

**Joanna Szczęk, Marcelina
Kałasznik**

**Das kulinarische Wrocław – Auf der
Suche nach der regionalen Identität
am Beispiel der Namen für
Restaurants in Wrocław**

Studia Germanica Gedanensia 35, 126-143

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Joanna Szczęk / Marcelina Kałasznik
Universität Wrocław

Das kulinarische Wrocław – Auf der Suche nach der regionalen Identität am Beispiel der Namen für Restaurants in Wrocław

Culinary Wrocław – In Search of regional identity on the example of the names of restaurants in Wrocław. – Each region is sometimes identified by tourists not only through its tourist attractions but also increasingly by culinaries, which is a part of the wider culinary tourism. The space in which culinaries are manifested are culinary places – restaurants, where you are served often regional dishes. The subject of our discussion are the names of the restaurants in Wrocław and the aim is to examine whether, as such, they can contribute to regional identity. The corpus includes approximately one thousand names of Wrocław's modern restaurants, which were ordered according to their composition and underlying motivation.

Keywords: culinaries, regional identity, names of restaurants, Wrocław, chrematonyms

Kulinary Wrocław – W poszukiwaniu tożsamości regionalnej na przykładzie nazw restauracji we Wrocławiu. – Turyści łączą z danym regionem nie tylko atrakcje turystyczne, ale także potrawy, które są charakterystyczne dla kuchni danego regionu. Trend łączenia podróżowania z poznawaniem kuchni narodowej czy lokalnej wpisuje się w aktualnie dynamicznie rozwijającą się turystykę kulinarną. Szczególną rolę w podróżowaniu tego typu, poświęconemu przede wszystkim poznawaniu nowych smaków, odgrywają miejsca kulinarne – przede wszystkim restauracje, w których podawane są potrawy regionalne.

Przedmiotem niniejszego opracowania są nazwy restauracji we Wrocławiu. Analiza ma na celu udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy nazwy wrocławskich restauracji zawierają komponenty, które stanowiłyby nawiązania do kulinarnej tożsamości regionalnej. Korpus składa się z około tysiąca nazw restauracji wrocławskich. Zgromadzone nazwy zostały podzielone strukturalnie oraz według kryterium motywacji.

Słowa kluczowe: kulinaria, tożsamość kulinarna, nazwy restauracji, Wrocław, chrematonimy

0. Einführende Bemerkungen

Der neulich beobachtbare Anstieg des öffentlichen Interesses am Kulinarischen verleitet einen zu Überlegungen über die kultur- und identitätsbildende Rolle von Kulinarieren in der jeweiligen Gesellschaft und dem jeweiligen Raum. Man klassifiziert nämlich gerne das kulinarische Angebot der jeweiligen Region, indem man solche Bezeichnungen verwendet, wie etwa: deutsche, russische, griechische, kroatische, ungarische, georgische, chinesische Küche, und assoziiert damit bestimmte Speisen, Geschmäcke, Gewürze und Eindrücke,

die auf Reisen gesammelt werden. Sie bilden demnach auch einen wichtigen Bezugspunkt für die ganzheitliche Wahrnehmung der jeweiligen Region. Bestätigung dafür findet man in der sich aktuell florierend entwickelnden kulinarischen Touristik, die ausgelegt wird als: „odkrywanie świata za pomocą zmysłu smaku i węchu“.¹ Im Rahmen der kulinarischen Touristik werden sogar die sog. kulinarischen Routen angeboten, die einen Versuch darstellen, während einer Reise Kulturelles und Kulinarisches zu verbinden.²

Die Kulinarier werden dabei als ein Element der regionalen Identität betrachtet. Dies bestätigt FEYRER (2009: 389), indem sie anführt, „dass wir Menschen uns über Kultur und Kulinarika definieren und Kulinarika als identitätsbildende Faktoren eine große Rolle im intra- und interkulturellen und sozialen Zusammenleben spielen.“ Es wird auch hervorgehoben, dass

Z całą pewnością można zaliczyć kuchnię do ‚struktur długiego trwania‘ (BRAUDEL 1999), które zmieniają się dyskretnie i bardzo powoli, tworząc podstawę kulturowej tożsamości, wyznaczając ramy postrzegania świata, standardy percepcyjne i aksjologiczne [...]³ (ŁEŃSKA-BAK 2007: 9).

Ein unabdingbares Element des Kulinarischen⁴ sind kulinarische Orte, an denen Kulinarier manifestiert werden. Darunter verstehen wir alle Gelegenheiten und Orte, an denen das Essen im Mittelpunkt steht. Das markanteste Beispiel dafür ist ein Restaurant, das folgendermaßen definiert wird: „Gaststätte, in der Essen serviert wird; Speisegaststätte“⁵, und dem folgende Synonyme zugeordnet werden können:⁶ *Gasthaus, Gasthof, Gastwirtschaft, [Speise] gaststätte, [Speise]-lokal*; (gehoben) *Etablissement*; (leicht abwertend) *Gourmettempel*; (veraltet) *Speisehaus*; (österreichisch und schweizerisch veraltet) *Restauration*.

Der Gegenstand des vorliegenden Beitrags sind die Namen von Restaurants in Wrocław. Wrocław – das Herz Niederschlesiens – betrachten wir dabei als einen Raum, in dem sich im Laufe der Jahrhunderte eine bestimmte kulinarische Tradition herausbilden konnte. Es wird von der These ausgegangen, dass sich die Vorliebe der Einwohner für bestimmte Geschmacksrichtungen auf der Ebene der Namen von Restaurants in Wrocław manifestieren kann. Die der Studie zu Grunde liegenden Namen der Restaurants fassen wir somit als einen Spiegel dessen auf, welche Rolle eine bestimmte regional oder national geprägte Küche in Wrocław spielt.

¹ Das Entdecken der Welt mit Geschmacks- und Geruchssinn (Übersetzung – J.S.), vgl. <http://www.podroze.pl/aktualnosci/turystyka-kulinar-na-nowy-trend-na-urlopowej-mapie-/4155/> [Zugriff am 17.03.2016].

² Vgl. hierzu touristische Angebote für kulinarische Reisen, z.B. bei <http://travelme.pl/podroz-kulinar-na/> [Zugriff am 17.03.2016], http://www.polkatravel.pl/pl/podroze_kulinarne/ [Zugriff am 17.03.2016], <http://www.visatravel.com.pl/podroze-kulinarne,lp,643.html> [Zugriff am 17.03.2016] u.a., sowie die Tätigkeit von Polskie Stowarzyszenie Turystyki Kulinarnej in <http://pstk.pl/> [Zugriff am 17.03.2016].

³ Mit Sicherheit kann die Küche zu den ‚Strukturen von langer Dauer‘ (BRAUDEL 1999) gezählt werden, die sich diskret und sehr langsam verändern. Daher bildet sie eine Grundlage für kulturelle Identität und setzt den Rahmen der Weltwahrnehmung sowie perzeptiv und axiologische Standards. (Übersetzung – M. K.).

⁴ Verstanden nach Duden als ‚die Kochkunst betreffend‘, vgl. <http://www.duden.de/rechtschreibung/kulinarisch> [Zugriff am 15.03.2016].

⁵ Vgl. <http://www.duden.de/rechtschreibung/Restaurant> [Zugriff am 29.02.2016].

⁶ Ebd.

Das Korpus unserer Untersuchung umfasst ca. 1000 Namen für gegenwärtige Restaurants in Wrocław, die Internetquellen entnommen wurden⁷. Im Lichte der formulierten Eingangsannahmen besteht das Ziel unserer Untersuchung darin zu überprüfen, inwieweit sich eine bestimmte kulinarische Tradition in den Namen von Restaurants niederschlägt. Die Antwort auf diese Frage kann einen Ausgangspunkt für die Überlegungen über die kulinarisch geprägte Identität von Wrocław bilden.

1. Kulinarische Touristik

Die Thematik des Beitrags reiht sich in die *kulinarische Touristik* ein, die folgendermaßen verstanden wird: „podróżowanie w celu poszukiwania i smakowania gotowych potraw i napojów”⁸ (WOLF 2004). Sie ist eine komplexe Erscheinung und umfasst folgende Aspekte:

spotkanie się ze znanym restauratorem lub szefem kuchni, uczestniczenie w konkursach gastronomicznych, udział w ceremonii otwarcia nowych restauracji, poszukiwanie ‚zwyčajnych‘ lokali gastronomicznych (służących głównie miejscowej ludności), uczestniczenie w festynach i konkursach gastronomicznych, poszukiwanie konkretnych składników potraw a także poruszanie się tzw. szlakami gastronomicznymi⁹ (WOLF 2004: 5–6, zit. nach KOWALCZYK 2005: 40).

