-mail: monika.messner@uibk.ac.at

Eva Lavric, University of Innsbruck, Innrain 52d, A-6020 Innsbruck, Austria, e-mail: eva.lavric@uibk.ac.at

1. Einleitung

Denkt man an *Sprachensalat*, so fallen einem schnell die Attribute *bunt gemischt, chaotisch, willkürlich* oder auch *verwirrend* ein. Ein *Sprachensalat*, so wie er in einer Speisekarte vorkommt, ist allerdings alles andere als spontan oder unsystematisch. Vielmehr steckt hinter dem Verfassen von Speisekarten einiges an Kreativität und Wohlüberlegung, denn: Die Speisekarte ist das Aushängeschild eines jeden Restaurants und der erste Kontaktpunkt, wodurch sich der Gast einen Eindruck von den Speisen und vom Restaurantprofil verschaffen kann. Oder anders ausgedrückt: Durch das Lesen der Speisekarte soll der Gast in den Genuss mit dem Restaurant und dessen Speisen hineinverführt werden!

Dabei gibt es Restaurants, die auf Ausführlichkeit und Komplexität setzen, indem sie – ganz im traditionellen Sinn – hypotaktische Strukturen in Speisenbezeichnungen verwenden: *„Croisé" Entenkeule mit Fichtenhonig-Pfefferkruste glasiert in Sauce von Zitrusfrüchten mit typischen Beilagen garniert* (SE[1]). In diesem Beispiel werden dem Hauptbestandteil des Gerichts, der Entenkeule, drei weitere untergeordnete Beschreibungen hinzugefügt, die syntaktisch in Form von Präpositionalphrasen (*mit, in*) oder Partizipialkonstruktionen (*...glasiert, ...garniert*) realisiert werden. Außerdem wird der französische Ausdruck *Croisé* als Apposition verwendet. Der starke Fokus auf die Hypotaxe mit zusätzlichen Attributen und Appositionen, durch den das Restaurant dem Raffinement der Speisen Ausdruck verleihen möchte, steht neuerdings im Gegensatz zu sehr schlicht

[1] Die Sigel nach den Beispielen verweisen auf die Liste der Restaurants im Anhang („Korpus"). Alle Unterstreichungen in den Beispielen stammen von uns (M. M. und E. L.).

verfassten Speisekarten. Restaurants, die sich von der klassischen Hypotaxe abgrenzen und „moderner" sein möchten, arbeiten mit sog. „plats slash" („Speisen mit Schrägstrich", Kauffer (2015))[2]: *Kloazn Ravioli / Graukäse / braune Butter* (ZR). Hier erleichtert die Parataxe das Dekodieren der Speisenbezeichnung und verleiht dem Ganzen gleichzeitig eine nüchterne Eleganz (vgl. Lavric 2022: 61).

Beiden Speisennamen ist gemeinsam, dass sie sich zwischen Regionalität (etwa ist *Kloazn* – ein dialektaler Ausdruck für Dörrbirnen) und Internationalisierung (vgl. etwa die fremdsprachigen Ausdrücke it. *Ravioli*, fr. *Croisé, glasiert* und *Sauce*) bewegen. Im zweiten Beispiel überwiegt die Evokation von Tradition, Authentizität und Nähe (auch der Graukäse ist eine regionale Spezialität); im ersten Beispiel wird mehr Gewicht auf Exklusivität gelegt, wobei Einzigartigkeit mit Unbekanntem und Noch-zu-Entdeckendem (z. B. *Croisé Entenkeule*) in Einklang steht. Man sieht schon: Es steckt einiges an Raffinesse hinter den Speisenbezeichnungen. Das geht sogar so weit, dass es zu intertextuellen Anspielungen kommt, indem etwa Vorspeisen mit dem Titel „Let's Get It Started" überschrieben sind – eine Anspielung auf einen Song der Musikgruppe Black Eyed Peas aus dem Jahr 2004. Oder es kommen rhetorische Figuren zum Einsatz, in diesem Fall die Metonymie: Ein Gericht wird als „Schublade" bezeichnet, da die Speisen auch tatsächlich in einer Schublade daherkommen. Dabei zeigt sich außerdem die Verbindung von sachlicher und sprachlicher Aufwertung.

Wie auch immer ein Restaurant seine Speisekarte aufsetzt, spielt die Transparenz der Speisennamen eine Rolle. Entscheidet sich das Restaurant, die Transparenz einer Bezeichnung zu erhöhen, etwa durch Erklärungen, kann das im Widerspruch zu gewissen aufwertenden Strategien stehen, wie z. B. dem Fokus auf Regionalität oder Internationalisierung. Im vorliegenden Beitrag beschäftigen wir uns mit diesem Grunddilemma, eingebettet in die Analyse und Beschreibung von Code-Switching und Aufwertungsstrategien in Speisekarten. Außerdem untersuchen wir, wie mit Aufwertungsstrategien in Übersetzungen umgegangen wird und welche Auswirkungen die Übernahme oder das Weglassen solcher Strategien auf die Transparenz und Anmutung der jeweiligen Speisenbezeichnung hat. Als Korpus dienen deutschsprachige Speisekarten aus der (zweisprachigen) Autonomen

[2] In Wirklichkeit (vgl. Lavric 2019: 61–63) arbeiten nicht alle „plats slash"-Speisekarten mit Schrägstrichen, es gibt auch welche mit geraden Trennungsstrichen, horizontal (Langstrich) oder vertikal, ebenso mit Beistrichen oder Punkten. Wesentlich für diesen knappen, „modernen" Stil ist die Parataxe.

Provinz Bozen-Südtirol im Norden Italiens, die auf Italienisch und teils auch auf Englisch übersetzt sind (vgl. den Anhang „Korpus").[3]

2. Code-Switching und Aufwertungsstrategien

2.1 Aufwertungsstrategien: ein Beispiel

Die Beispiele in der Einleitung haben gezeigt, dass es in Speisenbezeichnungen oft zu Code-Switching kommen kann (vgl. bspw. auch Lavric / Messner (2021), Puspa / Alamsari (2021), Messner (2022)), das in der Regel zur Aufwertung eingesetzt wird. Daneben gibt es noch eine Fülle weiterer Aufwertungsstrategien – davon kommt eine ganze Reihe im folgenden Beispiel vor:

1) *Sichelburg's Köschtalan (kleine Kostproben, ab 2 Personen): Grillgemüse-Mozzarella-Bruschetta, Beef-Tatar in der Filoteig-Tüte, aufgeschäumte Tom Kha Gai Suppe mit Garnele und Shiitakepilzen, Bioroggen-Tirtl, Breatlcannolo mit französischem Ziegenkäse, Sichelburgs hausgemachter Speck* (SB)

Dieses Beispiel ist hochinteressant, weil es die verschiedensten Arten von Valorisierung, also von Aufwertungsstrategien, kombiniert. Die erste Strategie besteht in der Nennung des Restaurantnamens (*Sichelburg*, 2 x) und im Adjektiv *hausgemacht*. Die Regionalität der Küche zeigt sich in dialektalen Bezeichnungen: *Köschtalan*, *Tirtl*, *Breatl*, von denen im Übrigen nur die erste erklärt wird. Sehr wichtig sind Herkunftsangaben wie in *französischer Ziegenkäse*, es handelt sich um den bekannten „Country-of-Origin-Effekt" (vgl. [Country] 2023)[4]; auch der Hinweis auf „Bio" („Bioroggen-Tirtel") darf heute nicht mehr fehlen.

