

UNIVERSITÄT PARDUBICE
PHILOSOPHISCHE FAKULTÄT



**Pardubitzer und Nürnberger Lebkuchen – geht es um eine Tradition
oder um ein Marketingprodukt?**

Ihona Bendová

Abschlussarbeit

2011

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ilona BENDO VÁ**
Osobní číslo: **H07002**
Studijní program: **B7310 Filologie**
Studijní obor: **Německý jazyk pro hospodářskou praxi**
Název tématu: **Pardubický a Norimberský perník - jedná se o tradici
nebo významný marketingový produkt?**
Zadávající katedra: **Katedra cizích jazyků**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Studentka se ve své práci zaměří na sběr informací o pardubickém a norimberském perníku. Na základě výsledků výzkumu pomocí ankety mezi lidmi v Norimberku i v Pardubicích určí zda jsou oba perníky považovány spíše za tradici nebo za marketingový produkt.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

Literatura: Pardubické noviny Týdeník Pernštejn ? regionální noviny Pardubicka, Pardubice : Pardubický Porter, 2008- MACHÁČEK, Lubomír: Zač je v Pardubicích perník, aneb, Perníčková dobrodružství ve vzduchu, na souši a na vodě, Pardubice : Krajská knihovna, 2002 BRAUN, Jakub: Nürnberger Lebkuchen : Anleitung zur Herstellung von Lebkuchen aller Art, Bremen : Salzwasser-Verlag in Europäischer Hochschulverlag, 2010 LEHMANN, Herbert: Nürnberger Lebkuchen, Wien : Pichler, 1997 FRANZKE, Jürgen: Das nürnberger Lebkuchenbuch, Nürnberg: Tümmels 2008 STUMPF, Annette: Die Nürnberger Lebkücherei : Tradition, Fortentwicklung zum modernen Industriezweig und Faktor städtischer Imagepflege, Nürnberg : Erziehungswiss. Fak. der Friedrich-Alexander-Univ. Erlangen-Nürnberg, 1991 ZOTTMANN, Gretl: 6 feine Nürnberger Lebkuchen-Märchen, Nürnberg : Carl, 1972

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Jan Čapek, Ph.D.

Katedra cizích jazyků

Datum zadání bakalářské práce: **30. dubna 2009**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2010**

L.S.

prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.

děkan

PhDr. Jan Čapek, Ph.D.

vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2009



Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
532 10 Pardubice, Studentská 04

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 27. 3. 2011

Hona Bendová

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich allen für ihre Unterstützung bedanken. Vor allem Herrn PhDr. Jan Čapek, PhD. für seine Hilfe bei Beschaffung der Fragebögen und für seine fachliche Beratung. Natürlich auch allen Probanden, die sich Zeit genommen haben, den Fragebogen auszufüllen. Weiter den Lebkuchen Liebhabern und vor allen den Vertretern den Firmen, die Lebkuchen backen oder propagieren: Frau Jaňurová aus der Firma JaJa, Herr Luděk Šorm, der als Direktor der Lebkuchenhüttchen arbeitet und Herr Jan Řeháček, der betreibt ein e-shop mit Produkten aus Pardubice, so auch Pardubitzer Lebkuchen. Aus Nürnberg muss ich mich vor allem bei der Andrea Croft bedanken, die mir auch viele Informationen gegeben hatte und Herrn Tassilo Kraus für seine werten Ratschläge.

ANNOTATION

Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem Vergleich des Nürnberger Lebkuchens und des Pardubitzer Lebkuchens. Beschreibt Entwicklung und auch heutige Stellung beider Lebkuchen. Orientiert sich auf die Wirklichkeit ob es um eine Tradition oder um ein Marketingprodukt handelt.

SCHLAGWÖRTER

Pardubitzer Lebkuchen, Nürnberger Lebkuchen, Tradition, Marketingprodukt, Entwicklung des Lebkuchens, gegenwärtige Situation des Lebkuchens

NÁZEV

Pardubický a norimberský perník – jedná se o tradici nebo o marketingový produkt?

SOUHRN

Tato práce se zabývá zhodnocením Norimberského a Pardubického perníku, popisuje jejich vývoj i dnešní postavení na trhu. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak je příslušný perník v jeho domovském městě chápán. Zaměřuje se především na to, zda je mezi širokou veřejností vnímán spíše jako tradice nebo jako marketingový produkt a proč.

KLÍČOVÁ SLOVA

Pardubický perník, Norimberský perník, tradice, marketingový produkt, vývoj perníku, současná situace perníku

TITTLE

Pardubice and Nürnberg gingerbread – Is It a Tradition or a Product of Marketing?

ABSTRACT

This paper deals with evaluation of Nuremberg and Pardubice gingerbreads. The development and their today's position on the market are described. The purpose of the research was to find out how the gingerbread is perceived in its home town by the general public - whether it is a tradition or a marketing product and why.

KEYWORDS

The Gingerbread of Pardubice, the gingerbread of Nürnberg, tradition, evolution of gingerbread, actual situation of gingerbread

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	8
1. Tradition und Marketingprodukt, Definition der Grundbegriffe	10
1.1 Begriff Marketingprodukt	10
2.1 Begriff Tradition	12
A. Theoretischer Teil	14
2. Entwicklung der Nürnberger Lebkuchen	14
3. Entwicklung der Pardubitzer Lebkuchen	17
B. Praktischer Teil	20
4. Eigene Untersuchung	20
4.1 Verlauf der Untersuchung	21
4.2 Arbeit mit den gesammelten Informationen	21
4.3 Ergebnisse, die aus der Umfrage folgen	23
5. Vergleich der beiden Lebkuchen	33
5.1 Die Geschichte der Lebkuchen	33
5.2 Gegenwärtige Situation	34
5.3 Vergleich aufgrund der Umfrage	36
6. Ansicht der Lebkuchenbäckern	36
6.1 Ansicht der Lebküchener aus Pardubice	36
6.2 Ansicht der Lebküchener aus Nürnberg	40
Schlusswort	42
Resumé	44
Die Literaturquellen	46
Die Internetquellen	47
Weitere Literatur und Interner net quellen	48
Abkürzungen	48

*„Tradition pflegen heißt nicht,
Asche aufbewahren, sondern
Glut am Glühen halten.“¹*

Jean Jaurès

Einleitung

Die hier vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema der bekannten Nürnberger Lebkuchen und Pardubitzer Lebkuchen und soll feststellen, ob sie eine Tradition oder Marketingprodukte sind. Beide Lebkuchen sind sehr bekannt und man will herausfinden, ob es dank der Tradition oder dank guter Marketingkampagne ist.

Dieses Thema wählte die Autorin aus dem Grund, da es viele ihrer Neigungen verbindet. Es berührt Gastronomie, Marketing, Geschichte und vor allem, die zwei Städte, in denen sie viel Zeit verbracht hat.

Eine von den Grundfragen des Marketings ist „*Wie verkaufen?*“. Eigentlich das ganze ökonomische System strebt nach der Lösung dieser Frage. Die Belohnung soll Erfolg und Reichtum heißen, aber dieser Weg ist dornig, rauer und alles anderes, nur nicht direkt. Viele Menschen vergeuden ihr ganzes Leben bei den Versuchen die richtige Lösung zu finden, wie man eine große Menge von Geld gewinnen kann. Einige sind schließlich erfolgreich, andere weniger. Es gibt die Frage: „*Warum?*“ Experten für den Markt zerbrechen sich den Kopf darüber, worin die Gewinner besser waren und worin die Verlierer Fehler gemacht haben. Selbstverständlich ändert sich auch das Kaufverhalten; es wird vom Zeitgeist, der Mode, der Politik, der ökonomischen Situation und vielen anderen Aspekten beeinflusst. Jede Unternehmung muss sich diesen Veränderungen stellen.

Dieses Werk sollte als eine Präzedenz für alle Eigentümer von kleinen Geschäften, Managern oder Marketingmitarbeitern und vielen anderen als Hilfsmittel

¹www.zitate.de heruntergeladen am 7. 10. 2010

dienen. Sie könnte auch bei der Planung des Verkaufs- und Produktionsablaufgenutzt werden.

Jeder vernünftiger Mensch weiß, dass die Grundlage des Erfolgs in der Qualität liegt. Es soll schon heute ein Standard sein. Die andere Seite ist die, die in dieser Arbeit beschrieben wird und zwar, wie man die Informationen über gute Qualität bekommen kann und der Wert des Produktes in das Unterbewusstsein eindringt.

Wenn man ein Produkt gut herstellt, dann gut propagiert und es dann noch erfolgreich ein paar Jahre läuft, entsteht eine Tradition. Oder ist es umgekehrt? Es gibt eine Tradition, die ermöglicht, dass man ein Produkt sehr viel leichter verkauft und aufgrund dieser Tradition man ein starkes Marketing aufbauen kann. Welche dieser zwei Hypothesen gilt, kann man nicht genau sagen, aber man kann sie in der Praxis nachweisen.

Diese Behauptung kann an dem Beispiel der Lebkuchen gezeigt werden. Konkret die Untersuchung der Pardubitzer und Nürnberger Lebkuchen. Lebkuchen sind ein guter Indikator, weil Tradition, die man essen kann, man auch gut verkaufen kann. Wenn man etwas gut verkaufen kann, kann es ein Produkt guten Marketings sein. Hier stellt sich die Frage: Was ist früher entstanden? Eine Tradition oder ein Marketingprodukt? Muss immer am Anfang ein Marketingprodukt stehen, aus dem im Erfolgsfall vielleicht einmal eine Tradition wird? Die Frage beschränkt sich nicht nur auf Lebkuchen, sondern soll zeigen, wie man mit Erfolg ein Marketingprodukt zu einer Tradition entwickeln kann und umgekehrt. Am Ende dieser Arbeit steht eine Antwort, ob es geht, wie man damit arbeitet und wie es weiterentwickelt wird.

1. Tradition und Marketingprodukt, Definition der Grundbegriffe

Diese Arbeit stellt sich die Frage „ob Nürnberger Lebkuchen und Pardubitzer Lebkuchen eine Tradition oder ein Marketingprodukt sind“. Ein schönes Beispiel konnte man bei der Gelegenheit während der Fußballweltmeisterschaft 2010 finden, die in Südafrika stattgefunden hat. Überall wurde dargestellt, dass Vuvuzela, das Ding, das unvorstellbaren Lärm macht, eine langjährige Tradition von Südafrika ist. Nach der Meinung der Kulturwissenschaftler ist das aber ganz anders.

"Die Vuvuzela ist noch sehr jung und wurde vor neun Jahren erfunden. Von gesamtafrikanischer Kultur kann man hier kaum sprechen, da sich die Verbreitung bis zum Vorjahr allein auf Südafrika beschränkte. Doch auch das traditionelle Instrument, auf das sich der Erfinder in der Vermarktung bezieht, war in der Kultur kaum präsent."²

Studien, ob es eine Tradition war, ist oder erst geworden ist, haben jetzt keinen Wert mehr. Die Behauptung, es sei eine Tradition, hat ihre Aufgabe erfüllt; auf der ganzen Welt wurden Tausende Vuvuzelas sehr erfolgreich verkauft und sind jetzt auf der ganzen Welt bekannt.

Für ein weiteres Verständnis der Arbeit ist es wichtig, diese zwei Begriffe zu erklären.

1.1 Begriff Marketingprodukt

Wenn man ein Marketingprodukt hat, stellt man drei ökonomische Grundfragen und zwar: *Was? Für wen? und Wie?*³

Das Produkt ist immer gleich, egal ob es sich um eine Tradition oder um ein Marketingprodukt handelt. In diesem Fall ist es ein Lebkuchen, ein Lebensmittelprodukt. Selbstverständlich hat der Verkauf das Lebensmittelprodukt seine eigenen Eigenschaften, aber im Allgemeinen ist es immer nur eine Sache, die man verkaufen will.

Die wichtigste Frage *Wie verkaufen?*, ist eigentlich die Grundfrage des Marketings. Welche Hilfsmittel soll man zur Hilfe nehmen, um den Absatz stetig zu

2 www.derstandart.at – am 16.6.2010 (pte/red)

3 VLČEK J. a kolektiv, *Ekonomie a ekonomika*, ASPI Publishing s.r.o. 2. Ausgabe 2003, ISBN: 80 –

steigern. Die Sache, die man verkauft, nennt man ein Produkt. Produkte sind als [...] *angestrebte Ausbringungsmenge der Produktion definiert [...], aus absatzwirtschaftlicher Sicht sind Produkte als Ausbringungsgüter dadurch gekennzeichnet. [...] Ein Produkt wird dabei als seine Menge von Eigenschaften verstanden, die in der Lage sind, bei den potentiellen Verwendern einen Nutzen zu stiften. [...].*⁴

Traditionelle Güter sind stärker im menschlichen Bewusstsein verankert als Marketingprodukte. Ein Produkt ohne Tradition braucht zum Funktionieren alle Instrumente des Marketingmix. „Marketing kennt eine Vielzahl von Instrumenten zur *Beeinflussung des Bedarfs* [...] mit deren Hilfe wir [...] *eine gewünschte Wirkung erzielen sollen.*“⁵Laut Corstens Lexikon besteht ein Marketingmix aus diesen fünf Teilen:

- *Produkt- und Sortimentsgestaltung*
- *Werbung*
- *Absatzorganisation*
- *Preisgestaltung*
- *Absatz- und Konsumfinanzierung*⁶

Diese Marketingmittel muss man gut durchdenken, bevor man eine neue Firma gründet. Wenn es sich um eine lange Jahre eingeführte Unternehmung handelt, ist es auch wichtig diese Mittel zu benutzen, damit man eine Tradition am Leben hält.

Weitere Planungen einer Unternehmung sollen die vorläufigen Kosten bestimmen. Es geht um den Finanzbedarf, die allgemeinen Betriebskosten zu decken. *Diese Kostenarten werden nach der Art der verbrauchten Produktionsfaktoren*

4 CORSTEN H. Dr. Habil, *Lexikon der Betriebswirtschaftslehre*, R. Oldenbourg Verlag München Wien, 2. Aufgabe 1993, ISBN 3-486-22657-6, Seite 703

5 CORSTEN H. Dr. Habil, *Lexikon der Betriebswirtschaftslehre*, R. Oldenbourg Verlag München Wien, 2. Aufgabe 1993, ISBN 3-486-22657-6, Seite 557

6 Eben da, Seite 558

eingeteilt: Personalkosten, Sachkosten, Kapitalkosten, Kosten für Dienstleistungen, Kosten für Steuern, Gebühren und Beiträge.⁷

Wichtig für ein Produkt ist auch seine Marke. „*Obchodní značka [...] je něco jako skříňka v lidské mysli*“⁸ Sie dient zur besseren Verankerung des Produktes im menschlichen Denken. In diesem Sinn wird *Nürnberger Lebkuchen* oder *Pardubitzer Lebkuchen* als eine Handlungsmarke benutzt. Sicher ist die dank der bekannten Tradition in beiden Ländern erfolgreich.

Auf den Erfolg des Produktes hat auch die Methode des Verkaufens Einfluss. Wenn es allein wegen der Tradition konkurrenzfähig ist, würde der Verkauf im Geschäft genügen. Andererseits kann man andere Arten des Produktvertriebs nutzen. Sehr beliebt ist heute das so genannte E-commerce, also der Verkauf mit Hilfe des Internets. Die Tendenz des Internethandels ist weiterhin stark steigend.⁹

2.1 Begriff Tradition

„*Tradition is a guide and not a jailer.*“

(W. S. Maugham)¹⁰

Auf der anderen Seite steht der Begriff Tradition, der auch verschieden erklärt wird. Eine Basis für eine semantische Erklärung findet sich im deutschen Wörterbuch, wo eine Tradition genau so definiert ist: „*Überlieferung, Herkommen, Gewohnheit, Brauch; [...] <lat. Traditio „Übergabe, Bericht“; zu tradere; tradieren*“¹¹. Diese Deutung kann man mit der Erklärung aus dem etymologischen Wörterbuch vergleichen.

⁷ WÖHE G. Dr.Dr.h.c.mult., *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, Verlag Franz Vahlen München, 1993 München, ISBN: 3 80031728 5

⁸ AAKER D.A. *Brand building – budování značky*, Computer Press Brno, 2003, ISBN 80 – 7226 – 885 6, Übersetzung der Autorin: *Die Handlungsmarke ist etwas, wie ein Schränkchen im menschlichen Mut*, Seite 10

⁹ STAHL E. und Kollektiv, *E-commerce Leitfaden – Erfolgreich im elektronischen Handel*, ibi research an der Universität Regensburg GmbH, 2007, ISBN 978-3-930480-18–0, Seite 25

¹⁰ Herunterladen aus <http://www.quotationpage.com/quote/1479.html> am 8.12.2010, Übersetzung: *Tradition ist ein Wegweiser und kein Kerkermeister.*

¹¹ Siehe: Deutsches Universalwörterbuch, Seite 1287

Nach der DUDEN Etymologie ist eine Tradition eine „[...] Gepflogenheit. Dieses Fremdwort wurde im 16. Jh. aus lat. *traditio* „Übergabe; Überlieferung“ entlehnt. Dies gehört zur lat. *tradere* „übergeben, überliefern“, einer Bildung zu lat. *dare* „geben““¹². Das deutsche Universalwörterbuch sowie die Publikation Etymologie stimmen also überein, dass Tradition etwas ist, das uns unsere Vorfahren hinterlassen haben.

Eine bisschen andere Ansicht der Problematik bringt das deutsche Universal Wörterbuch vom Dudenverlag, wo aufgeführt ist, dass eine Tradition ist: „*das, was im Hinblick auf Verhalten, Ideen, Kultur o. Ä. in der Geschichte von Generation zu Generation [innerhalb einer bestimmten Gruppe] entwickelt und wiedergegeben wird [...]*“¹³

12 Siehe: Etymologie, Seite 750

13 Siehe: Deutsches Universalwörterbuch, Seite 1547

A. Theoretischer Teil

Der theoretische Teil zielt namentlich auf die historische Entwicklung des Lebkuchens. Wie waren die Anfänge, die zur heutigen Situation führten. Was gab es an Erfolgen und Problemen, die die Lebkuchentradition begleiteten. Dank denen der Lebkuchen so bekannt wurde, wie er heute ist. Natürlich sind heute beide Lebkuchen, der Nürnberger und auch der Pardubitzer, weltbekannt und erfolgreich, aber die Ursachen dafür muss man in ihrer jeweiligen Geschichte suchen.

