



analysiert - interpretiert -rekultiviert  
von  
Matthias Hermjakob

Ist sie euer ‚Frühstück am Nachmittag‘<sup>1</sup> oder ist sie ihr ‚Leben mit Brot: [die] Brotzeit‘<sup>2</sup>? Eine Brotzeit zu machen kann in verschiedener Weise artikuliert werden; ebenso wie sie in multiple Funktionen und Methoden integriert werden kann. Was weniger diskutiert wird, ist die kulturwissenschaftliche Annäherung aus historischer und substantieller Perspektive. Aus Sicht der Kulturwissenschaften, soll die Brotzeit und ihre Synonyme analysiert werden; ihre Wirkweisen interpretiert und potentielle Konzepte zur Rekultivierung präsentiert werden. Fokus der Ausarbeitung liegt auf regionalen, historischen, kulturellen und typisierten Dimensionen des Begriffs, während daraus eine vitale Interpretation abgeleitet werden soll. Zentrale Fragestellungen sind, *was* Menschen unter Brotzeit verstehen? *Wann* und *wo* Brotzeit erlebt wird? Warum Brotzeit real und medial zelebriert wird? Wie Brotzeit zur Marke werden kann? Aus der Annäherung an konstruktive Antworten auf diese Fragen, werden Praxisbeispiele für eine nutzenorientierte Anwendung abgeleitet und präsentiert.

Would it be your 'Breakfast in the afternoon'<sup>1</sup> or would it be her 'life with bread: Brotzeit'<sup>2</sup>? Having Brotzeit can be expressed in many ways; as well as it may take up various functions and methods. Far less discussed is the cultural studies approach from a historical and substantial perspective. From the point of view of cultural studies, Brotzeit as coined term and its synonyms will be analyzed; its mechanisms interpreted and potential concepts for recultivation are presented. The focus of the elaboration is on regional, historical, cultural and typified dimensions of the term, while a vital interpretation is to be derived from this. Central questions are what do people call Brotzeit? When and where do people experience Brotzeit? Why is Brotzeit being celebrated in real and media terms? How may Brotzeit become a brand? In an attempt to find constructive answers to these questions, practical examples for a user focused application will be derived.

## Keywords

Kultur, Esskultur, Lebensstil, Brothandwerk, Geographie, Dimension, Raum, Zeit, Kulinarik, Medien, Markenbildung.

*„Das Essen ist der wichtigste Katalysator europäischer Kulturtransferprozesse.“*

Prof. Dr. Gunther Hirschfelder vertritt und erörtert diese These in seiner Schrift über die Grenzenlosigkeit der kulinarischen Kultur Europas<sup>3</sup>. Für diesen, wie auch für alle weiteren gedanklichen Anreize, wissenschaftlich fundierten Kommentare und kritischen Feedbacks möchte ich Herrn Prof. Hirschfelder ausdrücklich und ganz herzlich Dankeschön sagen!

In seiner Rolle als Betreuer der Facharbeit hat er meine Gedanken zu dem gewählten Thema diskret gelenkt und die wissenschaftliche Annäherung an die Ernährungskultur der Menschheit mir aufgezeigt. Die akademische Disziplin der Kulturwissenschaften war für mich theoretisches Neuland. Bereits in unserem ersten Gespräch hat Herr Prof. Hirschfelder dies pointiert formuliert: *„Ökonomen wollen immer definieren; Kulturwissenschaftler wollen Spektrum aufzeigen und die Spannweite testen“*<sup>4</sup>. Gedanklich bin ich situativ den Prinzipien und Modellen des Homo Oeconomicus verhaftet geblieben; zu meiner großen Freude und Dankbarkeit habe ich darüber hinaus aber das faszinierendste Handwerk der menschlichen Kulturgeschichte erlernt.

Mein herzliches Dankeschön gilt neben Herrn Prof. Hirschfelder, auch Thomas Muschelknautz und dem gesamten Team der Bundesakademie Weinheim, für die überaus interessante und bereichernde Weiterbildung.

Matthias Hermjakob

im August 2023

<sup>1</sup> Ferrero Deutschland GmbH 2023

<sup>2</sup> Huber 2010, S. 152

<sup>3</sup> Hirschfelder 2017, S. 199

<sup>4</sup> Hirschfelder, 17.05.2023



Matthias Hermjakob

## Projekte

*Workshops für Hobbybäcker:innen*  
| Roswitha Huber, Schule am Berg, Rauris (AT)  
| Bio-Beck Lehmann, Lanterswil (CH)  
| Mühlerama, Zürich (CH)

*Rezeptentwicklung*

*Technologie-Beratung*

## Ausbildung

*Jan. 2023 – Nov. 2023*  
**Akademie Deutsches Bäcker Handwerk**, Weinheim  
• Brot-Sommelier (Abschluss angestrebt)

*Aug. – Dez. 2014*  
**Akademie Deutsches Bäcker Handwerk**, Dresden  
• Meisterbrief im Bäckerhandwerk

*Aug. 2012 – Jan. 2014*  
**Dottenfelder Hof Demeter Bäckerei**, Bad Vilbel  
**Fleckenbühler Demeter Bäckerei**, Frankfurt a.M.  
• Ausbildung Bäckergereselle

*Sep. 2006 – Jul. 2010*  
**Zeppelin University, Friedrichshafen**  
**Hallym University, Chuncheon (South Korea)**  
• Bachelor of Arts, Corporate Management & Economics

*Sep. 2002 – Jan. 2005*  
**Sparkasse Herford**  
• Ausbildung Bankkaufmann

*Aug. 1998 – Jun. 2001*  
**Friedrich List Berufskolleg, Herford**  
• Allgemeine Hochschulreife (Abitur)

## Berufliche Erfahrung

*seit Juli 2023*  
**Bio-Backstühle Zuck & Kaun**, Konstanz  
• Bäckermeister und Mitarbeiter im Verkauf

*Okt. 2019 – Jun. 2023*  
**Bio-Beck Lehmann**, Lanterswil (CH)  
• Bäckermeister in der Produktion  
• Leiter Backkurse für Hobbybäcker:innen

*Nov. 2016 – Sep. 2019*  
**IREKS GmbH**, Kulmbach  
• Fachreferent International  
• Technologie und Produktberatung

*Dez. 2015 – Sep. 2016*  
**John Baker Helvetia Ltd.**, Zürich (CH)  
• Bäckermeister

*Jan. – Apr. 2015*  
**Au Pain De Mon Grand Père**, Strasbourg (F)  
• Artisan Boulanger français

*Feb. 2014 – Jul. 2014*  
**Frei Bäcker Arnd Erbel**, Dachsbad  
• Bäckergereselle im traditionellen Bäckerhandwerk

*Nov. 2010 – Feb. 2012*  
**DAS TRADE Co. Ltd., Seoul (South Korea)**  
• Corporate Consultant for Strategic Marketing and Market Development



*Akademie Deutsches Bäckerhandwerk*

*Bundesakademie Weinheim*

*Weiterbildung zum geprüften Brot-Sommelier*

## Projektarbeit

# *BrotZEIT* – analysiert | interpretiert | rekultiviert

### vorgelegt von:

Matthias Hermjakob

Konstanz

m.hermjakob@gmail.com

Prüfungs-Nr.: 400205-5, Kurs 15

### betreuender Dozent

Prof. Dr. Gunther Hirschfelder

Lehrstuhl für Vergleichende Kulturwissenschaft

Institut für Information und Medien, Sprache und Kultur

Universität Regensburg

eingereicht am: 31.08.2023

# Inhalt

1	Einleitung.....	1
1.1	Brotzeit kulturell.....	3
1.2	Brotzeit substantiell.....	4
1.3	Brotzeit visuell .....	4
1.4	Brotzeit funktionell.....	4
2	Methodischer Rahmen .....	5
2.1	Fragestellung .....	5
2.2	Arbeitshypothese .....	6
3	Brotzeit analysiert .....	8
3.1	Was sagt der Begriff aus? .....	8
3.1.1	Einordnung terminologisch .....	8
3.1.2	Einordnung kulturhistorisch .....	10
3.1.3	Einordnung geographisch.....	13
3.1.4	Eigene definitorische Einordnung .....	15
3.2	Welche Dimensionen hat Brotzeit?.....	15
3.2.1	Raum – die quantitative Dimension .....	16
3.2.2	Zeit – die qualitative Dimension .....	17
3.2.3	Soziale Dimensionen .....	18
3.2.4	Mediale Dimension.....	20
4	Brotzeit interpretiert .....	22
4.1	Wie wurde Brotzeit gestern interpretiert? .....	22
4.1.1	In Büchern und Geschichten .....	22
4.1.2	In Blogs und Rezepturen.....	23
4.1.3	In Bildern und Graphiken.....	23
4.2	Wie wird Brotzeit heute interpretiert? .....	27
4.2.1	Konzept für private Initiativen.....	27
4.2.2	Performative Inszenierung in sozialen Netzwerken.....	28
4.2.3	Kommerzielle Marke für Dienstleistung und Produkt.....	29
4.3	Wie wird Brotzeit morgen interpretiert? .....	30
4.3.1	Fragen an ChatGPT .....	31
4.3.2	Prompt an AI Image Generator .....	33

5	Brotzeit rekultiviert .....	35
5.1	Warum Brotzeit rekultiviert werden muss? .....	35
5.2	Wie ist ein Brotzeit-Konzept aufgebaut? .....	36
5.3	Wie gelingt die Rekultivierung der Brotzeit in der Praxis? .....	37
5.3.1	Die Vertriebsoffensive .....	38
5.3.2	Das Kundenevent.....	39
5.3.3	Der Back-Workshop.....	40
6	Schlussbetrachtung .....	43
7	Kommentar und Rückblick des Autors .....	44
	Literaturverzeichnis.....	45
	<i>Eidesstattliche Erklärung des Autors</i> .....	III

## 1 Einleitung

Brotzeit – was ist das? Wer ist das? Was war einmal? Was ist heute? Was wird morgen sein? *Und wie?*

Ein ebenso facettenreicher wie ambivalenter Begriff, dem sich aus verschiedenen Perspektiven angenähert werden kann. Diese Perspektiven umfassen kulturelle, chronologische (*historische, zeitgenössische und futuristische*), wie auch stofflich-substantielle Dimensionen. Folglich sind Einordnung und Verständnis des Begriffs komplex.