Fremdsprachen (also Code-Switching) zeigen Internationalität an, in diesem Falle sind es Italienisch (*Mozzarella*, *Bruschetta*, *Cannolo*), Englisch (*Beef-Tatar*, *Filoteig*) und asiatisch-exotische Anklänge: *Tom Kha Gai* (Thailand) und

[3] Hier eine kurze Auswahl von Fachliteratur zu Speisekarten und Speisenbezeichnungen (chronologisch): Kauffer (1993), Riley-Köhn (1999), Braun (2009), Dupuy (2009) und (2012), Calabrese / Rosier (2013) [darin Merten (2013) und Rossette (2013)], Kauffer (2015) – und von den Autorinnen dieses Beitrags: Lavric (2009, 2017, 2019, 2022) sowie Farge / Lavric (2017 und 2018), und nicht zu vergessen Lavric / Messner (2021) und Messner (2022).

[4] Herkunftsangaben können so weit gehen, dass beschrieben wird, von welchem Bauernhof das Kalbfleisch stammt oder welches Boot den Fisch gefangen hat. Im Sinne der „Hausgemacht"-Ideologie kommen Süßwasserfische natürlich aus dem eigenen Teich und das Gemüse aus dem eigenen Garten (vgl. unten, Bsp. 12). Das originellste Beispiel in diesem Sinne ist folgende Bezeichnung für ein Tagesgericht: „coup de fusil du moment" („was dem Jäger vor die Flinte lief").

Shiitakepilze (Japan, China). Relevant ist auch, dass nicht alle dialektalen oder fremdsprachlichen Begriffe den Leser:innen der Speisekarte bekannt sein dürften.

Aus diesen Beobachtungen lässt sich schließen, dass Aufwertungsstrategien ein ganz wesentliches Charakteristikum von Speisenbezeichnungen sind, insbesondere in qualitativ hochstehenden Restaurants. Diese wollen Qualität und Originalität nicht nur in den Speisen selbst bieten, sondern auch in der Speisekarte bei den Speisennamen. Verständlichkeit ist dabei zwar ein wünschenswertes, aber keineswegs das alleinige Kriterium. Denn es geht nicht in erster Linie um Information, sondern um Evokation, Anspielung, Anmutung, oft sogar um Poesie, Fantasie und Mystik (vgl. auch Graziano / Mocini (2015), Graziano (2017)). Eine exotische, internationale Küche verlangt internationale Termini, die das Besondere und oft Unbekannte der Zutaten und Zubereitungsarten widerspiegeln – Ähnliches gilt auch für eine regionale Küche mit dialektalen Speisenbezeichnungen.

2.2 Der Wagyu-Effekt: ein Sonderfall von Herkunftsbezeichnungen

Der sog. „Wagyu-Effekt" – der in der Fachliteratur unseres Wissens noch nicht wahrgenommen wurde – ist keine rein sprachliche Strategie, sondern eine, die sachliche und sprachliche Valorisierung kombiniert. Das bekannteste Beispiel dafür ist wahrscheinlich das zur Benennung des Phänomens herangezogene Wagyu-Rind. Feinschmecker:innen und solchen, die es werden wollen, ist diese Rindersorte ein Begriff: Es ist das beste Rindfleisch, das man weltweit bekommen kann. Wagyu-Rind und kein anderes zu verwenden, ist das Non plus Ultra des Anspruchs, nur die allerbesten Zutaten zu verwenden. Und wer es tut, schreibt es natürlich in die Speisekarte in die Namen der entsprechenden Gerichte hinein, vgl. *Carpaccio vom Wagyu / Carpaccio di Wagyu / Carpaccio of Wagyu* (GE). Es ist dies ein Sonderfall der Doppelstrategie: „Koche mit ausgezeichneten Zutaten und rede (bzw. schreibe) darüber" – ein *Procédé*, das sehr bescheiden mit Adjektiven wie „frisch" oder „hausgemacht" beginnt,[5] sich in Form von detaillierten Herkunftsbezeichnungen (heute vorzugsweise von regionalen Betrieben) fortsetzt und schließlich in der Nennung der absolut und bekannterweise weltbesten Variante eines Produkts kulminiert: Ob „Beluga-Kaviar", „Miéral-Geflügel" aus Frankreich („poulet de bresse"), „Bourbon Vanille" (SE) oder (in Österreich) „Wachauer Marille". Hier ein paar Beispiele aus unserem Korpus: *Kaluga Kaviar*

[5] Für sehr viele Aufwertungsstrategien gilt, dass eine inhaltliche oder sachliche Qualität sprachlich expliziert wird.

und *Oscietra Kaviar* (AS), *Amalfizitrone* (TG), *„Black Angus" Rind* (TG), *Valrhonaschokolade* (TG).

Natürlich kommt es auch vor, dass dieses *Procédé* nachgemacht wird, indem regional ausgezeichnete Produkte (die aber ein/e Fremde:r nicht kennt) so präsentiert werden, als ob sie zum Kanon der Weltbesten gehörten. Genau das dürfte es sein, was in unserem Korpus passiert, wenn gleich drei Restaurants (SE, FD, GE) ihren „Terlaner Spargel" explizit als solchen benennen. Das ist legitim, und vielleicht sollte die Beschreibung dieses Effekts auch die „regional Allerbesten" mit einbeziehen. In unserem Korpus finden sich z. B. die *Villnösser Gans* (SM), die *Tropea Zwiebel* (SM), der *Scorzone Trüffel* (SE) und die Südtiroler Variante des Wagyu, das *Pusterer ‚Sprinzen' Rind* (SE).[6]

Was geschieht mit solchen „Wagyu-Effekt-Beispielen" in der Übersetzung? Nun, in der Regel wird die aufwertende Bezeichnung sehr treu übernommen bzw. übersetzt, vgl. *Villnösser Gans / oca della Val di Funes / Val di Funes goose* (SM); *Tropea Zwiebel / cipolla di Tropea / Tropea onion* (SM); *Pusterer ‚Sprinzen' Rind / manzo 'Sprinzen' della Val Pusteria* (SE); *Terlaner Spargel / Asparagi di Terlano / Asparagus from Terlano* (SE, FD); *Amalfizitrone / limone Amalfi* (TG) u. v. a. m. Manchmal macht es sich allerdings der / die Übersetzer:in leicht und lässt die aufwertende Sortenbezeichnung einfach wegfallen (vielleicht, weil er / sie selbst diese Bezeichnung nicht kennt und daher annimmt, die Leser:innen würden auch nichts damit anfangen können): In (GE) wird „Terlaner Stangenspargel" auf Englisch einfach mit „Asparagus"; (TG) übersetzt „Pfolzna Wiesenbrennessel" italienisch einfach mit „ortica". Wir betrachten dies als eine schwere Übersetzungs-Sünde, weil hier dem/der Kund:in verschwiegen wird, welchen Wert das Restaurant auf exzellente Zutaten legt und wie nur das Allerbeste auf die Teller kommt. Diese Form der Aufwertung wirkt sogar dann, wenn dem / der Leser:in die entsprechende Bezeichnung nicht geläufig ist: Denn schon die Form der Benennung lässt erraten, dass diese Art von XY etwas ganz Besonderes sein muss. Es geht tatsächlich um eine sachlich-sprachliche Doppelstrategie der Valorisierung.