2. Entwicklung der Nürnberger Lebkuchen

Zuerst kannte man den Lebkuchenteig in den Klöstern, wo die Hostien und später auch die Lebkuchen gebacken wurden.¹⁴ Diese Mönche erfanden die spezifische Form der Lebkuchen, wie sie bis jetzt als Nürnberger Lebkuchen bekannt sind und zwar in der Verbindung mit den Oblaten. Die ganze Idee ist ganz einfach entstanden. Das, was die Nürnberger Lebkuchen einzigartig macht, ist die magische Ingredienz, die Oblaten. Alles beginnt schon bei der Vorbereitung, „[...]die Teigmasse auf Oblaten – die *“hostia oblata“* –, um es zu verhindern, dass der Teig auf dem Backblech anklebt [...]“¹⁵ Dieses ist als Grundlage für das typische Nürnberger Gebäck erhalten. „Im 14. Jahrhundert war Lebkuchen zur allgemein bekannten Delikatesse und zum beliebten Geschenkartikel geworden ist.“¹⁶ Anschließend wurde das neue Rezept fast überall benutzt, wo es Honig gab und reichlich verkauft.¹⁷

Diese Stadt war so berühmt nicht nur, weil sie in der Mitte Europas liegt und ein wichtiges Zentrum der Handelswege war, sondern auch Dank der Beliebtheit der Herrscher. „Mit dem Titel „Des Kaisers und des Reiches Bienengarten“ war Nürnberg seit 1296 geadelt, durch die „Goldene Bulle“ wurde die Stadt ein weiteres Mal privilegiert [...]“¹⁸

Im 14. Jahrhundert gab es in Nürnberg rund 50 stattliche Zeidelgüter. Die größten und bekanntesten waren im Lorenzer Wald.¹⁹ Der Aufschwung der Zeidelgüter

14 Vgl: Das Nürnberger Lebkuchen, Seite 34

15 <http://lebkuchen.nuernberg.de/namen.html> 30. 11. 2010

16 Das Nürnberger Lebkuchen, Seite 34

17 Vgl: Das Nürnberger Lebkuchen, Seite 34

18 Das Nürnberger Lebkuchen, Seite 39

19 Vgl: Das Nürnberger Lebkuchen, Seite 34

trat erst mit dem Zeidel-Freyheit-Brief ein, der von Karl IV. ausgegeben wurde.²⁰ Erst später züchtete man die Bienen im Garten, mit der Absicht den Honig zu gewinnen.

Die Geschichte der Lebkuchen des Hauses Haerberlein begann schon im Jahre 1498 und in 1586 wurde erstmals die Marke Metzger benutzt. Diese zwei Lebküchereien schlossen sich zusammen und heute sind sie als *Lebkuchen Haerberlein – Metzger* bekannt.²¹

Den größten Aufbruch erlebte der Lebkuchen seit seiner Entstehung bis Anfang des 30. Jährigen Krieges. Der Krieg brachte viele Leute ums Leben und zerstörte auch viele Handelswege, was auch die Lebkuchenproduktion beeinflusste. Nach langen Kämpfen, die Lebküchner für ihre Rechte führten, bekamen sie ihren Platz auf dem Markt. Dieser Zustand verbesserte sich erst mit der Gewährung der Zollfreiheit aus dem Jahre 1790, was ermöglichte, dass die Nürnberger Lebkuchen in 72 verschiedenen Orten des Reiches exportiert werden konnten.

Das 18. Jahrhundert stand unter dem Zeichen der Kämpfe zwischen Gewerbetreibenden, in die auch die Lebküchner verwickelt wurden. Einer von diesen Auseinandersetzungen wurde als „Pfefferkuchenkrieg“ bekannt und fand zwischen den Nürnberger Lebküchner und der Marktschaft Ansbach-Bayreuth statt. Das war aber nicht das einzige Problem. Ein anderes stellte ein Gebäck mit dem Namen „weißen Lebkuchen“ dar, aber in der Wirklichkeit ging es um was anderes, was nichts mit dem Lebkuchen zu tun hatte. G

Die größte Revolution beim Lebkuchenbacken war die Bewilligung aus dem Jahre 1722 vom Nürnberger Rat, Zucker für Lebkuchen zu benutzen. Das war eine Folge der langjährigen Probleme mit dem Honigmangel, der vor allem eines der Folgendes dreißigjährigen Krieges war. Der Honig aus dem Ausland war zu teuer und die Herstellung der Lebkuchen lohnte sich nicht mehr. Die Entdeckung des Zuckerrohrs war in dieser Zeit die einzige Rettung für den Lebkuchen. Wenn man über Zucker in B

20 Das Nürnberger Lebkuchen, Seite 37: Zeidler – „Ein Zeidler war also ein Imker, der anfangs allerdings Bienen nicht pflegte und hegte, sondern einfach in den Wäldern auf Raubzug ging.“

21 Die offizielle Webseite von Lebkuchen Haerberlein – Metzger <http://www.haerberlein-metzger.de/>, heruntergeladen am 12. 2. 2011

Zusammenhang mit dieser Epoche spricht, geht es selbstverständlich um braunen Zucker. Der Weiße, raffinierte war immer noch zu teuer.²²

Die weitere Entwicklung wird schön im Text auf der Webseite über Nürnberger Lebkuchen beschrieben:

„Seit Beginn der Gewerbefreiheit in Bayern im Jahre 1867 werden für die Produktion von Nürnberger Lebkuchen auch Maschinen eingesetzt – zuerst vor allem Rühr- und Knetmaschinen. Die Nürnberger Lebkuchenindustrie ist heute weitgehend automatisiert. In den Bäckereien der Stadt wird jedoch auch noch handgeformt und handgestrichen.“²³

Die Nürnberger Lebkuchen darbierte seit aller Zeiten sehr große Menge von denen. Wie es schon im Jahre 1898 der herzogliche Hoflieferant Jakob Braun in seinem Lebkuchen Kochbuch beschrieb.²⁴

Im 20. Jahrhundert wurden auch kleine Lebküchereien gegründet, die man bis heute kennt. Das Backhandwerk Witte Spezialitäten wurde 1935 in Betrieb genommen, das bis heute funktioniert und beschäftigt sich mit dem Lebkuchenbacken und Vorbereitung von anderen Spezialitäten.²⁵ Eine weitere Lebkuchenbäckerei gründete im Jahre 1925 Max Weiß und sie existiert immer noch. Diese Lebkuchen sind als „Lebkuchen Weiß“ bekannt.²⁶

Auch der bekanntest eLebküchner aus Nürnberg, Lebkuchen Schmidt, wird heute als eine Tradition begriffen. In Wirklichkeit sind sie Dank großartigen Marketings so berühmt.

“Im Jahre 1927 nahm der Bruder von E. Otto Schmidt in Thüringen einen Eisenbahnwaggon voll Lebkuchen von einem Kunden in Zahlung und schickte diese zur Vermarktung an seinen Bruder nach Nürnberg. Vor die Aufgabe gestellt, diesen Waggon voller Lebkuchen nun zu verkaufen, kam E. Otto Schmidt auf eine damals revolutionäre und auf der ganzen Welt einmalige Idee: Er stellte die Lebkuchen zu Sortimenten zusammen, um diese mittels regional und

22 Vgl. Das Nürnberger Lebkuchen, Seite 40-48

23 <http://www.lebkuchen.nuernberg.de/modern.html> - heruntergeladen am 17. 12. 2010

24 BRAUN Jakob, Nürnberger Lebkuchen – Anleitung zur Herstellung von Lebkuchen aller Art, Salzwasser Verlag, Bremen 2010, ISBN 978-3-861195-271-8

25 Vgl. <http://witte-spezialitaeten.de/>, heruntergeladen am 25. 12. 2010

26 Vgl. <http://www.weiss-lebkuchen.de/>, heruntergeladen am 8. 1. 2011

*überregional geschalteter Anzeigen an den Endverbraucher zu verkaufen. Damit war der Lebkuchenversand-Gedanke geboren.*²⁷

Bis heute ist es möglich, alle Arten von Lebkuchen zu bestellen, entweder aus dem Katalog mit Hilfe des Geschenk-Bestellscheines²⁸ oder aus dem e-shop.

3. Entwicklung der Pardubitzer Lebkuchen

Nicht umsonst wird Pardubice als „Lebkuchenherz Böhmens“ genannt.²⁹ Pardubitzer Lebkuchen ist wesentlich jünger. Erste Nachrichten über Lebküchnereials einem süßen Handwerk, kommen aus dem Anfang des 16. Jahrhundert. Diese Stadt hatte immer das Problem, die ständig größere Zahl von Lebküchner zu ernähren. Sie waren aber nicht so viele, um eine Zunft gründen zu können. Auf anderer Seite waren sie als einzelnen Unternehmern sehr schwach. Da Lebkuchen für einige Leute ein Gewerbe war und einzelne Unternehmer fast keine Chance hatten, sich selbst zu ernähren, schlossen sich alle diese Unternehmer zusammen. Damit wurden diese Lebkuchenbäcker in einer Zunft vereinigt.

Als erster Vorläufer der Lebküchner kann man die damaligen Apotheker halten. Die früher nämlich auch Marzipan backten und verkauften.³⁰

Am Ende des 15. Jahrhunderts kamen in Ostböhmen die Herren von Pernstein an die Macht, die ihren Sitz auf Kunětická Hora gegründet hatten. Der bedeutendste vom Stamm Perstein, der erfolgreiche mährische und böhmische Magnat Vilém von Pernštejn hat Pardubice und ganz Ostböhmen wirtschaftlich und politisch befördert.³¹

Erst im Jahre 1512 konnten dank dem Vilém von Perštejn eine gemeinsame Zunft mit Bäckern, Müllern und Mälzern entstehen.³² Aus dieser Epoche gibt es noch eine Schrift und zwar über die Witwe nach Lebküchner Tříska, die dieses Geschäft weiter in den Jahren 1667 – 1684 betrieb und die Geschäfte gingen ziemlich gut.³³ Und nicht nur diese Witwe war erfolgreich, allgemein war Lebküchnerei ein Gewinn

27 <http://ww2.lebkuchen-schmidt.com/index.php>, herunterladen am 9. 1. 2011

28 Anhang Nummer 9

29 www.pardubicko.info, am 1. 3. 2011 herunterladen

30 Vgl. Remesla našich předků, Seite 170

31 Vgl. VOREL P. PhDr. „Páni z Pernštejna,“ seite 50

32 Vgl. Pardubický Perník, seite 12

33 Vgl. Pardubice staré a moderní, Seite 59

bringendes Handwerk, aber auch nicht für jeden. „*Řemeslo perníkářské mívalo nejdelší učební dobu a k tomu předcházela zkouška z „koštování“*“³⁴

Seit dieser Zeit konnte praktisch die wirtschaftliche Kraft des Lebkuchens wachsen. Die politischen und gesellschaftlichen Umstände waren jedoch dagegen. Bestimmte Privilegien hatte noch im Jahre 1759 die regierende Erzherzogin von Österreich und Königin u. a. von Ungarn Maria Theresia bestätigt.³⁵

In Pardubice war Lebkuchen als ein typischer Gegenstand der Stadteigentlich niemals ganz populär. Überall um Pardubice machten alle Witze darüber, dass die Frage „*Zač je v Pardubicích perník*“ im Gedächtnis von vielen Leuten geblieben ist. Diese Frage entstand weil in Pardubice keinen Lebkuchen man kaufen konnte, aber alle haben gedacht, man könne das. Lange Jahre wurde mit dem Ausdruck Pardubitzer Lebkuchen nicht der Lebkuchen genannt, sondern ging es um einen humoristische Anhang der Zeitung Neodvislé Listy.³⁶ Auch deswegen wurden viele Witze über Pardubice als Lebkuchenstadt gemacht.

„*Počátkem 19. Století přejímali pečení perníku cukráři, perníkáři mizeli.*“³⁷ Das Lebkuchenhandwerk starb langsam aus, weil die Lebküchener sich nicht mehr allein von der Herstellung und Verkauf ihrer Produkte versorgen konnten. Deswegen übernahmen ihre Arbeit Konditoren, die nicht nur auf Lebkuchen spezialisiert waren.

Über einen Aufschwung auf dem Feld der Lebensmittelindustrie kann man erst zu Anfang des 20. Jahrhundert sprechen, auch wenn der Pardubitzer Reiseführer „*Pardubice staré a moderní*“ angibt, dass man erste Spuren schon aus Zeit nach dem Dreißigjährigen Krieg finden kann. Das waren in Pardubice Fabriken als [...] *panské pivovarnictví, vinopalna, slévárna na děla, koželužny, mlýny, soukenické valchy, papírna [...], hamry na měď [...]*.“³⁸ Die erste Fabrik, die Lebkuchen gebackt hatte, war

34 Siehe *Pardubice staré a moderní*, Seite 59 – Übersetzung der Autorin: *Dieses Lebkuchen Handwerk hatte die längste Studienzeit und man muss vorher eine Kostenprüfung bestehen.*

35 Vgl. *Pardubický perník*, Seite 12

36 Siehe Anhang Nummer 1

37 Siehe: *Umění a život zapomenutých řemesel*, Seite 38: „Am Anfang des 19. Jahrhundert übernahmen das Backen des Lebkuchens Zuckerbäcker, die Lebküchener verschwanden.“

38 Siehe nach *Pardubice staré a moderní*, Seite 55, - Anhang 2 Übersetzung der Autorin: *Brauereiender Herrschern, die Weinbrennereien, Kanonengießereien, Gerbereien, Mühle, Tuchwalken, Papierwerke [...], Kupferhütte*

die Fabrik Melartos, die mit ihrer Tätigkeit im Jahre 1913 begonnen hatte. Damit begann auch industrielle Herstellung von Lebkuchen, der immer als Pardubitzer Lebkuchen bezeichnet wurde³⁹ Hier wurde nicht nur Lebkuchen, sondern auch andere Süßigkeiten hergestellt und die hohe Qualität erlaubte Exporte ins Ausland. Die Produkte aus Melartos wurden nach Polen, Groß-Britanien oder auch nach Australien ausgeführt.⁴⁰

Eine weitere bekannte Marke, die sich mit der Herstellung der Lebkuchen beschäftigt hat war die Marke Mellekta. Diese Fabrik hatte im Jahre 1914 ein jüdischer Unternehmernamens Bernard Schütz gegründet. Spezialität dieser Firma war Honig- und Marzipanlebkuchen.⁴¹

Andere Fabriken, die auch in dieser Zeit in Pardubice tätig wurden sind Langer a spol., Šimon, KAPO oder Panis.⁴² Die Firma Panis war in ihrer Zeit rund um das Jahr 1922, wann sie entstanden ist, sehr bekannt und hier wurde Brot und Teigwaren produziert.⁴³ Im Gegenstück war das bekannteste Produkt der Firma Šimon der Lebkuchen für Rieben.⁴⁴

Bis heute sind vier kleine Unternehmungen und eine industrielle Fabrik für Lebkuchen- Herstellung in Pardubice entstanden.

Die Manufaktur Alena Zachová beschäftigt sich mit der Produktion der gezierten Lebkuchen. Der Schwerpunkt dieses Unternehmens ist die Einzelanfertigung für verschiedene Gelegenheiten, wie zum Beispiel Werbungbestellungen für Firmen, viele Ausstellungen oder Jahresgedächtnisse.⁴⁵

39 Vgl. Pardubický Perník – seite 16

40 Vgl. Pardubický Perník – seite 17

41 Vgl. BOROVEC Petr, Pardubické firmy a jejich firemní značky - XIII. část, Soukromý archiv autora, am 31. 10. 2010 <http://www.kpp.iipardubice.cz/1111858040-pardubicke-firmy-a-jejich-firemni-znacky-xiii-cast.php>

42 Vgl. Pardubický Perník , S. 23

43 Vgl. Pardubice staré a moderní – seite 57, Anhang 2

44 Vgl. Pardubice staré a moderní – seite 60

45 Vgl. <http://pernik-pce.cz/?cap=2942>, herunterladen am 2. 11. 2010

B. Praktischer Teil

Der praktische Teil dieser Arbeit vergleicht hauptsächlich, was die Lebkuchen aus Nürnberg und Pardubice gemeinsam haben. Die Untersuchung interessierte sich für drei Aspekte, die Entwicklung der Tradition, die Stellung in dem wirtschaftlichen Raum und vor allem dafür, ob es sich eher um Tradition oder um ein wichtiges Marketingprodukt handelt.

Hauptziel dieser Arbeit ist, bei diesen zwei Beispielen festzustellen, ob es eher als eine Tradition oder Marketingprodukt wahrgenommen wird. Diese Frage wurde den Konsumenten, also den Bewohnern von Pardubice und Nürnberg gestellt, sowohl aber auch den Touristen, die diese Städte besuchen und die Möglichkeit hatten, diese süße Spezialität zu kosten. Als Forschungsmethode wurde in diesem Fall die Umfrage gewählt. Hier wurden die Ansichten auf die Frage: „Tradition oder Marketingprodukt“ von mehr als 300 Befragten geäußert.

Damit hängen auch die Nebenziele zusammen. Das erste Nebenziel fragt nach dem Unterschied zwischen diese Problematik in beiden Städten. Denn auch wenn die Lebkuchen ein bisschen unterschiedlich sind, sind beide Städte in einem weiten Gebiet als Lebkuchenstädte bekannt.