Brotzeit als eigenständiger Begriff ist im deutschen Sprachraum weithin bekannt, jedoch sachlich komplex und inhaltlich unspezifisch – dies zeigt die kaum zu durchschauende Vielfalt seiner Verwendung im deutschen, im angelsächsischen wie auch im asiatischen Sprachraum. Eine allgemeingültige und wissenschaftlich-basierte Definition ist vor diesem Hintergrund kaum möglich. Medial wird dieser Begriff auch als Marketinginstrument verwendet; sei es in der Gastronomie, im Tourismus, im Angebot von Bäckereien, in Buchtiteln, Bürger:innen Initiativen, Vereinen, und natürlich online, in Blogs und den Sozialen-Netzwerken.

An dieser Stelle kann festgestellt werden, dass eine allgemeingültige Definition nicht zu erreichen ist. Das Nominalkompositum ‚Brotzeit‘ kann technisch in seine Bestandteile ‚Brot‘ und ‚Zeit‘ dekonstruiert werden. Die Vielfalt der Bedeutungszusammenhänge jedes dieser Substantive für sich, ist jedoch eine ganz andere, als das Spektrum der Konnotationen des Substantivs ‚Brotzeit‘. Hier zeigt sich, dass wir einen fluiden Begriff vor uns sehen, dem wir mit all seinen Dimensionen nur einen Rahmen geben können, während wir versuchen Prämissen, Bedingungen, geordnete und ungeordnete Beziehungen zu formulieren; handelt es sich um ein *autopoietisches System* im Sinn von Niklas Luhmann (1998); ist ‚Brotzeit‘ ein terminologisches Multi-Talent?

Es liegt die Vermutung nahe, dass ein sehr weites Spektrum aufgespannt wird zwischen Assoziationen, Imaginationen, Traditionen, bis hin zu Emotionen. Geht es darum einfach nur Pause zu machen und sich zu stärken? Oder verbinden Menschen in verschiedenen Regionen ganz verschiedene Handlungen, Erinnerungen und Erwartungen mit diesem Begriff? Diese Fragen führen die Analyse hin zur Betrachtung der Brotzeit vor allem aus der Perspektive der Kulturwissenschaften. Was aber ist zu verstehen unter Kulturwissenschaften?

Eine akademische Disziplin, der es noch nach 1970 an eigenen inhaltlichen und methodischen Kernkompetenzen fehlte, sodass sie sich als „*Schrägstrichwissenschaft*“ (vgl. Hirschfelder 2012, S. 136) terminologischer Zusätze wie Europäische Ethnologie, Empirische Kulturwissenschaft oder Kulturanthropologie bedienen musste. Volkslied, Volksmärchen, Volkskunde, Volksgenialitäten und Kulturpoetik sind Begriffe, die nicht erst seit dem frühen 18. Jahrhundert die Genese der Kulturwissenschaft beschreiben. Sie umreißen die Arbeiten respektierter Autoren und Künstler, z.B. die Brüder Jacob und Wilhelm Grimm, Johann Gottfried Herder und Clemens Brentano, wie Hirschfelder (2012, S. 138 ff.) und andere Autoren:innen in dem Sammelband „*Was ist Kulturwissenschaft?*“ ausführlich diskutieren (Conermann 2012). Einen wichtigen Schritt hin zur eigenständigen und leistungsfähigen Kulturwissenschaft nahm die Volkskunde in den 1920er Jahren in Bonn, wo die Theoriebildung weiterentwickelt und in die Geisteshaltung der „*Kulturraumforschung*“ gestellt wurde (vgl. Hirschfelder 2012, S. 143). Kulturelle Phänomene werden erforscht in Abhängigkeit von landesgeschichtlichen und sprachhistorischen Ansätzen,



die durch Kombination von wissenschaftlichen Methoden die Parameter eines kulturellen Raumes erforschen. Die „Zehn Antworten aus den ‚Kleinen Fächern‘“ von Conerman et al. (2012) diskutieren diese gedanklichen Ansätze und interdisziplinären Denkweisen ausführlich. Während die Determinanten, die das Spannungsfeld der modernen Kulturforschung umreißen hier graphisch verdeutlicht sind.

Kultur geschieht im Kontext zu dem sie umgebenden System; Wechselwirkungen zwischen System und Determinanten. Der weite Kulturbegriff beschreibt zunächst regelmäßige und zu beobachtende Lebensweisen, z.B. alltägliche Handlungen und Rituale. Den

gruppenspezifischen und komplexeren Handlungsmustern, wie Bräuche und Traditionen, gilt dabei ein besonderes wissenschaftliches Erkenntnisinteresse (vgl. Hirschfelder 2012, S. 146). Dieser Ansatz lenkt

den Fokus auf die Brotzeit als Forschungsgegenstand, welche durch Gruppendynamik und zeit-räumliche Handlungen ihren genuinen Wert erhält. Denn ebenso sagt Hirschfelder (2012, S. 147), dass die anthropologische Betrachtung der Kultur immer auch eine Betrachtung konkreter Handlungen ist.

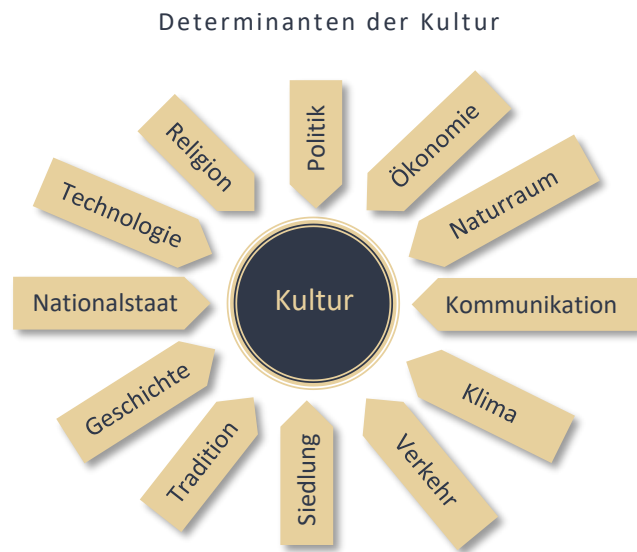


Abb. 1: eigene Darstellung in Anlehnung an Hirschfelder 2012, S. 151

Der Hauptteil der Arbeit folgt dem Arbeitstitel, welcher in Kapitel 2.1 aus der Fragestellung abgeleitet und mit einer Arbeitshypothese verdeutlicht wird. Auf die Formulierung einer Arbeitsdefinition des Begriffs wird bewusst bis zum Kapitel 3.1.4 verzichtet, um den analysierenden Blick nicht zu früh einzuschränken. In Kapitel 3 schließt sich die fundamentale Analyse von Brotzeit als Begriff und Element der Esskultur an auf Grundlage der Sekundärliteratur mit dem Ziel den Begriff Brotzeit historisch, geographisch, kulturell, sozial und substanziell zu beschreiben. Der Natur einer Brotzeit entsprechend, soll auch der Begriff eine dynamische Definition erhalten und seine Dimensionen differenziert betrachtet werden. Kapitel 4 zeigt einige interpretative Ansätze auf, die sich auch an eine metaphorische Chronologie von Lebensstil zwischen Tradition und Moderne anlehnt.

In der Phase der Interpretation, wird der Fokus auf alltägliche Situationen in visuellen Medien und digitalen Landschaften gerichtet: im Privaten wie im Geschäftlichen; in der Freizeit und am Arbeitsplatz; zu Hause und auf Reisen. Hier wird nach Ritualen, Traditionen und Qualitäten gesucht. Die Ergebnisse sollen eine Bestandsaufnahme abbilden, den Status quo der Brotzeit in unserer alltäglichen Esskultur.

Darstellung und Analyse erfolgen auf der Grundlage einer Selektion zeitgenössischer und historischer Bilder sowie geeigneten Graphiken. Es ist eine Suche nach regionalen, nationalen und medialen Mustern, die eine ‚Brotzeit‘ charakterisieren können. Es ist auch eine Suche nach dem Ort der ‚Brotzeit‘; wo findet sie statt? Zu Hause? Im Büro? In der Bäckerei? Im Restaurant? Im Park? Auf dem Berggipfel?

Die performative Inszenierung unserer Gesellschaft und Kultur in der virtuellen Realität, bietet einen ungleich tieferen Blick auf das, was die Menschen interessiert und bewegt. In welchem Rahmen wird der Genuss von Brot präsentiert und in welchem interaktivem Zusammenhang stehen die begleitenden Subjekte im virtuellen Raum? Dabei werden sowohl konservative Medien, wie auch innovative virtuelle Medien und darüber hinaus generative Technologien in die Interpretation einbezogen, wie Kapitel 4.3 zeigen wird.