2.3 Code-Switching: Fremdsprachen als Aufwertungsstrategie

Eine besondere Rolle bei der Aufwertung von Speisenbezeichnungen spielen Fremdsprachen, d. h. Fremdsprachen ganz allgemein (vgl. Bsp. 1), aber eine Sprache ganz besonders: das Französische. Die französische Sprache vermittelt allein durch ihre Verwendung in gastronomischen Kontexten einen Eindruck von Spitzengastronomie:

2) *Macaron mit Kokosnuss und Bergamotte*
Praline mit Bockbier und Salzkaramell
Mangopâte (AS)

Die meisten der französischen Ausdrücke in diesem Beispiel (*Macaron, Bergamotte, Praline, Karamell*) können als Lehnwörter bezeichnet werden. *Praline* und *Karamell* sind bereits Bestandteile der deutschen Sprache; *Bergamotte*, das aus dem Türkischen über das Italienische und Französische ins Deutsche gelangt ist, sollte ebenfalls bekannt sein. Daneben ist die Bezeichnung *Macaron* auf dem Weg sich einzudeutschen. Nur *Pâte* tanzt aus der Reihe: Hier kann von einem Switch gesprochen werden, denn der französische Ausdruck ist im Deutschen nicht geläufig.[7] Französische Lehnwörter wie *Macaron, Bergamotte, Praline* und *Karamell* werden also eingesetzt, um Speisen und Zutaten zu bezeichnen,[8] für die es gar kein Äquivalent in einer anderen Sprache (wie hier etwa im Deutschen) gibt. Und selbst wenn es ein Äquivalent gäbe, würde doch der französische Terminus vorgezogen, weil er eine Anmutung von Exzellenz und Raffinement transportiert.

In Südtiroler Speisekarten wird oft auch bevorzugt das Italienische in Speisenbezeichnungen eingesetzt, wie Beispiel 3 zeigt:

3) *Vegetarischer Zwischenstopp Caponata 2.0*
gegrillter Parmesan / Melanzane / Mozzarella di Bufala / Tomate (dt.)
Sosta vegetariana Caponata 2.0
parmigiano grigliato / melanzane / Mozzarella di Bufala / pomodoro (it.)
Vegetarian stopover Caponata 2.0
grilled parmesan / eggplant / Mozzarella di Bufala / tomato (en.) (GE)

Die italienischen Bezeichnungen *Caponata* und *Mozzarella di Bufala* werden sowohl in die deutsche als auch in die englische Version der Speisekarte eingeswitcht. Dadurch wird unterstrichen, dass wir uns (ja doch!) in Italien befinden – wenn auch eine andere Sprache (Deutsch) in Südtirol vorherrschend ist. Außerdem setzt das Restaurant voraus, dass der (internationale) Gast die italienischen Bezeichnungen versteht und es deshalb keiner weiteren Erklärungen bedarf (v. a. die

[6] Außerdem finden sich – nicht so bekannt, aber auch nicht regional – in (SE) die *„Tarbouriech" Austern.*

[7] Etwa listet Duden online die Begrifflichkeiten *Bergamotte, Karamell, Macaron* und *Praline*. Der Ausdruck *Pâte* wird in der Wortverbindung *Pâte sur Pâte* angeführt; diese steht allerdings in keinem Zusammenhang mit einem gastronomischen Kontext (vgl. Duden online 2023).

[8] Hierunter fallen auch noch Zubereitungsarten, wie z. B. *glaciert, confiert, sautiert.*

Zubereitungsart *Caponata* dürfte allerdings nicht jedem / jeder geläufig sein). Auf Explizierungen wird aber auch verzichtet, wenn Ausdrücke aus anderen Sprachen in Speisennamen eingeswitcht werden, so z. B. aus dem Japanischen, Französischen, Englischen, Russischen oder gar einer Art „Botanikerlatein" (vgl. etwa den Ausdruck *Kochia* in Bsp. 4):

4) *Nori Tartelette mit grünem Spargel und Kochia*
Macaron mit Entenleber und Granny Smith
Auster mit Lauchöl Vinaigrette und N25 Kaluga Kaviar (AS)

5) *Shiso Sorbet*
Pflaumenwein-Espuma und Erdbeerfond (AS)

Auch in diesen Beispielen kommt es zu keinerlei Explizierung der fremdsprachigen Begriffe. Die Palette reicht vom bereits eingebürgerten Lehnwort über weithin bekannte Internationalismen bis zu echten Exotismen. Während franz. *Tartelette*, *Macaron*, *Vinaigrette*, *Sorbet*, *Fond* sowie engl. *Granny Smith* (Apfelsorte) und span. *Espuma* (dt. *Schaum*) weithin bekannt sein dürften, kann es bei den Begrifflichkeiten *Kochia* („Botanikerlatein" für Besenkraut / Sommerzypresse), *Kaluga* (eine russische Stadt an der Oka) sowie *Nori* (jap. für essbare Meeresalgen) und *Shiso* (jap. für Sesamblatt) zu Verständnisschwierigkeiten kommen. Ob der Gast solche Bezeichnungen versteht, entscheidet sich jeweils individuell. Aber natürlich zeigt sich in der Sprachverwendung, wie das Restaurant seine Gäste und deren Vorkenntnisse einschätzt.

Dabei ist das Switchen in eine oder auch mehrere andere Sprachen oft dafür verantwortlich, dass die Speisenbezeichnung zumindest teilweise unverständlich bleibt.[9] Durch Code-Switching wird ein „Exotik"-Effekt auf Kosten der Transparenz erzeugt und es entsteht gleichzeitig ein Grunddilemma: Die Aufwertung von Speisennamen wird oft mit Ausdrücken erreicht, die vielleicht nicht unbedingt verständlich sind. Allerdings geht es in Speisekarten um Valorisierung, selbst auf Kosten der Verständlichkeit. Kurz gesagt: Alles wird viel toller, raffinierter, mit ein paar Fremdwörtern.

[9] Die Übersetzungswissenschaft nähert sich der Frage der Transparenz und Verständlichkeit über das Konzept der „Verständlichkeitsmodelle". Ein beliebtes und häufig verwendetes Modell ist das „Karlsruher Verständlichkeitsmodell" von Göpferich (2012).