Zweites Nebenziel untersucht die Problematik aus einem anderen Blickwinkel. Es fragt nicht den Kunden der Lebkuchenindustrie, sondern gerade die Hersteller, die Menschen also, die vom Lebkuchen leben. Diese Leute haben ihre Erwerbstätigkeit auf der Basis des Lebkuchensteiges aufgebaut und widmen sich dem Lebkuchen das ganze Leben. 6

4. Eigene Untersuchung

Der Hauptteil des praktischen Teils dieses Werkes war die Forschung mit der Methode der Umfrage. Einige Fragen, die die Umfrage enthält, habe ich aufgrund der gesammelten Informationen über diese Problematik gestaltet. Vorbereitung der Umfrage und Planen, wie die Befragung durchgeführt wird, waren die bedeutendsten Aufgaben der Vorforschungsarbeit.

4.1 Verlauf der Untersuchung

In der ersten Phase wurde jede Stadt eigenständig untersucht, darum gab es auch ein bisschen unterschiedliche Fragen. Spezialisierte Fragen für Nürnberg und für Pardubice wurden deshalb ausgewählt, weil in Nürnberg die Ansicht des Nürnberger Lebkuchens⁴⁶ erfragt wurde und in Pardubice die des Pardubitzer Lebkuchens.⁴⁷

Die Umfrage lief in beiden Städten in zwei Gängen, hauptsächlich aus dem Grund, dass eine der Fragen war, ob Lebkuchen eine Tradition ist, die mit Weihnachten verbunden ist. Die erste Fragenwoche fand in der Adventzeit statt, wenn man in Nürnberg den bekanntesten europäischen Christkindlesmarkt besuchen kann und auch in Pardubice gibt es in der ganzen Stadt Weihnachtsschmückung und ein kleiner Weihnachtsmarkt und die zweite Woche für die Umfrage war im Januar. Alle Ergebnisse habe ich zusammen gerechnet und ausgewertet.

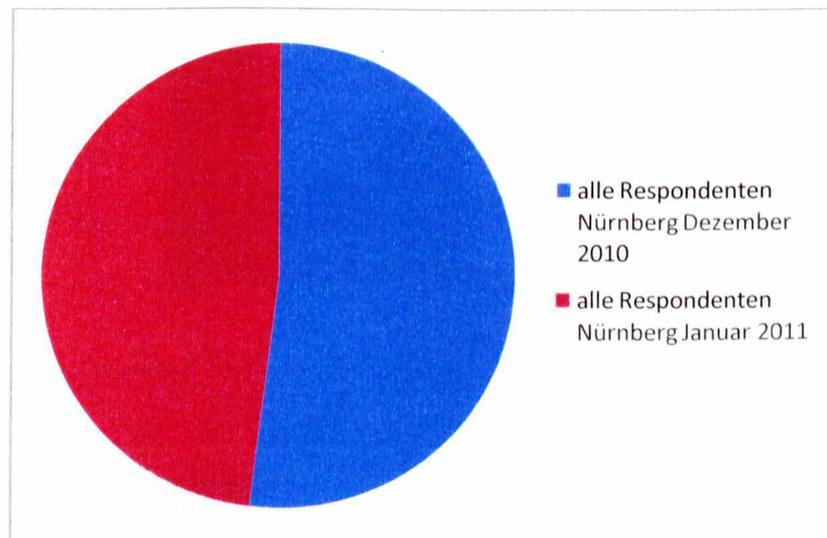
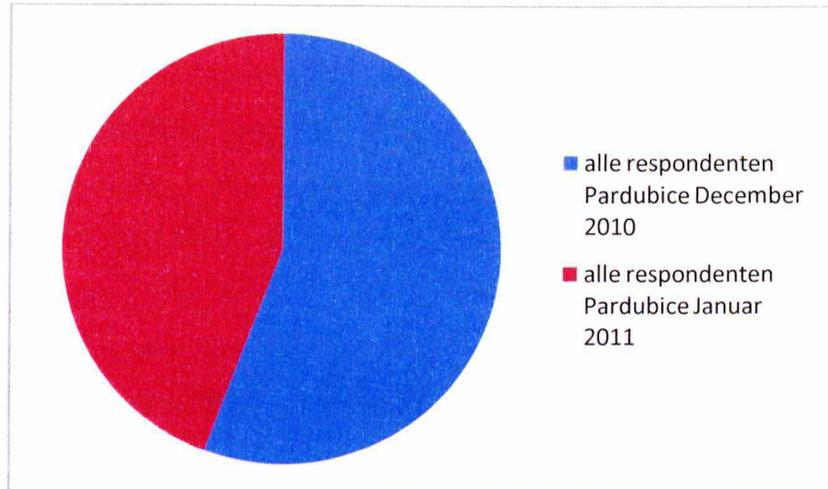
Zwischen den Befragten befanden sich ziemlich viel Touristen, was nichts Schlechtes ist, weil die Ansicht der nicht heimischen Menschen vielleicht interessanter sein kann. Die Leute, die diese Städte nur besuchen kommen, sehen ein ganz anderes Antlitz dieser Städte.

4.2 Arbeit mit den gesammelten Informationen

Wie ich schon geschrieben habe, kommen die Informationen aus zwei verschiedenen Zeitabschnitten und zwar aus dem Grund, um objektive Informationen zu bekommen. Zuerst fragte ich in der Zeit vor Weihnachten und dann im Januar, wenn schon alles wieder ruhig war und der Einfluss der Weihnachtstage vorbei war. Mit der Umfrage befasste ich mich immer drei oder vier Tage, bis ich eine brauchbare Anzahl von Antworten hatte. Für beide Etappen bemühte ich mich, eine möglichst gleiche Anzahl der Antworten zu bekommen. Trotzdem gibt es aber mehr Information aus der Adventzeit, weil auch in den Städten deutlich mehr Leute unterwegs waren. Die Ergebnisse wurden summiert für jeweils eine Stadt, ohne Ansehen der Zeit.

46 Siehe Anhang Nummer 3 – Umfrage über Nürnberger Lebkuchen

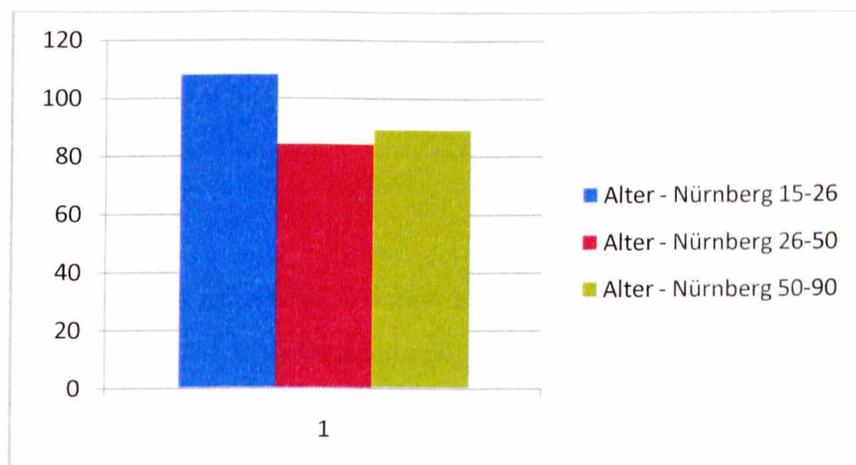
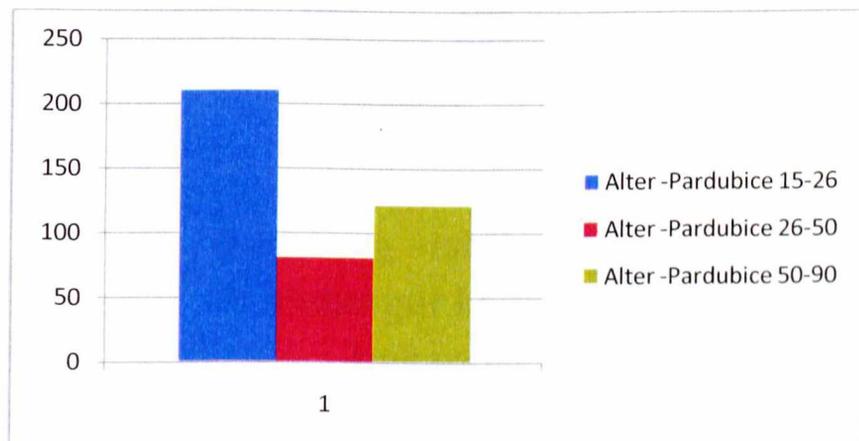
47 Siehe Anhang Nummer 4 – Umfrage über Pardubitzer Lebkuchen



Der wichtigste Teil meiner Arbeit war, auskunftsbereite Menschen zu finden. Das Leben, vor allem in den großen Städten, läuft sehr schnell. Es ist nicht leicht entgegenkommende Menschen zu treffen. Dass es insgesamt mehr Daten aus Pardubice gibt, liegt darin, dass ich nicht so viel Zeit in Deutschland verbringen konnte. Die Deutschen sind bestimmt eher dazu bereit, was persönliche Umfragen auf der Straße betrifft. Mit den Tschechen war es schon ein kleines Problem, überhaupt ein Gespräch zu beginnen. Wahrscheinlich kommt diese Eigenschaft aus schlechten Erfahrungen mit den Straßenverkäufern. Auf jeden Fall ist es schade.

Bei der Frage Tradition versus Marketingprodukt ist jedenfalls das Alter der Probanden wichtig. Mein Ziel war, einen möglichst breiten Kreis von Alterskategorien

abzudecken. Bei der Untersuchung teilte ich die Leute in drei Altersgruppen, von 15 Jahren bis 26 Jahren, weil hier die Ansicht der Jungen, der Studenten, vertreten ist. Für diese Menschen ist das Wort Tradition nicht so wichtig und sie haben einen eigenen Blick auf die Welt. Die zweite Gruppe waren Menschen mittleren Alters, die arbeitstätig sind und den Kern der Stadtbevölkerung bilden. Dieser Teil der Bürger umfasst die Altersgruppe von 26 bis 50 Jahren. Abschließend kommt die letzte Gruppe der 50 bis etwa 90-jährigen. Die Letztere ist die Interessanteste, weil diese Menschen schon viel erlebt haben und Tradition für sie ein wichtiger Begriff ist.



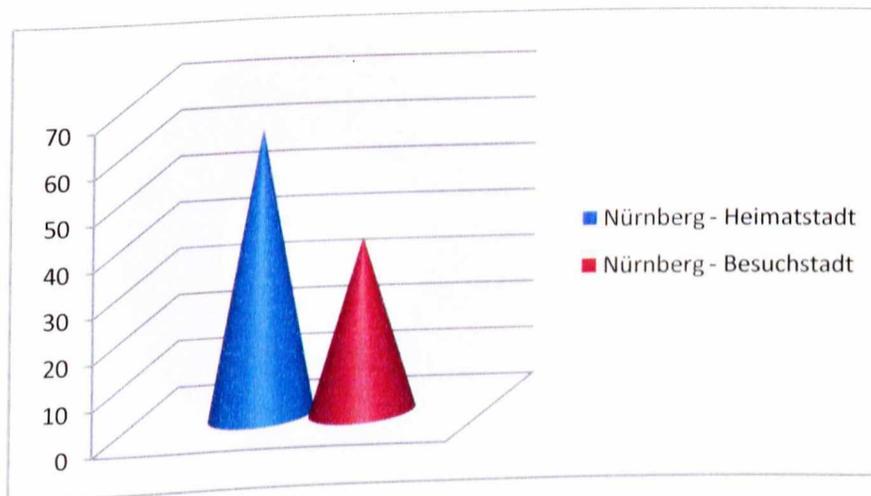
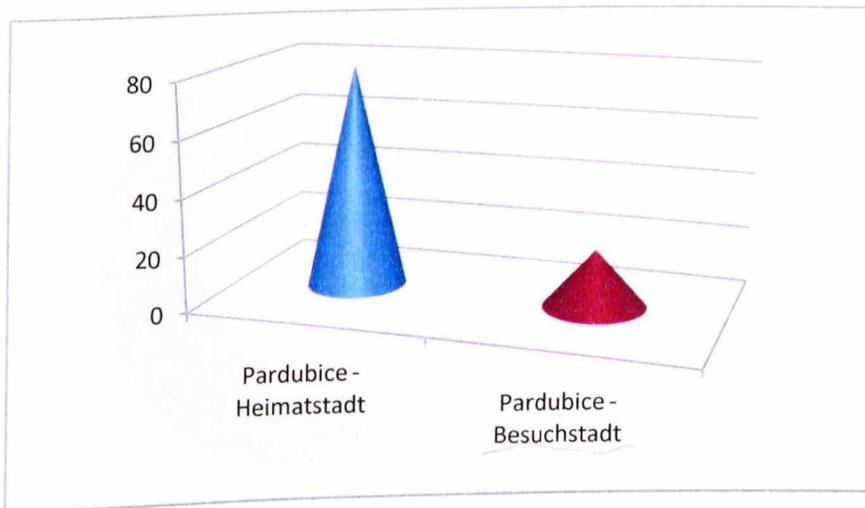
4.3 Ergebnisse, die aus der Umfrage hervorgehen

Die erste wichtige Frage die gestellt wurde, war „Ist Ihnen Pardubizer Lebkuchen bekannt?“ beziehungsweise „Ist Ihnen Nürnberger Lebkuchen bekannt?“ Hier liegt der Nürnberger Lebkuchen um ein Stück vorne. Nürnberger Lebkuchen ist

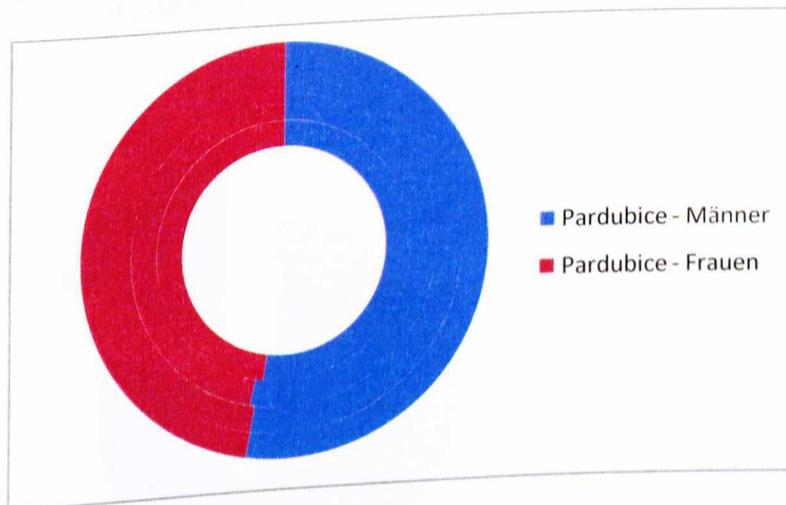
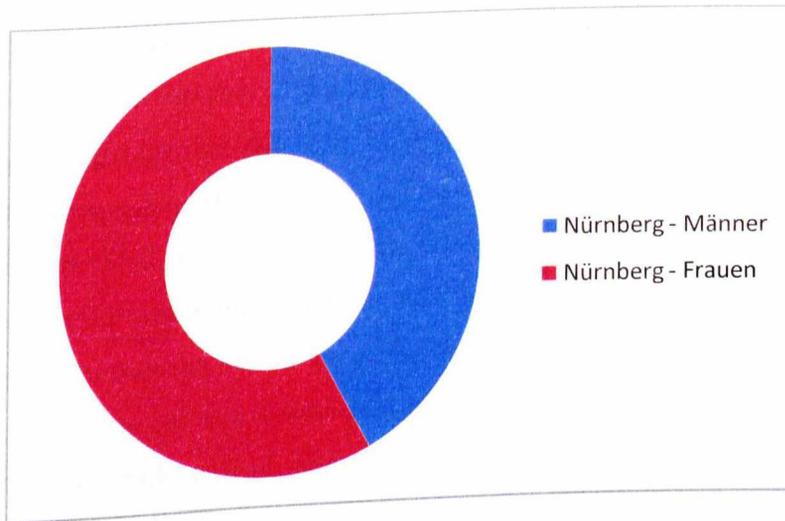
87% der befragten Menschen bekannt und in Pardubice war der Lebkuchen aus Pardubice 83% bekannt.



Diese prozentuellen Ergebnisse können als Wertung für ein Traditionsprodukt interpretiert werden, aber auch das zahlenmäßige Verhältnis von Einheimischen zu Touristen könnte die Umfrage stark beeinflussen. Aus diesem Grund, wurde in die Umfrage die Frage „Ist Nürnberg Ihre Heimatstadt? Oder Ist Pardubice Ihre Heimatstadt?“ eingeschlossen. Es ist interessant, dass obwohl in Nürnberg mehrere Auswärtige befragt worden sind, waren bei diesen die Lebkuchen bekannter als unter Leuten aus Pardubice. In Pardubice traf ich ziemlich viele Einheimische, aber die Frage der Bekanntschaft war nicht so erfolglos wie in Nürnberg. Konkret ging es um 62%, die in Nürnberg auch wohnen und in Pardubice 79%; die Restlichen waren vor allem Touristen, Erasmus-Studenten und oft auch die Arbeiter aus anderen Ländern.

