

A. Spezialitäten

3A_3a, 3A_3b

Deutsche Küche – nur Eisbein und Sauerkraut?

Die deutsche Küche ist besser als ihr Ruf, denn sie besteht aus mehr als nur Eisbein und Sauerkraut.

Die Deutschen lieben ihre Küche sehr, vor allem ist bei den Deutschen ihr Brot beliebt. Ein deutscher Tourist wird sich im Ausland während seines Urlaubs wohl darüber beschweren, dass er kein Brot wie bei sich zu Hause bekommen kann. Das Brot seiner Urlaubsregion schmeckt ihm oft nicht und ist außerdem nicht gesund genug.

Auch fragt ein deutscher Tourist gern nach einem Schnitzel mit Pommes und dickflüssiger Soße. Viele Urlaubsregionen haben sich inzwischen auf die Wünsche der Deutschen eingestellt und bieten Eisbein mit Sauerkraut und Klößen für ihre Besucher aus Deutschland an.

„Deutschland ist aber nicht nur Kraut- und Knödelnd“, sagt Peter Peter, der Autor des Buches „Kulturgeschichte der deutschen Küche“. Er schreibt Restaurantkritiken und ist Mitglied der Deutschen Akademie für Kulinaristik, die sich mit der Erforschung und dem Erhalt regionaler Küche beschäftigt. Er ist fest überzeugt: „Die deutsche Küche darf man sich nicht als nationalen Block vorstellen“. Das Rezept von Eisbein und Sauerkraut haben wandernde Mongolenstämme bis nach Europa mitgebracht. Obwohl es seit dem 13. Jahrhundert in Deutschland vorhanden ist, ist es also nicht überall das Lieblingsgericht. Außer allgemein bekannten deutschen Spezialitäten gibt es viele regionale Spezialitäten. Sie alle haben einen ganz eigenen Ursprung. „Die bayrische süddeutsche Region und ihre Küche sind sehr von Italien beeinflusst. Man isst im Norden zum Beispiel viel Fisch. Einige Gerichte ähneln dem Essen in England oder Holland. Im Westen Deutschlands, in der Region nahe der französischen Grenze, findet man eine raffinierte, vom Elsass inspirierte Küche, vor. Und der Osten Deutschlands profitiert vom slawischen Einfluss Polens, Tschechiens und Russlands. Soljanka und Schaschlik stehen dort auf den Speisekarten noch ganz oben.“

Ein paar Gemeinsamkeiten zwischen den Regionen gibt es dann aber doch: Das am häufigsten gegessene Fleisch ist Schwein und die am häufigsten verwendete Beilage sind Kartoffeln. Außerdem haben die Deutschen eine große Vorliebe für Brot und Wurst.

3A_8c, 3A_8d

Moderator: Wie bekannt sind Produkte mit den Worten „Made in Germany“ zuverlässig und gut. Daher sind sie auf der ganzen Welt besonders beliebt. Dabei stehen natürlich deutsche Autos an erster Stelle. Doch viele Lebensmittelprodukte, vor allem Süßwaren, sind auch weltweit zu finden. Und das betrifft auch unser Land. Die meist verkauften Süßwaren Deutschlands sind in Belarus den statistischen Angaben nach Ritter-Sport-Schokolade und Gummibärchen der Marke „Haribo“. Die beiden Produkte haben eine schon fast 100-jährige Geschichte. Unsere Reporterin hat sie also unter die Lupe genommen und sich sowie ihre Geschichte als auch ihren Geschmack näher angeschaut.

Reporterin: „Quadratisch. Praktisch. Gut“ – das ist der Slogan der Marke Ritter-Sport-Schokolade. Er hebt in erster Linie die Besonderheiten des Produkts hervor, nämlich die quadratische Form der Schokoladentafel und ihre praktische Größe. Die Idee stammt von Clara Ritter. Sie schlug diese Form der Schokoladentafeln vor, weil sie für Sportler praktisch waren, denn sie passten in ihre Jackentaschen. Die Schokoladenverpackung sollte sich dabei leicht mit einem Knick öffnen lassen. Aber nicht nur die Form der Schokolade lockt die Käufer an, sondern auch eine große Geschmackspalette.

Zu den bekanntesten Süßwaren Deutschlands gehören auch die Gummibärchen der Marke „Haribo“. Den Konzern Haribo gründete Hans Riegel. Er gab seinem Unternehmen einen Namen, der aus den beiden ersten Buchstaben seines Vor- und Nachnamens sowie den ersten beiden Buchstaben des Standorts besteht. Der Konzern befand sich zuerst in Bonn. So erfand Hans Riegel die Gummibärchen, damals noch „Tanzbären“ genannt. Zurzeit bezeichnet man sie zur Unterscheidung von anderen Herstellern als Goldbärchen. Das Produkt hat seinen eigenen Werbespruch, und zwar „Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso“. Das Sortiment des Produkts wächst und verändert sich. Das betrifft sowohl seine Form – Gummibärchen bekamen zum Beispiel erst neulich ein lächelndes Gesicht – als auch seinen Geschmack und seine Farbe: von Weiß bis Grün.