3. Übersetzungen

3.1 „Treue" Übersetzungen

Wie werden nun Speisennamen von einer Sprache in eine oder mehrere andere Sprachen übersetzt? Ein klassisches Ideal ist die „treue" Übersetzung der Speisenbezeichnungen (vgl. auch „literal / close translation" bei Vinay / Darbelnet 1958),[10] die auch syntaktisch der Ausgangssprache folgt, soweit das innerhalb der zielsprachlichen Syntax möglich ist (vgl. Graziano 2017: 106). Oft ist das nicht möglich, aber es bestehen auf der Ebene der Syntax systematische Entsprechungen:

6) *Einheimischer Aufschnitt mit Heukäse und Feigensenf* (dt.)
Salumi nostrani con formaggio al fieno e mostarda di fichi (it.)
Local cured meats with hay cheese and fig mustard (en.) (RS)

In diesem Beispiel kommen in der italienischen und englischen Übersetzung weder weitere Elemente hinzu, noch fallen Zutaten oder Zubereitungsarten weg. Das heißt, die Übersetzung geschieht so treu, wie es die jeweiligen Sprachsysteme zulassen; Änderungen ergeben sich nur dort, wo die zielsprachliche Syntax systematisch von der ausgangssprachlichen abweicht. In unserer Sprachenkonstellation betrifft das vor allem das Italienische, da sich dort in Substantivkomposita die Reihenfolge zwischen Determinatum und Determinans umkehrt: z. B. wird dt. *Heukäse* (Determinans *Heu* + Determinatum *Käse*, vgl. auch en. *hay cheese*) zu it. *formaggio* (Determinatum) *al fieno* (Determinans). Ähnlich verhält es sich auch mit adjektivischen Partizipien mit attributiver Funktion, die im Deutschen und Englischen als Determinans vor der Bezeichnung einer Zutat (Determinatum) platziert werden (vgl. dt. *eingelegte Frühlingswurzeln*, en. *marinated spring roots*), während im Italienischen die Determinationsreihenfolge invertiert ist (it. *radici primaverali marinati*). Während sich hier also nur minimale sprachsystembedingte Änderungen in den Übersetzungen ergeben, die die ausgangssprachliche Bezeichnung eben „so treu wie möglich" kopieren und die in der Regel keinen Einfluss auf die Transparenz des Speisennamens haben, gibt es in unserem Korpus auch eine große Anzahl von weniger „treuen" Beispielen, bei denen Modifikationen in den übersetzten Sprachen (etwa durch Hinzufügungen, vgl. Kap. 3.2, oder

[10] Weiter unten, in Kap. 5.1, werden wir sehen, dass die „treue" Übersetzung nicht immer die beste Lösung darstellt.

Weglassungen, vgl. Kap. 3.3) die Transparenz von Speisennamen entweder erhöhen oder abschwächen.

3.2 Hinzufügungen, Erklärungen

Wird in der Übersetzung von Speisennamen mit Hinzufügungen und Erklärungen, also mit Explizierungen gegenüber dem Original, gearbeitet, so verbirgt sich dahinter meist ein Transparenz-Bestreben des Restaurants bzw. des / der Übersetzer:in. Zum terminologischen Unterschied zwischen Explizitheit und Transparenz: Explizitheit ist am Text festzumachen, Transparenz dagegen entsteht für den Gast bei der Rezeption aufgrund seiner / ihrer vorhandenen oder nicht vorhandenen Vorkenntnisse. Im Umkehrschluss entscheiden die Vorkenntnisse der potenziellen Gäste, wie explizit die Speisenbezeichnungen sein müssen, d. h. die Speisekarte zeigt, was das Restaurant seitens seiner Gäste an Kenntnissen erwartet. Beispiel 7 zeichnet sich – in allen drei Sprachen – dank ausgeprägter Explizierungen durch eine hohe Transparenz aus[11]:

7) *Südtiroler Schlutzkrapfen*
Roggen-Teigtaschen mit Spinat und Bauerntopfen gefüllt an Parmesan und brauner Butter (dt.)
Schlutzkrapfen dell'Alto Adige
Mezzelune di segale ripiene di spinaci e ricotta del contadino con parmigiano e burro fuso (it.)
South Tyrolean "Schlutzkrapfen"
Rye dumplings filled with spinach and farmer's curd cheese served with parmesan cheese and brown butter (en.) (FS)

Dieses Beispiel ist vorbildlich, obwohl es vom Namen der regionalen Spezialität her sogar in der Originalsprache Verständnisprobleme aufwerfen könnte, etwa bei nicht einheimischen germanophonen Gästen. Das Beispiel zeichnet sich durch eine hohe Transparenz aus, da sowohl im Italienischen und Englischen (Übersetzung) als auch im Deutschen (Ausgangstext) eine genaue Erklärung für das Gericht gegeben wird. Die traditionellen mit Spinat und Topfen gefüllten Teigtaschen „Schlutzkrapfen" werden auch in der deutschen Speisenbezeichnung durch die Angabe der Zutaten expliziert. Das Beispiel ist außerdem interessant, da es zeigt, wie Transparenz durch Explizitheit hergestellt werden kann, selbst wenn Namen traditioneller, regionaler Produkte oft nicht übersetzt werden (können), da es das

[11] Dieses Beispiel illustriert ganz nebenbei auch die Super-Valorisierung mit Präpositionen, jedenfalls in der deutschen und der englischen Variante: Zwischen Hauptspeise und Beilagen, wo normalerweise *mit* steht – vgl. it. *con* –, kann zu Zwecken der Aufwertung im Deutschen auch *an* und im Englischen *served with* gesetzt werden.

entsprechende Wort in der Zielkultur genauso wenig gibt wie die entsprechende Speise.[12] Zu einer solchen Nicht-Übersetzung im Sinne der wörtlichen Übernahme des regionalen Namens kommt es auch in Beispiel 8:

8) *Omas Kaiserschmarrn*
in der Pfanne serviert, hausgemachte Zwetschgenröster und Vanilleeis (dt.)
"Kaiserschmarren"
servito in padella, composta di prugne fatta in casa e gelato alla vaniglia (it.)
"Kaiserschmarrn"
shredded sweet pancakes served in a pan, homemade plum roast and vanilla ice cream (en.) (FS)

Die deutsche Bezeichnung *Kaiserschmarr(e)n* wird hier – ähnlich wie in Beispiel 7 *Schlutzkrapfen* – in allen drei Sprachen verwendet. Allerdings fehlt eine Erklärung des Gerichts im Deutschen und Italienischen; nur im Englischen wird es durch die Hinzufügung *shredded sweet pancakes* expliziert.[13] Es wird also angenommen, dass sowohl der deutsch- als auch der italienischsprachige Gast wissen, was *Kaiserschmarrn* ist (‚Wir sind ja in Südtirol!'). Das Gericht wird in diesen beiden Sprachen als regionales Gericht behandelt, das weder übersetzt noch erklärt werden muss. Durch diese Nicht-Übersetzung und Nicht-Explizierung erhält das Gericht einen exotischen Beigeschmack, vor allem für den italienischsprachigen Gast. Im Englischen ist die Explizitheit und damit auch die Transparenz des Speisennamens höher: Das Restaurant kommt den englischsprachigen Gästen durch Explizierungen ein Stück weit entgegen.