Diese Daten sollen letztlich helfen *Brotzeit* als konzeptionelle Methode zu formulieren. Welcher Anspruch wird mit ‚Brotzeit‘ verbunden und wie kann eine Abgrenzung von der medialen Masse erfolgen? Für die Bäckerei ist hier die entscheidende Herausforderung die ‚Brotzeit‘ als Marke mit Erlebnischarakter zu verstehen und zu etablieren. Auf der Interpretation aufbauend, werden in Kapitel 5 initiale Konzeptideen skizziert, wie die praktische Umsetzung einer vitalen Brotzeit-Kultur im Backhandwerk gelingen kann. Der Autor möchte in Kapitel 7 resümieren, reflektieren und selbstkritisch kommentieren.

### 1.1 Brotzeit kulturell

Die Kulturgeschichte hat einen elementaren Einfluss auf die Ausgestaltung der Brotzeit zu haben; mit der Prämisse, dass es überhaupt möglich ist von *der Brotzeit* als Bestandteil der Kulturgeschichte zu sprechen. Die Kulturgeschichte ist ein unüberschaubar großes Feld der Wissenschaft, sodass für eine sinnvolle Betrachtung der Brotzeit auf die Teildisziplin der Esskultur fokussiert wird. Beginnend bei der physiologisch bedingten Notwendigkeit der Aufnahme von Nahrung ist Esskultur auch, die soziale, zeitliche und räumliche Situation des Verzehens; alltägliche kulturelle Praktiken; ein System verschiedener Mahlzeiten; traditionsgeprägte Bräuche, Normen, Rituale, Tabus und Sanktionen; soziale Identifikation und Kommunikation (vgl. Barlösius 2016, S. 100 ff.).

In wenigen Schritten lenkt dieses Gedankenexperiment die Sicht auf die Systemtheorie nach Niklas Luhmann, mit deren Hilfe die Esskultur als ein sich selbst-erschaffendes und selbst-erhaltendes System, in klarer Trennung von seiner Umwelt verstanden werden kann (vgl. Luhmann, 1987 S. 30, Begriff der „Differenz“). Luhmann verlangt eine gedankliche Unterscheidung zu treffen: *zwischen etwas und etwas Anderem*. Nur dann können die Interaktionen von Personen als soziale Systeme und demgegenüber die Gesellschaft als umfassendes Sozialsystem verstanden werden. Exakt diese Unterscheidung erlaubt es, die Elemente einer Esskultur zu differenzieren und gleichzeitig ihre Wechselwirkungen zu verstehen. Zielsetzung ist es zu untersuchen, ob die einzelnen Elemente auf den Begriff Brotzeit angewendet werden können und zu seiner Einordnung beitragen. Deutlich wird auch, Esskultur ist ein Begriff mehrdimensionaler Komplexität, der nicht isoliert beschrieben werden kann, sodass im Weiteren zunächst eine abstrakte Betrachtung stattfindet, während im Kapitel 3.1.2 eine genauere kulturwissenschaftliche Einordnung erfolgen soll. Esskultur zunächst metaphorisch als eine morphologische Wolke zu betrachten, die sich je nach Zustand des sie umgebenden Systems in ihrer Dichte, Form und Masse anpasst, wird methodisch hier nicht zufällig angewendet.

## 1.2 Brotzeit substantiell

Die Analyse auf kultureller Ebene, ist eine überwiegend abstrakte und stilisierte Darstellung der Realität. Dem wird eine sehr substantielle Analyse gegenübergestellt: die stoffliche Ebene. Objekt der Untersuchung sind die Bestandteile einer Brotzeit; die Lebensmittel, Getränke, ihre Zubereitung und Form des Servierens. Wichtig ist es auch, das Nährstoffprofil einer Brotzeit zu betrachten und die Veränderung der Ernährung als Paradigma im Zeitverlauf. Fakt ist, dass Brot zu einer der wichtigsten Kalorien-Quellen geworden ist; seit seiner Erfindung vor rund 6.000 Jahren (vgl. Lich 2021) bis zu seiner Industrialisierung in der Moderne. Für Menschen, die körperlich arbeiten oder kämpfen, ist Brot die Hauptquelle für Energie und Nährstoffe bereits seit der Antike und zu Zeiten des Heiligen Römischen Reiches (Junkelmann, 2006). Dies bestätigt auch Hirschfelder in seiner Ausführung über die kulinarische Kultur Europas, wonach bereits ca. 180 v. Chr. in Rom Großbäckereien errichtet wurden, um die Menschen der Stadt mit Weizenbrot zu versorgen (vgl. André 2013).

Die substantielle Betrachtung bildet einen wichtigen Bestandteil, der systemischen Differenzanalyse, denn es kann erkannt werden, dass die Bestandteile Brot, Fleisch, Käse, Aufstriche, Alkohol sowie qualitative Alternativen wie *vegetarisch*, *vegan* und *bio* für viele Menschen sicher dazu gehören, während traditionelle Komponenten möglicherweise tendenziell weniger häufig Bestandteil sind. Welche quantitativ-räumlichen und qualitativ-zeitlichen Dimensionen aufgespannt werden, wird in Kapitel 4.2 näher betrachtet.

## 1.3 Brotzeit visuell

Ein lebendiger Begriff wie Brotzeit, kann kaum allein bibliographisch erschlossen werden. Visuelle Quellen werden zentraler Bestandteil der Analyse, Interpretation und konzeptionellen Regeneration sein. Denn Bilder und zeichnerische Darstellungen, obgleich von Mensch oder Maschine erstellt, stellen den generativen und interpretativen Ansatz der Betrachtung deutlich in den Vordergrund. Die Erläuterungen zum analytischen Vorgehen in Kapitel 3.3 werden dies noch verdeutlichen, während in Kapitel 5.3 hierfür ausdrucksstarke Beispiele präsentiert werden.

## 1.4 Brotzeit funktionell

Der erste Blick auf diese Arbeit fällt auf die Word-Cloud auf der Umschlagseite. Mit dieser graphischen Darstellung der komplexen Bedeutungsvielfalt zweier Worte, wird eines deutlich gemacht: Brotzeit als terminologisches Multitalent bietet die Funktion zur Komplexitätsreduktion.



Abb. 2: eigene Darstellung 2023

Auf der abstrakten Ebene, hilft einmalmehr Niklas Luhmann den Begriff der Komplexität zu verstehen, wenn „... eine Mannigfaltigkeit als Einheit relevant wird ...“ (Luhmann, 2017 S. 78:), während ein struktureller Vergleich von System und Umwelt vorgenommen wird. Dabei gilt stets, dass die gesamte Umwelt komplexer ist als das einzelne System, folglich besteht eine strukturelle Differenz der Komplexitäten in der Relation von Umwelt zum System; woraus Luhmann eine Formel zur Problemlösung ableitet, die auf jedes System zutrifft und hilft jedes einzelne System auf seine Leistung zur Reduktion der bestehenden Komplexität zu seiner Umwelt zu analysieren; im letzten Schritt

wird die Leistung der Reduktion als Funktion der Reduktion von Komplexität beschrieben, sodass letztendlich auch funktionale Äquivalente für genau dieses System identifiziert werden können; unter Beachtung der Begrenzung des abstrakt Möglichen (Luhmann, 2017 S. 78 f.).

Auf der konkreten Ebene, hilft ein interdisziplinärer Blick in die Psychotherapie, welche Komplexitätsreduktion versteht, als: *„Oberbegriff für Maßnahmen zur Vereinfachung oder Gewichtung von Problemlagen zur Herstellung von Überschaubarkeit und Ökonomisierung bei der Suche nach Lösungen.“* (Röhrle, 2016).

Abstrakt und konkret, kann hergeleitet werden, dass Brotzeit nicht nur terminologisch komplex sein kann, sondern im Umkehrschluss funktionell Komplexität reduzieren kann; die obige Word-Cloud wird in einem Begriff kondensiert welcher gleichzeitig metaphorischen Charakter erlangt. Der Begriff wird zu einem Synonym für die deutsche regionale Kultur in Form von Bier, Brezel, Weißwurst, Weiß-Blaue Fahne und Berglandschaft; typisch bayerische Symbole. Wird der Begriff dadurch zum Spiegel für eine Sehnsucht nach der deutschen Art. Wird dadurch nicht auch die deutsche Kultur gleichgesetzt mit der bayerischen Kultur? Tschofen (2008, S. 64 f.) spricht von Identitätskonstruktionen, mit dem Ergebnis, dass sie nicht nur Komplexität reduzierend, sondern auch soziologisch exkludierend und historisch verzerrend wirken.

Für das Bäckerhandwerk, ist es hingegen viel weniger die funktionelle Wirkung der Komplexitätsreduktion, als vielmehr die funktionalen Eigenschaften der ‚Brotzeit‘, die einen Ansatzpunkt und Hebel für die Kommunikation zwischen brotbackenden und brotessenden Menschen bieten. Der Ursprung einer Brotzeit muss eindeutig in der Bäckerei liegen; die Brotzeit muss aus der Bäckerei heraus zum Erlebnis werden (*„Heute schon g’Brotzeitled?“*); die Bäckerei erzählt die Geschichte über die ‚Brotzeit‘. Wie die Bäckerinnen und Bäcker das erreichen können im Wettbewerb mit anderen Brotzeit-Anbietern, wird in Kapitel 5 veranschaulicht.