Daher kann man in diesem Kontext noch eine breitere Definition anführen:

Turystyka kulinarna jest tematycznym podróżowaniem w celu poznawania lokalnych, regionalnych i narodowych surowców, produktów żywnościowych, a także tradycyjnych potraw w przestrzeni turystycznej zarówno obszarów wiejskich, jak i miejskich.¹⁰ (WOŹNICZKO/JĘDRYŚIAK/ORŁOWSKI 2015: 19)

In der Forschungsliteratur wird zugleich hervorgehoben, dass diese Wahrnehmung des Kulinarischen unter anderem durch Besuche kulinarischer Orte erfolgt (vgl. ebd.). Es handelt sich dabei um folgende die kulinarische Landschaft einer Region bildende Orte und Aktivitäten lokalen Charakters (TOMCZAK 2013: 48–49, Hervorhebung – J.S., M.K.):

miejsca, gdzie można kupić i skosztować produktów kuchni lokalnej czy regionalnej, wydarzenia, takie jak: festiwale kulinarne, jarmarki i targi z regionalną żywnością, pokazy kulinarne i degustacje, pokazy sztuki przyrządzania potraw, winobrania i inne zbiory;¹¹

⁷ Vgl. Quellenverzeichnis am Ende des Beitrags.

⁸ Das Reisen mit dem Ziel, fertige Gerichte und Getränke zu suchen und zu kosten. (Übersetzung – J.S.).

⁹ Treffen mit einem bekannten Restaurantbesitzer oder Küchenchef, Teilnahme an gastronomischen Wettbewerben, an den Eröffnungen von neuen Restaurants, Suche nach ‚normalen‘ gastronomischen Lokalen (die v.a. der lokalen Bevölkerung dienen), Teilnahme an Festen und gastronomischen Wettbewerben, Suche nach konkreten Zutaten und Sich-Bewegen auf den sog. gastronomischen Routen. (Übersetzung – J.S.).

¹⁰ Kulinarische Touristik ist ein thematisches Reisen mit dem Ziel, regionale und nationale Stoffe, Lebensmittel sowie traditionelle Gerichte im Bereich der Touristik sowohl auf dem Lande als auch in den Städten kennen zu lernen. (Übersetzung – J.S.).

¹¹ Orte, wo man Produkte der lokalen oder regionalen Küche kaufen oder kosten kann, Ereignisse, wie z.B.: kulinarische Festivals, Jahrmärkte und Messen mit regionalem Essen, kulinarische Shows und Degustationen, Koch-Vorführungen, Weinrebe und andere Ernten. (Übersetzung – J.S.).

Zu solchen kulinarischen Orten gehören zweifelsohne Restaurants, deren Namen in vielen Fällen den Charakter der servierten Gerichte ankündigen und oft einen Bezug auf die jeweilige Region nehmen.

2. Wrocław auf kulinarischer Route

„Trudno określić kuchnię Wrocławia jednym zdaniem. Na pewno jest wyjątkowa, bo składa się z tradycji wielu stron kraju, Europy i świata, niezwykle urozmaicona, niejednorodna, bogata w smaki i smaczki, pomysłowa i bardzo apetyczna”.¹² (JAKIMOWICZ-KLEIN/SOBEL 2008: 7). Das Zitat bestätigt die Tatsache, dass Wrocław als ein Tiegel der Multikulturalität betrachtet werden kann, als Treffpunkt von Vertretern verschiedener Kulturen und unterschiedlicher Einflüsse. Dies alles bleibt auch nicht ohne Einfluss auf Kulinarisches.

Die kulinarische Landschaft in Wrocław bilden nicht nur regionale Speisen, Getränke und Kochrezepte, nach denen sie zubereitet werden, sondern auch Orte¹³, an denen sie einem angeboten werden. Wie man liest:

Starsi wrocławianie z sentymentem wspominają lokale dawnego Wrocławia, które miały swoją historię i potrafiły być tak zróżnicowane jak ludzie, którzy je odwiedzali. [...] Dziś niejednokrotnie same nazwy dawnych restauracji, kawiarni czy barów budzą emocje i sympatyczne wspomnienia...¹⁴ (JAKIMOWICZ-KLEIN/SOBEL 2008: 153).

Es handelt sich dabei um solche Restaurants, wie z.B. (ebd.: 153–161): *Czarny Piotruś, Monopol, Pod Rybką, Klubowa, Pod Złotą Kaczką, Rarytas, U Fonsia, Egzotyczna, Klub Dziennikarza, Bałtyk, Saska, Czardasz, Bieriozka, Astoria, Harenda* u.a. Es finden sich auch einige Bars, wie z.B. (ebd.: 161–162): *Sportowy, Tempo, Mysliwski, Biesiada, Wiking, Jacek i Placek, Rumcajs, Miś* u.a., und Cafés, z.B.: *Małgorzatka, Teatralna, Centralna, Kolorowa, Alibaba, Witaminka* u.a. sowie Konditoreien, wie z.B.: *Oleńka, Warszawska* u.a. Die kulinarische Landschaft in Wrocław ergänzen Bierstuben, wie z.B.: *Spiż, Piwnica Świdnicka*.

¹² Es ist schwierig, das Wesen der Küche von Wrocław mit einem Satz zu erfassen. Mit Sicherheit ist sie außerordentlich, weil sie aus Traditionen vieler Landesecken sowie aus europäischen und weltlichen Traditionen schöpft, äußerst vielfältig, heterogen, reich an Geschmücken, einfallsreich und sehr appetitlich ist. (Übersetzung – M. K.).

¹³ Teilweise können die hier besprochenen kulinarischen Orte als kultur-kulinarische Orte betrachtet werden, die folgendermaßen definiert werden: „ein Raum, in dem Essen und Kunst sich auf gleicher Augenhöhe begegnen. Das Essen als Thema und Tätigkeit dient einerseits kulinarischen und andererseits kulturellen Zwecken. Ein kultur-kulinarischer Ort reagiert und nimmt Bezug auf verschiedenste gesellschaftliche Phänomene wie sich verändernde kulinarische Kommunikationsräume, einen Bedeutungswandel der menschlichen Sinne, die Entwicklungen der Esskultur im Allgemeinen und auf Tendenzen im Bereich Kultur, speziell der Rezeption kultureller Angebote und dem Stellenwert und den Funktionen von Kultur.“ (SCHWERMER-FUNKE 2007: 21).

¹⁴ Die älteren Bewohner von Wrocław denken mit Sentiment an Lokale des damaligen Wrocław zurück, die ihre eigene Geschichte hatten und so unterschiedlich wie die Menschen waren, die sie besuchten. [...] Heute erwecken allein die Namen von damaligen Restaurants, Cafés und Bars Emotionen und nette Erinnerungen... (Übersetzung – M.K.).

In diesem Zusammenhang ist auch „Dolnośląska Loża Kulinarna“ zu erwähnen, d.h. der Verein der Küchenchefs, dessen Ziel ist „uzyskiwanie informacji o światowych trendach kulinarnych oraz wiedzy w zakresie norm żywienia.“¹⁵ (JAKIMOWICZ-KLEIN/SOBEL 2008: 176). Ergänzend sei auch auf die kulinarischen Feste und Veranstaltungen hingewiesen, wie z.B.: „Mistrzostwa Polski w Grillowaniu“, „Wrocławskie Targi Książki Kulinarnej“, „Dolnośląski Festiwal Dyni w Ogrodzie Botanicznym“, „Wrocławskie Święto Mąki“, „Wrocławskie Warsztaty Piwowskie“, „Festiwal Znanych i Nowych Marek“ (ebd.: 175-184).

In diesem Kontext kann man Restaurants zu Trägern des Kultur-Kulinarischen rechnen. Die beiden Elemente: gastronomische Lokale und die darin servierte Speisen lassen sich nicht voneinander trennen, worauf auch in der einschlägigen Literatur hingewiesen wird: „We Wrocławiu jest kilkaset miejsc, w których można dobrze zjeść, są też lokale wyjątkowe...“¹⁶ (JAKIMOWICZ-KLEIN/SOBEL 2008: 7). Es finden sich nämlich bestimmte Speisen regionalen Charakters, die in einigen gastronomischen Lokalen serviert werden und deren Zugehörigkeit zu der Küche in Wrocław hervorgehoben wird, z.B.: *Gospoda Wroclawska* – „Kaczka po królewsku w sosie żurawinowo-wiśniowym.“

Andererseits liest man aber: „Oferta lokali jest bardzo szeroka. Obok restauracji serwujących polskie potrawy i aromaty coraz częściej powstają restauracje z tak modną obecnie kuchnią fusion“¹⁷ (JAKIMOWICZ-KLEIN/SOBEL 2008: 7).