3.3 Weglassungen

Daneben gibt es auch Beispiele, die zeigen, wie die Herausforderung, Zubereitungsmethoden, die Herkunft der Zutaten oder auch andere Details, die den „Stil" von Speisekarten ausmachen, durch Weg- und Auslassungen von den jeweiligen Übersetzer:innen umgangen wird. In Bsp. 9 etwa entfällt die Zubereitungsart *abgeschmolzen* in der italienischen Übersetzung bzw. wird durch den allgemeineren Ausdruck *tirolesi* ersetzt; die Herkunftsangabe *Südtiroler* in der deutschen Speisenbezeichnung wird im Italienischen weggelassen:

[12] Graziano (2017: 109) spricht auch von „'foreignizing' borrowing".
[13] Allerdings ist diese Explizierung mit einem gewissen Verlust an Präzision verbunden (vgl. auch Graziano 2017: 107), da *pancakes* anders als *Kaiserschmarrn* zubereitet werden.

9) *Abgeschmolzene Presskn*ödel *mit Südtiroler Graukäse, marinierter Krautsalat, Radieschen* (dt.)
Canederli pressati tirolesi con formaggio grigio, insalata di crauti marinati, ravanelli (it.) (TG)

Auch in den Beispielen 10 und 11 kommt es zu Weglassungen:

10) *Terlaner Stangenspargel* (dt.)
Asparagi di Terlano (it.)
Asparagus (en.) (GE)

11) *Käsesortiment vom Wagen* (dt.)
Formaggi assortiti dal carrello (it.)
Local cheese (en.)

Die Herkunftsbezeichnung *Terlaner* wird in Bsp. 10 ins Italienische übertragen, entfällt allerdings im Englischen. Der englische Speisenname steht überhaupt „nackt" da, da auch darauf verzichtet wird, die Spezifizierung *Stangen-* (in *Stangenspargel*) in die Fremdsprache zu überführen (dieser Zusatz fehlt auch im Italienischen). Ähnlich verhält es sich mit der englischen Speisenbezeichnung in Bsp. 11, die zwar mit der Hinzufügung *local* arbeitet, allerdings das Detail, dass der Käse auf einem Wagen serviert wird, ausspart. Hier wird gewissermaßen eine Aufwertungsstrategie durch eine andere – allerdings weit banalere – ersetzt. Solche Weglassungen wirken sich nicht zwingend negativ auf das Verständnis und die Transparenz der Speisenbezeichnungen aus (zumindest nicht in den analysierten Beispielen), nehmen aber doch Einfluss auf die Länge und die Aufwertungsdichte der Speisennamen (vgl. auch Kap. 2), die beide von der Ausgangssprache Deutsch hin zu den Zielsprachen Italienisch und Englisch deutlich abnehmen.

4. Übersetzungen und Aufwertungsstrategien

Da wir uns mit Aufwertungsstrategien und mit Übersetzungen im diskursiven Genre „Speisekarte" auseinandersetzen, ist eine naheliegende Frage, wie die Aufwertungsstrategien in den Übersetzungen behandelt werden. Werden sie übernommen, werden sie adaptiert, werden sie vielleicht sogar an die Zielkultur angepasst? Oder werden sie ganz einfach weggelassen? All diese Möglichkeiten finden sich in unserem Korpus, wie wir in diesem Kapitel zeigen werden.

4.1 Übernahme von Aufwertungsstrategien

Der Idealfall einer gelungenen Übersetzung ist, so würde man meinen, natürlich jene, die sämtliche Aufwertungsstrategien des Originaltexts als solche erkennt und ganz „treu" übernimmt:

12) *Salate und Kräuter von Mary's Garten mit Spargeln, Freilandei und Pfirsichen* (dt.)
Insalate ed erbette del giardino di Mary con asparagi, uovo ruspante e pesche (it.) (SE)

13) *Tatar vom Pusterer „Sprinzen" Rind mit Büffelmozzarella „Casa Madaio" und getoasteten Baguette Scheiben* (dt.)
Tartere di manzo "Sprinzen" della Val Pusteria con mozzarella di bufala "Casa Madaio" e crostini di baguette tostati (it.) (SE)

Sowohl die Herkunftsbezeichnungen (*von Mary's Garten*, *Pusterer Rind*) als auch die Sorten-Präzisierungen (*Freiland-*, *Sprinzen*, *Büffel-*, *Casa Madaio*) werden treu übernommen und übersetzt,[14] wobei *Sprinzen* und *Casa Madaio* für Nicht-Einheimische wahrscheinlich nicht transparent sind, weder in der Übersetzung noch im Originaltext. Hier werden also sowohl die Aufwertungsstrategien als auch deren partielle Intransparenz in der Übersetzung fortgeschrieben.

Ein schönes Beispiel für die „treue" und beinahe vollständige Übernahme der Aufwertungen ist auch die italienische Fassung unseres obigen Beispiels 1:

1') *Sichelburg's Köschtalan (kleine Kostproben, ab 2 Personen): Grillgemüse-Mozzarella-Bruschetta, Beef-Tatar in der Filoteig-Tüte, aufgeschäumte Tom Kha Gai Suppe mit Garnele und Shiitakepilzen, Bioroggen-Tirtl, Breatlcannolo mit französischem Ziegenkäse, Sichelburgs hausgemachter Speck* (dt.)
Variazione di piccoli antipasti (minimo 2 persone): bruschetta con verdure grigliate e mozzarella, vellutata "Tom Kha Gai" con gambero e funghi Shiitake, tartara di manzo in cono di pasta filo, "tirtel" di segale biologica, cannolo di pane pusterese con formaggio di capra francese, speck nostrano (it.) (SB)

Es entfällt zwar die zweimalige Nennung des Restaurantnamens und auch der regionalsprachliche Übertitel („Köschtalan"), aber sonst werden alle Aufwertungen übernommen, wobei natürlich die italienischen Termini keine aufwertenden Fremdwörter mehr darstellen; dafür wird das wörtlich übernommene „speck" zu einem solchen Exoten-Switch. „Tom Kha Gai" und „Tirtl" (stehen für Exotik und Regionalität) sind zwar übernommen, aber weiterhin eher unverständlich, während „pane pusterese" gegenüber „Breatl" einen Transparenz-Gewinn darstellt. Für „echte" Südtiroler:innen mag das Verständnis natürlich in beiden Versionen ausreichend gegeben sein.

[14] *Baguette* ist zwar ein französisches Fremdwort, sein Status als Internationalismus ohne einzelsprachliche Äquivalente lässt allerdings an seiner Aufwertungsfunktion zweifeln. Und mit dem Diminutiv bei *erbette* wird sogar eine weitere Aufwertungsstrategie hinzugefügt.