## 2 Methodischer Rahmen

### 2.1 Fragestellung

Die Ausgangsfrage, mit der sich dem Begriff Brotzeit und seiner vielschichtigen Dimensionen angenähert werden soll, lautet:

„Wie können regionale, historische, kulturelle und typisierte Dimensionen des Begriffs ‚Brotzeit‘ definiert, portraitiert und in Form vitaler Interpretationen regeneriert werden?“

Die Komplexität dieser Fragestellung, soll durch nachgestellte Teilfragen fragmentiert werden und es den Lesenden dieser Arbeit, erleichtern dem Erkenntnisinteresse des Autors zu folgen.

- 1) Was wird als Brotzeit bezeichnet?
- 2) Wo und wann machen Menschen eine Brotzeit?
- 3) Wieviel Zeit und wieviel Raum nimmt die Brotzeit ein?
- 4) Wie können wir Brotzeit beschreiben? In Broteinheiten? In Zeiteinheiten? In Erfolgseinheiten?
- 5) Wo finden wir Brotzeit als Begriff und wo als Lebensgefühl?
- 6) Wie wird Brotzeit als Marke funktionalisiert?
- 7) Wie wird die Brotzeit medial transferiert, adaptiert und integriert?

Diese Fragen, sollen nicht im Einzelnen abgearbeitet und beantwortet werden; vielmehr bilden die Fragen eine gedankliche Überleitung von der Ausgangsfrage hin zum Arbeitstitel:

*BrotZEIT* – analysiert | interpretiert | rekultiviert

Diese Formulierung von Fragen und Arbeitstitel, muss auf eine stabile theoretische Basis gestellt werden, durch die Herleitung einer Arbeitshypothese und einer strukturierten Methodik.

## 2.2 Arbeitshypothese

Unter der Prämisse, dass Brotzeit Bestandteil unserer Esskultur ist, wird versucht herzuleiten, dass es sich um ein kulturelles Konstrukt einer gelebten Alltagskultur handelt. Grundlage hierfür ist die strukturalistische Nahrungsforschung von Ulrich *Tolksdorf* (1976), und ihre Analogien zur Theorie über soziale und psychische Systeme nach *Luhmann* (1984) sowie der Theorie über individuelle und kollektive Handlungen nach *Parsons* (1951).

Die organischen Bedürfnisse des Menschen, werden durch tradierte Muster befriedigt, die gleichzusetzen sind mit kulturellen Methoden der Nahrungsaufnahme. *Tolksdorf* verdeutlicht, dass „... *Essen und Trinken auch als ein gesellschaftliches Operationsgefüge, das Orientierung und Kommunikation zwischen Gruppen und Individuen sicherstellt*“ verstanden werden muss (*Tolksdorf*, 1976: 67).

Hier wird deutlich, dass Essen und Nahrungsaufnahme multiple Variablen und dynamische Komplexitäten umfasst. Es wird unmittelbar erkenntlich, dass verschiedene Systeme, soziale und psychische, in Relation zueinanderstehen und daher die Betrachtung der Differenz vom System zu seiner Umwelt entscheidend ist. *Luhmann* betrachtet Systeme fortan, im Unterschied zu anderen Vordenkern der Systemtheorie, als selbstreferentiell und basierend auf Elementen, die von Ereignissen innerhalb des Systems abhängen; der Begriff der Autopoiesis beschreibt den Prozess der Selbsterschaffung und Selbsterhaltung von Systemen; im alltäglichen Leben kann das bedeuten: Gedanken folgen auf Gedanken (psychisches System); Kommunikation folgt auf Kommunikation (soziales System). Auf den Begriff Brotzeit angewendet, muss diese Betrachtung von psychischen und sozialen Systemen, um das System von individuellen und kollektiven Handlungen erweitert werden, um die Motive und Werte der handelnden Subjekte zu erkennen. Nach *Parsons* können Handlungen in Bezug auf die Ernährung des Menschen demnach grundsätzlich binär motiviert sein: 0 = der Mensch muss grundlegende physiologische Bedürfnisse optimal befriedigen; 1 = der Mensch folgt internalisierten Kulturwerten auf dem Weg der Selektion der Regeln von Nahrungsaufnahme. Vereinfacht ausgedrückt, beeinflussen sich die Ziele, physiologisch zu überleben und kulturell integriert zu sein, reziprok, bedingt durch die Differenz zwischen den Elementen subjektiver Gedanken und sozialer Kommunikation.

Wie lassen sich diese Perspektiven in dem Begriff Esskultur zusammenführen? Dazu bedienen wir uns der Feststellung einer Tatsache, dass Essen ein überlieferter, symbolischer Akt ist, in dessen Verlauf es zu einer Interaktion mit der Umwelt kommt (*Hirschfelder/ Pollmer*, 2018). Wir nehmen das Essen, als aktive Handlung verstanden, als eine komplexe Situation wahr, die weit über die rein stoffliche Ebene hinaus geht. Die Nahrung wird dabei zum Objekt und Teil einer symbolischen und von Überlieferungen geprägten (tradierten) Struktur, die als Werkzeug fungiert, Selbstvergewisserung und soziale Kommunikation zu

erreichen (ebenda). *Hirschfelder/ Pollmer* sprechen von tradierten Strukturen, im Sinne von Handlungsmustern, die im Volksmund als Traditionen bezeichnet werden (Hirschfelder/ Pollmer, 2018: 45). Dieser Argumentation folgend, ist die Erklärung folgender Begrifflichkeiten hilfreich:

**Esskultur** kann verstanden werden, als das vom Menschen geschaffene Umfeld der Nahrungsaufnahme und Ernährung. Dazu gehören Elemente wie Tabuisierung und Auswahl der Nahrungsmittel zu Ernährungszwecken, ebenso wie die Ausgestaltung von Verzehrsituationen, symbolische Aufladung von Speisen und ihre Zubereitungstechniken; wichtig: auch der Konsum von Genussmitteln gehört zum stofflichen Teil der Esskultur.

**Verzehrsituation** beschreibt die Situation der Nahrungsaufnahme in ihrer sozialen, zeitlichen und räumlichen Dimension, inklusive der aufgenommenen Speisen. In der Vergangenheit war die kulturwissenschaftliche Perspektive auf die **Mahlzeit**, als eine übergeordnete Kategorie gerichtet. Da die Nahrungsaufnahme in unserem Alltag zunehmend entchronologisiert wird, d.h. keiner zeitlichen Ordnung folgt, kann der Begriff Mahlzeit nicht mehr eindeutig verwendet werden. Gleichzeitig werden dem Raum und der Zeit einer Verzehrsituation kulturelle Werte zugeschrieben, die sich stetig im Fluss befinden und dynamisch auf externe Impulse reagieren.

Wird in diesem Zusammenhang von **Ernährung** gesprochen, beschreibt dieser Begriff empirisch beobachtbare Ernährungsweisen i.S.v. Alltagspraktiken, rund um die Nahrungsaufnahme. Die Ernährung hat dabei ganz entscheidend die Funktion der Kommunikation sozialer Zuschreibungen und Identifikationen, wodurch bewusst und unbewusst jeder Nahrung eine Bedeutung zugewiesen wird (Hirschfelder & Pollmer, 2018:42). Um diese deskriptive Darstellung graphisch zu verdeutlichen, wird die Struktur einer Verzehrsituation nach *Tolksdorf* herangezogen.

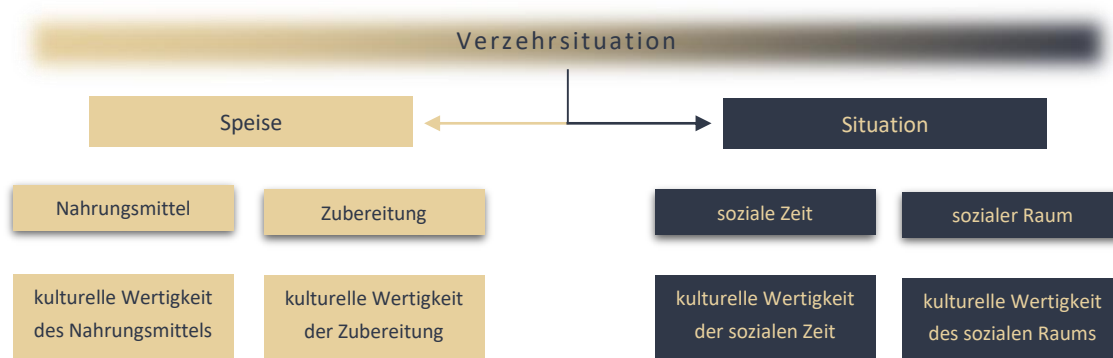


Abb. 3: Verzehrsituation in Anlehnung an Tolksdorf, 1976

Der Begriff *Verzehrsituation* ersetzt den früher verwendeten und chronologisch tendenziell statischen Begriff *Mahlzeit*; beschrieben wird die Aufnahme von Speisen dynamisiert in einer Situation. Die Speise wird bestimmt durch die Objekte Nahrungsmittel und gewählte Zubereitungstechnik. Beiden dieser Objekte wird eine bestimmte kulturelle Wertigkeit zugeschrieben. Die Situation wird bestimmt durch die Dimensionen soziale Zeit und sozialer Raum. Ebenso sind diese Dimensionen mit einer kulturellen Wertigkeit aufgeladen.

Darüber hinaus sind aber auch fluide Elemente einer Verzehrsituation zu beachten, welche die soziale Dynamik zum Ausdruck bringen. Zu diesen zählen z.B. die soziale Konstellation, die geführten

Tischgespräche, die zeitliche Rhythmisierung, sowie die Strukturierung von Alltag, Woche, Monat und Jahr. Werden diese Faktoren, Komponenten und Dimensionen alle verbunden in einer systemischen Einheit betrachtet, wird unmittelbar deutlich, dass sie nicht nur interdependent sind, sondern viel wichtiger auch ordnend wirken; sie bieten den Essenden Orientierung, Halt und Bezug.