3. Zum Status der Namen für Restaurants

Die Namen von Restaurants gehören zweifelsohne zu den Eigennamen. Da jedoch Eigennamen in Subtypen zerfallen, wird der onomastische Status von Namen für Restaurants in der Forschungsliteratur unterschiedlich bestimmt, wenn sie überhaupt in die Typologien von Onymen aufgenommen werden.

Nach manchen Auffassungen werden Namen von Restaurants zu Chrematonymen gezählt, also zu der Gruppe, die „nazw[y] związane z wytworami rąk i myśli człowieka“¹⁸ (vgl. BIOLIK/DUMA 2011: 9) umfasst.

Aus der Forschungsliteratur ergibt sich deutlich, dass Chrematonyme eine spezifische Gruppe unter Eigennamen bilden, da sie häufig Merkmale sowohl der Eigen- als auch der Gattungsnamen aufweisen. Ihre Nähe zu den Gattungsnamen lässt sie oft in dem Übergangsbereich zwischen Eigen- und Gattungsnamen verorten, wobei in der aktuellen onomastischen Forschung Chrematonyme als eine separate Eigennamenklasse einen festen

¹⁵ Informationen über die kulinarischen Trends in der Welt und über das Wissen im Bereich des Alimentären zu gewinnen. (Übersetzung – J. S.).

¹⁶ In Wrocław gibt es einige hundert Lokale, wo man gut essen kann, es gibt aber auch außergewöhnliche Lokale... (Übersetzung – M. K.).

¹⁷ Das Angebot an Lokalen ist sehr breit. Neben Restaurants, in denen polnische Speisen serviert werden und polnische Aromen genossen werden können, werden immer häufiger Restaurants mit der so aktuellen modischen Küche Fusion geöffnet. (Übersetzung – M. K.).

¹⁸ Namen, die mit Produkten von menschlichen Händen und menschlichen Gedanken verbunden sind. (Übersetzung – J.S.).

Platz in Typologien von *Propria* einnehmen. In diesem Zusammenhang soll auf bestimmte Aspekte hingewiesen werden, durch die sich Chrematonyme von anderen nahe liegenden Eigennamenklassen unterscheiden (vgl. ŠRÁMEK 1996: 1562):

- Spezifik der zu benennenden Objekte: typisch für Chrematonyme ist die Verankerung der von ihnen benannten Objekte „[...] in den sozialen, politischen, (historisch)kulturellen, bei Warennamen überwiegend in den ökonomischen Strukturen der gegebenen Sprachgesellschaft [...]“ (ŠRÁMEK 1996: 1562). Die breite Palette an Lebensbereichen, mit denen chrematonymische Namen verbunden sind, weist erstens auf den starken Bezug der Chrematonyme auf Gesellschaft und zweitens auf die potenzielle Offenheit der Klasse von Namen hin. Betrachtet man die von Chrematonymen benannten Objekte, ergibt sich die Zweiteilung in Einzel- und Mengenobjekte, wobei die ersteren die Singularität und die klare Identifizierung des Objekts voraussetzen, während mit den letzteren vor allem Objekte gemeint werden, die serienhaft und massenweise hergestellt werden können.
- sprachliche Seite: Chrematonyme enthalten einen großen Anteil an Appellativa und ihr onomastischer Status ist in erster Linie durch die Spezifik der zu benennenden Objekte und nicht durch Sprachmittel, die bei Namenvergabe eingesetzt wurden, gesichert. In diesem Sinne ist es wichtig, dass Chrematonyme im Gegensatz zu anderen Namenklassen, die ebenfalls aus dem appellativischen Repertoire schöpfen, z.B. Anthroponyme oder Toponyme, ihren begrifflichen Inhalt nicht verlieren. Die Durchsichtigkeit ermöglicht darüber hinaus die Übertragung der Namen in eine andere Sprache. Im Hinblick auf die Komponenten der Chrematonyme lässt sich die mit anderen Klassen von Eigennamen übereinstimmende Tendenz beobachten, nämlich den Einsatz von sowohl appellativischen als auch proprialen lexikalischen Einheiten, sowie ihrer Kombination.
- pragmatische Funktion in der Kommunikation: „Die onymischen Funktionen, die die Chrematonyme zu erfüllen haben, sind im allgemeinen zweidimensional: wie alle EN-Klassen drücken sie das Merkmal der Proprialität (‘ein EN zu sein‘) und zugleich das chrematonymisch spezifizierende Merkmal aus.“ (ŠRÁMEK 1996: 1566).

Aus den Ausführungen von ŠRÁMEK (1996) und anhand von Beispielen, die in seinem Beitrag angeführt werden, geht hervor, dass nach seiner Auffassung Namen von Restaurants zu Chrematonymen gezählt werden können. In der Fachliteratur findet man allerdings auch solche Meinungen, dass Namen von Restaurants selbst wegen der Etymologie des Terminus *Chrematonym*, die auf seine Herkunft von dem gr. *chrema*, *chrematos* (‘Sache, Ware‘) hinweist, zu dieser Eigennamenklasse nicht gehören können (vgl. KOSYL 1993), da es sich bei Restaurants um keine Sachen oder Waren handelt.

Nach anderen Auffassungen werden Namen von Restaurants zu Toponymen gezählt. Dem liegt die Argumentation zugrunde, dass sie Objekte benennen, die auf Dauer im Raum situiert sind und problemlos lokalisiert werden können (vgl. PRZYBYLSKA 2002: 247). Es kann auch nicht bezweifelt werden, dass es sich bei Namen von Restaurants um bestimmte Orte handelt, was ihre Zuordnung als Mikrotoponyme legitimiert.

GAŁKOWSKI (2011) betrachtet die beiden Standpunkte als nicht gegensätzlich, sondern vertritt die Meinung, dass man die besprochenen Namen in die sich sehr expansiv

entwickelnde Klasse der Chramatonyme einschließen und unter Anwendung von Methoden der Toponomastik untersuchen kann.

Daran anschließend betrachten wir die unserem Beitrag zugrunde liegenden Namen für Restaurants in Wrocław als Eigennamen – Chrematonyme. Genauer ließen sie sich nach den slawischen onomastischen Auffassungen unter die Gruppe der Chrematonyme subsumieren, die mit dem polnischen Terminus *urbochrematonim* bezeichnet wird. Es handelt sich somit um Namen, die die städtische Landschaft prägen (vgl. z.B. DOMBROWSKI 2015: 31).

3.1 Namen für Restaurants in der Forschung

Die Namen von Restaurants sind selten Gegenstand der Forschung. In Bezug auf die polnische Onomastik findet man Studien zu den Namen von gastronomischen Lokalen, die sich auf eine bestimmte Stadt beschränken, z.B. auf Szczecin bei AFELTOWICZ (2000), auf ganze Regionen wie z.B. Umkreis von Gdańsk bei BREZA (1988) oder Woiwodschaft Ermland-Masuren bei BIOLIK (2011) sowie ganze Länder, wie z.B. Weißrussland bei DUSZYŃSKI (2001).

BREZA (1988: 116–117) schlägt eine semantische Analyse der gastronomischen Namen in Gdańsk vor. Er unterscheidet zuerst zwei Gruppen der Namen:

1. Namen, die von den Eigennamen gebildet werden. Dabei werden vor allem folgende Klassen von Eigennamen vertreten: männliche und weibliche Vornamen, Nationalitätsbezeichnungen, mythologische Namen, literarische Pseudonyme, geographische Namen u.a.;
2. Namen, die von den Appellativa gebildet werden. Folgende Kategorien von Appellativa werden dabei berücksichtigt: Bezeichnungen der gastronomischen Lokale, Pflanzenbezeichnungen, Baumbezeichnungen, Tierbezeichnungen, Bezeichnungen für Speisen und Getränke, die für das Lokal typisch sind, Gebäudebezeichnungen, Bezeichnungen für Trinkgefäße, Windenamen, Bezeichnungen für mythologische Begriffe und Gestalten, Bezeichnungen für Schiffe und deren Teilen, Bezeichnungen für Größe, Gestalt und Ausstattung des jeweiligen Lokals, Menschenbezeichnungen, Stimmungsbezeichnungen, Bezeichnungen für Navigationsgeräte, Bezeichnungen für die Lage des Lokals.