4.2 Anpassung von Aufwertungsstrategien

Gegenüber der Übernahme von Aufwertungsstrategien gibt es eine noch bessere Variante, nämlich die Anpassung der Aufwertungen an die jeweilige Zielkultur. Unser gelungenstes Beispiel dazu ist das folgende:

14) *Spiegeleier von fröhlichen Hühnern auf angebratenen Speckscheiben mit Röstkartoffel* (dt.)
Uova nostrane all'occhio di bue della val pusteria con speck e patate arrostite (it.) (PH)

In diesem Beispiel werden die *fröhlichen Hühner* in Italienisch zu *uova nostrane della val pusteria*. Anstatt das aufwertende Adjektiv *fröhlich* – das wohl die deutsche Sensibilität für das Tierwohl ansprechen soll – in die italienische Speisenbezeichnung zu übertragen, wird auf die regionale, ja lokale Herkunft (*nostrane, val pusteria*, also ‚Pustertal') der Eier, die für das Gericht verwendet werden, verwiesen. Das heißt, es kommt zu Anpassungen von Aufwertungsstrategien von einer Kultur in die andere.

4.3 Weglassung von Aufwertungsstrategien

Fast genauso häufig wie die treuen Übernahmen, und viel häufiger als die Anpassungen, finden sich in unserem Korpus Beispiele, in denen Aufwertungen aus dem Ausgangstext ganz einfach weggelassen werden.

15) *Salatbowl Sommer:*
Sommersalate, Avocado, Waldbeeren, Wassermelone
mit Maishähnchenbrust oder mit Tiefseegarnelen (dt.)
Insalata bowl estiva:
insalatine estive, avocado, frutti di bosco, anguria
con petto di pollo o con gamberi (it.) (TG)

16) *Risotto carnaroli extra bio, Pfolzna Wiesenbrennessel,*
confierte Amalfizitrone, Jakobsmuschel (dt.)
Risotto Carnaroli extra bio,
ortica, limone Amalfi, capasata (it.) (TG)

17) *Mousse vom Graukäse der Käserei Sexten / Rote Beete / Vinschger Paarlbrot-Chips* (dt.)
Mousse di formaggio grigio del Caseificio Sesto / rapa rossa / crostini di pagnotta venostana (it.)
Cream of grey cheese with beetroot and breadchips (en.) (WV)

Das letzte Beispiel soll hier genauer kommentiert werden, weil die beiden Übersetzungen sehr unterschiedlich sind. Deutsch und Italienisch entsprechen sich „treu", während aufwertende regionale Angaben und die Präzisierung der Brotsorte im Englischen verschwinden. Ähnlich verhält es sich mit dem Code-Switching: *Mousse* wird vom Deutschen ins Italienische übernommen und behält damit die aufwertende französische Identität; im Englischen wird der Begriff ganz banal durch *Cream* ersetzt. Diese Unterschiede haben allerdings keine Auswirkung auf die Transparenz der Speisenbezeichnung: Das Gericht bleibt auch im Englischen verständlich und nachvollziehbar für den Gast, nur der Eindruck von etwas Besonderem weicht hier der Banalität des Faktischen.

Wo Aufwertungen auf dem Weg von der Ausgangssprache in die Zielsprache ganz einfach verschwinden, weicht das Bemühen, den Gast auch sprachlich „auf den Geschmack zu bringen" ganz offensichtlich einem minimalistischen Zugang, als müsste der fremdsprachige Gast froh sein, überhaupt zu erfahren, um welches Gericht es sich handelt.

5. *Traduttore – traditore?*

Bereits das soeben behandelte Weglassen von Aufwertungsstrategien ist ein Beispiel von – wie sollen wir es vorsichtig benennen? – nicht optimaler Übersetzungsqualität. Eine solche kann noch viel gravierendere Aspekte annehmen, die ganz eindeutig die Transparenz und damit Verständlichkeit der Speisenbezeichnungen beeinträchtigen. Das geht bis hin zu Übersetzungsfehlern, aber beginnen wollen wir hier mit einer Reihe von Beispielen, die eigentlich in der Nähe der vielgelobten „treuen" Übersetzungen angesiedelt sind.

5.1 Nicht-Übersetzung und Übersetzungsfaulheit

Die drei folgenden Beispiele stammen aus ein und derselben Speisekarte und ähneln sich oberflächlich, weisen aber doch einen unterschiedlichen Grad an Transparenz auf. Es geht um italienische Küchen-Internationalismen, die nicht übersetzt, sondern so, wie sie sind, übernommen werden:

18) *Ravioli alla carbonara* (dt.)
Ravioli alla carbonara (it.)
Carbonara ravioli (en.) (RS)

19) *Tagliolini mit Rohschinken, Cocktailtomaten und Rucola* (dt.)
Tagliolini con prosciutto crudo, pomodorini e rucola (it.)
Tagliolini with prosciutto, cocktail tomatoes and rocket (en.) (RS)

20) *Cavatappi mit Lammragù* (dt.)[15]
Cavatappi con ragù di agnello (it.)
Cavatappi with lamb ragout (en.) (RS)

Beispiel (18) ist perfekt, denn sowohl *Ravioli* als auch *Carbonara* sind in beiden Zielsprachen schon seit langem als Lehnwörter eingebürgert (und könnten im Übrigen auch gar nicht „übersetzt" werden). Beispiel (19) ist schon etwas kritischer, denn dass *Tagliolini* eine Art von Nudeln sind, kann sich zwar ein jeder denken, aber wie diese genau aussehen,[16] das ist vielleicht schon etwas weniger bekannt. Die *Cavatappi* von Beispiel (19) dagegen sind wahrscheinlich nur Spezialist:innen der italienischen Küche geläufig, und der Ausdruck selbst ist keineswegs ein Lehnwort, weder im Deutschen noch im Englischen.

Das nächste Beispiel ist eine Art Negativ-Pendant zum obigen Bsp. (7):

21) *Schlutzkrapfen mit Topfen-Brennesselfüllung, Butter und Parmesan* (dt.)
Mezzelune ripiene di ortica e ricotta con burro e parmiggiano (it.)
"Schlutzkrapfen" with ricotta and nettle filling, butter and Parmesan (en.) (RS)

Während in Bsp. (6) der Begriff *Schlutzkrapfen* in allen drei Sprachen durch ausführliche Explizierung präzisiert wird, ist das hier nicht der Fall. In der italienischen Version haben wir immerhin eine zutreffende Übersetzung, im Englischen wird dagegen ganz einfach auf den regionalen Ausdruck zurückgegriffen, der in Anführungszeichen gesetzt, aber nicht weiter erklärt wird. Ganz ähnlich verhält es sich mit dem folgenden Beispiel, das die Bezeichnung *Schneemilch* einfach ohne weitere Übersetzung oder Erklärung übernimmt (wieder mit den Anführungszeichen als einer Art Feigenblatt), obwohl diese Nicht-Einheimischen garantiert nicht geläufig ist:

22) *Vinschger Schneemilch* (dt.)
"Schneemilch" venostana (it.) (WK)

In den Beispielen (20), (21) und (22) wird „treu" übersetzt, allerdings ohne dem Gast auf irgendeine Weise, z. B. durch eine Auflistung der Zutaten oder eine Explizierung der Zubereitung, entgegenzukommen. Die Restaurants machen sich

[15] Interessant ist bei diesem Beispiel auch die Orthographie von *ragù*, das in der deutschen und italienischen Version auf Italienisch geschrieben ist, und nur in der englischen auf Französisch (*ragout*). Das Wort kommt aus dem Französischen und ist ins Deutsche als Lehnwort mit der französischen Orthographie übernommen worden. Aber in Südtirol dürfte das italienische *ragù* (im 18. Jh. entlehnt) doch irgendwie naheliegender sein.