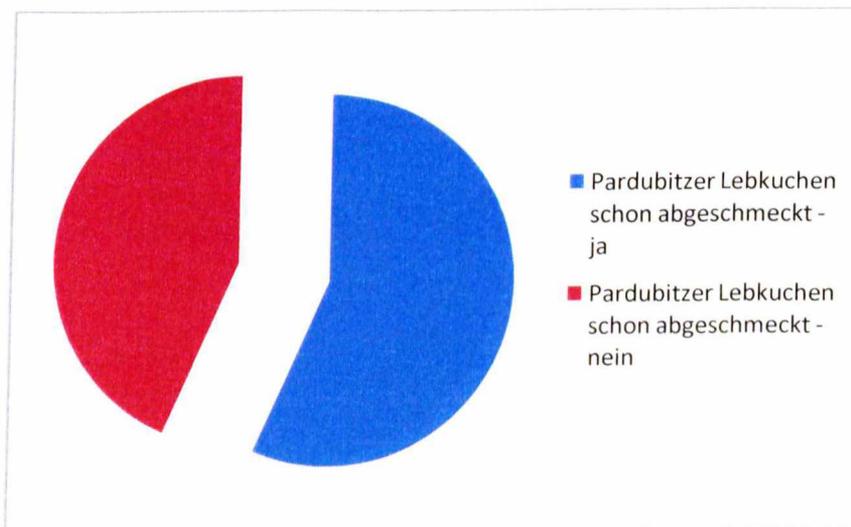
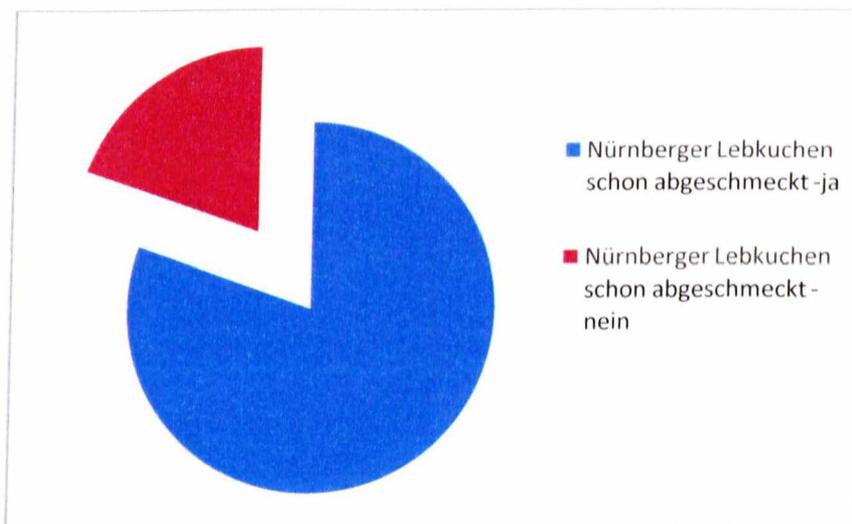


Ein weiterer zu berücksichtigender Faktor ist das Geschlecht. Vielleicht spielt hier ein größeres Interesse der Frauen an Gastronomie allgemein eine Rolle oder eine männliche Vorliebe für Süßigkeiten. An dieser Umfrage haben schließlich in Pardubice mehr Männer und im Gegenteildazu in Nürnberg mehr Frauen teilgenommen. Genau genommen handelt es sich um 42% Männer und 58% Frauen in Nürnberg und 53% Männer und 47% Frauen in Pardubice.

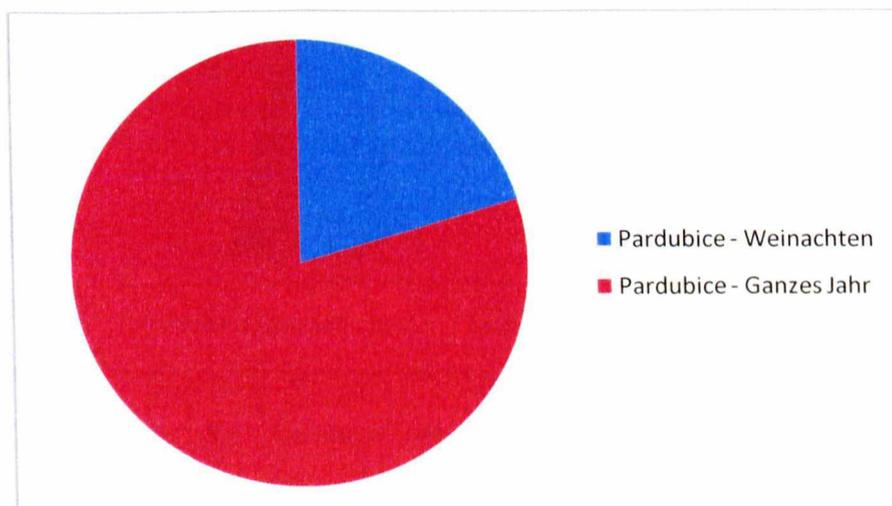
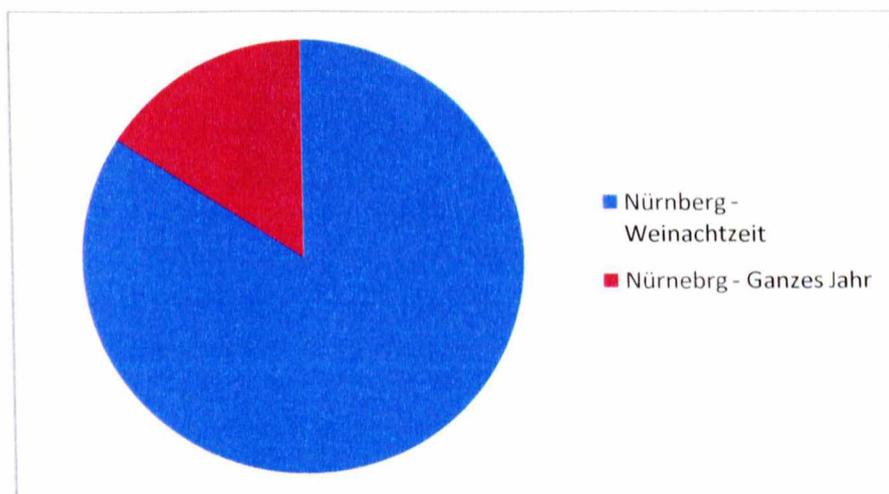


Zwischen den Antworten von Frauen und Männer gibt es große Unterschiede. Wenn die Frage gestellt wurde: „Kennen Sie den Nürnberger Lebkuchen? / Kennen Sie den Pardubitzer Lebkuchen?“, antworten positiv häufig die Männer. In Nürnberg waren es 92 Männer von 118, denn 78% wussten, was Nürnberger Lebkuchen ist. In Pardubice war der Erfolg noch erkenntlicher, die Männer, die Pardubitzer Lebkuchen kannten, erlangten 98%. Konkret waren es 203 von 208 Männern, die in Pardubice befragt wurden. Bei den Frauen war die Kenntnis nicht so verbreitet. In Nürnberg waren die Lebkuchen 93% bekannt, also 152 Frauen von 163 Frauen, die befragt wurden. Gegenteilig sind die pardubitzer Frauen nicht Lebkuchenfans, nur 69% von denen wissen, was Pardubitzer Lebkuchen ist.

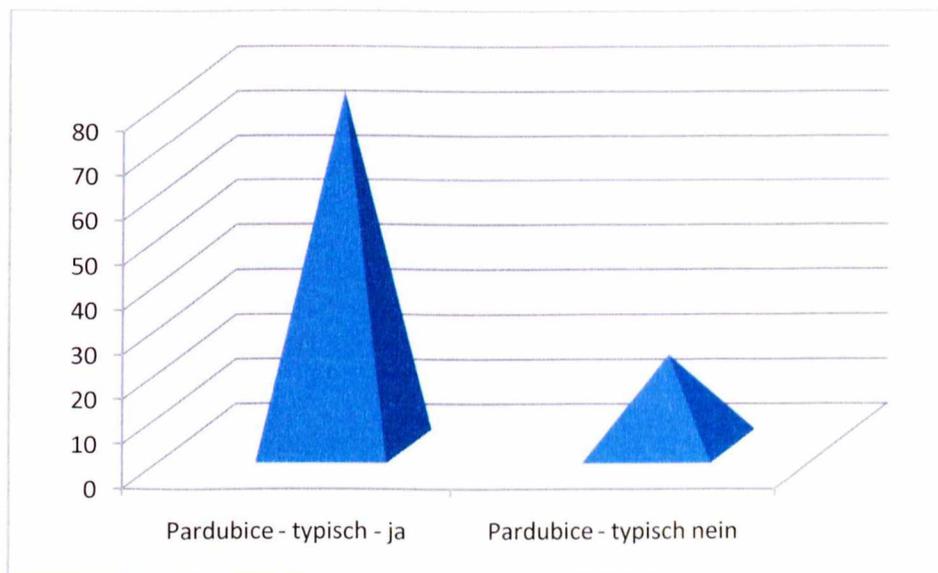
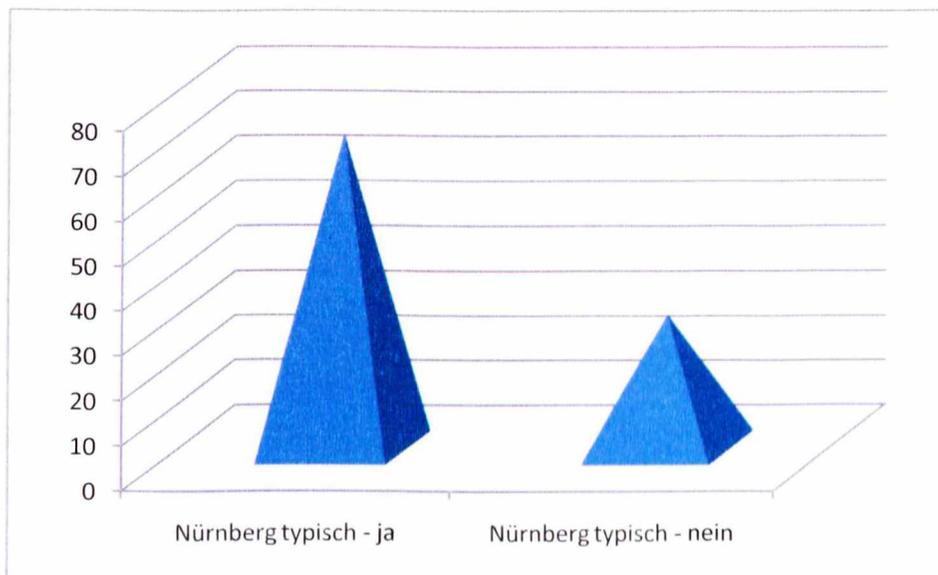
Die, die auf die Frage „Ist Ihnen der Nürnberger Lebkuchen bekannt?/Ist Ihnen der Pardubitzer Lebkuchen bekannt?“ positiv antworteten, wurden weiter nachgefragt. Die logische Nachfrage an die, die den Lebkuchen kannten, ist die, ob sie den Lebkuchen schon versuchten. Hier ist sehr schön zu sehen, wie unterschiedlich der Lebkuchen in beiden Städten wahrgenommen wird. In Pardubice wird er eher als klassische Süßwaren wahrgenommen und nur wenige fühlen, dass man es wenigstens einmal probieren muss, wenn es um ein typisches Produkt geht. Die Leute in Nürnberg sagten in 57% „ja“, dass sie den Lebkuchen schon aßen. Obwohl 35% von denen bekannte, dass sie ihn nicht mögen oder nicht mehr essen wollen. In diesen Fällen probierte man den Lebkuchen nur aus der Neugier, weil die bekannten Nürnberger Lebkuchen so berühmt sind.



Merkbaren Unterschied zwischen beiden Lebkuchen gibt erst die Frage, ob man den Lebkuchen kauft und mehr isst in der Weinachtzeit oder während des ganzen Jahres. In Nürnberg spielte der Ruf des Christkindlesmarktes eine wichtige Rolle und auch 84 % Menschen, die Lebkuchen kennen, verbinden ihn mit Weinachten. Die restlichen 16 % bekannten, dass sie Lebkuchen oft für Bekannte kaufen oder nehmen ihn als Souvenir, immer wenn sie Nürnberg besuchen. Der Pardubitzer Lebkuchen führt sich ganz anders. Für 80 % der Probanden ist Pardubitzer Lebkuchen eine Nascherei, die man das ganze Jahr genießen kann, nur 20 % der Befragten halten Lebkuchen für Weihnachts Süßigkeit. Einige fügen hinzu, dass man es oft als Geschenk zu Nikolaus schenkt. Aus diesem Grund sind auch viele Lebkuchen mit den Motiven: Nikolaus, Engel oder der Teufel zu sehen.

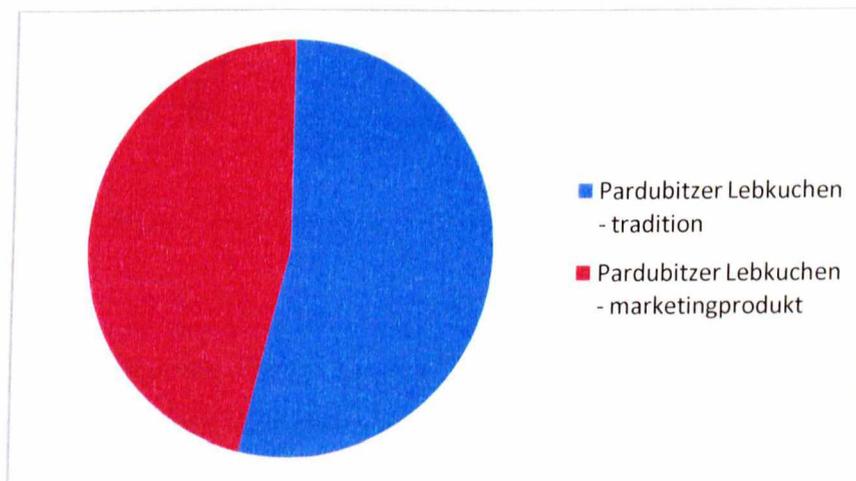
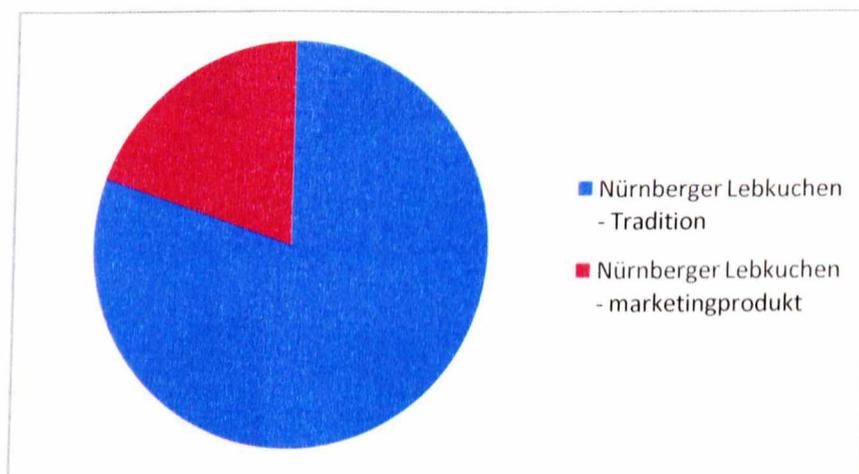


Die folgende Umfragefrage stellt fest, ob der Lebkuchen als ein typisches Erzeugnis wahrgenommen wird. Hier sind die Resultate fast gleich, nur in Pardubice war die Zahl den positiven Antworten um ein Stückchen höher. In Pardubice hatten die Menschen auf die Frage, ob der Pardubitzer Lebkuchen für Pardubice typisch ist zu 79 % „ja“ geantwortet und in Nürnberg war die Antwort „ja“ auf die sinngemäße Frage nur bei 70 %.



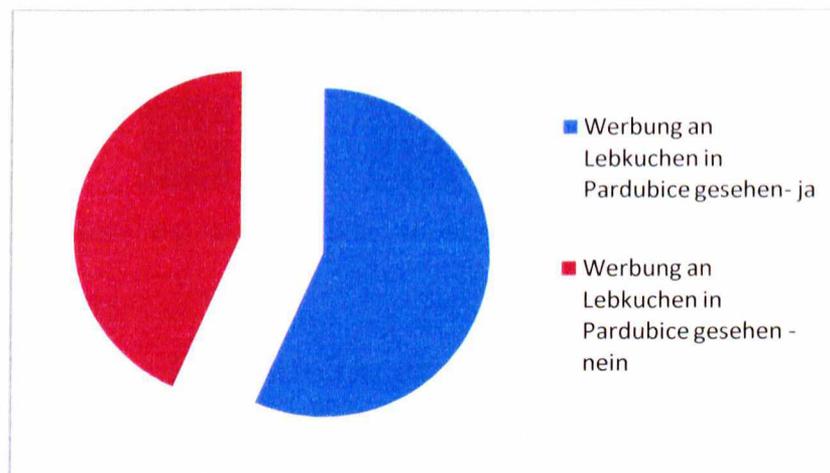
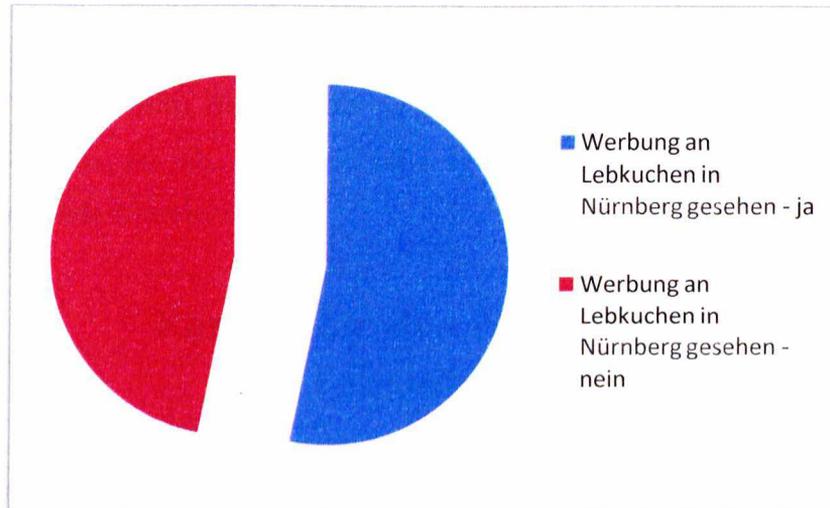
Fast zum Ende der Umfrage stellte ich die wichtigste Frage dieser Untersuchung. „Ist nach Ihrer Meinung Nürnberger Lebkuchen eine Tradition oder ein Marketingprodukt? / Ist nach Ihrer Meinung Pardubitzer Lebkuchen eine Tradition

oder ein Marketingprodukt?“ Obgleich die Ansichten nicht völlig übereinstimmend waren, ist es offenbar, dass Nürnberger Lebkuchen mehr als eine Tradition angesehen wird. Beim Pardubitzer Lebkuchen ist es schon widersprüchlich. Eine Hälfte der Befragten antwortete, dass es eine Tradition ist. Nur eine knappe Mehrheit von 54% der Befragten war der Meinung, dass Lebkuchen in ihrer Stadt eine Tradition sei. Es ist interessant, dass das Resultat nicht ganz eindeutig war. Nur eine Stimme gab den Ausschlag, dass der Lebkuchen nicht als ein Marketingprodukt wahrgenommen wurde. Trotzdem meinten mehr als 46% der Pardubitzer, dass Pardubitzer Lebkuchen ein Marketingprodukt ist.