In jeder Gruppe finden sich jedoch Beispiele für Namen, die ganz allgemein als seltsam aufgefasst werden können, da deren Motivation nicht durchsichtig ist.

AFELTOWICZ (2000: 197) unterscheidet in Anlehnung an PRZYBYLSKA (1992) drei Typen der Nominationsprozesse in Bezug auf die polnischen Namen von Restaurants, die teils auf dem lexikalischen und teils auf dem strukturellen Kriterium basieren:

1. „wybór z zasobu leksykalnego języka polskiego istniejącego już w nim wyrazu lub związku frazeologicznego i zastosowanie go w funkcji jednostkowej nazwy własnej;
2. utworzenie zupełnie nowego wyrazu (neologizmu);
3. tworzenie zestawień wielowyrazowych”.¹⁹

¹⁹ 1. Auswahl aus dem Lexikon der polnischen Sprache eines bereits existierenden Wortes oder Phraseologismus und dessen Einsatz als einen Eigennamen für ein Einzelobjekt; 2. Bildung eines neuen Wortes (Neologismus); 3. Einsatz einer Zusammenstellung von Wörtern (Übersetzung – M. K.).

Dabei nennt sie folgende onomastische Bereiche, aus denen die behandelten Namen für gastronomische Lokale schöpfen mögen (ebd.: 199-200): Anthroponyme, Toponyme, Mythonyme, Eigennamen aus der Literatur und dem Film, Hydronyme, andere Chrematonyme. Die zweite Gruppe bilden Appellativa, darunter: Menschenbezeichnungen, Berufs- und Funktionsbezeichnungen, Bezeichnungen aus der Literatur und Kunst, Kulturbezeichnungen, topographische Bezeichnungen, Tierbezeichnungen, Bezeichnungen für Naturerscheinungen.

Bei BROLIK (2011: 62-66) dagegen werden strukturelle Modelle für die Bildung der Eigennamen präsentiert. Sie unterscheidet diesbezüglich zwei Gruppen gastronomischer Chrematonyme:

1. Chrematonyme mit Firmonymen ohne Namen der Besitzer, darunter: Firmonym, Firmonym mit appellativerischer Bezeichnung des gastronomischen Lokals, Firmonym mit einer Deskription, Firmonym mit einer Deskription und einer appellativen Bezeichnung des gastronomischen Lokals, Firmonym mit einer Deskription und einer appellativen Bezeichnung des gastronomischen Lokals und einem zusätzlichen Firmonym;
2. Chrematonyme mit dem Vor- und Nachnamen der Besitzer im Komponentenbestand, darunter: Firmonym mit einem Anthroponym, Firmonym mit appellativerischer Bezeichnung des gastronomischen Lokals und einem Anthroponym, Firmonym mit einer Deskription und einem Anthroponym, Firmonym mit einer Deskription, einer appellativen Bezeichnung des gastronomischen Lokals und einem Anthroponym, Firmonym mit einer Deskription, einer appellativen Bezeichnung des gastronomischen Lokals, einem Anthroponym und einem zusätzlichen Firmonym, Anthroponym mit einer appellativen Bezeichnung des gastronomischen Lokals.

PRZYBYLSKA (2002) beschäftigt sich in einem ihrer Beiträge mit Namen von Bars, Cafés und Restaurants in Kraków und seiner Umgebung und greift folgende Aspekte der Namensgebung in diesem Bereich auf: 1. Aus welchen lexikalischen Einheiten werden die Namen gebildet?; 2. Welche Nominationsprozesse finden in diesem Bereich Anwendung? (ebd.: 248-249). In Bezug auf den ersten Aspekt werden die Namen von Restaurants folgendermaßen gegliedert (ebd.: 248-249): 1. Namen, denen ein heimischer oder fremdsprachiger Eigenname zugrunde liegt (darunter Anthroponym, Toponym, Name für Kultursymbol, Ideonym, Kosmonym, eigentliches Chrematonym, Firmonym); 2. Namen, die aus heimischen Appellativa bestehen (darunter Tier-, Pflanzenbezeichnungen, Bezeichnungen für Edelsteine, astronomische Bezeichnungen, Natur- und Wetterbezeichnungen, Personenbezeichnungen, Bezeichnungen für Spiele und Tänze, Bezeichnungen aus dem Bereich der Unterhaltung und Freizeit, kulinarischer Wortschatz, Bezeichnungen für Gebäude, Numeralia); 3. Entlehnungen; 4. Unklare Namen.

Im Hinblick auf Nominationsprozesse werden von PRZYBYLSKA (ebd.: 249-250) folgende Techniken der Namenbildung unterschieden: 1. Übertragung eines Eigennamens in die andere Eigennamenklasse; 2. Übertragung eines Appellativums in die Klasse der Eigennamen; 3. Derivation (Bildung eines Neologismus); 4. Syntaktische Derivation (Bildung einer neuen komplexen syntaktischen Einheit).

Aus den referierten Ergebnissen von sprachwissenschaftlichen Untersuchungen geht hervor, dass das Schwergewicht linguistischer Forschung auf der Semantik und dem Aufbau von Eigennamen liegt.

3.2 Zur Bildung der Namen für Restaurants

Die Namen von Restaurants ziehen auch Aufmerksamkeit von Wissenschaftlern anderer Disziplinen an. Mit der pragmatischen Funktion, die die Namen in dem jeweiligen Kommunikationsraum zu erfüllen haben, hängt das Interesse der Marketing-Branche an Namen von Restaurants zusammen. Damit ist die Erscheinung verbunden, die mit dem Terminus *Branding* bezeichnet wird. Unter *Branding* wird Folgendes verstanden: „Prozess, bei dem eine für beide Seiten förderliche und nützliche bzw. gewinnbringende Beziehung zwischen der gastronomischen Marke und dem Gast hergestellt, verstärkt und aufrecht erhalten wird.“²⁰ Einer der Faktoren, mithilfe dessen die Marke kreiert wird und eine ausgeprägte Position unter Gästen einnimmt, ist eben der Name von einem Restaurant. Das ist nämlich das erste Signal, welche Vorstellungen von dem Lokal und von seinen Gästen die Besitzer haben, was für eine Küche das Restaurant anbietet und wodurch sich das Restaurant von der lokalen Konkurrenz unterscheidet. In Anbetracht dessen soll der Name kurz, einprägsam, verständlich, aber auch kreativ, einfallsreich und außergewöhnlich sein.

4. Analyse des Materials

In Wrocław gibt es fast 1000 Restaurants, die sich sowohl kulinarisch als auch vom Konzept her sehr unterscheiden. Das Korpus für unsere Untersuchung bilden Namen von Restaurants in Wrocław, die der polnischen Datenbank für Firmen *Panaroma Firm*²¹ entnommen wurden.²² Aufgrund der großen Anzahl von zu analysierenden Beispielen und aus Raumgründen werden in der nachfolgenden Analyse nur repräsentative Exempels dargestellt, an denen bestimmte Nominationstendenzen in diesem Bereich sowie die in Namen von Restaurants enthaltenen Anspielungen auf die regionale Küche sichtbar sind.

Im Folgenden wird die Aufteilung der herangezogenen Namen präsentiert, der zwei Kriterien zugrunde liegen, nämlich erstens die Struktur des jeweiligen Namens und zweitens dessen Motivation, d.h. der Einsatz von sprachlichen (heimischen oder fremdsprachigen sowie appellativischen oder onomastischen) Mitteln aus bestimmten Wortfeldern. Unter Berücksichtigung der beiden Kriterien ergibt sich die folgende Typologie:

²⁰ Vgl. <http://www.abseits.de/branding.htm> [Zugriff am 15.03.2016].

²¹ Vgl. Quellenverzeichnis am Ende des Beitrags.

²² Aus der Analyse wurden Namen von Restaurants ausgeschlossen, die sich in Hotels befinden. In Wrocław sind das Restaurants z.B. in solchen Hotels wie *Hotel Bugatti*, *Hotel Jester* ***, *Hotel&Restauracja Wodnik*, *Hotel Mercure Panorama*, *Hotel Diament*, *Hotel Perla*. Da die Restaurants in solchen Fällen keine selbständigen Lokale sind, sondern in erster Linie den Bedürfnissen der Hotelgäste angepasst werden, tragen sie keine eigenständigen Namen. Sie richten sich in der Nomination nach dem Namen des Hotels.