[16] Auf Deutsch findet man etwas ganz Ähnliches, wenn man in Google Bilder „schmale Bandnudeln" eingibt. Diesem Ausdruck mangelt es allerdings an italienischem „Flair".

hier einer „Übersetzungs- und Erklärungsfaulheit" schuldig, die sich eindeutig negativ auf die Transparenz des Speisennamens auswirkt.

Für solche Beispiele, wo fremdsprachige Namen für Gerichte, die für Nicht-Einheimische ganz sicher nicht explizit genug sind, frech und faul ganz einfach übernommen werden, haben wir wenig bis kaum Verständnis. Natürlich kann man sich die Übersetzungen von schwierigen Speisenbezeichnungen auch schenken, indem man den ursprünglichen Namen ohne weitere Erklärung übernimmt. Man ist dadurch wahrscheinlich schneller mit der Übersetzung fertig und erspart sich langwieriges Nachfragen und Nachschlagen – die Anerkennung von uns als Expert:innen kann man sich aber so nicht verdienen.

5.2 Falsche Übersetzungen

Neben solchen „übersetzungsfaulen" Beispielen gibt es in Speisekarten – wie in allen anderen translatorischen Bereichen auch – natürlich Fälle, in denen die Übersetzung offensichtlich misslungen, also schlicht und einfach falsch ist. In diesem Abschnitt haben wir Beispiele gesammelt, die unter „allerlei Unsinn" firmieren könnten:

23) *[...] pfiffiges Gazpacho-Eis* (dt.)
gelato di gazpacho piccante (it.) (TG)

24) *Kartoffelgnocchi mit Datteltomaten, Babyspinat und Gehobeltem Bergkäse* (dt.)
Potato gnocchi with date tomatoes, baby spinach and rabbled mountain kase (en.) (PM)

25) *Dreierlei Knödel* (dt.)
Tree dumpling (en.) (PM)

26) *Schweinsfilet im Bauspeckmantel* (dt.)
Pork fillet in construction bacon coat (en.) (PM)

In Beispiel 23 wird die kreative, metaphorische Bezeichnung *pfiffig* für ein Eis durch den banalen kulinarischen Ausdruck *piccante* ersetzt; in Beispiel 24 werden Datteltomaten und Bergkäse ins Englische als *date tomatoes* und als *mountain kase* übersetzt, obwohl in dieser Sprache *date* etwas ganz anderes ist und *kase* überhaupt nicht existiert.[17] In Beispiel 25 wird aus dt. *Dreierlei Knödel* auf Englisch *Tree dumpling* – eine Verwechslung zwischen zwei sehr ähnlichen englischen Wörtern: *three* und *tree*. Und bei Beispiel 26 ist der Fehler bereits im Deutschen passiert, gemeint ist dort nämlich *Bauchspeck*, aber was dort steht, das ist

[17] Immerhin weiß der/die Übersetzer:in, dass es im Englischen keinen Umlaut gibt.

Bauspeck. Und das wird dann ins Englische ganz treu und brav übersetzt, nämlich als *construction bacon*.

6. Schluss

Wir hoffen gezeigt zu haben, dass es bei Speisenbezeichnungen nicht nur um das Übermitteln möglichst präziser Information gehen kann; auch die werbende, valorisierende, ja manchmal kreativ-künstlerische Funktion der Speisekarte muss berücksichtigt werden. Transparenz und Valorisierung, beides sollte bei einer einladenden und den Appetit anregenden Speisekarte mit einer guten und präzisen Übersetzung zum Zuge kommen, und es sollte auch bedacht werden, dass Sterneköch:innen immer wieder auch um der Aufwertung willen Intransparenz in Kauf nehmen.

Auch wenn eingeswitchte Fremdwörter und fremde Fachterminologie einerseits und laienhaft und oberflächlich erstellte Übersetzungen andererseits bei den Leser:innen mancher Speisekarten den Eindruck von mangelnder sprachlicher Kundenorientierung erwecken, gibt es doch glücklicherweise auch eine Reihe von Restaurants, die die Mehrsprachigkeit in sehr verantwortungsvoller und oft raffinierter Art und Weise in ihre Speisenbezeichnungen und deren Übersetzungen einbauen.

Abschließend müssen wir Sie noch sehr eindringlich warnen – und zwar nicht vor absurden Übersetzungsfehlern, die ja mehr lustig als wirklich gefährlich sind, sondern vor gewissen Verhaltensweisen, die Sie nach dem Konsum unseres Beitrags an den Tag legen könnten: Wenn Sie also das nächste Mal mit Ihrer Familie oder mit Ihren Freund:innen in einem guten Restaurant speisen, seien Sie sich bewusst, dass ein langwieriges Studieren und Kommentieren der Speisekarte in Hinblick auf Code-Switching und andere Aufwertungsstrategien den Bestellvorgang verzögern und Ihre Tischgenoss:innen ganz schön ungeduldig machen könnte. Es ist auch nicht unbedingt geraten, den / die Kellner:in nach dem / der Chef:in zu schicken und diesem/r nahezulegen, dass er / sie die Übersetzungsfehler in der Speisekarte gefälligst korrigieren sollte. Wir raten Ihnen: Auch wenn Sie nicht immer alles verstehen, genießen Sie stattdessen doch lieber still die kleinen Kunstwerke, die die Speisennamen in der Spitzengastronomie oft darstellen können und die der Exzellenz und dem Raffinement der Speisen selbst oft in nichts nachstehen. *Bon appétit*!

Literaturverzeichnis

Braun, Richard (2009): *Condimentos lingüísticos. Estrategias de revalorización en denominaciones de platos en cartas de menú electrónicas españolas*. Universität Innsbruck: Diplomarbeit.

Calabrese, Laura / Rosier, Laurence (Hrsg.) (2013): *Le manger et le dire*. Brüssel: ASBL Degrés.

[Country] (2023): URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Country-of-Origin-Effekt [Zugriff am 24.8.2023].

Duden online (2023): *Bergamotte*; *Karamell*; *Macaron*; *Pâte sur Pâte*; *Praline*; URL: https://www.duden.de [Zugriff am 13.10.2023].