An dieser Stelle, wird jetzt auch die psychologische Funktion des Essens, in Ergänzung zur sozialen und physiologischen, deutlich; folglich kann die abstrakte Betrachtung der Esskultur als soziales und psychisches System von Handlungen auf Grundlage der genannten Quellen bestätigt werden. Der in Kapitel 3.1 aufgestellte Arbeitstitel wird jetzt durch eine Arbeitshypothese gefestigt, welche das weitere gedankliche Konstrukt fundiert:

*Terminologisch ist Brotzeit die Popularisierung einer lokalen Tradition und zeitlosen Alltagskultur; während eine systemtheoretische Betrachtung in einer mehrdimensionalen Umwelt kulturelle Differenzen überwindet, übt Brotzeit parallel die Funktion individueller Identifikation, kollektiver Komplexitätsreduktion und initiativer Markenbildung aus.*

### 3 Brotzeit analysiert

In diesem Kapitel wird analysiert, welche terminologischen Definitionen und Konnotationen mit dem Begriff Brotzeit verbunden werden und wie der Begriff verwendet wird. Weiterhin soll eine Einordnung des Begriffs in unsere Esskultur als soziales System und in unsere kulturelle Herkunftsgeschichte auf zeitlicher und geographischer erfolgen. Die Teilfragen 1 bis 3 aus Kapitel 3.1 werden versucht zu beantworten in einer rein deskriptiven Darstellung.

- 1) Was ist Brotzeit für uns Menschen?
- 2) Wo und wann machen Menschen eine Brotzeit?
- 3) Wieviel Zeit und wieviel Raum nimmt die Brotzeit ein?

#### 3.1 Was sagt der Begriff aus?

Plakativ wurde bereits 1995 von *Ferrero* eindeutig benannt was unter einer Brotzeit zu verstehen wäre:

*„Spitze, euer Frühstück am Nachmittag. – Junge, das ist 'ne Brotzeit!“*

(nutella® Deutschland, Ferrero Deutschland GmbH, 2023)



##### 3.1.1 Einordnung terminologisch

In der Einleitung war bereits die Rede von der Fluidität des Begriffs ‚Brotzeit‘ und dem Ansatz diesen Begriff technisch zu dekonstruieren. Die Terminologie, die sich aus diesem Kompositum ableiten lässt wird in den begrifflichen Elementen der Wortwolke widerspiegelt. Jeden einzelnen dieser Begriffe näher zu betrachten, wäre unzweckmäßig für das Ziel dieser Arbeit; wohingegen, die Erklärung einiger Synonyme und Derivate hilfreich erscheint.

Eine stichpunktartige Recherche ergab eine sehr vielfältige, heterogene und diffuse Verwendung und Annäherungen an die Erklärung darüber, was Brotzeit sein kann:

- a) Im Duden wird erklärt: „Pause, während deren etwas gegessen [und getrunken] wird.“ (Duden 2023a).
- b) Die Online-Enzyklopädie Wikipedia differenziert zwischen zwei Arten von Brotzeit: zum einen die deftige Zwischenmahlzeit am Vormittag oder Nachmittag; zum anderen die nicht warm zubereitete Hauptmahlzeit (Mittagessen oder Abendessen). Geographisch wird die Brotzeit in den bayerischen und südöstlichen Sprachraum Deutschlands verortet. Des Weiteren wird eine typische Zusammenstellung einer Brotzeit dargestellt (Wikipedia 2023).
- c) Wird die Suche auf den Süden Deutschlands fokussiert, zeigt sich schnell, dass die Brotzeit weit mehr ist, als eine Zwischenmahlzeit, bei der gegessen und getrunken wird. Die Website ‚Chiemsee Alpenland‘ beschreibt „*Brotzeitln* – das bayerische Lebensgefühl“ (Chiemsee-Alpenland Tourismus 2023). Es wird von der schönsten Zeit des Tages gesprochen, die so zelebriert wird; das Substantiv (Brotzeit) wird zum Verb (brotzeitln) moduliert und in lokaler Mundart ausgedrückt.
- d) Eine eher humoristische Erklärung bietet die Website köpferl.de von dem Betreiber Robert unter dem Eintrag „Brotzeit – wissenschaftlich“; hier wird die Brotzeit physikalisch untersucht und in SI-Einheiten ausgedrückt, mit dem Ergebnis, dass Brotzeit (BZ) eine dimensionslose Einheit als das Produkt aus Energie und Zeit ist:  $BZ = J \text{ (Joule)} \times s \text{ (Zeit)}$  oder alternativ  $W \text{ (Watt)} \times s \text{ (Zeit)}$ , (vgl. köpferl.de, 2021).

Doch sind diese Definitionen wissenschaftlich genug und belastbar? Die Erklärungsansätze a) bis d) zeigen bereits, dass der Begriff Brotzeit viele Assoziationen und individuelle Interpretationsansätze auslöst. Sobald die Begriffe in Konjunktion verwendet werden, ist es schwierig eine allgemein verständliche, vermeintlich allgemein gültige Bedeutung zu finden.

Es ist folglich zweckmäßiger die Begriffe ‚Brot‘ und ‚Zeit‘ auch getrennt voneinander zu erklären. Demnach ist:

#### 1) Brot, das (Substantiv)

- a. Dem DUDEN folgend, eine Backware, die als Grundnahrungsmittel gilt und aus Mehl, Wasser, Salz und Sauerteig oder Hefe, durch Backen hergestellt wird (vgl. duden.de 2023a).
- b. Eine wissenschaftliche Definition bietet der Wissenschaftliche Beirat des Deutschen Brotinstituts: „*Brot wird durch den Erhitzungsprozess einer fluiden kohlenhydrat- und/oder proteinbasierten Dispersion (Teig), mit dem Ziel des Verlustes der Fließfähigkeit, um eine gare, formstabile, gasgelockerte Porenstruktur (Krume) unter Volumenzunahme und Verdichtung der Randzone (Kruste) zu gewinnen, hergestellt.*“ (Deutsches Brotinstitut, 2023)

#### 2) Zeit, die (Substantiv)

- a. „*ein begrenzter Zeitraum, der jmdm. zu einem bestimmten Zweck zur Verfügung gestellt wird, Frist*“ (BBAW, 2023b)
- b. dass Zeit auch das ist, „... *was man an der Uhr abliest*“ (vgl. wissenschaft.de 2007) wird in der dimensional Betrachtung über die Zeit in Kap. 4.2.2 noch weiter ausgeführt.



Zeit ist ganz alltäglich betrachtet, ein Teil des Nacheinanders, der Abfolge von Augenblicken und anderen *Zeiteinheiten*, die z.B. für den Genuss des *Grundnahrungsmittels* Brot zur Verfügung steht.

Wäre hiermit bereits eine hinreichende terminologische Eingrenzung des Begriffs Brotzeit erreicht? Mitnichten. Folglich wird eine Auswahl der mannigfaltigen Synonyme und lokalen Eigennamen aus der Wortwolke (vgl. Kap. 2.4) wird im Folgenden aufgegriffen und versucht die terminologische Einordnung und Verständnisgrundlage zu erweitern.

### 3.1.2 Einordnung kulturhistorisch

Die in Kapitel 2.2 dargestellten Untersuchungen über die Esskultur zur Herleitung der Arbeitshypothese, und das damit verbundene Verständnis über die selektierten Begriffe, wird hier aufgenommen und die Terminologie erweitert. Die Determinanten der Kultur (vgl. Kap. 1) werden moduliert, um die kulturhistorische Einordnung zunächst graphisch zu veranschaulichen.



Abb. 4: eigene Darstellung in Anlehnung an Hirschfelder/ Pollmer 2018

So kann z.B. der Ausdruck ‚Das Essen‘ zur Beschreibung der Handlung und zur Beschreibung der Tatsache, hilfreich sein, die Beziehungen innerhalb einer Esskultur zu verstehen und verschiedene Ausprägungen zu portraituren. Unsere Essgewohnheiten werden maßgeblich von einem übergeordneten Lebensstil und alltäglichen Verhaltensmustern beeinflusst, was Hanni Rützler im Food Report 2024 unter dem Themenschwerpunkt ‚Esskultur im Wandel‘ verdeutlicht (Rützler/ Reiter, 2023).

Die moderne Massenkonsumentengesellschaft beinhaltet auch ein *quasi-permanentes Snacking*, statt einer strukturierten Nahrungsaufnahme (ebenda). Die ‚Brotzeit‘ steht folglich im Spannungsfeld zwischen Massenkonsum und selektivem Genuss, welche gleichsam Bestandteil der modernen Esskultur sind.

Während seit dem frühen Mittelalter, etwa ab dem 11. Jahrhundert, bis Ende des frühen 20. Jahrhunderts die Strukturen zwischen Stadt und Land trennscharf verlaufen, werden in dieser Zeit die kulturellen Traditionen nach Stand, Schicht und später Klasse geprägt. Wie Hirschfelder schreibt, wird nach diesem Mechanismus festgelegt wer zu einer Speise oder einem Getränk zu welchem Zeitpunkt berechtigt war (Hirschfelder 2018, S. 04). Erst seit Globalisierung, Digitalisierung und Deindustrialisierung die Gesellschaft neu ordnen, suchen Menschen ihre persönliche Identifikation in Lebensstilen und temporären Zugehörigkeiten zu sozialen Kollektiven, während das Essen eine nie dagewesene Priorität einnimmt, dass Ernährungsstile die Rolle von Lebensstilen übernehmen.