I. Simplizia und Ableitungen:

1. Appellativa:

- A. heimische Lexik: Bezeichnungen für Orte: *Balkon, Wyszynk, Spiż*²³, *Dąbrowa*; Bezeichnungen, die bestimmte Gerichte assoziieren lassen: *Rybna, Strzelecka, Gaj*; Bezeichnungen aus dem Bereich der Unterhaltung: *Impreza*; Bezeichnungen für die Stimmung: *Rodzinna*; sonstige: *Podkowa, Epoka*;
- B. fremdsprachige Lexik: Bezeichnungen, die positive Konnotationen (Glanz, Geschmacksinn, Einfluss) hervorrufen: *Glamour, Il Gusto, Impresa*; Bezeichnung für eine japanische Katze: *Maru*; Bezeichnung für die Ausrichtung des Restaurants: *Familia*; Bezeichnung für Motorrad: *Chopper*;

2. Eigennamen:

- A. heimische Eigennamen: Toponyme: abgeleitete Adjektive vom Namen eines Kontinents: *Europejska*; Anthroponyme, darunter Verniedlichungen der Vornamen: *Kasieńka*;
- B. fremdsprachige Eigennamen: Bezeichnungen für Märchengestalten: *Alladin's, Miki*; Vornamen: *Vincent, Armine, Hubertus*; Toponyme: Städtenamen: *Verona, Hanoi*; abgeleitete Adjektive von Ländernamen: *Restauracja Česká*;

II. Komposita:

1. Komposita aus zwei appellativischen Komponenten: Bezeichnung für kulinarische Produkte + Bezeichnungen aus einem außerkulinarischen Bereich (in unterschiedlicher Reihenfolge): *DevilPizza, Bierhalle, Kebab-Hut*; Bezeichnung für Mahlzeiten + Bezeichnungen für einen kulinarischen Ort: *LunchBar*;

III. Kontaminationen:

1. Kontaminationen aus zwei appellativischen Komponenten: aufwertendes Adjektiv + Bezeichnung für einen Ort: *NOVOTEL*, eine Rauschdroge: *Novocaina*, eine Speise: *ZajePizza*;

IV. Komplexe Namen

1. Appellativische (heimische oder fremdsprachige) Bezeichnung für einen kulinarischen Ort + eine andere Komponente (in unterschiedlicher Reihenfolge):

A. Basis: *Restauracja*

- + Ortsbezeichnung: appellativisch: *Restauracja & Bistro Pergola, Restauracja Agora, Restauracja Akropolis, Restauracja Nowa Spiżarnia, Restauracja Przystań*; onymisch: *Restauracja Galicja, Restauracja Olimpia, Restauracja Barka Tumska, Restauracja Hortyca, Restauracja Sycylia, Piwnica Świdnicka Restauracja, Restauracja Wratislavia, Restauracja Wieniawa*;
- + Pflanzenbezeichnung: *Restauracja Agawa*;
- + Verwandtschaftsbezeichnung: *Restauracja Fratelli*;
- + Nachname des Besitzers/Chefkochs: *Restauracja Okrasa, Restauracja Krawczyk*;

²³ Aus der kleinen Geschichte des Restaurants und der Bar *Spiż* auf der Internetseite des Restaurants kann man erfahren, dass der Besitzer des Restaurants mit dem Nachnamen eben *Spiż* heißt. Wir ordnen den Namen in die Gruppe der Bezeichnungen für Orte ein, da der durchschnittliche Gast den Namen ebenso assoziieren würde.

- + Bezeichnung für ein Produkt/eine Speise: *Restauracja Lubczyk & Basilia, Oregano Restauracja, Restauracja Las Tapas*;
- + Zugname: *Orient Express Restauracja*;
- + Personenbezeichnung: Anthroponym: *Restauracja Margaret, Restauracja Pod Fredrą, Restauracja The MeXican*; appellativische Bezeichnung: *Restauracja Żak*;
- + Tierbezeichnung: *Restauracja Pod Papugami, Restauracja-Bar pod Kogutem*;
- + Ideonym: *Restauracja Tajemniczy Ogród*;
- + Abstraktum: *Melancholia Restauracja*;
- + Bezeichnung für Geruchseindrücke: *Restauracja Aroma*;
- + Öffnungssaison + appellativische Ortsbezeichnung: *Restauracja Letnia w ZOO*;
- + aufwertende Ableitung von der Bezeichnung für ein chemisches Element: *Restauracja Platinum*;
- + aufwertende Ableitung von der Bezeichnung für einen Körper mit magnetischer Anziehungskraft: *Restauracja Magenta*;
- + Bezeichnung für die Lage des Restaurants: *Restauracja Itineris*;

B. Basis: *Restaurant*

- + Ortsbezeichnung: appellativisch: *Road American Restaurant, Brasserie 27 Restaurant*;
- + Bezeichnungen für kulinarische Produkte: Gewürze: *Pieprz i Wanilia Restaurant & Travel Club*; Speise: *Dobra Pizza – Restaurant & Pub*;
- + Personenbezeichnung: appellativisch: *Hotello i Restauracja Rezydent*;
- + Biermarke: *Bernard – Pub & Restaurant*;
- + Bezeichnung für eine Nähadel: *Szpilka Hobby Restaurant*;
- + Bezeichnung aus dem Kunstbereich: *Mosaiq Restaurant & Wine Lounge, Aquarelle Restaurant*;

C. Basis: *Ristorante*

- + onymische Ortsbezeichnung: *Ristorante Pizzeria Capri, Amalfi Ristorante-Pizzeria*;
- + Bezeichnung für eine Festmahl/Ideonym: *Ristorante Convivio*;
- + Tierbezeichnung: *Pod Strusiem Pizza & Ristorante*;
- + fremdsprachige (italienische) Bezeichnung für ein Gewürz: *Pepe Ristorante*;

D. Basis: *Trattoria*

- + italienische Bezeichnung für ein kulinarisches Produkt: *Trattoria Pesto*;
- + italienische Bezeichnung für Erholungspause: *Siesta Trattoria*;
- + italienische Bezeichnung für Übereinstimmung: *Va Bene Trattoria*;

E. Basis: *Karczma*

- + Bezeichnung für einen Orden: *Karczma Cysterska*;
- + Personenbezeichnung: appellativisch: *Karczma Pod Szczęśliwym Kupcem*; anthroponymisch: *Karczma Kasieńka, Karczma u Zochy*;
- + Ortsbezeichnung: appellativisch (direkte Bezeichnungen oder adjektivische Ableitungen): *Karczma Paśnik, Karczma Leśna, Karczma Mbyńska*;

toponymisch: *Karczma Rzym*, *Karczma Lwowska*; Ortsbezeichnung aus einem literarischen Werk: *Karczma Pod Lutym Turem*;

F. Basis: *Bar*

- + Bezeichnung für ein Geschirr: *Bar restauracyjny Kociotek*;
- + Bezeichnung für die Herkunft der Küche: *Mexico Bar*;
- + Ortsbezeichnung: appellativisch: *Pałac Bar & Restaurant*; onymisch: *Bar Stary Wrocław*;

G. Basis: *Grill und Bar*

- + Gewürzbezeichnung: *Masala Grill & Bar*;

H. Basis: *Gospoda*

- + Toponym: *Gospoda Wrocław*;

I. Basis: *Taverna*

- + Herkunftsadjektiv, das die Art der servierten Gerichte ankündigt: *Taverna Espanola*;

J. Basis: *Jadłodajnia*

- + aufwertendes Adjektiv: *Jadłodajnia Dobra*;

K. Basis: *Pizzeria*

- + Bezeichnung für ein Gewürz: *Oregano Pizzeria*;
- + Personenbezeichnung: *Pizzeria Piekielny Kupiec*;
- + Grußwort: *Pizzeria Kalimera*;

2. **Ortsbezeichnung:** Bezeichnung eines Landes: *Spice India*, *Mate Chiny Arkady Wrocławskie*; Bezeichnung einer Stadt: *Milano Piu*; Bezeichnung einer Sehenswürdigkeit/touristischen Attraktion: *Akropol na Solnym*, *Piramida Steakhouse*, *Przystanek Zoo*; Bezeichnung eines bekannten Mietshauses: *Pod Gryfami*; Bezeichnung einer Bibliothek: *U Hrabiego w Ossolineum*; Bezeichnung einer Straße: *Piec Na Szewskiej*, *Szajnochy 11*; Bezeichnung eines Gebäudes: *Chatka przy Jatkach*, *Palac Borowa*, *Sukiennice 7*, *Wieża Ciśnień*, *Villa Caprice*, *Dwór Polski*, *Platinum Palace*; Bezeichnung für einen Betrieb: *Stara Garbarnia Dom Weselno-Bankietowy*, *Młyn Zawadka*;