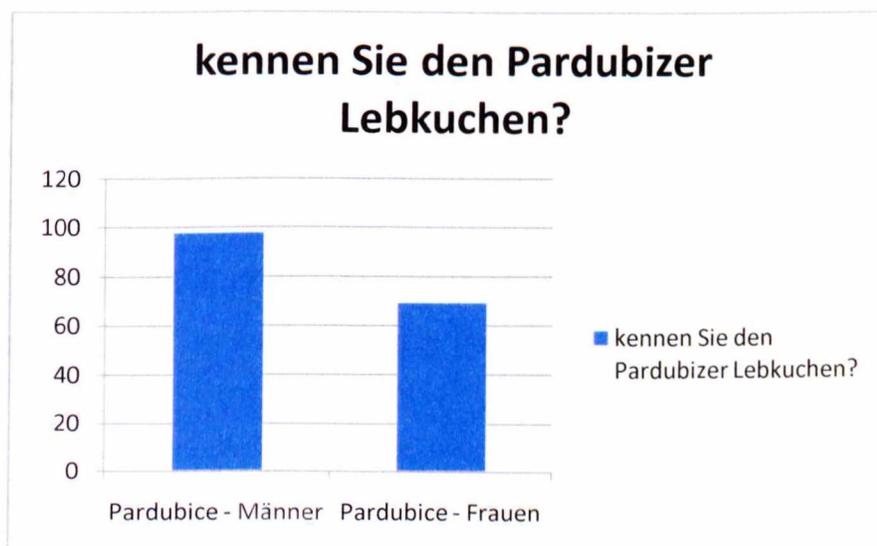
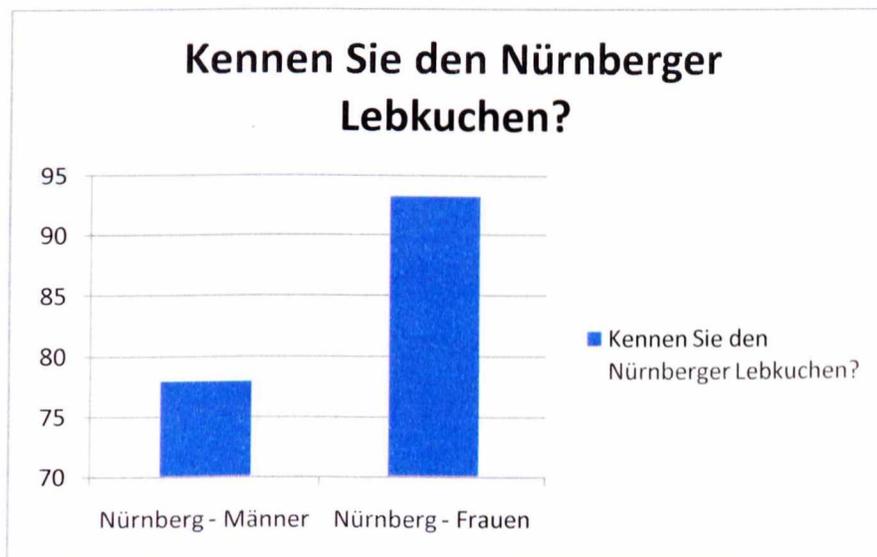
Eine weitere Frage will mehr über das Problem des Marketings feststellen. Sie lautete deswegen: „Haben Sie schon mal eine Werbung auf den Nürnberger Lebkuchen gesehen? / Haben Sie schon mal eine Werbung auf den Pardubitzer Lebkuchen gesehen?“ Hier bestätigte sich nur die Meinung, dass der Pardubitzer Lebkuchen oft für

ein Marketingprodukt gehalten wird. Die Ursache hierfür ist vielleicht die größere Werbung, Propagation. In Pardubice antwortete auf diese Frage positiv 57% und in Nürnberg 55%.



Die letzte ergänzende Frage „Kennen Sie auch andere Lebkuchen als die aus Nürnberg? Aus anderer Stadt, aus anderem Land?“ wollte das allgemeine Bewusstsein über alle Lebkuchen analysieren. Die Befragten sollten alle anderen Lebkuchen aufzählen, die sie kennen. Zugleich ging es um den Vergleich, ob die Nürnberger schon etwas über den Pardubitzer Lebkuchen hörten und umgekehrt. Informationen, die aus dieser Anfrage folgten, waren sehr vielfältig. Nur 6% der Befragten in Nürnberg wussten, dass es auch in der Tschechischen Republik bekannte Lebkuchen gibt, sogar der Pardubitzer Lebkuchen. In Pardubice herrscht bessere Kenntnis über den Lebkuchen

aus Nürnberg. 42% der Leute in Pardubice wussten, dass die Nürnberger Lebkuchen existieren. Die weiteren Lebkuchen, die genannt wurden, waren am häufigsten in Deutschland nur die deutschen Lebkuchen und in der Tschechischen Republik die tschechischen. Aus vielen abwechslungsreichen Namen der verschiedenen Lebkuchen klangen mehrmals Fränkische Lebkuchen, Aachener Lebkuchen, Pulsnitzer Lebkuchen. In Tschechien wurden zum Beispiel oft genannt die altböhmischen Lebkuchen aus Hořice oder Štramberké uši, was eine süße Spezialität auf Lebkuchenart aus der nordmährischen Stadt Štramberk ist.



5. Vergleich der beiden Lebkuchen

Bevor wir die gegenwärtige Situation beschreiben wollen, haben wir auch die Wurzeln beider Lebkuchen vergleichen müssen. Alles, was es auf der Welt gibt, hat auch eine Quelle. Die Quelle ist immer eine Einzige, nur die Flüsse sind andere.

Der größte Unterschied beim Lebkuchen besteht in seinem Rezept. Es nicht Lebkuchen gleich Lebkuchen. Der aus Pardubice kennzeichnet sich vor allem mit dem Dekor und verschiedenen Formen. Die Nürnberger Lebkuchen setzen auf den Geschmack und Benutzung der verschiedenen Ingredienzen. Diesen Fakt könnte auch der Einfluss auf die Beliebtheit den Lebkuchen haben. Die Pardubitzer sind eher ein Geschenk, das oft auf dem Regal ausgestellt bleibt und die Nürnberger isst man gleich mit dem Tee oder Kaffee.⁴⁸

5.1 Die Geschichte der Lebkuchen

Es gibt zwei verschiedene Kulturen, die im Laufe des Jahres ein großes Stück gemeinsam gehabt haben, aber sie sind zugleich auch sehr unterschiedlich. Allerdings in beiden kann man heute den köstlichen Geschmack des Lebkuchens genießen.

Die Wurzel des Lebkuchens ist nur eine und kommt nachweislich aus Deutschland. Die ersten Erwähnungen über Lebkuchenproduktion in Nürnberg kann man schon in Akten aus dem 13. Jahrhundert finden. Als das süße und gewürzte Gebäck noch nicht in Pardubice bekannt war, hat der Nürnberger Lebkuchen schon verbreiteten Ruf in Mitteleuropa gehabt. Nach Pardubice ist das Lebkuchenrezept erst in der Zeit der Herrscher des Perstejn gekommen, aus dieser Zeit haben wir Beweise, dass hier eine Zunft von Pfefferküchler war.⁴⁹

Der elementare Rohstoff für Lebkuchen-Backen ist vor allem der Honig. Es geht um einen Zusatz, der die ganze Entwicklung beeinflusst hat. Ein Süßstoff, der lange Jahrhunderte als "süßes Gold" bezeichnet wurde.⁵⁰ Das Geheimnis, warum das Lebkuchengebäck solange sehr beliebt ist, ist nicht nur der leckere Geschmack, sondern auch das gebrauchte Gewürz. Gewürze, die für die Vorbereitung des Lebkuchensteigs

48 Siehe Anhang Nummer 8

49 Vgl. Von *Das Nürnberger Lebkuchenbuch, Pardubický perník*

50 Vgl: *Das Nürnberger Lebkuchenbuch, seite 31-32*

gebraucht werden, werden noch in der modernen Medizin für sehr magenfreundlich und verdauungsfördernd gehalten.⁵¹

Die Produktion von Lebkuchen war von den Zusätzen und ihrem Preis abhängig. Auch die politische Entwicklung der beiden Länder beeinflusste den Aufschwung der Lebkuchen. Manchmal war Zucker zu teuer und den Honig gab es nicht. Die Zollgebühren sind stark gestiegen und es war nicht günstig den Lebkuchen zu exportieren und in anderen Städten zu verkaufen.

5.2 Gegenwärtige Situation

Wie die Lebkuchen Firmen nur zu gut wissen, handelt es sich in Nürnberg eher um die Tradition und in Pardubice ist es mehr ein Marketingprodukt, ein Ziel für die Touristen. Auf ersten Blick scheint es so sein, dass in beiden Städten der Lebkuchen aus demselben Grund zu derselben Sache benutzt wird. Jede Besucher, der nach Nürnberg kommt, weiß, dass der Nürnberger Lebkuchen der älteste in Deutschland ist und man bäckt ihn seit acht Jahrhunderten. Allgemein ist der Nürnberger Lebkuchen bekannt als ein Gebäck, das auf dem Weihnachtsmarkt verkauft wird, wie man auch auf der offiziellen Webseite von Christkindlesmarkt schreibt:

“Die gut 200 Händler präsentieren ein bewusst traditionell gehaltenes Warenangebot: Nürnberger Lebkuchen, Früchtebrot, Back- und Süßwaren, typische Weihnachtsartikel[...].”⁵²

Auf der anderen Seite der Brücke steht Pardubice; man weißt zwar, dass Pardubice eine Stadt des Lebkuchens ist, aber seit wann und warum, das ist nicht so klar. Pardubitzer selbst schämen sich deswegen, dass ihre Stadt als eine Siedlung der Lebküchener benannt ist.

In beiden Städten kann man kleine Lebkuchenladen finden. In Pardubice gibt es vier Lebkuchens Firmen: JaJa, Perník Novotný, Perník Jaroš und Alena Zachová – výroba zdobených perníků und ein große Fabrik, die Arbeit für ungefähr 500 Bäcker und Arbeitern geben. In Nürnberg gibt es acht: Burg Lebkuchen, Lebkuchen – Schmidt, Haerberlein – Metzger, Weiss Lebkuchen, Ifri-Schuman Lebkuchen, Wicklein

51 Vgl. Das nürnberg Lebkuchen – Seite 33

52 Siehe: <http://www.christkindlesmarkt.de/index.php?navi=1&rid=1> – „Städlein aus Holz und Tuch“, heruntergeladen am 1. 12. 2010

Lebkuchen und Wolff Lebkuchen. Diese Zahl ist nicht so wichtig für diese Untersuchung, weil es auch von der Größe der Stadt abhängt.

Pardubitzer Lebkuchen kann seit dem Jahre 1967 die sogenannte „*Chráněné zeměpisné označení*“⁵³ benutzen, die das Amt für industrielles Eigentum ausgibt.

„[...] Chráněné zeměpisné označení (CHZO) je název regionu, určitého místa nebo ve výjimečných případech země, který se používá k označení zemědělského produktu nebo potraviny

- *keré pocházejí z tohoto regionu, určitého místa nebo země, a*
- *keré mají určitou kvalitu, pověst nebo jinou vlastnost, kterou lze přičíst tomuto zeměpisnému původu a jejichž produkce, zpracování nebo příprava probíhá ve vymezené zeměpisné oblasti.[...]*“⁵⁴

In Pardubice gibt es noch „*Sdružení pardubického perníku* (Die Assoziation des Pardubitzer Lebkuchens). Ziel dieser Assoziation ist, Produkte aus Pardubitzer Lebkuchen zu schützen und zu propagieren. Im Hauptpunkt des Interesses sind vor allem verschiedene zweidimensionale und dreidimensionale Lebkuchen. Dazu wacht sie über die richtige Durchführung aller Prozesse und Einhaltung der ästhetischen Ausführung. 8.5.2007 erreicht diese Assoziation die Einschreibung als schützende Marke ins Verordnungsblatt der EU.“⁵⁵

Ähnlich ist es bei den Nürnberger Lebkuchen, die als Marke Nürnberger Lebkuchen seit Jahre 1996 europaweit geschützt sind.⁵⁶ Diese Information steht auch auf der offiziellen Webseite des Bundesverbandes für deutsche Süßwarenindustrie geschrieben:

„Die Sortenvielfalt der Lebkuchen ist heute in den Leitsätzen für Feine Backwaren beschrieben. Geografische Grenzen der Herstellung (Stadtgebiet Nürnberg) und Qualitätsstandards für Nürnberger Lebkuchen sind unter RAL RG

53 Übersetzung: Geschützte geographische Bezeichnung

54 Herunterladen von <http://www.upv.cz/cs/pravni-predpisy/komunitarni/pravo-evropskych-spolocenstvi/oznaceni-puvodu-a-zemepisna-oznaceni-spolocenstvi.html>, am 10.12.2010, Übersetzung: Schützende geographische Marke ist der Name der Gegend, der bestimmten Ort oder in ausnehmenden Fällen auch des Landes, die benutzt man zum Bezeichnen des landwirtschaftliches Produktes oder der Lebensmittel. – die aus dieser Gegend, diesen bestimmten Ort oder des Landes kommen und – bestimmte Qualität, Ruf oder andere Eigenschaft haben, die man dieser geographischer Ursprung und ihrer Produktion, Verarbeitung oder Zubereitung in definierter Gegend zurechnen kann.

55 Vgl. <http://www.sdruzeniipardubickypernik.cz/sekce/sdruzeni-a-jeho-cile>, Herunterladen am 8. 1. 2011

56 Vgl. http://www.bdsi.de/de/produkte/feine_backwaren/lebkuchen, Herunterladen am 10. 12. 2010

0131 registriert. Seit 1. Juli 1996 ist der Nürnberger Lebkuchen als "Geschützte geografische Angabe" europaweit geschützt und darf das Siegel der EU tragen.“⁵⁷

5.3 Vergleich aufgrund der Umfrage

Das Ziel der beschriebenen Umfrage war zu beweisen, ob Nürnberger Lebkuchen eine Tradition oder ein Marketingerfolg ist? Und ob Pardubitzer Lebkuchen eine Tradition oder ein Marketingprodukt ist? Diese Hauptfragen wurden den Leuten in Pardubice und in Nürnberg vorgelegt. Auch wenn diese zwei Lebkuchen fast nichts Gemeinsames haben, sind die Ergebnisse sehr ähnlich. In beiden Städten gewann die Behauptung, dass sich es um eine Tradition handelt. Das war in Nürnberg eindeutiger.

Die Ergebnisse können durch verschiedene Aspekte beeinflusst worden sein, deswegen ist es nötig eine weitere Datei über den Befragten zu erwähnen. Aus der Umfrage folgt, dass der Nürnberger Lebkuchen mehr bekannt ist als der Pardubitzer. Wenn man die Antworten vergleichen will, sieht man, dass es sich um ganze 5% handelt. Bei der Zahl von 500 Befragten, ist 5% ein großer Unterschied und liefert den Beweis, dass Nürnberger Lebkuchen mehr in dem Bewusstsein der Menschen ist, ein Hinweis, dass er sehr traditionell ist. Diese Wirklichkeit kann aber aus dem durchschnittlichen Alter der Befragten folgen, das in Pardubice niedriger ist. Vielleicht kamen die jüngeren Leute noch nicht in Kontakt mit dem Bereich Gastronomie oder den Produkten, die für diese Gegend ganz typisch sind oder haben dafür einfach kein Interesse.

6. Ansicht der Lebkuchenbäckern

6.1 Ansicht der Lebküchener aus Pardubice

Auf die Frage, ob Lebkuchen eine Tradition oder Marketingprodukt ist, antwortete Frau Janurová ganz deutlich. Für Sie ist Lebkuchen⁵⁸ ein traditionelles Produkt und so zu ihm auch steht. Sie knüpfte an etwas an, das in Pardubice irgendwann früher existierte und will es erhalten und weiter entwickeln.⁵⁹

⁵⁷ <http://www.lebkuchen.nuernberg.de/vielfalt.html> - heruntergeladen am 22. 12. 2010

⁵⁸ Siehe Anlage Nr. 10 - Ein Beispiel der Lebkuchen von Firma JaJa

⁵⁹ Informationen folgen aus dem persönlichen Gespräch mit Frau Janurová, die Gründerin Firma JaJa, dieses Gespräch spielte sich am 1. 6. 2010 ab

Andere Lebküchlerin aus Pardubice, Frau Alena Zachová, die auch ihre eigene Firma besitzt, sagt dazu, dass für sie der Pardubitzer Lebkuchen ein Marketingprodukt ist. Mit Bedauern begründet sie mit den Worten, dass man von der Tradition doch nicht leben kann.⁶⁰

Damit stimmt auch die Ansicht des Direktors des Pfefferkuchenhäuschen Herr Šorm überein, der bedauert, dass Pardubitzer Lebkuchen ganz offensichtlich ein Marketingprodukt sind. Seiner Meinung nach war der Lebkuchen zwischen pardubitzer Bürger nie beliebt, vielleicht aus dem Grund, dass sie als „*Perníkáři*“⁶¹ genannt wurden. Nach ihm ist der Begriff Pardubitzer Lebkuchen ganz künstlich ausgedacht und dient zur Herbeiführung der Touristen nach Pardubice. Auch das Pfefferkuchenhäuschen wurde gegründet, weil ein Touristisches Ziel gebraucht wurde.⁶²

Zwischen Pardubitzer Menchen, die mit dem Lebkuchen was zu tun haben, reiht sich teilweise auch Herr Jan Řeháček ein. Er ist Eigner eines e-shop, wo er Souvenirs aus Pardubice verkauft. Selbstverständlich kann man hier auch Lebkuchen oder Lebkuchenhäuschen kaufen. Für ihn bilden Lebkuchen eine große Tradition und auch sein e-shop ist mehr ein Hobby als ein Broterwerb.⁶³

Bei der Untersuchung dieses Problems ist auch der Blick auf die andere Seite interessant. Es ist gut, auch die Meinungen der Leute zu hören, die mit dem Lebkuchen arbeiten, die Lebkuchen backen, verkaufen und diese Tradition weiterentwickeln.

