

Gastronomija i ugostiteljstvo

predznak integracije i asimilacije

U Wiesbadenu je 26. veljače 2015. otvorena izložba „*Integracija je užitak*“ (Integration ist ein Genuss). Ali bez uvijanja, moglo bi se kazati: „*Integracija je stvar ukusa*“! Zašto?

Prije dvadeset godina, na adresu redakcije *Riječi* stiglo je pismo Pere Homovca iz Wiesbadena¹, a koje je u cijelosti objavljeno u broju 7 iz 1994. godine. Gospodin Homogen se u pismu žustro osvrće na u *Riječi* objavljenom razgovoru vođenom s gospodinom Karkovi-ćem, tadašnjim voditeljem restorana „Split“ u Wiesbadenu. Restoran „Split“ je u to vrijeme izvrsno poslovao, ne zbog toga što su Nijemci otkrili *hrvatsku kuhinju*, nego je taj lokal bio strateški dobro smješten uz kompleks kasarni američke vojske i nudio *fast food* za marince „á la obilno i jeftino“! S nacionalnim specijalitetima panonske ili dalmatinske kuhinje to prema Nikoli Karkoviću ne bi bilo moguće. Prošlo je dvadeset godina. U Wiesbadenu je organizirana postava internacionalne kulinarske ponude i uz suradnju *Hrvatske kulturne zajednice* iz Wiesbadena, ali bez predstavnika hrvatske nacionalne kuhinje i/ili ugostitelja.

Da li je Nikola Karković bio u pravu? Prigodna izložba u muzeju grada Wiesbadena, Ellenbogen Str. 7 je dobra prilika da se preispita dvadeset godina stara tvrdnja Pere Homovca. *Odgovor - kako činjenice*

¹ Pero Homovec: Ideja „*Restaurant Croatica*“ živi, suprotno tvrdnji Nikole Karkovića. Dapače, ona proširuje svoju djelatnost, stiže sve veći broj članova i pomaže ugostiteljsku i gastronomsku akciju svih hrvatskih ugostitelja te ujedno i gospodarsku i turističku promidžbu „*Lijepa naše*“. U „*Riječi*“ broj 7, Wiesbaden, 1994.

govore da je Karković bio u pravu, a ne Homovec – suviše pojednostavljeno rješenje.

U traženju objašnjenja zašto je to tako, pronalazimo puno razloga od kojih ni jedan sam po sebi ne bi bio dovoljan za rasplet slučaja. Jedan od bitnih uvjeta za pružanje

ugostiteljske usluge na osnovi nacionalne kuhinje je njemačko, zakonsko priznanje kako ta kuhinja (stvarno i) postoji. Takvog priznanja, unatoč, često prenaplašenom prijateljstvu pojedinih njemačkih političara spram Hrvatske - do danas nema!

Naši bi ugostitelji u Njemačkoj mogli u Hrvatsku dovesti 15 milijuna turista, govorio je Jerko Čutura, predsjednik „Udruge hrvatskih ugostitelja“ u njemačkoj pokrajini Nordrhein-Westfalen.

Ali i ta se ideja, prije deset godina predstavljena u radionici „Mehr Ausbildung für Migrant-/innen“, Köln 2004. – nije ostvarila. Razlog nije samo u tome kako je naglasio Čutura: *Hrvati koji žive izvan domovine očekuju da se konačno pojavi osoba u Hrvatskoj koja će im pomoći u realizaciji njihovih ideja i koja bi razumjela njihove gospodarske probleme.*

Jer problem je sustavnog karaktera. U Hrvatskoj se ne koriste potencijali promidžbe hrvatskog turizma preko Hrvata koji žive vani. Posebno ne preko hrvatskih restorana, a kojih je samo u Njemačkoj preko četiri tisuće. Hrvatski turistički djelatnici i dalje se odlučuju na promidžbu preko velikih turističkih sajмова, premda bi, kaže Čutura, *puno bolje i isplativije bilo promovirati hrvatski turizam preko naših restorana, jer su svi njemački gosti - potencijalni hrvatski turisti.* O kakvim se potencijalima radi, govori i podatak da se u hrvatskim ugostiteljskim objektima u njemačkim gradovima godišnje proda ca. 110 milijuna obroka koje konzumira oko 15 milijuna gostiju, a koji bi svi za svoje odredište odmora, mogli odabrati baš Hrvatsku. Ali i ova ideja „Udruge hrvatskih ugostitelja u NRW/Njemačka“ ugasila se prije nego li se počela ostvarivati. Republika Hrvatska je i dalje zemlja koju napuštaju obrazovani kadrovi, ali bez Ureda za koordiniranje i izobrazbu u inozemnim poduzećima. Takav ured postoji u SR Njemačkoj, koja nije samo zemlje useljenika (*Einwanderungsland*), nego i iseljenika. Značajan broj stručnjaka napušta Njemačku. Ali