Nicht zu vernachlässigen ist auch die Ernährungspsychologie und ihre Wirkung auf kulturelle Ernährungsweisen. Menschen folgen tradierten Mustern und Gewohnheiten, da diese Stabilität und emotionale Sicherheit vermitteln. Das Essen an sich und die Kommunikation darüber, folgen oft ideologischer Selbsteinordnung, der Repräsentation von Status und Distinktion. Es entsteht eine Dissonanz zwischen Kognition und Aktion, die oft nur schwerlich aufgelöst werden kann (vgl. Hirschfelder 2018b, S. 107).

Galt Brot bei der Bevölkerungsmehrheit früher als einfaches und sättigendes Grundnahrungsmittel, wird es in der modernen Ernährungsstil-Gesellschaft zu einem polarisierenden Faktor. Während die einen in Brot das neue und trendige, puristische Nahrungsmittel sehen, verdammen die anderen es als ungesund und altmodisch.

Die historische Betrachtung von Brot als Grundnahrungsmittel, wird maßgeblich von der strukturellen Verteilung der Bevölkerung bestimmt. Für die Menschen, die auf dem Land lebten, im 14. Und 15. Jahrhundert waren es noch ca. 90%, war es üblich zwei Hauptmahlzeiten am Tag einzunehmen; bei Tagesanbruch und am Abend. Diese bestanden häufig aus groben Brot und warmen Getreidebreien die meist mit Mus, Schmalz, Gemüse und nur selten gekochtem Fleisch verzehrt wurden. Während der meist von körperlicher Arbeit bestimmten Stunden dazwischen, wurden häufig bis zu drei Zwischenmahlzeiten eingenommen, die regelmäßig nur aus einem hartem (*konserviertem*) Stück Brot und vielleicht einem Stück Obst bestanden (vgl. Hirschfelder 2018). Zu den Mahlzeiten kamen die Menschen zusammen, während am Morgen und Abend die Gemeinschaft meist aus der Familie bestand, und während des Tages vom Arbeitsumfeld bestimmt wurde.

Die Vermutung liegt nahe, dass aus diesen Gegebenheiten Bräuche und Traditionen abgeleitet wurden, aus denen sich die Brotzeit entwickelte. Denn auch das, was am Tage verzehrt wurde, hing meist davon ab, was einfach, schnell und ohne Zubereitung zur Hand war, oder ohne besonderen logistischen Aufwand mitgenommen werden konnte, wie z.B. grobes Brot und Mus (ebenda). Diese Schlussfolgerungen werden bestätigt durch Berichte über Esskultur und Traditionen in anderen Regionen Europas. Filipowsky berichtet, dass z.B. in Tirol bereits vor Jahrhunderten die Senner und Bauern eine Art Brotzeit durch den Tag begleitete und als einfache Mahlzeit eben aus dem besteht, was zur Hand ist (vgl. Filipowsky 2020).

Die tatsächlichen Ursprünge der Brotzeit mögen aber noch weiter zurück in der Geschichte liegen, namentlich in einer privaten Institution der Römer, ihrer spätnachmittäglichen Hauptmahlzeit; die Rede ist von der *cena* (vgl. Stein-Hölkeskamp 2011). Zunächst war ein Mehlbrei (puls) Hauptbestandteil der *cena*, welcher im zweiten Jahrhundert vor Christus von gebackenem Brot verdrängt wurde. Dazu wurde Wein, Gemüse, Zwiebeln, Knoblauch, Käse und Obst gereicht, zu seltenen Anlässen auch Fleisch.

Ohne der Interpretation der Brotzeit vorzugreifen, ruft die *cena* in dieser Form als Hauptmahlzeit, Assoziationen zur neuzeitlich kulturhistorischen Brotzeit hervor. Historisch belegt ist, dass die *cena* in vielen europäischen Regionen spezifische Tisch- und Esskulturen beeinflusst hat, durch ihren ausgeprägten gemeinschaftsstiftenden und kommunikativen Charakter (vgl. Hirschfelder 2017). Denn im Unterschied zu anderen antiken Esskulturen, vereinigte die *cena* alle Mitglieder der Familie: Frauen, Kinder und Männer. Da die *cena* in Form und Inhalt alle Elemente der römischen Ernährungskultur bündelte sowie eine Kultur der Gastfreundschaft verkörperte, gilt sie vielen Historikern quasi als Mutter der europäischen

Hauptmahlzeit. An diesem kulturhistorischen Abriss wird auch deutlich, dass dem aus Weizen- oder Dinkelmehl gebackenen Brot ein höherer symbolischer Status zugesprochen wurde als dem aus Gerste gekochtem Brei. Brei verkörperte das Leben ärmerer Menschen auf dem Land, während Land den wohlhabenderen Menschen in der Stadt vorbehalten blieb.

Interessant zu beobachten, dass sich diese Gegenüberstellung im Verlauf der Geschichte der humanistischen Esskultur, von den Anfängen des Christentums, über das frühe und späte Mittelalter, die Neuzeit und bis hin zur Moderne mehrmals verkehren soll. Brot und einfache, aber kalorienreiche Beilagen, sind offenbar mehr ein wichtiges Element der Esskultur der Landbevölkerung, als der zunehmenden Stadtbevölkerung, was sich auch während der Industrialisierung im 19. Jahrhundert weiter durchsetzt. Nicht, dass Städter kein Brot gegessen hätten, aber vermutlich eben nicht in regelmäßiger Ausprägung einer traditionellen Brotzeit. Ob sich dies in den Esskulturen der Gegenwart zu ändern vermag, bleibt zu erörtern. Fest steht hingegen, dass aus dem Bedürfnis nach täglicher Convenience und einer einem *Mode-Accessoire* ähnlichen Art des Außer-Haus-Verzehrs ein globaler Ernährungsstil entsteht, der von internationalen Marken und Weltgerichten geprägt ist. Hirschfelder (2018) beschreibt diesen als *global-foodstyle* und nennt Beispiele wie Sushi, Burger, Asia-Food oder Pizza. Insbesondere die Diskussion über internationale Markenbildung, wirkt wie ein Prisma auf kulturhistorische und lokale Phänomene wie eben eine Brotzeit; Beispiele und Erläuterungen dazu folgen in Kapitel 4.2.3 und 5.2.

Bevor die geographische Einordnung erfolgen kann, sind die Begriffe ‚Heimat‘ und ‚Esslandschaft‘ anzusprechen, denn die Geographie übernimmt bei der Einordnung kultureller Essgewohnheiten eine wichtige Rolle; bedeutet das: Heimat ist Esslandschaft und vice versa? Der so alltägliche wie altmodische Begriff der Heimat, hilft diese Gedanken auf die Brotzeit anzuwenden. Ina-Maria Greverus (1972) hat Heimat wieder positiv besetzt in dem sie sie von dem Image ein verwerfliches Gefühl zu sein, bedingt durch sozio-politischen Anachronismus der NS-Zeit, befreite und die Heimat fortan als raumgebundene Identität betrachtet werden konnte. Heimat darf wieder zum wichtigen Prädikat für Esskultur werden und für ihre kulturhistorische Einordnung herangezogen werden. Die Annahme, dass Orte und Regionen den Geschmack kultureller Traditionen verkörpern können oder räumlich-kulturelle Besonderheiten internalisieren und transferieren, wird von Tschofen (2007, S. 27) das „*Prinzip der Ortsgeistigkeit*“ genannt. Doch das würde auch bedeuten, dass die sog. *Regionalküche* ein natürliches Auftreten, i.S.v. Inzidenz zwischen Raum und Geschmack suggeriert, was Tschofen selbst kritisiert (Tschofen, 2008, S. 65).

In seiner Dissertation leitet W. Alber hieraus ein *quasi animistisches Konzept* ab, da Räumen Wissen zugeschrieben würde, das in der sensorischen Qualität ihrer Herkunftserzeugnisse wieder zu finden wäre (2017, S. 31). Ob dieses Wissen über kulinarische Traditionen auch auf die Brotzeit, obwohl es sich nicht um ein Erzeugnis, sondern um soziale Interaktion und Kommunikation handelt anzuwenden wäre, müsste an anderer Stelle diskutiert werden. Hilfreicher ist fortan die Argumentation von Hirschfelder (2009) heranzuziehen, der geographische Räume als Esslandschaften beschreibt, durch die kulturelle Zugehörigkeit zum Ausdruck kommt (vgl. Hirschfelder 2009, S. 218).

### 3.1.3 Einordnung geographisch

Dass die Brotzeit nicht zu Deutschland, sondern nach Bayern gehört, wird global selten bestritten. Menschen in Bayern sagen über sich selbst, dass das Brotzeitln zu *ihrer* Kultur gehört (vgl. Welter 2022). Folglich ist es sinnvoll, den Blick geographisch erst in den Südosten der Republik zu wenden und echte ‚Brotzeitler‘ wie Nico Scheller zu fragen. Der Gründer und Inhaber der Lokalbäckerei Brotzeit beschreibt seine Philosophie mit: *„Ehrliche Handwerkstradition, naturbelassene Zutaten, bester Geschmack & Bio-Qualität. – Wenn’s um diese drei Punkte geht, ist die Brotzeit voll und ganz Überzeugungstäter.“* (Scheller 2023).