In Pardubice gibt es vier Hersteller, die ein kleines eigenes Unternehmen für geschmückte Lebkuchen besitzen. Zuerst besuchte ich Frau Jarmila Janurová, die betrieb eine Erzeugungsstelle in der Nähe von Pardubice in Svítkov, mit dem Namen JaJa. Diese Lebküchnei ist ganz klein und wirkt sehr nett. Gleich in demselben Haus befindet sich auch ein kleiner Laden, wo man verschieden Lebkuchen kaufen kann. Dieses Unternehmen funktioniert dank des Eifers Frau Janurová, die früher in der Lebkuchenfabrik arbeitete. Diese Arbeit war uninteressant, weil in der Fabrik nur

60 Informationen folgen aus e-mail Kommunikation mit Frau Alena Zachová

61 *Perníkáři* = die Leute, die das Lebkuchen backen, Lebküchler

62 Informationen folgen aus dem persönlichen Gespräch mit Frau Janurová, die Gründerin Firma JaJa, dieses Gespräch spielte sich am 1. 6. 2010 ab

63 Informationen folgen aus der e-mail Kommunikation mit Herrn Jan Řeháček - <http://www.e-kramek.cz/index.php?ozn=&vyber=>, Herunterladen am 3. 11. 2010

gewöhnliche Lebkuchen hergestellt wurden. So begann sie abends noch die geschmückten Lebkuchen zu backen. Mit der Zeit wuchs auch die Nachfrage und im Jahre 1991 entschied sie sich eine Lebküchnelei zu gründen.

Heute arbeiten in der Firma um die 30 Angestellten und ihre Produkte werden in zwei Verkaufsstellen in Pardubice verkauft und in anderen Städten in der Tschechischen Republik exportiert. Auch im Ausland haben Lebkuchen ihre Abnehmer, vor allem in Österreich, Deutschland, Belgien und Ukraine. Das weiteste Exportziel war schließlich bis in Texas. Die Tendenz des Verkaufs ist immer wachsend und ist es dank der hohen Qualität und erstklassigen Zubereitung. Die Lebkuchen sind sehr gut und hauptsächlich original, insgesamt bildet das Sortiment zirka 1500 Arten des Lebkuchens. Es sind die klassischen flachen Lebkuchen, die in den verschiedenen Formen gebacken wurden und dazu auch die mehrachsigen Lebkuchen. Unter den mehrachsigen gehört der bekannteste Lebkuchenartikel, die Lebkuchenhüttchen. Diese Auswahl wurde bei der Gelegenheit einer Bestellung für die Abgeordneten der Europäischen Union verbreitet und ergänzt um Lebkuchenzerten, die speziell für dieses Ereignis erfunden wurden.

Hier muss man auch die Erfolge erwähnen, die Firma JaJa mit ihren Lebkuchen erreichte. Diese Lebkuchen wurden an verschiedenen Messen zur Schau gestellt.⁶⁴ Erfolgreich war die Firma auch in vielen Wettbewerben, wo einzelne Unternehmer und Firmen bewertet wurden. Mehrmals auch ein Sieg als Gewerbetreibende des Jahres für die Gegend um Pardubice.⁶⁵ Dank dieser Tätigkeit braucht diese Firma eigentlich keine Werbung, weil wegen der guten Public Relation wird über JaJa häufig und sehr positiv geschrieben.

Der nächste pardubitzer Hersteller ist die Firma Perník Novotný⁶⁶. Herr Novotný wollte aber für die Erstellung dieser Arbeit keine Informationen geben und verwies mich auf die Webseite der Firma und auf das Museum des Lebkuchens.

Den geschmückten Lebkuchen⁶⁷ backt man in Pardubice auch in der Firma Alena Zachová⁶⁸, diese Firma ist leider nicht Besitzerin der schützenden

64 Informationen folgen aus dem persönlichen Gespräch mit Frau Janurová, die Gründerin Firma JaJa, dieses Gespräch spielte sich am 1. 6. 2010 ab

65 Vgl. www.pardubickypernik.cz, heruntergeladen am 10. 12. 2010

66 Siehe die Anlage Nr. 15 – Der Lebkuchen von Firma Perník Novotný

geographischen Bezeichnung⁶⁹, aber kann sie sich brüsten mit drei Eintragungen im Guinness-Buch. Sie backten aus dem Lebkuchen das größte Buch, der größte Kriegel und die größte Lebkuchenhüttchen in der Tschechischen Republik⁷⁰.

Eine der pardubitzer Firmen, die man nennen muss, ist die Firma Janoš⁷¹. Diese Firma, die von Herrn Josef Janoš geleitet wird, gehört zu den langjährigen Produzenten des Lebkuchens. Auch der Vater von Herrn Janoš war einer der besten Konditoren in der Tschechischen Republik.⁷²

Wenn man über Lebkuchen spricht, stellen sich viele Menschen das Lebkuchenhäuschen vor. Ein solches existiert in der Nähe von Pardubice im Dorf Ráby. Es liegt gerade im Märchenwald. Da lebt selbstverständlich auch die Hexe. Dieses Objekt kennt jedes Kind aus dem Märchen über das Lebkuchenhäuschen und hier in Pardubice, sowie im Zentrum des Lebkuchens ist der rechte Ort für die Belebung dieses Märchens. Es wurde hier im Jahre 1997 aufgebaut. Aus der ersten Idee das Lebkuchenhäuschen aufzubauen mündeten mehrere Projekte. Jetzt befinden sich in der Gegend auch der Märchenwald, Museum der Lebkuchen, Touristische Infozentrum des Děd Vševed oder die Lebkuchenwerkstatt der Hexe und viele andere Interessanten. Das alles funktioniert unter der Leitung Herr Luděk Šorm⁷³.

Hier nach Lebkuchenhäuschen kommen viele Touristen, aber oft auch lokale Kinder. Während des Jahres finden hier viele Veranstaltungen statt.⁷⁴

„O paní Ježibabě z pohádky koluje pomluva, že je zlá. Ale to není pravda! Jenom se rozzlobila na ty dva zloděje - jakéhosi Jenička a na Mařenku. Nezaklepali, nepozdravili, nepoprosili, kradli a navíc ještě lhali, že prý "nějaký větříček!" Drzouni! Vždyť to znáte: Kdo lže a krade, do pekla se hrabe. Proto se paní Ježibaba rozzlobila a jako čert zapálila oheň v peci. Aby zloděje dostala do pekla! Jak to dopadlo? Skončila jako mučedník a čeká na svou rehabilitaci. V této pohádce bohužel nevíteží dobro nad zlem. Zloděj zvítězil nad okradeným, a to je

67 Siehe Anlage Nummer 11 – Der Lebkuchen von Firma Alena Zachová

68 www.pernik-pce.cz heruntergeladen am 14. 12. 2010

69 Eben da: Heruntergeladen von <http://www.upv.cz/cs/pravni-predpisy/komunitami/pravo-evropskych-spolecenstvi/oznaceni-puvodu-a-zemepisna-oznaceni-spolecenstvi.html>, am 10. 12. 2010

70 Siehe die Anlage Nummer 5

71 Siehe die Anlage 16 – Der Lebkuchen von Firma Janoš

72 www.pernikjaros.cz, heruntergeladen am 13. 12. 2010

73 Luděk Šorm ist der Direktor der Lebkuchenbezirkshauptmannschaft und des Pfefferkuchenhäuschens

74 Diese Information sammelte ich bei dem persönlichen Gespräch mit Herr Luděk Šorm, das am 7.7.2010 stattfand.

*špatný vzor chování, který se předává z jedné generace na generace další. Důsledky této výchovy vidíme dnes a denně. Po celém hejtmánství i v sousedních zemích...*⁷⁵

6.2 Ansicht der Lebküchner aus Nürnberg

Nach der Meinung Frau Andrea Croft⁷⁶ ist der Nürnberger Lebkuchen eindeutig eine Tradition. Das beweist auch die Marke "Nürnberger Lebkuchen", die seit 1996 europaweit geschützt ist.⁷⁷ Die Lebküchner aus Nürnberg waren leider nicht so zugänglich und wollten mir keine Antworten geben.

Die angesprochene Firma Witte Spezialitäten hat seine Meinung nicht mitgeteilt, wenn wir aber von den Informationen auf der Webseite ausgehen, wird es klar, dass es sich hier um eine Tradition handelt. Schon in der Überschrift steht:

*„Bei uns hat Genuss Tradition: Seit vier Generationen stellen wir feinste Nürnberger Qualitäts-Lebkuchen her. Noch immer backen wir mit handwerklicher Tradition, zum Wohle des Geschmacks“.*⁷⁸

Bei der Firma Lebkuchen Schmidt⁷⁹ war es ähnlich, auf meine e-mail Nachfrage bekam ich nur die Antwort, dass es nicht möglich ist, in der Firma ein eventuelles Praktikum zu absolvieren. Keine Antwort über Tradition oder Marketingprodukt.⁸⁰ Diese Firma existiert seit 80 Jahren, genau wurde sie im Jahre 1927 gegründet. Darum kann man hier von großer Tradition sprechen. Auch wenn die Marketingseite dieser Firma sehr gut gestaltet ist.⁸¹

75 <http://www.pernikova-chaloupka.cz/tema/tema.phtml?&id=4553>, Heruntergeladen am 14. 12. 2010, Übersetzung: *Über Frau Hexe aus dem Märchen ist der Vorwurf bekannt, dass sie sehr böse ist. Aber es ist doch nicht wahr! Sie wurde nur geärgert von den zwei Dieben – irgendwelcher Jeniček und irgendwelche Mařenka. Sie klopfen nicht, grüßten nicht, haten nicht, sie stohle und dazu noch lügten, dass es das „Windchen“ machte. Die Frechen. Sie kennen es doch: „Wer lügt und stiehlt in die Hölle kommt!“ Deswegen sich die Hexe ärgerte und zündete das Feuer im Ofen an wie ein Teufel. Damit sie den Dieben in die Hölle half. Und wie endete dieses Märchen? Sie wird jetzt als eine Böse gehandelt und wartet bis sie verstanden wird. In diesem Märchen gewinnt leider nicht das Gute gegen den Bösen. Der Dieb gewinnt gegen dem Gestohlenen, und es ist schlechtes Muster des Erinnerns, das wurde von Generation zur Generation übergeben. Ergebnisse dieser Erziehung kann man heute und täglich sehen... In ganzem Hauptmangut und auch in anderen Ländern.*

76 Andrea Croft – Vetreterin des BDSI - Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

77 Informationen folgen aus der e-mail Kommunikation mit Andrea Croft

78 <http://witte-spezialitaeten.de/>, heruntergeladen am 24. 12. 2010

79 Siehe die Anlage Nr. 13 – ein Beispiel der Lebkuchen von Firma Lebkuchen Schmidt

80 Diese Informationen folgen aus der e-mail Kommunikation mit Frau i. A. Daniela Schmidt aus der Firma Lebkuchen Schmidt

81 Vgl: <http://ww2.lebkuchen-schmidt.com/index.php>, heruntergeladen am 23. 12. 2010

Dass Nürnberger Lebkuchen eher eine Tradition ist, belegt die Behauptung, dass diese Lebkuchen eigentlich eine Art von Weihnachtsgebäck sind. Wie ist auf der Webseite von Firma *Lebkuchen Mirus* eingeführt ist.

*„Die "Lebkuchen-Saison" ist inzwischen vorbei. Deswegen ist das Bestellformular im Moment nicht vorhanden. Ende September werden Sie hier wieder frisch gebackene Lebkuchen und anderes Gebäck finden. Wir wünschen Ihnen eine schöne Zeit und freuen uns, Sie hier zu gegebener Zeit wieder begrüßen zu können.“*⁸²

Damit wird gezeigt, dass es ein Artikel des Nürnberger Weihnachtsmarktes ist. Ähnlich sieht es so auf der Webseite von *Feinste Haerberlein – Metzger Lebkuchen*⁸³, wo die Tradition auch eindeutig deklamiert wird.⁸⁴

Auch bei dem nächsten Lebküchler musste ich die Information nur aus dem Internet schöpfen, weil ich keine Antwort auf meine Frage zurückbekam. Die Lebkuchen unter der Marke Weiss Spezialitäten⁸⁵ propagieren ihre hohe Qualität und Vorbereitung, wie im Mittelalter.

*„Um ihren unverwechselbaren Geschmack, ihre hohe Qualität und ihre Naturreinheit zu wahren, unterziehen sich die "Lebküchler" strengen Normen, die die Zusammensetzung der verschiedenen Lebkuchen genau festlegen.“*⁸⁶

82 <http://www.lebkuchen-mirus.de/html/bestellung.html> am 31. 8. 2010 heruntergeladen

83 Siehe die Anlage Nr. 12 – Der Lebkuchen von Feinste Haerberlein – Metzger Lebkuchen

84 Die offizielle Webseite von Lebkuchen Haerberlein – Metzger <http://www.haerberlein-metzger.de/>, heruntergeladen am 12. 2. 2011

85 Siehe Anlage Nr. 13 – Der Lebkuchen von Weiss Spezialitäten

86 <http://www.weiss-lebkuchen.de/>, heruntergeladen am 28. 2. 2011, die offizielle Webseite

Schlusswort

Die Forschung, mit der sich diese Arbeit befasst, suchte die Antwort, ob es im Falle Nürnberger Lebkuchen und Pardubitzer Lebkuchen um eine Tradition geht. Die richtige Hypothese wurde durch Ergebnisse der Umfrage und teilweise auch durch Interview mit Lebkuchenherstellern bewiesen. Der Ausgang dieser Exploration ist klar. Die Nürnberger Lebkuchen und sogar auch die Pardubitzer Lebkuchen werden eher für eine Tradition gehalten.

Er wird mehr in Nürnberg als eine Tradition betrachtet. Der Lebkuchen ist dort etwas, das Nürnberg definiert und das zu Nürnberg einfach gehört. In Pardubice bewerten sie ihren Lebkuchen oft als Tradition. Trotz einer großen Verbundenheit mit der Tradition ist sich die Mehrheit bewusst, dass es sich um ein Marketingprodukt handelt. Dieses wird mit Bedauern eher in Pardubice empfunden, wo man aber auch weiß, dass der Lebkuchen und sein Ruf dem Reiseverkehr hilft und glaubt, dass es in die Zukunft immer besser sein wird und der traditioneller Lebkuchen ein bedeutendes Marketingprodukt für Pardubice wird. Diese Feststellung finde ich als eine der bedeutendsten in meiner Arbeit, weil man dieses Model auch in anderen Bereichen auszunutzen könnte.

Der Vergleich beider Lebkuchen bestätigt die Wirklichkeit, dass Nürnberger Lebkuchen eine größere Tradition hat und damit zusammenhängend einen größerem Ruf, der auch in die Tschechischen Republik seinen Weg fand. Der Pardubitzer Lebkuchen ist weniger bekannt. Die Behauptung, dass es von Anfang an ein Marketingprodukt war ist wahr. Im theoretischen Teil ist nämlich beschrieben, wie die Mönche die Lebkuchen backten und immer mehreren Leuten verkauften und schenkten. Daraus entstand langsam eine große Tradition, die ohne wesentliche Änderungen existieret bis heute.

In Pardubice war der Weg des Lebkuchens nicht so direkt. Man backte den Lebkuchen, dann viele Jahre nicht und wenn über den Lebkuchen nur gesprochen wurde und Witze gemacht wurden, entstand eigentlich aus der Tradition ein Marketingprodukt in der Form wie heute. Natürlich ist auch der Pardubitzer Lebkuchen in dieser Zeit in seiner Gegend ziemlich bekannt und wenn man sich um diese Tradition in der Zukunft

kümmert, wird meiner Meinung nach Pardubitzer Lebkuchen erfolgreich als eine Tradition und ebenso als Marketingprodukt.

Diese Arbeit sollte dienen zur Beschreibung dessen, wie man ein starkes Marketingprodukt herstellen kann, dass sich eine lange Tradition bildet. In dem Fall Nürnberg kann man verfolgen, dass das Produkt fast keine Werbung braucht, es genügt die Tradition am Leben halten. Im Gegenteil in Pardubice ist die Tradition eher künstlich entwickelt und stark mit Werbung und Marketingmitteln (wie z.B. das reale Lebkuchenhäuschen in Ráby pod Kunětickou Horou) unterstützt.

Schließlich kann man sagen, dass Marketing und Tradition eng verbunden sind. Für die Aufrechthaltung der Tradition braucht man ab und zu die Marketingmittel und für erfolgreiches Marketingprodukt hilft ohne Zweifel die Beifügung „traditionell“.

Resumé

Tato práce se zabývá problematikou tradice a jejího postavení oproti marketingovému produktu. Snaží se najít, kde je hranice mezi těmito dvěma pojmy a jestli je daný produkt chápán širokou veřejností spíše jako tradice nebo jako marketingový produkt.

Tuto otázku zkoumá na příkladu Pardubického a Norimberského perníku, neboť oba z nich jsou do určité míry tradicí, ale na druhou stranu jsou pro město také důležitým marketingovým produktem. Jednak jsou velkým lákadlem turistů a každý návštěvník si jej s sebou domů odváží jako suvenýr, anebo jsou exportovány do jiných měst a zemí, kde slouží jako výborná reklama pro samotné město.