Prilog hrvatskoj kuhinji ukusom do jezika

Mmm... Štrudla od jabuke (iliti Strudel prema receptu Bečke kuhinje, majstora Puecha iz 1696.) je štrudla od jabuke, bez obzira koliko je u njoj cvebe (i.e. prema بيبز arb. zibiba), oraha ili cimeta (i.e. hebr. קִנְמֹן, qinnāmôn), a da ne govorimo o šećeru (i.e. sanskrt *śarkarā*) koji pak porijeklom nije voće, nego povrće (tj. repa, u boljem slučaju trava, što će reći šećerna trstika). A servira se i uz sos od vanilije (prema latinskom deminutivu vaina, od imenice vagina, -ae, f).

oni ne prestaju biti gospodarski faktor za matičnu zemlju.

Naprotiv! Upravo ti iseljenici u novoj domovini traže proizvode iz zemlje porijekla. Slično vrijedi za Kineze, jednako kao i Fince ili pak turske iseljenike. Ali ne i hrvatsko iseljeništvo, kojemu je korištenje hrvatskih ugostiteljskih usluga, nešto kao nenamjensko korištenje sredstava.

Tome pridonosi i to što je u Njemačkoj 1998. godine *stavljen katanac*² na vrata koja vode u *hrvatske restorane*. Iz njemačke kulinarske i ugostiteljske scene, izbrisani su i *hrvatska kuhinja* i *hrvatski specijaliteti*. – Prošlo je trinaest godina kako je Ministarstvo rada Njemačke zajedno sa njihovom strukovnom udrugom (Zentralstelle für Beschäftigung) donijelo odluku da se ukine status *specijaliteti hrvatskih restorana* u Njemačkoj. To je značilo da se ti restorani ne mogu više deklarirati kao oni u

kojima se izrijekom nude hrvatski specijaliteti. Istovremeno su time izgubili i pravo na dovođenje stručnjaka iz domovine. Time je zastao i razvoj identiteta hrvatske nacionalne kuhinje u Njemačkoj. Najveću štetu od toga su imali hrvatski proizvođači hrane i pića, hrvatski turizam i općenito promidžba Hrvatske.

A i bonus ulaska Republike Hrvatske u Europsku Zajednicu još čeka da bude iskorišten. Sustavno iskorištavanje lokala hrvatskih ugostitelja za promidžbu hrvatskog gospodarstva i turizma ne ovisi samo o priznanju postojanja toliko diskutiranog pitanja *nacionalne kuhinje*. Hrvatski proizvod i usluga može, ili bi mogla biti zadaća svakog poduzetnika, kao i svake udruge koja ostvaruje promet u Europskoj Zajednici, bez obzira na okoliš lokalnog društva.

Kako dakle sugrađane u Njemačkoj uvjeriti kako naša kuhinja nije samo obilježena kao *kuhinja mljevenog mesa*? U čijim je rukama ključ povratka i daljeg razvoja hrvatskog gastronomskog identiteta u Europi? I što bi to bila *hrvatska kuhinja*?

Ne sumnjamo kako i u hrvatskim restoranima *mirišu* iz kuhinja i lonaca i brojna hrvatska jela. No za povratak naziva *hrvatska kuhinja*, trebat će puno više vremena i truda. Na primjeru izložbe u Wiesbadenu pokazano je nekoliko uspješnih poduzetničkih ostvarenja iz redova useljenika koji su, kako to pokazuju statistički podaci, u svim razdobljima dvadesetog stoljeća bili u izravno odnosu prema broju stranaca u gradu. A 1.300 Hrvatica i Hrvata u Wiesbadenu živi i dalje bez *hrvatske kuhinje*!

² Quelle: Sonja Breljak: ŠTO BI TO BILA – HRVATSKA KUHINJA? <http://www.hrvatskiglas-berlin.com/?p=757>