Hier wird die Brotzeit, entlehnt aus dem verfügbaren Teil des Nacheinandens von zeitlichen Einheiten unter dem Einfluss sozialer Interaktion (vgl. Kap. 3.1.4), zum subjektivierten ‚Überzeugungstäter‘ stilisiert. Der wahrhaft bayerische Bäckermeister verrät auch, welches Brot für jeden Brotzeitler und jede Brotzeitlerin geeignet ist; nichts weniger als ein rustikales Bauernbrot mit kräftig-würzigem Geschmack, das auf den einprägsamen Namen ‚Brotzeitstangerl‘ hört. Dass die Brezn (Laugenbrezel) obligatorisch für eine Brotzeit ist, bestätigt nicht nur Blogbeitrag ‚Bayrische Brotzeit‘, sondern zahlreiche andere Quellen (vgl. Welter 2022). Soweit ist über die bäckerhandwerkliche Perspektive auf die bayerische Brotzeit bereits viel gesagt. Was aber gehört noch dazu? Als *zünftige* Zwischenmahlzeit zu jeder Tageszeit, sind es ohne Zweifel Klassiker wie Obatzda, Griebenschmalz, Leberwurst, geräucherte Bratwurst, Radieschen, Essiggurken und wenige andere vegane Beilagen. Eine fränkische Brotzeit ist ihrer Natur nach noch weniger für sich vegan ernährende Menschen geeignet, wie Julia Stephan in ihrem Blogbeitrag auf *Kitchen Stories* erklärt (vgl. Stephan 2020). Ob die bayerische oder fränkische Brotzeit, als stärkende Mahlzeit während eines anstrengen Arbeitstages, zur Pause während einer Bergwanderung oder eben nach einer Radtour als Frühstück am Nachmittag mit nutella® und viel frischer Milch unter Freunden eingenommen wird, ist für die Bayern, aber auch für alle Zugereisten und Gäste im Freistaat weniger entscheidend, als alleine die Erholung, die Gemütlichkeit und eben deftiges Brot und seine Begleiter.

Im Südwesten Deutschlands liegt das ‚Schwabenländle‘, wie es der liebevolle Volksmund nennt; gleichsam im Zuge einer Image-Kampagne für Baden-Württemberg in 2021 vorübergehend auch mal ‚The Länd‘ genannt (vgl. Muschel 2021). Hier heißt Brotzeit *Vesper*. Der gemeine Schwabe, respektive die gemeine Schwäbin, kann ohne die schwäbische Vesper nicht leben. Diese existentielle Notwendigkeit wurde dadurch zum Ausdruck gebracht, dass vor hundert Jahren noch die Schwaben eher von *„a guats Veschper“* sprachen, wenn sie diese kalte Zwischenmahlzeit am Vor- oder Nachmittag vertilgten, während heute üblicherweise das kalte Abendessen so bezeichnet wird (vgl. Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg 2023). Sie hat sich zu einer vollwertigen Mahlzeit etabliert, die Vesper – oder auch das Vespern (Aussprache ‚veschpern‘). Sodass viele Restaurants und Gaststätten eine eigne Vesperkarte führen, um dieser lokalen Spezialität zu Ehre und Würde zu verleihen.

Welche Variationen geboten werden, ist ebenso zahllos wie in anderen Regionen auch. Das Bäckerhandwerk trägt seinerseits mit schwäbischen Dinkel-Seelen, Laugenbrezeln, dem schwäbischen Original, und Weckle zur Vesper bei. Um das Brauchtum der Gebäcke ranken viele Legenden, die hier nicht weiter erörtert werden können, aber nachzulesen sind in Beiträgen über das Allerseelen-Brot (vgl. Grundmann 2019), sowie die schwäbische Brezel-Saga von Bad Urach (vgl. Schwäbische Alb

Tourismusverband e.V. 2020). Baden-Württemberg ist ebenso bekannt für die Vielfalt an Wurst, Schinken und Leberkäse, sodass eine rechte Menge davon zu jeder Vesper gehört. Der schwäbische Luckeleskäse übernimmt die milchbasierte Form der kulinarischen Spezialitäten, während Salat in Form von Wurstsalat oder Kartoffelsalat gereicht wird, zusammen mit ein paar Essiggurken als Garnitur (vgl. Hengstenberg GmbH & Co. KG 2021). Im Unterschied zur bayerischen Brotzeit, trinken die Schwaben lieber mal ein oder zwei viertele Wein zur Vesper, obwohl es im *Ländle* natürlich auch gutes Bier gäbe.

Eine deftige *Marend* auf der Alm oder den Berggipfeln, ist für die Tiroler ein ebenso genüssliches Erlebnis, wie für die Bayern die zünftige Brotzeit. Dass aber auch Zugereiste aus dem hohen Norden emotional sich ergeben, beweist Simone Filipowsky in ihrem Food Blog *„s-küche“*: *„Ich liebe bodenständige Küche aus tollen Produkten ja sehr und eine gute Brettljause, die so unendlich viel mehr ist als Brot mit Käse und Wurst, schmeckt mir immer so irre gut.“* (Filipowsky 2020).

Wie für eine Brotzeit, Vesper oder Jause, gilt auch in Tirol, dass allerbeste und unverfälschte Zutaten den kulinarischen Genuss ausmachen und nach körperlicher Aktivität seelische Zufriedenheit und physiologische Stärkung versprechen. In ihrem Beitrag verwendet die Autorin die Begriffe *Jause*, *Brettljause* und *Marend* synonym, verdeutlicht ihren Leserinnen und Lesern aber, dass die regionalen Zutaten und persönlichen, wie auch traditionellen Geschmäcker, diese alpenländische Brotzeit so individuell und authentisch machen. Ebenso ist auch die Saison ein wichtiges Kriterium für die Auswahl der frischen Produkte der Natur, während die Jahreszeit aber nicht diesem Genussritual entgegensteht; die *Marend*, ebenso wie die Brotzeit, schmeckt im Sommer in freier Natur ebenso gut, wie im Winter in der Berghütte am Kaminfeuer – solange die Produkte ehrlich, authentisch und unverfälscht sind. Der Dialekt *„Brettljause“*, ist offensichtlich dem optischen Genuss entlehnt, denn in welcher lokalen Mundart auch gesprochen wird, angerichtet und serviert wird die Brotzeit auf einem rustikalen Holzbrett oder auch einfach mal auf einer ganz naturbelassenen Baumscheibe.

Die geographische Verortung vervollständigend, sei auch ein Begriff aus Norddeutschland erwähnt. In Hamburg und weiter nördlich davon, wird mit *„Fofftein“* (auch geschrieben *„Foffteihn“*) eine fünfzehnminütige Pause ausgerufen. Der Ursprung dieser Redewendung liegt in der Hafenarbeit und anderen körperlich anstrengenden Arbeiten des Nordens (vgl. Stiftung Historische Museen Hamburg 2023). Nicht belegt ist, dass unter diesem Ausdruck auch eine gemeinsame Mahlzeit wie die Brotzeit zu verstehen war oder noch ist. Die Recherche führte zu verschiedenen Quellen, die jedoch nicht zuverlässig oder gesichert erschienen, sodass von einer weiteren Darstellung abgesehen wird.

In die Ausführungen über diese geographische Einordnung, sind bereits vereinzelt interpretative Ansätze eingeflossen, bedingt durch einzelne kulturtypische Eigenheiten und lokale Ausprägungen der Historie. Die Interpretation wird visuell verdeutlicht in Kapitel 4.1 und in einen vielschichtigen Deutungszusammenhang gestellt.

### 3.1.4 Eigene definitorische Einordnung

Während die vorangegangenen terminologischen Deskriptionen und Definitionen immer nur ein Fragment der Zielterminologie darstellen können, wird abschließend zum ersten Teil der Analyse eine eigene Definition und graphische Verdeutlichung (vgl. Abb. 5), basierend auf den bereits recherchierten Erkenntnissen und weiteren Analysen in Kapitel 3.2 angeboten.

*Brotzeit ist integraler Bestandteil unserer Esskultur und spiegelt die Ausprägung von Handlungen innerhalb eines autopoietischen Systems wider; während die individuellen und kollektiven Handlungen in Differenz zur Umwelt darin bestehen, Brot als Grundnahrungsmittel mit überwiegend kalten Beilagen, sowie erfrischenden Getränke zu sich zu nehmen, steht der verfügbare Teil des Nacheinanders von zeitlichen Einheiten unter dem Einfluss sozialer Interaktion, dass Nahrungsmittel und ihre Zubereitung mit kulturellen Werten attribuiert werden und folglich der Ausdehnung des sozio-kulinarischen Gefüges in der Raumzeit Dimension.*



Abb. 5: eigene Darstellung 2023

### 3.2 Welche Dimensionen hat Brotzeit?

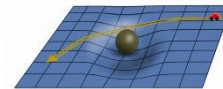
Die Fragen Nr. 4 und 5 aus Kapitel 3.1 begleiten die Analyse in diesem Abschnitt und werden versucht hinreichend zu beantworten.

- 4) Wie können wir Brotzeit messen? In Broteinheiten? In Zeiteinheiten? In Erfolgseinheiten?
- 5) Wo finden wir Brotzeit als Begriff und wo als Lebensgefühl?

Wird versucht Brotzeit als physikalische Größe in einem Größensystem zu beschreiben, können ihre qualitativen Eigenschaften in Dimensionen ausgedrückt werden. Der Begriff Dimension wird im Weiteren sowohl in seiner physikalischen Bedeutung als ‚Ausdehnung eines Körpers‘ verstanden, wie auch in seiner bildungssprachlichen Bedeutung als ‚Ausmaß im Hinblick auf die räumliche, zeitliche, begriffliche Erfassbarkeit‘ (vgl. Cornelsen Verlag 2023d).