Práce je rozdělena do dvou částí, z nichž první je část teoretická. V teoretické části jsou definovány základní pojmy bakalářské práce, tradice a marketingový produkt. Pro pochopení všech souvislostí je zde ve stručnosti popsán historický vývoj perníku. Samozřejmě je osvětlena i současná situace, kde je ukázáno, v jaké míře se perník vyrábí a prodává dnes. Popsány jsou také instituce a sdružení zabývající se perníkem, jeho marketingovým rozvojem a udržením této tradice.

V praktické části je popsán samotný výzkum tohoto problému, při kterém byla použita metoda ankety. Anketa probíhala v obou městech a vždy zkoumala místní perník. Celkem respondenti odpovídali na deset otázek týkajících se perníku, jeho historie a hlavně toho, jak jej osobně vnímají a co pro ně znamená. Součástí praktické části jsou i názory samotných výrobců perníku a ostatních lidí, do jejichž kompetence perník spadá. Vzhledem k tomu, že se mi k navrženým otázkám nevyjádřili zdaleka všichni, nemůžeme tyto informace brát jako relevantní, ale spíše jako doplnění problematiky a zajímavý názor z jiného úhlu pohledu.

Výsledek výzkumu potvrdil hypotézu, že v případě norimberského perníku se jedná spíše o tradici a u pardubického je častěji brán jako marketingový produkt. I když ani v jednom případě nebylo tvrzení zcela jednoznačné, spíše se jedná o názor těsné většiny.

Tato práce by měla sloužit jako příklad toho, jak lze vytvořit silný marketingový produkt, který si vytvoří určitou tradici. V případě Norimberku lze pozorovat, že

samotný produkt nepotřebuje nijak silnou reklamu, ale v mnoha případech stačí tradici udržovat při životě. Naopak v Pardubicích byla tradice rozvinuta spíše uměle a silně podpořena reklamou a marketingovými nástroji (např: zhmotnění Perníkové chaloupky v Rábech pod Kunětickou Horou).

Závěrem lze říci, že marketing a tradice k sobě mají velmi blízko. Pro udržení tradice, je potřeba nemalé množství marketingové podpory a pro úspěšný marketingový produkt, často pomůže přívěsk „tradice“.

výsledky debatování!

Die Literaturquellen

- AAKER D.A. *Brand building – budování značky*, Computer Press Brno, 2003, ISBN 80 – 7226 – 885 6
- BRAUN Jakub, *Nürnberger Lebkuchen – Anleitung zur Herstellung von Lebkuchen aller Art*, Salzwasser Verlag, Bremen 2010, ISBN 978-3-861195-271-8
- CORSTEN H. Dr. Habil, *Lexikon der Betriebswirtschaftslehre*, R. Oldenbourg Verlag München, Wien - Oldenbourg, unwesentlich veränderte 2. Auflage 1993, ISBN 3-486-22657-6
- DROSDOWSKI G., *Deutsches Universalwörterbuch*, 3., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Dudenverlag München. Leipzig. Wien. Zürich
- DROSDOWSKI G., *Etymologie – Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache*, 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Dudenverlag Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich
- FREUTZKE J., *Das Nürnberger Lebkuchen*, Tümmels Nürnberg 2008, 1 Aufl., ISBN: 978-3-942594-11-2
- HÁLOVÁ – JAHODOVÁ C., *Umění a život zapomenutých řemesel*, Praha 1955 Nakladatelství československých výtvarných umělců, první vydání
- JANOTKA M., LINHART K., *Řemesla našich předků*, Nakladatelství Svoboda, vydání první Praha 1987
- STAHL E. und Kollektiv, *E- commerce Leitfaden – Erfolgreich im elektronischen Handel*, ibi research an der Universität Regensburg GmbH, 2007, ISBN 978-3-930480-18--0
- Klub přátel Pardubicka, *Pardubický perník, edice AB – Zet Pardubicka 2008, 1. Vydání*
- VINAŘ S., *Pardubice staré a moderní*, 1941 Nákladem časopisu "Východočeský rozhled", Pardubice
- VLČEK J. a kolektiv, *Ekonomie a ekonomika*, ASPI Publishing s.r.o. 2. Ausgabe 2003, ISBN: 80 – 86395- 46 – 4, Seite 95 -96

- VOREL P. PhDr ., *Páni z Pernštejna*, Východočeské museum Pardubice, Historický klub – pobočka Pardubice, Muzejní spolek v Pardubicích – Pardubice 1993
- WÖHE G. Dr.Dr.h.c.mult., *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, Verlag Franz Vahlen München, 1993 München, ISBN: 3 80031728 5
- *Deutsches Wörterbuch mit einem Lexikon der deutschen Sprache*, Bertelsmann Lexikon Verlag

Die Internetquellen

- *BOROVEC Petr, Pardubické firmy a jejich firemní značky - XIII. část*, Soukromý archiv autora, am 31. 10. 2010
<http://www.kpp.iipardubice.cz/1111858040-pardubicke-firmy-a-jejich-firemni-znacky-xiii-cast.php>
- Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. -
<http://www.bdsi.de/de/index.html>
- Christkindlesmarkt.de – www.christkindlesmarkt.de
- Die offizielle Webseite der Firma JaJa – www.pardubickypernik.cz
- Die offizielle Webseite von Tschechische industrielle Eigentum -
<http://www.upv.cz/cs.html>
- www.zitate.de - Internetportal mit den Zitaten
- www.derstandart.at - Herunterladen am 16. 6. 2010 (pte/red)
- www.lebkuchen.nuernberg.de
- <http://pernik-pce.cz/> - Die offiziellen Webseiten der Firma Alena Zachová
- The Quotationpage - <http://www.quotationpage.com/quote/1479.html>
- Offizielle Webseite der Assotiation für den Pardubitzer Lebkuchen:
<http://www.sdruzenipardubickypernik.cz/>, herunterladen am 8. 1. 2011
- Die offizielle Webseite von Lebkuchen Haeberlein – Metzger
<http://www.haeberlein-metzger.de/>, herunterladen am 12. 2. 2011

Weitere Literatur und Internernet quellen

- www.pardubice.cz
- www.nuernberg.de

Abkürzungen

ca.	Circa
Ebd.	Eben da
Nr.	Nummer
Vgl.	Vergleiche
z.B.	zum Beispiel
Sg.	sogenannte
Nr.	Nummer

Anlagen

1. Die humoristische Anlage der Zeitung Neodvislé listy „Pardubický perník“
2. Die Publikation *Pardubice Staré a moderní* beschreibende Pardubice im Jahre 1941
3. Die Umfrage, die in Nürnberg benutzt wurde
4. Die Umfrage, die in Pardubice benutzt wurde
5. Die Bewertungen aus verschiedenen gastronomischen Wettbewerben
6. Die Bilder der Lebkuchen mit dem Nikolaus
7. Rezept auf Nürnberger Lebkuchen
8. Geschenk-Bestellschein von Lebkuchen Schmidt
9. Plakat zum Pardubitzer Lebkuchenfeiertag
10. Der Lebkuchen von Firma JaJa
11. Der Lebkuchen von Firma Alena Zachová
12. Der Lebkuchen von Firma Haerberlein-Metzger
13. Der Lebkuchen von Firma Lebkuchen Schmidt
14. Der Lebkuchen von Firma Lebkuchen Weiss
15. Der Lebkuchen von Firma Perník Novotný
16. Der Lebkuchen von Firma Perník Janoš



ROČNÍK I

HUMORISTICKÁ PŘÍLOHA „NEODVISLÝCH LISTŮ“

ČÍSLO 20

Momentní fotografické obrázky z Pardubic a okolí.

Začítí - 7

„Brank“ u dráhy

Stáje je spálený, jen chvilka vzdáru,
 má to ta pasáze s mešičkou tou!
 Ať poruč, ať přeláká, všecko nechť dělá,
 chvilka pomině, ať se vrátí, ať se vrátí!
 Křivce, i telegram, i pošty, i dráhy,
 všichni spěchá, až „přeláka“ vlny.
 Sběhá, ať pošle, ať se vrátí, ať se vrátí,
 všichni však k tomu šel - „Křivce“ přeláka!
 „Ondulka“, „Ladka“, „Michal“ a „Vojta“,
 všichni trávě, na trávačkách těch okoli.
 Tak nás to lítá, tou o čas strádá,
 ať by nás ta dráha mohla mít ráda.
 Za „šlá“ jsou peníze, to mi nevěř,
 „Ladka“ přeláka, přeláka, přeláka, přeláka!

Věž na dáčanském chrámě.

Před chrámem chrámem stál,
 na stěběch se zdíval.
 Hlavou vrt, cest houč,
 kdo prý ho ani pozná!
 Co pak mu tam není vřed?
 „Toť jsem já“ - zpívá náhle,
 „Je to ráž tak tenká študle,
 ráž tak řízná - hromyvdle!“

Raměno - Chrudimky.

Na místě a brány pod,
 límal se cele zastupy.

košem ubádká kupi,
 Jistě že ho teprá - hlad!
 Anžl srtičce to smá!
 Uplatě se jen, chudinky,
 přeláka, ať se vrátí, ať se vrátí,
 všichni ho poráží jen - smá!

Náš věčné bláto

Pěkná poslána na to,
 jak ve a má škrabka - bláto.
 Přesce jednodučky, krátký,
 schrače se na krametky,
 ve dře tou - a pak v noci,
 rozhořce ho zase chladí,
 tu svá místa zase spátky,
 Pak se divce - kdo má - a to,
 ze tu má - věčné bláto!

Zvaci výbor.

Rádou chvilou zaklepají,
 na pana N. N. se ptají.
 „Milošpane, jsme tak smutní,
 pořádous vlně švedy -
 „Bůžče, prosím“ - paní volá,
 schůzku je ještě zpola.
 V jedné ruce má poréna,
 druhou v kapsce „drolone“ šláň.
 „Přeláka“ - „Dk“ - V okolníku
 ut šak jsi tneš křiku.

Dobrosmoti. To je táto, že jeden známý, adebi vltový
 pan Nimrod střílel na střelce, den bláznivý, který má na krku
 sedátko. Já na střelce, den zasněhlý, v zastavárně hodinky
 a tel mám také sedátko na krku!
 Také střílel.

Pardubický Listy vltový má: Jak prý nuznáme vltový?
 Já vydám, když k přeláku, ať se vrátí, ať se vrátí,
 a postaví se, když na pole - se také vltovíme! Dk. Přeláka.

Co je to ta modř? Když na hltě, přeláka, jedl
 mlynář na krku a dímě a něho do -
 „vlně“!

A. „Přeláka“ šláň, co to má za rány a bůžče na
 hlavě a ty modřiny v obličej!
 B. „I to jsou vltá programy a sál spivostevníká schůzky!“

ARCHIV
ELASTIK MUSEUM
FARDUBICE

Stř. _____
Číslo _____



HUMORISTICKÁ PŘÍLOHA „NEODVISLYCH LISTŮ“

Dne 25. července 1903.

Ročník 13.

25. července 1903.

Jak naše rolničky, jak slavně dneska hrají!
Ty sice vždycky žert a sprýmy šíjí v kraji
a smůchem plní dusno našich sfér,
leč dneska zní nám zvuk jich známý,
jak jímavě širými dálkami
jak zvony rodné vsi ve svatvečer —
Je svatvečer, ta chvíle, kdy po perné práci
bud s jusem v srdci nebo v duši s resignací
si člověk trochu odpočine rád,
je chvíle to, kdy přebliží, co vykonáno,
by mohl opět při pondělku ráno
s tím životem se znovu o chléb rvát;
Nuž zvoníte, rolničky a ve sprýmu a v žertu
ty všechny trudy pošlete dnes k čertu,
dnes jásot jenom musí kolem hřmít!
Pryč všechny trudy, bolesti a stezky!
ten nedostupný humor, ten náš humor český,

ten s troškou svou těž musí v mlýně býti!
Ten musí při tom býti, jak byl, jest vždy a bude,
at lid má od plače měl oči rudé,
at čáskám zaslouženým oplýval —
ten humor v neštěstí a trpké chvíli
mu k sílu dostával vždy nové síly,
by s životem dál vítězně se rval —
Necht nepřítel dál síru na nás lije,
my dáte budeme, nás nikdo nezabije;
my budeme dál pevně stát!
však potud jen, kdy jako dobří hospodáři
budeme pracovat rádi v potu tváří,
a při tom všem upřímně se smát,
Necht žravá má jen cení na nás chrup své tlamy,
my byli jsme a budem — bohdd! — dál,
kdy zdravý humor a chuť k práci bude s námi!

K turnaji.

Jak rytíř urozený vcházi na koňbisté
i český národ náš, kde kopí svoje třísté
ve znaku lva, na přílbě rudobílo peří
tam s cizím své síly nespoutané měří!

A heslo rytířské si nese do zápasu:
„Jen Boha cti a miluj práci jen a krásu,
svým sedcem budíš čist a nevinnen jak děcko
a vlast svou při tom miluj přec jen naše všecko!“

Až když kopí svoje skloníš ve vavřínu stíně,
jen pro Bůh! neukládej rukou ve svém klíně,
Ty ku práci se musíš vždy zas nové vracet,
a ne svůj čas a sílu v nečinnosti ztracet.

Náš národ dojde cile! tolik síly chová!
Být listy jeho dějů krvi zrodily znova,
on půjde ku předu přes tiché resignace
ve jménu Boha, pravdy, nadšení a práce —

Fráňa Jiráek

Cena K 9.50.

PARDUBICE STARÉ A MODERNÍ

Turistický průvodce. Popis památek a pamětihodností. Historie města. Popis musea a zámku. — Pardubice průmyslové, obchodní a živnostenské. Popis továren a podnikání obchodního a vyspělosti řemesel. Dodavatelé a vývozci. — Pardubice kulturní, sportovní a společenské.

Napsal Stanislav Vinař.

1 9 4 1

Nákladem časopisu »Východočeský Rozhled«, Pardubice, Sladkovského ulice č. 520, telefon 2979. — Tisk J. Čížek, knihtiskárna a litografie, Pardubice.

Umfrage über Nürnberger Lebkuchen

1. Ihres Geschlecht: weiblich x männlich
2. Ihr Alter?
3. Nürnberg ist
 - a. Ihre Heimatstadt
 - b. Stadt, die Sie besuchen als Tourist
4. Sind Ihnen die Nürnberger Lebkuchen bekannt?
 - a. Ja
 - b. Nein
5. Haben Sie schon mal die Nürnberger Lebkuchen gekauft und abgeschmeckt?
 - a. Ja
 - b. Nein
6. Wenn ja, war es während des Jahres oder in der Weinachtzeit?
 - a. Während des Jahres
 - b. Am Weinachten
7. Finden Sie die Lebkuchen für Nürnberg typisch? Wissen Sie wie lange sind die Lebkuchen hier gebackt oder einige weitere Informationen?
 - a. Ja
 - b. Nein
8. Geht es Ihrer Meinung nach um eine Tradition oder um ein Marketingprodukt und warum?
 - a. Tradition
 - b. Marketingprodukt
9. Haben Sie irgendwo Werbung auf den Nürnberger Lebkuchen gesehen?
 - a. Ja
 - b. Nein
10. Kennen Sie auch andere Lebkuchen als die aus Nürnberg? Aus anderer Stadt, aus anderem Land

Anketa o Pardubickém perníku

1. Váš věk:

2. Pohlaví:

muž x žena

3. Pardubice jsou:

a. Město, kde žijete

b. Město, které navštěvujete jako turista

4. Znáte Pardubický perník?

a. Ano

b. Ne

5. Už ste si někdy Pardubický perník koupil/a a ochutnal/a?

a. Ano

b. Ne

6. Spojujete si pardubický perník s časem adventu a Vánoc nebo jsou pro Vás celoroční záležitostí?

a. Pouze na Vánoce

b. Na Vánoce víc než jindy, ale jinak po celý rok

c. Po celý rok

7. Je podle Vás perník pro Pardubice typický? Víte o něm nějaké další informace, třeba jak dlouho se již v Pardubicích perník vyrábí?

a. Ano

b. Ne

c. Další info...

8. Je podle Vás pardubický perník tradicí nebo spíše marketingovým produktem? A proč?

a. Tradice

b. Marketingový product

9. Viděl/a ste někde reklamu či jinou upoutávku na Pardubický perník?

a. Ano

b. Ne

10. Znáte I jiné perníky než-li ty pardubické? Z jakého města či země?

Anhang Nr. 5



CERTIFIKÁT
O VYTVOŘENÍ ČESKÉHO REKORDU

největší perníková kniha

**Pardubický perník
Alena Zachová**

Kolektiv pardubických perníkářů zhotovil
obří perníkovou knihu o rozměrech 218x200 cm
a o hmotnosti 254 kg.

Knihu byla vyrobená 10. června 2000 v rámci 10. ročníku
Mezinárodního festivalu rekordů, kuriozit
a piva Budvar v Pelhřimově

Luboš Rafaj Ing. Josef Vaněk Miroslav Marek

Luboš Rafaj *Ing. Josef Vaněk* *Miroslav Marek*

V Pelhřimově, 10. června 2000

A G E N T U R A



CERTIFIKÁT
O VYTVOŘENÍ ČESKÉHO REKORDU

největší perníková chaloupka

**Pardubický perník
Aleny Zachové**

15 zaměstnanců postavilo perníkovou chaloupku
o rozměrech 200 x 300 x 330 cm ze 183 perníkových dílů
o rozměrech 40 x 50 cm

Rekordu bylo dosaženo 13. června 1998 na 8. ročníku
Mezinárodního festivalu rekordů, kuriozit a piva Budvar
v Pelhřimově

Miroslav Marek Luboš Rafaj

V Pelhřimově, 29. června 1998

A G E N T U R A



Hotel Rekrea, Slovanského nábřeží 1664, 393 01 Pelhřimov, tel. + fax 0366 / 323163



CERTIFIKÁT
O VYTVOŘENÍ ČESKÉHO REKORDU

- největší perníkový půllitr -

Pardubický perník Zachová Alena

Kolektiv pardubických perníkářů zhotovil perníkový půllitr
tvaru sedmiúhelníku o výšce 250 cm, obvodu 560 cm, průměru
dna 190 cm a hmotnosti 293 kg.