3. **Bezeichnung für ein kulinarisches Produkt oder eine Speise:** Oberbegriff *Food* (mit einem auf die Art der Küche hinweisenden Attribut): *Habibi Food*, *Kempa Food*, *Sushi*: *Art of Sushi*, *Foodie Sushi*, *Sushi Takai*, *Szybkie Sushi*; *Chaczapuri*: *Gruzińskie Chaczapuri*; *Pizza*: *Pizza Hut*, *Dominium Pizza*, *Pizza Bunga Bunga*; *Pasta*: *Pasta e Basta*; *Geflügel*: *Express Chicken*; *Teigtaschen*: *Planeta Pierogów*; *Gyros*: *Sawara Gyros*; *Obst*: *Mango Mama*; *Burger*: *Tommy Burger*; *Brot*: *Blt & Flatbreads*; *Wraps*: *Yammi Wraps*; *Steak*: *Villa Bianco Steak & Lobster House*; italienische Küche: *Wines & Olives*; alkoholisches Getränk: *Whiskey in the Jar Wrocław*;

4. **Personenbezeichnung:** *Big Daddy*, *Maria Magdalena*, *Sir William*, *Da Grasso*;

5. **Graphematische Modifikationen:** *Quchnia Polska*;

6. **Tierbezeichnungen:** *Pod Żłotym Kotem*.

Entsprechend den Kriterien wurden die Namen zunächst in vier strukturelle Gruppen eingeteilt: Simplizia und Ableitungen, Komposita, Kontaminationen und komplexe Namen,

wobei quantitativ gesehen die letzte Gruppe die größte Anzahl von Beispielen umfasst. Im weiteren Schritt wurden die in den Beispielen enthaltenen Lexeme im Hinblick auf deren Referenzbezug in Appellativa und Eigennamen gegliedert, da im Bereich der Namensgebung für gastronomische Lokale aus beiden Gruppen geschöpft wird. Die weitere Etappe besteht in der Bestimmung der Namen hinsichtlich deren Herkunft. So entstehen jeweils zwei Gruppen: heimische und fremdsprachige Lexik/Eigennamen.

Aus der Zusammenstellung der Beispiele innerhalb der Gruppe Simplizia/Ableitungen ergibt sich, dass hier die Substantive wie *Balkon, Spiż, Podkowa, Familia* überwiegen. Es lassen sich allerdings auch Beispiele für Adjektive finden, die von Gattungs- oder Eigennamen deriviert wurden. In dieser Gruppe zeichnen sich sehr vielfältige Nominationstendenzen ab. Sehr unterschiedliche Nominationseinheiten werden hier eingesetzt, wobei versucht wird, die allgemeine kulinarische Richtung schon auf der Ebene des Namens zu signalisieren. Dies geschieht mithilfe von unterschiedlichsten Mitteln, z.B. Ableitungen von Hobby-/Berufsbezeichnungen, z.B. *Strzelecka*, Ableitungen von kulinarischen Produkten, z.B. *Rybna*, Namen von Städten/Ländern/Kontinenten, z.B. *Hanoi*, von bestimmten Personennamen, die mit einer konkreten Sprache assoziiert werden können, z.B. *Vincent*.

Die zwei weiteren Gruppen, d.h. Komposita und Kontaminationen sollten hier besonders hervorgehoben werden, weil die beiden Wortbildungsverfahren expressiv sind und beispielsweise im Bereich der Werbesprache als effiziente Mittel der Aufmerksamkeitsgewinnung eingesetzt werden. Ihrem Wesen nach sind sie relativ kurz, aber informativ, kreativ, häufig witzig und dank dessen einprägsam. Deswegen könnte man vermuten, dass sie oft und gern als Nominationseinheiten benutzt werden. In unserem Korpus finden sich allerdings nicht so viele Beispiele für die Produkte der beiden Wortbildungsprozesse. Die aufgefundenen Komposita klingen wenig anziehend und fesselnd, dafür sind sie gewöhnliche Zusammenstellungen von Komponenten, die am häufigsten aus Bezeichnungen für kulinarische Produkte/für Mahlzeiten und anderen Bezeichnungen bestehen, die das Kulinarische in einer Hinsicht näher spezifizieren. Die Kontaminationen sind ebenfalls selten vertreten. Die hier zusammengestellten Beispiele setzen sich jeweils aus einer adjektivischen und einer substantivischen Komponente zusammen. In dieser Gruppe wird die Tendenz sichtbar, vulgäre oder abwertende lexikalische Mittel in Namen einzusetzen. Es handelt sich hier um den Namen *ZajePizza*, in dem die erste Komponente das Anfangssegment des im Polnisch als vulgär geltenden Adjektivs *zajebisty* (dt. *geil*) bildet. In der Umgangssprache wird das Adjektiv zwar relativ häufig gebraucht, seine Anwendung in einem Namen kann aber dazu führen, dass der Kreis der potenziellen Gäste deutlich eingeschränkt wird (vor allem auf die Gruppe der Jugendlichen oder jungen Leute).²⁴ Dies kann man als eine spielerische Kontamination unter Nutzung phonetischer Ähnlichkeit deuten. Im Falle des Namens *Novocaina* kommen bestimmte Assoziationen mit dem Wirkstoff Kokain oder dem Betäubungsmittel auf, der zwar für die medizinische Anwendung geeignet ist, aber in erster Linie nicht als ein Arzneimittel, sondern eine Droge mit großem Abhängigkeitspotenzial wahrgenommen wird, die

²⁴ Vgl. dazu die Meinung des Rates für die Polnische Sprache: http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=331:zajebisty-&catid=44:porady-zykowe&Itemid=58 [Zugriff am 15.03.2016].

einen starken Rauschzustand hervorruft. Die mit der Droge verbundene negative Konnotation soll im Falle eines Restaurants wahrscheinlich ins Positive verwandelt werden, indem servierte Gerichte aufgrund ihrer sehr hohen Qualität gute Eindrücke bei Gästen hervorrufen.

Die letzte, umfangreichste und innerlich vielfältigste Gruppe machen komplexe Namen aus, in der unterschiedliche Beispiele für Nominalphrasen vertreten sind. Den ersten hier unterschiedenen Typ bilden Namen, in deren Komponentenbestand eine appellativische (heimische oder fremdsprachige Bezeichnung) für einen kulinarischen Ort enthalten ist. Es handelt sich dabei um solche heimischen Gattungsnamen wie *restauracja*, *karczma*, *pizzeria*, *bar* und fremdsprachige Gattungsnamen wie englisches *restaurant* sowie italienische Bezeichnungen *trattoria* und *ristorante*. Es wurde versucht festzustellen, mit welchen lexikalischen Elementen sie gemeinsam vorkommen.

Eine generelle Schlussfolgerung, die sich anhand von Beispielen ergibt und auf deren Mehrheit zutrifft, ist, dass mit fremdsprachigen Bezeichnungen für kulinarische Orte andere fremdsprachige Lexeme vorkommen, so dass der Name als eine Ganzheit exotisch und verfremdend oder sogar mondän wirkt. Bei polnischen Bezeichnungen lässt sich eine ähnliche Tendenz nicht beobachten. Hier kommen sowohl polnische als auch fremdsprachige Lexeme vor. Bei heimischen Bestandteilen des Namens lässt sich feststellen, dass sie wesentliche Informationen hinzufügen. Bei fremdsprachigen erweist sich die polnische Komponente z.B. *restauracja* als inhaltliche Ergänzung und erlaubt schnelle Orientierung in dem reichen gastronomischen Angebot. Unter den appellativischen Bezeichnungen für kulinarische Orte dominiert *restauracja*. Dieser Gattungsname scheint in Bezug auf seine Semantik neutral zu sein, was sich aus der lexikographischen Definition ergibt: „lokal gastronomiczny z obsługą kelnerską, w którym spożywa się posiłki przy stolikach.“²⁵ Die Semantik des Wortes *restauracja* schränkt somit wegen seiner Neutralität auf keinerlei Weise die Palette der Wörter ein, die mit ihm vorkommen können. Aus der Zusammenstellung ergibt sich, dass sehr unterschiedliche Lexeme in Namen auftauchen, von der relativ produktiven Gruppe von appellativischen und onymischen Personen- und Ortsbezeichnungen über die auch ergiebige Gruppe von kulinarischen Produkten bis hin zu Pflanzen-, Tierbezeichnungen und Ideonymen. Somit lässt sich festhalten, dass der Kreativität der Namensgeber keine Grenzen gesetzt werden.