Dupuy, Jean-Philippe (2009): *Rhétorique du menu gastronomique*. In: *Communication & Langages 160*, S. 19–33.

Dupuy, Jean-Philippe (2012): *Colors of caviar: le restaurant étoilé comme espace de représentation artistique*. In: *Sociétés & Représentations 34*, S. 99–111.

Farge, Sylvain / Lavric, Eva (2017): *Eine Semiotik französischer Speisekarten. Von der Nullstufe zur individuellen Positionierung – oder: Jedem Küchenchef seine eigene „Mythologie" im Barthes'schen Sinn*. In: Szczęk, Joanna / Kałasznik, Marcelina (Hrsg.): *Intra- und interlinguale Zugänge zum kulinarischen Diskurs I*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik, S. 191–213.

Farge, Sylvain / Lavric, Eva (2018): *Le chef artiste, le convive complice : cartes et sites des restaurants gastronomiques français, allemands et autrichiens*. In: Verdier, Benoît / Parizot, Anne (Hrsg.): *Du sens à l'expérience. Gastronomie et œnologie au prisme de leurs terminologies*. Reims: ÉPURE, S. 235–270.

Göpferich, Susanne (2012): *Textproduktion im Zeitalter der Globalisierung. Entwicklung einer Didaktik des Wissenstransfers*. Tübingen: Stauffenburg.

Graziano, Alba (2017): *Marketing food through translation: an analysis of a hundred menus from Lazio*. In: *ESP Across Cultures 141*, S. 99–114.

Graziano, Alba / Mocini, Renzo (2015): *Gastronomic salience: the story behind the dishes*. In: *Fictions – Studi sulla narratività 14*, S. 123–134.

Kauffer, Maurice (1993): *La composition nominale en allemand. Étude linguistique et statistique des cartes de restaurants*. Göppingen: Kummerle.

Kauffer, Maurice (2015): *Le discours gastronomique en français et en allemand : complexité des désignations et des groupes nominaux*. In: Lavric, Eva / Pöckl, Wolfgang (Hrsg.): *Comparatio Delectat II*. Frankfurt am Main et al.: Lang, S. 257–271.

Lavric, Eva (2009): *Gastronomastics: towards a rhetoric of dish Names on restaurant menus*. In: Lavric, Eva / Konzett, Carmen (Hrsg.): *Food and language. Sprache und Essen*. Frankfurt am Main et al.: Lang, S. 29–42.

Lavric, Eva (2017): *Quand les chefs cuisiniers se mettent à faire de la poésie*. In: Costăchescu, Adriana / Popescu, Cecilia M. (Hrsg.): *Hommages offerts à Maria Iliescu*. Craiova: Editura Universitaria, S. 163–173.

Lavric, Eva (2019): *Pour une poétique des intitulés de plats français*. In: Cadeddu, Joseph / Kauffer, Maurice / Keromnes, Yvon (Hrsg.): *La gastronomie à l'ère numérique. Regards linguistiques et économiques sur l'Allemagne, la France et l'Italie*. Tübingen: Stauffenburg, S. 55–79.

Lavric, Eva (2022): *Les cartes de la grande gastronomie française – valorisation, identité, créativité*. In: Lavric, Eva / Feyrer, Cornelia / Konzett-Firth, Carmen (Hrsg.): *Le vin et ses émules. Discours œnologiques et gastronomiques*. Berlin: Frank & Timme, S. 45–82.

Lavric, Eva / Messner, Monika (2021): *Mehrsprachigkeit in Speisekarten – mit und ohne Übersetzung*. In: Lacheny, Marc / Rentel, Nadine / Schwerter, Stephanie (Hrsg.): *„It's all Greek to me". Mehrsprachigkeit aus interdisziplinärer Sicht*. Stuttgart: ibidem, S. 83–113.

Merten, Pascaline (2013): *Petit panaché de qualifiants sur lit de syntaxe nominale, coulis de comparatisme et arôme de diachronie*. In: Calabrese, Laura / Rosier, Laurence (Hrsg.): *Le manger et le dire*. Brüssel: ASBL Degrés, S. 1–22.

Messner, Monika (2022): *'Marende, Schlutzer, Gnocchi, Tiramisù' – les cartes de restaurants (multilingues) au Tyrol du Sud*. In: Lavric, Eva / Feyrer, Cornelia / Konzett-Firth, Carmen (Hrsg.): *Le vin et ses émules. Discours œnologiques et gastronomiques*. Berlin: Frank & Timme, S. 83–109.

Oberwalder, Irmgard (2008): *Dis-moi ce que tu manges, je te dirai ce que tu es. Aspects linguistiques et discursifs des cartes de restaurants*. Universität Innsbruck: Diplomarbeit.

Puspa, Vindy M. / Alamsari, Fuji (2021): *Code mixing on menu brochure in cafes and the implications for tourist attractions, in Badung, INA*. In: *International Journal of Applied Linguistics & English Literature 10/3*, S. 62–67.

Riley-Köhn, Sibylle (1999): *Englische Kochrezepte und Speisekarten in Vergangenheit und Gegenwart. Eine linguistische Analyse zur Fachsprache der Gastronomie*. Frankfurt am Main et al.: Lang.

Rossette, Fiona (2013): *Sur les titres de plats anglais : quelle 'mise en bouche'? Quelques remarques contrastives anglais / français*. In: Calabrese, Laura / Rosier, Laurence (Hrsg.): *Le manger et le dire*. Brüssel: ASBL Degrés, S. 1–16.

Vinay, Jean-Paul / Darbelnet, Jean (1958): *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Paris: Didier.

Korpus

Auf die Homepages der Restaurants unseres Korpus wurde zuletzt am 9.11.2023 zugegriffen.

[AS] Apostelstube (Brixen, https://www.hotelelephant.com/restaurants/restaurant-apostelstube)
[FS] Forst Schlosswirt (Algund, https://www.schlosswirt-forst.it/)
[GE] Gourmetstube Einhorn (Mauls, Sterzing, https://www.stafler.com/de/gourmet-hotel-suedtirol/gourmetstube-einhorn/philosophie-gourmet-einhorn.html)
[PH] Pizzeria Hans (Toblach, https://pizzeria-hans.com/)
[PM] Pizzeria Mairl (Antholz, keine Homepage vorhanden)
[RS] Rischon (Reischach, https://www.rischon.it/)
[SB] Sichelburg (Pfalzen, https://www.sichelburg.it/restaurant-suedtirol/)
[SE] Schöneck (Mühlen, Pfalzen, https://www.schoeneck.it/de/home)
[SM] La Stüa de Michil (Corvara, Alta Badia, https://www.lastuademichil.it/de/)
[TG] Tower Garden (Vahrn, Brixen, https://www.tower-garden.it/de)
[WV] Wirtshaus Vögele (Bozen, https://www.voegele.it/)
[ZR] Zur Rose (St. Michael, Eppan, https://www.zur-rose.com/)
[WK] Hotel Weisses Kreuz (Burgeis, https://www.weisseskreuz.it/)