Výkonu dosáhli dne 12. června 1999 na 9. ročníku
Mezinárodního festivalu rekordů, kuriozit
a piva Budvar v Pelhřimově,

Miroslav Marek *Ing. Josef Vaněk*
Miroslav Marek Ing. Josef Vaněk

V Pelhřimově, 5. srpna 1999

A G E N T U R A



Hotel Rekrea, Slovanského nábřeží 1664, 393 01 Pelhřimov, tel. + fax 0366 / 323163

Anlage Nr. 6



Der Pardubitzer Lebkuchen von Pernikář Pardubice



*Pardubitzer Lebkuchen aus dem Sortiment
von e-kramek.cz*

Anlage Nr. 7

„Von Generation zu Generation überliefert, werden die geheim gehaltenen Rezepturen für Lebkuchen bis heute angewandt. Das älteste schriftlich überlieferte Lebkuchen-Rezept stammt aus dem 16. Jahrhundert und wird im Germanischen Nationalmuseum Nürnberg aufbewahrt: "1 Pfd. Zucker, ½ Seidlein oder 1/8erlein Honig, 4 Loth Zimet, 1 ½ Muskatrumpf, 2 Loth Ingwer, 1 Loth Caramumlein, ½ Quentlein Pfeffer, 1 Diethäuflein Mehl – ergibt 5 Loth schwer."

<http://www.lebkuchen.nuernberg.de/vielfalt.html>

Anlage Nr. 8

Der Geschenk-Service von Lebkuchen-Schmidt begeistert!

Lebkuchen-Schmidt GmbH & Co. KG
Nürnberger Lebkuchen, Gebäck und andere feine Spezialitäten

Geschenk-Service

Das Original.

Seit mehr als 80 Jahren
... das Original aus Nürnberg

Ab einem Auftragswert von € 10,- je Empfänger-Adresse verstehen sich bei Versand innerhalb Deutschlands alle Preise inklusive Porto- und Verpackungskosten. Bei Auslandsversand schauen Sie bitte auf die jeweilige Länder- und Portofaktorübersicht.

Liebt Kuchen, lieber Kunde.

Wollen auch Sie sich von der besonderen Frische und hohen Qualität unserer Produkte überzeugen, und genießen Sie noch heute ein unvergleichliches Geschmackserlebnis?

Wählen Sie Ihre und Ihren Lieblinge: dunkle Spezialitäten, deftige Schokolade und exotische Leckereien, Laugengebäck, Süßholz, bewährte Rezepturen, handwerkliches Geschick und vor allem die Liebe zum Produkt, die unseren feinen, herausragenden Genuss ausmacht.

Nachdem wir Sie wieder mit regionalen Genusswerkstoffen und besonderen Kleinigkeiten begeistern, möchten wir Sie beim Durchblättern des Katalogs das Fertige für sich und Ihre Lieben finden.

Wollen Sie unsere feinen Menschen in der Firma eine besondere Freude bereiten? Bitte beachten Sie bitte auch unsere ebenfalls abgedruckten Produktinfos, damit sie schneller und leichter wieder geschmackvoll genießen können.

Das Besondere geht über den Geschmack hinaus in alle Richtungen und die Empfänger-Adressen. Alles andere ist ein Teil unserer gemeinsamen Leidenschaft und Zufriedenheit. Als Lebkuchen-Schmidt sind wir stolz auf unsere Produkte und wissen Sie sind diese in jeder Hinsicht zusammen mit Ihrer Bestellung zusammenzufassen.

Ab einem Auftragswert von € 10,- je Empfänger-Adresse verstehen sich bei Versand innerhalb Deutschlands alle Preise inklusive Porto- und Verpackungskosten.

Wollen Sie sich unseren feinen Menschen einen Besuch machen, das Sie gerne täglich von 08.00 bis 02.00 Uhr unter der Telefonnummer 0911 - 88 88 21 heißt. Per Fax erreichen Sie uns unter 0911 / 88 88 302.

Gerne helfen wir Ihnen auch bei Ihrer Bestellung.

Herzlich grüßt Sie und Ihre Familie
Rita

Lebkuchen-Schmidt
GmbH & Co. KG

© 2010 Lebkuchen-Schmidt GmbH & Co. KG
Nürnberg, Deutschland
www.lebkuchen-schmidt.com

Der Geschenk-Service von Lebkuchen-Schmidt begeistert!

Portokosten-Übersicht

Land	Postzone	Bestimmte
Österreich	1-9	1,50
Österreich	10-19	2,00
Österreich	20-29	2,50
Österreich	30-39	3,00
Österreich	40-49	3,50
Österreich	50-59	4,00
Österreich	60-69	4,50
Österreich	70-79	5,00
Österreich	80-89	5,50
Österreich	90-99	6,00
Österreich	100-109	6,50
Österreich	110-119	7,00
Österreich	120-129	7,50
Österreich	130-139	8,00
Österreich	140-149	8,50
Österreich	150-159	9,00
Österreich	160-169	9,50
Österreich	170-179	10,00
Österreich	180-189	10,50
Österreich	190-199	11,00
Österreich	200-209	11,50
Österreich	210-219	12,00
Österreich	220-229	12,50
Österreich	230-239	13,00
Österreich	240-249	13,50
Österreich	250-259	14,00
Österreich	260-269	14,50
Österreich	270-279	15,00
Österreich	280-289	15,50
Österreich	290-299	16,00
Österreich	300-309	16,50
Österreich	310-319	17,00
Österreich	320-329	17,50
Österreich	330-339	18,00
Österreich	340-349	18,50
Österreich	350-359	19,00
Österreich	360-369	19,50
Österreich	370-379	20,00
Österreich	380-389	20,50
Österreich	390-399	21,00
Österreich	400-409	21,50
Österreich	410-419	22,00
Österreich	420-429	22,50
Österreich	430-439	23,00
Österreich	440-449	23,50
Österreich	450-459	24,00
Österreich	460-469	24,50
Österreich	470-479	25,00
Österreich	480-489	25,50
Österreich	490-499	26,00
Österreich	500-509	26,50
Österreich	510-519	27,00
Österreich	520-529	27,50
Österreich	530-539	28,00
Österreich	540-549	28,50
Österreich	550-559	29,00
Österreich	560-569	29,50
Österreich	570-579	30,00
Österreich	580-589	30,50
Österreich	590-599	31,00
Österreich	600-609	31,50
Österreich	610-619	32,00
Österreich	620-629	32,50
Österreich	630-639	33,00
Österreich	640-649	33,50
Österreich	650-659	34,00
Österreich	660-669	34,50
Österreich	670-679	35,00
Österreich	680-689	35,50
Österreich	690-699	36,00
Österreich	700-709	36,50
Österreich	710-719	37,00
Österreich	720-729	37,50
Österreich	730-739	38,00
Österreich	740-749	38,50
Österreich	750-759	39,00
Österreich	760-769	39,50
Österreich	770-779	40,00
Österreich	780-789	40,50
Österreich	790-799	41,00
Österreich	800-809	41,50
Österreich	810-819	42,00
Österreich	820-829	42,50
Österreich	830-839	43,00
Österreich	840-849	43,50
Österreich	850-859	44,00
Österreich	860-869	44,50
Österreich	870-879	45,00
Österreich	880-889	45,50
Österreich	890-899	46,00
Österreich	900-909	46,50
Österreich	910-919	47,00
Österreich	920-929	47,50
Österreich	930-939	48,00
Österreich	940-949	48,50
Österreich	950-959	49,00
Österreich	960-969	49,50
Österreich	970-979	50,00
Österreich	980-989	50,50
Österreich	990-999	51,00
Österreich	1000-1009	51,50
Österreich	1010-1019	52,00
Österreich	1020-1029	52,50
Österreich	1030-1039	53,00
Österreich	1040-1049	53,50
Österreich	1050-1059	54,00
Österreich	1060-1069	54,50
Österreich	1070-1079	55,00
Österreich	1080-1089	55,50
Österreich	1090-1099	56,00
Österreich	1100-1109	56,50
Österreich	1110-1119	57,00
Österreich	1120-1129	57,50
Österreich	1130-1139	58,00
Österreich	1140-1149	58,50
Österreich	1150-1159	59,00
Österreich	1160-1169	59,50
Österreich	1170-1179	60,00
Österreich	1180-1189	60,50
Österreich	1190-1199	61,00
Österreich	1200-1209	61,50
Österreich	1210-1219	62,00
Österreich	1220-1229	62,50
Österreich	1230-1239	63,00
Österreich	1240-1249	63,50
Österreich	1250-1259	64,00
Österreich	1260-1269	64,50
Österreich	1270-1279	65,00
Österreich	1280-1289	65,50
Österreich	1290-1299	66,00
Österreich	1300-1309	66,50
Österreich	1310-1319	67,00
Österreich	1320-1329	67,50
Österreich	1330-1339	68,00
Österreich	1340-1349	68,50
Österreich	1350-1359	69,00
Österreich	1360-1369	69,50
Österreich	1370-1379	70,00
Österreich	1380-1389	70,50
Österreich	1390-1399	71,00
Österreich	1400-1409	71,50
Österreich	1410-1419	72,00
Österreich	1420-1429	72,50
Österreich	1430-1439	73,00
Österreich	1440-1449	73,50
Österreich	1450-1459	74,00
Österreich	1460-1469	74,50
Österreich	1470-1479	75,00
Österreich	1480-1489	75,50
Österreich	1490-1499	76,00
Österreich	1500-1509	76,50
Österreich	1510-1519	77,00
Österreich	1520-1529	77,50
Österreich	1530-1539	78,00
Österreich	1540-1549	78,50
Österreich	1550-1559	79,00
Österreich	1560-1569	79,50
Österreich	1570-1579	80,00
Österreich	1580-1589	80,50
Österreich	1590-1599	81,00
Österreich	1600-1609	81,50
Österreich	1610-1619	82,00
Österreich	1620-1629	82,50
Österreich	1630-1639	83,00
Österreich	1640-1649	83,50
Österreich	1650-1659	84,00
Österreich	1660-1669	84,50
Österreich	1670-1679	85,00
Österreich	1680-1689	85,50
Österreich	1690-1699	86,00
Österreich	1700-1709	86,50
Österreich	1710-1719	87,00
Österreich	1720-1729	87,50
Österreich	1730-1739	88,00
Österreich	1740-1749	88,50
Österreich	1750-1759	89,00
Österreich	1760-1769	89,50
Österreich	1770-1779	90,00
Österreich	1780-1789	90,50
Österreich	1790-1799	91,00
Österreich	1800-1809	91,50
Österreich	1810-1819	92,00
Österreich	1820-1829	92,50
Österreich	1830-1839	93,00
Österreich	1840-1849	93,50
Österreich	1850-1859	94,00
Österreich	1860-1869	94,50
Österreich	1870-1879	95,00
Österreich	1880-1889	95,50
Österreich	1890-1899	96,00
Österreich	1900-1909	96,50
Österreich	1910-1919	97,00
Österreich	1920-1929	97,50
Österreich	1930-1939	98,00
Österreich	1940-1949	98,50
Österreich	1950-1959	99,00
Österreich	1960-1969	99,50
Österreich	1970-1979	100,00
Österreich	1980-1989	100,50
Österreich	1990-1999	101,00
Österreich	2000-2009	101,50
Österreich	2010-2019	102,00
Österreich	2020-2029	102,50
Österreich	2030-2039	103,00
Österreich	2040-2049	103,50
Österreich	2050-2059	104,00
Österreich	2060-2069	104,50
Österreich	2070-2079	105,00
Österreich	2080-2089	105,50
Österreich	2090-2099	106,00
Österreich	2100-2109	106,50
Österreich	2110-2119	107,00
Österreich	2120-2129	107,50
Österreich	2130-2139	108,00
Österreich	2140-2149	108,50
Österreich	2150-2159	109,00
Österreich	2160-2169	109,50
Österreich	2170-2179	110,00
Österreich	2180-2189	110,50
Österreich	2190-2199	111,00
Österreich	2200-2209	111,50
Österreich	2210-2219	112,00
Österreich	2220-2229	112,50
Österreich	2230-2239	113,00
Österreich	2240-2249	113,50
Österreich	2250-2259	114,00
Österreich	2260-2269	114,50
Österreich	2270-2279	115,00
Österreich	2280-2289	115,50
Österreich	2290-2299	116,00
Österreich	2300-2309	116,50
Österreich	2310-2319	117,00
Österreich	2320-2329	117,50
Österreich	2330-2339	118,00
Österreich	2340-2349	118,50
Österreich	2350-2359	119,00
Österreich	2360-2369	119,50
Österreich	2370-2379	120,00
Österreich	2380-2389	120,50
Österreich	2390-2399	121,00
Österreich	2400-2409	121,50
Österreich	2410-2419	122,00
Österreich	2420-2429	122,50
Österreich	2430-2439	123,00
Österreich	2440-2449	123,50
Österreich	2450-2459	124,00
Österreich	2460-2469	124,50
Österreich	2470-2479	125,00
Österreich	2480-2489	125,50
Österreich	2490-2499	126,00
Österreich	2500-2509	126,50
Österreich	2510-2519	127,00
Österreich	2520-2529	127,50
Österreich	2530-2539	128,00
Österreich	2540-2549	128,50
Österreich	2550-2559	129,00
Österreich	2560-2569	129,50
Österreich	2570-2579	130,00
Österreich	2580-2589	130,50
Österreich	2590-2599	131,00
Österreich	2600-2609	131,50
Österreich	2610-2619	132,00
Österreich	2620-2629	132,50
Österreich	2630-2639	133,00
Österreich	2640-2649	133,50
Österreich	2650-2659	134,00
Österreich	2660-2669	134,50
Österreich	2670-2679	135,00
Österreich	2680-2689	135,50
Österreich	2690-2699	136,00
Österreich	2700-2709	136,50
Österreich	2710-2719	137,00
Österreich	2720-2729	137,50
Österreich	2730-2739	138,00
Österreich	2740-2749	138,50
Österreich	2750-2759	139,00
Österreich	2760-2769	139,50
Österreich	2770-2779	140,00
Österreich	2780-2789	140,50
Österreich	2790-2799	141,00
Österreich	2800-2809	141,50
Österreich	2810-2819	142,00
Österreich	2820-2829	142,50
Österreich	2830-2839	143,00
Österreich	2840-2849	143,50
Österreich	2850-2859	144,00
Österreich	2860-2869	144,50
Österreich	2870-2879	145,00
Österreich	2880-2889	145,50
Österreich	2890-2899	146,00
Österreich	2900-2909	146,50
Österreich	2910-2919	147,00
Österreich	2920-2929	147,50
Österreich	2930-2939	148,00
Österreich	2940-2949	148,50
Österreich	2950-2959	149,00
Österreich	2960-2969	149,50
Österreich	2970-2979	150,00
Österreich	2980-2989	150,50
Österreich	2990-2999	151,00
Österreich	3000-3009	151,50
Österreich	3010-3019	152,00
Österreich	3020-3029	152,50
Österreich	3030-3039	153,00
Österreich	3040-3049	153,50
Österreich	3050-3059	154,00
Österreich	3060-3069	154,50
Österreich	3070-3079	155,00
Österreich	3080-3089	155,50
Österreich	3090-3099	156,00
Österreich	3100-3109	156,50
Österreich	3110-3119	157,00
Österreich	3120-3129	157,50
Österreich	3130-3139	158,00
Österreich	3140-3149	158,50
Österreich	3150-3159	159,00
Österreich	3160-3169	159,50
Österreich	3170-3179	160,00
Österreich	3180-3189	160,50
Österreich	3190-3199	161,00
Österreich	3200-3209	161,50
Österreich	3210-3219	162,00
Österreich	3220-3229	162,50
Österreich	3230-3239	163,00
Österreich	3240-3249	163,50
Österreich	3250-3259	164,00
Österreich	3260-3269	164,50
Österreich	3270-3279	165,00
Österreich	3280-3289	165,50
Österreich	3290-3299	166,00
Österreich	3300-3309	166,50
Österreich	3310-3319	167,00
Österreich	3320-3329	167,50
Österreich	3330-3339	168,00
Österreich	3340-3349	168,50
Österreich	3350-3359	169,00
Österreich	3360-3369	169,50
Österreich	3370-3379	170,00
Österreich	3380-3389	170,50
Österreich	3390-3399	171,00
Österreich	3400-3409	171,50
Österreich	3410-3419	172,00

SLAVNOST PERNÍKŮ

Zámek Pardubice
8. května 2010 od 10 do 18 hodin

Velký jarmark perníku, medu a lidových výrobků
Ukázky výroby, zdobení a ochutnávky perníku
Soutěž o titul Královny perníku a její korunovace
Pohádky O perníkové chaloupce a perníku
Perníková volenka pro Jeníčky a Mařenky
Výstava perníkových prací • Vítězové soutěží „O perníkovou pantofli“
„O perníkové srdce“ • Kurzy Baby Jagy v sedání na lopatu
Loupání perníčků z perníkové chaloupky • Soutěže v požívání perníku
Galerie obrázků perníkové chaloupky
a další doprovodný program po celý den

Vstupné: dospělí jeden dukát (50,-), děti půl dukátu (25,-)
zahrnuje volný vstup do celého areálu zámku včetně umístěných výstav a expozic
Východočeského muzea a Východočeské galerie

Na slavnosti, které se konají za každého počasí vás zvou:
Agentura Tradice, Východočeské muzeum, Východočeská galerie
Muzeum perníku a pohádek, Střední průmyslová škola potravinářské technologie

 **VÝCHODOČESKÁ
TISKÁRNA**
SPRÁVA P. A. S.

deník

PARDUBICE

regionální televize
RTA
Východní Čechy

CREDIT UNION
PARDUBICE
104 7 100

Slavnosti perníku se konají za přispění Statutárního města Pardubice
Změna programu vyhrazena

Anlage Nr. 10



Anlage Nr. 11



Anlage Nr. 12



Anlage Nr. 13



Anlage Nr. 14



Anlage Nr. 15



Anlage Nr. 16