Mit der weiteren polnischen Bezeichnung für einen kulinarischen Ort *karczma* kann man aufgrund deren Bedeutung schon mehr ausgeprägte Assoziationen haben, was sich ebenfalls in den Namen widerspiegelt. Das Substantiv *karczma* wird nämlich folgendermaßen definiert: „na dawnej wsi: budynek spełniający rolę gospody, zajazdu.“²⁶ Aus der lexikographischen Erfassung des Lexems ergibt sich deutlich, dass dieses gastronomische Lokal mit ländlichen Umständen assoziiert wird. Außerdem kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass das Wort im Polnischen aktuell nicht häufig gebraucht wird und dem veralteten Polnischen angehört. Das schlägt sich auch in den Namen nieder. Das Wort wird

²⁵ Ein gastronomisches Lokal mit Kellnerbedienung, in dem man an den Tischen speist, vgl. <http://sjp.pwn.pl/slowniki/restauracja.html> [Zugriff am 15.03.2016]. (Übersetzung – J.S.).

²⁶ Im alten Dorf: ein Gebäude, das die Funktion eines Gast-, Wirtschaftshauses erfüllt, vgl. <http://sjp.pwn.pl/szukaj/karczma.html> [Zugriff am 15.03.2016]. (Übersetzung – J.S.).

nämlich mit anderen lexikalischen Einheiten komponiert, die ebenfalls als veraltet eingestuft würden, z.B. *kupiec* in *Karczma Pod Szczęśliwym Kupcem*, die mit einem dörflichen Leben verbunden sind, z.B. *paśnik* in *Karczma Paśnik*, mit Personenbezeichnungen spezifischer Form und besonderen Klanges, z.B. *Zocha* in *Karczma u Zochy*.

Bei der Bezeichnung *restaurant* lassen sich unterschiedliche Tendenzen erkennen. Aufmerksam soll auf den Namen *Brasserie 27 Restaurant* gemacht werden, weil der Name dieselbe Information zweimal vermittelt. *Brasserie* wird nämlich definiert als „francuska restauracja, bar przekąskowy“²⁷, wobei der Name zusätzlich noch die Komponente *restaurant* enthält.

Die Bezeichnung *Szpilka Hobby Restaurant* ist hervorhebenswert, da das Restaurant außer der Funktion eines gastronomischen Lokals die Rolle eines Hobbyraumes (Nähen) erfüllt. Die zweite Funktion scheint dabei zu dominieren, da sie den Namen für das Restaurant determiniert.

Die Bezeichnungen *ristorante* und *trattoria* kommen am häufigsten mit anderen lexikalischen Elementen italienischer Herkunft vor. Die restlichen Beispiele für Gattungsnamen für kulinarische Ort sind *bar* und *pizzeria*. Marginal vertreten sind *pierogarnia*, *gospoda*, *jadłodajnia* und *taverna*.

Die nächste Gruppe innerhalb der komplexen Namen bilden Bezeichnungen für Restaurants, in denen die appellativische Bezeichnung für einen kulinarischen Ort fehlt. Solche Namen, wie sich aus dem Korpus ergibt, basieren am häufigsten auf Ortbezeichnungen oder Bezeichnungen für kulinarische Produkte. Der Einsatz von Ortbezeichnungen lässt grundsätzlich auf zwei Informationen schließen: bei appellativischen und onymischen Ortsbezeichnungen (hier vor allem Name von Straßen, Plätzen, Gebäuden usw.) auf die Lage des Restaurants und bei onymischen Ortbezeichnungen (hier vor allem Namen von Ländern, Großstädten, charakteristischen Sehenswürdigkeiten) auf die Herkunft der servierten Küche.

In dieser Gruppe sind auch Bezeichnungen repräsentiert, die sich von Personen- oder Tierbezeichnungen herleiten.

Die Kernfrage unseres Beitrags lautet jedoch, inwieweit sich eine bestimmte regionale kulinarische Tradition in Namen von Restaurants in Wrocław niederschlägt. An den zusammengestellten Beispielen für Restaurantnamen lassen sich einige erkennen, in denen an für Wrocław zentrale Orte angeknüpft wird, z.B. an das Denkmal von Aleksander Fredro auf dem Markt in Wrocław in *Restauracja Pod Fredrą*, an Platz Solny, der direkt am Markt gelegen ist, z.B. *Akropol na Solnym*, an den Zoologischen Garten in *Przystanek Zoo*, an eines der Mietshäuser am Markt in *Pod Gryfami*, an den Namen einer der Bibliotheken in *U Hrabiego w Ossolineum*, an Straßennamen im Zentrum der Stadt in *Piec Na Szewskiej* und *Szajnochy 11*, an bestimmte Stadtecken in *Chatka przy Jatkach* und an Gebäude, z.B. *Sukiennice 7* oder *Wieża Ciśnień*. An den hier präsentierten Namen kann man eine enge Verbindung zwischen dem Restaurant und der Stadt beobachten. Das Erwähnen von bestimmten typischen Orten in Wrocław in den Namen von Restaurants lässt sie vor allem gut im Raum situieren. Das hat jedoch keinen Einfluss auf die servierte Küche, was man auf den ersten Blick sehr gut an dem Namen *Akropol na Solnym* erkennen kann. *Solny* als ein prominenter Platz in Wrocław bestimmt nicht die Küche, da dieser Bestandteil des Namens nur ein Hinweis auf die Lage

²⁷ Französisches Restaurant, Imbissbar, vgl. <http://sjp.pwn.pl/szukaj/brasserie.html> [Zugriff am 15.03.2016]. (Übersetzung – M.K.).

des Restaurants ist. Das entscheidende Element ist in diesem Falle *Akropol*, das auf die griechische Küche schließen lässt. Dasselbe trifft auf das Restaurant *Piec na Szewskiej* zu, in dessen Namen das die Ausrichtung des Restaurants determinierende Element *piec* (dt. *Ofen*) ist. Es handelt sich nämlich um ein italienisches Restaurant, in dem in erster Linie Pizza und überbackene Nudelgerichte serviert werden. Daher wird die Aufmerksamkeit der Kunden auf die Zubereitung der Speisen im Ofen gelenkt. In anderen Restaurants, deren Namen hier erwähnt wurden, wird polnische, europäische oder internationale Küche angeboten.

Es wurde nur ein Name gefunden, dessen Quelle eine Personenbezeichnung ist, nämlich *Maria Magdalena*. Das Restaurant ist in der Nähe der Maria-Magdalena-Kirche situiert. Interessant ist, dass man dabei keine Ortskomponente *Kirche* verwendet.

Außerdem lässt sich auch auf Namen hinweisen, in denen der Städtenamen *Wrocław*, z.B. *Bar Stary Wrocław* oder dessen lateinische Form, z.B. *Restauracja Wratislavia* enthalten ist. Die Internetseiten, die Auskunft über die Ausrichtung des Restaurants geben, spezifizieren nicht die Art der servierten Küche. Jeweils wird hervorgehoben, dass es sich um hausgemachte, qualitative Gerichte handelt. Das Erwähnen des Städtenamens lässt aufgrund der auf Internetseiten angebrachten Beschreibungen des Restaurants und Menüs nicht die Schlussfolgerung zu, dass es sich um eine Art Küche handelt, die für Wrocław charakteristisch wäre.

Andere Namen wie *Karczma Lwowska*, *Dwór Polski*, *Piwnica Świdnicka* bestimmen im Wesentlichen die Restaurantlandschaft in Wrocław. In deren Namen finden sich bestimmte Adjektive, die auf die Art der Küche hinweisen. Am ersten Beispiel kann der Einfluss der Lemberger Küche auf die polnische bezeugt werden. Der zweite Name bezeichnet ein berühmtes Restaurant, in dem typisch polnische Gerichte serviert werden. Man findet jedoch keine Hinweise auf spezielle Küche von Wrocław. Der letzte Name benennt ein Restaurant, das als das älteste Restaurant in Europa gilt. Der Name leitet sich von der Herkunft der anfänglich dort angebotenen Biersorte her.²⁸

5. Schlussfolgerungen

Die Beispiele lassen eine generelle Schlussfolgerung formulieren, dass dieser Bereich der Chrematonymie besonders einfallsreich und überraschend ist. Es handelt sich dabei, wie PRZYBYLSKA (vgl. 2002: 247) feststellt, um eine arbiträre Entscheidung des Namensgebers, bei der unterschiedliche Faktoren eine Rolle spielen können. Deswegen auch kann man einerseits vermuten, dass man so viele Namen für Restaurants haben kann, wie viele Besitzer von Restaurants es gibt. Andererseits aber gibt es bestimmte Nominationsmuster, in die sich selbst die kreativsten Namen einreihen lassen. Diese versuchten wir in Form einer Typologie darzustellen und dann exemplarisch zu besprechen.

Im Hinblick auf die im Titel des Beitrags formulierte Fragestellung, die uns auf die Suche nach der kulinarischen Identität von Wrocław brachte, muss man feststellen, dass Wrocław bezüglich seiner kulinarischen Seite sehr vielfältig ist. Es ist daher schwer zu sagen, dass es eine typische Wrocławer Küche gibt, die sich am Beispiel der analysierten Namen

²⁸ Vgl. http://strona.piwnicaswidnicka.com/rest_historia.htm [Zugriff am 15.03.2016].

rekonstruieren ließe. Wie schon im theoretischen Teil des Beitrags angemerkt, handelt es sich dabei eher um ein Konglomerat und eine positive Mischung aus verschiedenen kulinarischen Traditionen, die eine bunte Vielfalt ergeben. Das kulinarische Wrocław erweist sich – wie in anderen Lebensbereichen auch im Bereich des Kulinarischen – als weltoffen, kosmopolitisch und modern, was sich in den Namen von Restaurants widerspiegelt.

Quellen

<http://panoramafirm.pl/> [Zugriff am 15.03.2016].

Literatur

- AFELTOWICZ, Beata (2000): Nazwy lokali gastronomicznych w Szczecinie [Namen der gastronomischen Lokale in Szczecin]. In: CZACHOROWSKA, Magdalena / SZEWCZYK, Łucja Maria (Hg.): *Onomastyka polska a nowe kierunki językoznawcze* [Polnische Onomastik und neue sprachwissenschaftliche Trends]. Bydgoszcz, 195–209.
- BIOLIK, Maria (2011): Modele strukturalne nazw własnych przedsiębiorstw i lokali branży gastronomicznej w województwie warmińsko-mazurskim [Strukturelle Modelle der Eigennamen von Unternehmen und gastronomischen Lokalen in der Woiwodschaft Ermland-Masuren]. In: BIOLIK, Maria / DUMA, Jerzy (Hg.): *Chrematonimia jako fenomen współczesności* [Chrematonymie als Phänomen der Gegenwart]. Olsztyn, 59–78.
- BIOLIK, Maria / DUMA, Jerzy (2011): *Chrematonimia jako fenomen współczesności* [Chrematonymie als Phänomen der Gegenwart]. Olsztyn.
- BRAUDEL, Fernand (1999): *Historia i trwanie* [Geschichte und Dauern]. Warszawa.
- BREZA, Edward (1988): Nazwy lokali gastronomicznych w województwie gdańskim [Namen der gastronomischen Lokale in der Woiwodschaft Gdańsk]. In: *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego* 14, 115–123.
- BEKIER-JAWORSKA, Ewa / KOPRUCHA, Klaudia / LUBAŚ, Marta (2014): Wykorzystanie dań regionalnych oraz lokalnych obiektów gastronomicznych w rozwoju turystyki kulinarnej na terenie miasta Zamość [Nutzung der regionalen Gerichte und lokaler gastronomischer Objekte bei der Entwicklung der kulinarischen Touristik in der Stadt Zamość]. In: *Turystyka kulturowa* 12, 21–37.
- DOMBROWSKI, ADAM (2015): Nazwy wrocławskich restauracji jako przykład urbochrematonimów – analiza semantyczna [Namen von Restaurants in Wrocław als Beispiel der Urbochrematonyme – eine semantische Analyse]. In: *Językoznawstwo* 1 (9), 30–41.
- DUSZYŃSKI, Henryk (2001): Nazwy białoruskich kawiarni, restauracji i barów [Namen von weissrussischen Cafés, Restaurants und Bars]. In: BIOLIK, Maria / DUMA, Jerzy (Hg.): *Chrematonimia jako fenomen współczesności* [Chrematonymie als Phänomen der Gegenwart]. Olsztyn, 169–178.
- FEYRER, Cornelia (2009): Kultur und Kulinarika im Transfer: Von der Alchemie des Kochens zur Synergie kulinarischer Kulturen in der Translation. In: LAVRIĆ, Eva / KONZETT, Carmen (Hg.): *Food and Language. Sprache und Essen* (Innsbrucker Beiträge zu Sprache, Kultur und Translation), Bd. 2. Frankfurt/Main, 389–404.
- GAŁKOWSKI, Artur (2011): *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim* [Chrematonyme in der kulturellen Gebrauchsfunktion. Eine onomastische vergleichende Studie am polnischen, italienischen und französischen Material]. Łódź.

- JAKIMOWICZ-KLEIN, Barbara / SOBEL, Grzegorz (2008): *Kuchnia Wrocławia* [Küche von Wrocław]. Wrocław.
- KOSYL, Czesław (1993): Z problematyki nazw willi, pensjonatów i domów wczasowych [Aus der Problematik der Namen von Villen, Pensionen und Kurhäusern]. In: *Onomastica* XVI, 103-118.
- KOWALCZYK, Andrzej (2014): Od street food do food districts – usługi gastronomiczne i turystyka kulinarna w przestrzeni miasta. [Von street food bis food districts – gastronomische Dienstleistungen und kulinarische Touristik im städtischen Raum]. In: *Turystyka Kulturowa*, vol. 9, www.turystykakulturowa.com, 6-26.
- ŁEŃSKA-BAK, Katarzyna (2007): Powiedz mi, co jesz, a powiem ci, kim jesteś. Wprowadzenie [Sag mir, was du isst und ich sage dir, wer du bist. Einführung] In: ŁEŃSKA-BAK, Katarzyna (Hg.): *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*. Opole, 7-11.
- PRZYBYLSKA, Renata (1992): Nazwać swoją firmę [Eigene Firma benennen]. In: SKARŻYŃSKI, Mirosław (Hg.): *Porozmawiajmy o języku* [Sprechen wir über die Sprache]. Kielce, 29-35.
- PRZYBYLSKA, Renata (2002): Konwencje nazewnictwa w obrębie nazw barów, kawiarni i restauracji [Nominationskonventionen im Bereich der Namen von Bars, Cafés und Restaurants]. In: SKARŻYŃSKI, Mirosław / SZPICZAKOWSKA, Monika (Hg.): *Rozmaitości językowe* [Sprachliches Allerlei]. Kraków, 247-256.
- SCHWERMER-FUNKE, Katrin (2007): Kultur-kulinarische Orte. Essen als Medium für kulturelle Projekte. Bachelorarbeit. URL: http://www.kulturkulinarik.de/fileadmin/download-dokumente/Kultur-Kulinarische_Orte_q.pdf [Zugriff am 17.03.2016].
- ŠRÁMEK, Rudolf (1996): Namen von Sachen (Chrematonyme) I. In: EICHLER, Ernst / HILTY, Gerold / LÖFFLER, Heinrich / STEGER, Hugo / ZGUSTA, Ladislav (Hg.): *Namenforschung*. Berlin, New York, 1562-1567.
- TOMCZAK, Joanna (2013): Szlak kulinarny jako przykład szlaku tematycznego [Kulinarische Route als Beispiel für eine thematische Route]. In: *Prace i Studia Geograficzne* 52, 48-49.
- WOLF, Erik (2004): *Culinary tourism: a tasty economic proposition*. URL: <http://www.culinarytourism.org> [Zugriff am 20 X 2015].
- WOŹNICZKO, Magdalena / JEŃDRYSIAK, Tadeusz / ORŁOWSKI, Dominik (2015): *Turystyka kulinarna* [Kulinarische Touristik]. Warszawa.

Internetquellen

- <http://www.podroze.pl/aktualnosci/turystyka-kulinarna-nowy-trend-na-urlopowej-mapie-/4155/> [Zugriff am 17.03.2016].
- <http://travelme.pl/podroz-kulinarna/> [Zugriff am 17.03.2016].
- http://www.polkatravel.pl/pl/podroze_kulinarne/ [Zugriff am 17.03.2016]. <http://www.visatravel.com.pl/podroze-kulinarne,lp,643.html> [Zugriff am 17.03.2016].
- <http://pstk.pl/> [Zugriff am 17.03.2016].
- <http://www.duden.de/rechtschreibung/kulinarisch> [Zugriff am 15.03.2016].
- <http://www.duden.de/rechtschreibung/Restaurant> [Zugriff am 29.02.2016].
- <http://www.abseits.de/branding.htm> [Zugriff am 15.03.2016].