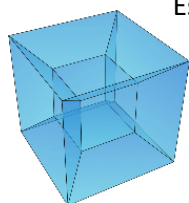
Die Ausdehnung eines Körpers im Raum wird, wie hinlänglich bekannt, auf den Achsen x (rechts – links), y (oben – unten) und z (vorne – hinten) dargestellt.

Die Zeit wird seit 1905 nach der speziellen Relativitätstheorie von Albert Einstein als die vierte Dimension verstanden (vgl. Einstein 1905). Einstein hat also die Ausdehnung von Körpern im Raum – oben-unten, rechts-links, vorne-hinten (3D) – um die Ausdehnung der Zeit im Raum erweitert. Es entsteht ein Kontinuum in dem die Zeit- und die drei Raumkoordinaten eine untrennbare Einheit, in Form der vierdimensionalen Raumzeit bilden (Müller, 2014). Bekannte Darstellungen von Gravitationsnetzen, durch die andere Körper in ihrer Bewegung durch Raum und Zeit abgelenkt werden, machen dies deutlich:



Gummituch, Quelle: Helmut Linde

Hingegen kann nicht nur die Zeit als vierte Dimension die räumliche Wahrnehmung erweitern. Vielmehr kann die menschliche Erfahrungswirklichkeit auch durch eine vierte *räumliche* Dimension ergänzt werden, in der die Position und Ausdehnung eines Körpers dargestellt wird.



Hypercube, Quelle: Wikipedia 2023

Es entstehen sog. Mehrdimensionale Hyperräume, die für die direkte menschliche Erfahrung im Verborgenen liegen und am Beispiel eines *Hypercubes* deutlich werden.

Astrophysiker Harald Lesch von der LMU München, bringt in seiner Erklärung auf den Punkt, warum die vierte Dimension als räumliche und zeitliche Erweiterung der

menschlichen Wahrnehmung wichtig ist und worin ihr Unterschied besteht: „*Es gibt einen unglaublichen Unterschied zwischen Raum und Zeit. Wir können zweimal an den gleichen Ort aber niemals an die gleiche Zeit. Das heißt: Zeit ist eine qualitative Dimension und Raum ist eine quantitative Dimension.*“ (mdr WISSEN, 2019). Aber auch Einstein behält Recht, wenn er die Frage ‚Was ist Zeit?‘ mit dem einfachen Satz beantwortet: „Zeit ist das, was man an der Uhr abliest.“ (wissenschaft.de, 2007). Was aber bedeutet diese Grundlagenforschung für die Analyse der Brotzeit in ihrer semantischen Bedeutung und in ihrer dimensionalen Ausdehnung?

### 3.2.1 Raum – die quantitative Dimension

Was beschreibt der Begriff Quantität?

**Herkunft:** **quantitās** (lat.) ‘Größe, Menge, Summe’; **quantus** ‘wie groß, wie viel’.

**Bedeutung:** Menge, Anzahl, Umfang und Intensität von etwas.

In der Philosophie wird mit Quantität die messbare äußere Bestimmtheit der Gegenstände, Erscheinungen und Prozesse in der objektiven Realität beschrieben und in den Einheiten der Menge, Anzahl, Größe und Intensität erfasst und angegeben, um die Welt um uns herum zu verstehen und zu beschreiben (vgl. Quantität, die, 2023).

Der Raum in dem Brotzeit stattfindet, soll geeignet sein, die quantitative Ausdehnung und das Ausmaß zu dem wir Brotzeit als Begriff erfassen können, zu beschreiben. Im wissenschaftlich-methodischen Sinne müssten hierzu präzise Daten vorliegen, die durch Messungen, Zählen, Analyse statistischer Daten, Tests oder strukturierten Beobachtungen gewonnen werden.

Können diese Methoden erkenntnisgewinnend auf einen *fluiden Begriff* wie Brotzeit (vgl. Kap. 2 und 3.2) angewendet werden? Wohl nur sehr schwierig, da ihre subjektiven und individuellen Präferenzen einer Dynamik unterliegen, die in validen Daten schwerlich widerzuspiegeln wäre. Erhobene Daten müssten stets den Kriterien Exaktheit, Vollständigkeit, Konsistenz und Aktualität standhalten, um daraus Erkenntnisse

abzuleiten. Eine Datenerhebung zur Analyse von Quantität und Qualität wäre hingegen unzweckmäßig, denn es steht nicht die statistische Verteilung von Größen im Vordergrund, sondern eine begriffliche Analyse und Interpretation; hier wird angeknüpft an das einleitende Kapitel ‚*Brotzeit substantiell*‘.

Brot ist das Fundament jeder Brotzeit – daran wird wohl in deutschsprachigen Regionen kein Zweifel aufkommen. Wird es süß oder herzhaft belegt und begleitet, entscheidet allein der persönliche Geschmack; ob nutella®, Bergkäse und Rauchschinken, oder Radieschen, Tomate und Gartenkräuter auf Frischkäse, der genüsslichen Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist vielmehr, dass „zünftig und deftig“ gegessen wird, das heißt wohl bodenständig, reichhaltig und nahrhaft (vgl. „BrotzeitIn“ – das bayerische Lebensgefühl). Eine Brotzeit ist sicherlich nicht als kalorienbewusst oder gar Diätkost einzustufen; das entspräche auch nicht ihrer Natur und Tradition, wie bereits in Kapitel 4.1 erläutert ist. Die stofflich quantitative Auswahl der Elemente einer Brotzeit, darf nicht sparsam bemessen sein, um ihr Ziel, eine nachhaltige Stärkung und Sättigung nicht zu gefährden.

Welche chronologische Rangordnung die Brotzeit als Substanz im Tagesverlauf einnimmt, ist hierbei weniger entscheidend, als die Tatsache, dass sie regelmäßig ihren Platz erhält. Das Brot und seine Begleiter:innen, in substantieller Ausgestaltung einer Brotzeit kann eine Haupt- oder Zwischenmahlzeit sein, am Vormittag, zum späteren Mittag, oder eben das bereits erwähnte Frühstück am Nachmittag (Retrospects 2016).

Ohne Zweifel wird auch in der Gastronomie dem Brot mehr *Raum* eingeräumt und eine höhere Wertschätzung zugemessen; folglich hat die Brotzeit auch im Restaurant ihre Berechtigung. „*Hauptdarsteller*“ – Brot ist auf einmal mehr als nur trockene Beilage zum Salat oder die Entschuldigung für eine lange Wartezeit, schreibt Wolfgang Fassbender in der NZZ (2019). Viele Küchen-Chefs legen heute mehr Wert auf ein authentisches Brot als elementare Komponente des Menüs, als es noch vor zehn Jahren der Fall war; Antje Urban (2022) bestätigt das in ihrem ‚nomyblog‘, wenn sie anhand von zahlreichen Praxisbeispielen belegt, dass Brot zum Statement in der Spitzengastronomie geworden ist. Diese Entwicklung einer substantiellen Aufwertung des Brotes lässt sich nicht nur in kulinarischen Hochburgen und Metropolen erkennen; Niclas Nussbaumer beweist in der Mühle am Schluchsee, dass Spitzenköche im Zweifel selber backen, um Brot zum wichtigen Bestandteil ihres Menüs werden zu lassen (Urban, 2022); wird das Abendessen im Sterne-Restaurant quantitativ betrachtet dadurch zur Brotzeit? Diese Frage könnte nur beantwortet werden, wenn die dimensionale Betrachtung erweitert wird.

### 3.2.2 Zeit – die qualitative Dimension

Was beschreibt der Begriff Qualität?

**Herkunft:** **quālītās** (lat.) ‘Beschaffenheit, Verhältnis, Eigenschaft’; **quālis** ‘wie beschaffen, von welcher Art’

**Bedeutung:** Gesamtheit der Eigenschaften eines Objektes, Systems oder Prozesses, die den Grad der Eignung für den vorgesehenen Verwendungszweck bestimmen; normative Bedeutung als die bestimmte Güte aller Eigenschaften.

In der Philosophie beschreibt Qualität die wesentliche und innere Bestimmtheit der Gegenstände, Erscheinungen und Prozesse der objektiven Realität, die diese zu dem macht, was sie sind; ihnen ihre relative Beständigkeit und Selbstständigkeit verleiht und sie von allen anderen Erscheinungen abgrenzt und unterscheidet. (vgl. Qualität, die, 2023).



*Qualität wird laut der Norm DIN EN ISO 9000:2015-11 (Norm zum Qualitätsmanagement definiert), als „Grad, in dem ein Satz inhärenter Merkmale eines Objekts Anforderungen erfüllt“. Die Qualität gibt damit an, in welchem Maße ein Produkt (Ware oder Dienstleistung) den bestehenden Anforderungen entspricht.*

Die Bedeutung von Qualität kann also nur deutlich werden, wenn die Perspektive einer Erwartungshaltung eingenommen wird und Bedürfnisse zu erkennen sind. So formuliert auch das Gabler Wirtschaftslexikon eine Definition für Qualität, als „die Übereinstimmung von Leistungen mit Ansprüchen“ (Markgraf, 2018).

Die Brotzeit als Einheit kann eine Leistung sein, die Ansprüche und Bedürfnisse befriedigen soll. Entscheidend ist, dass die den Anspruch stellenden Subjekte und die die Leistung erbringenden Subjekte in einer Person vereinigt oder getrennt auftreten können. Das differenziert die Brotzeit als abstrakte Leistung, eindeutig von typischen Produkt- oder Dienstleistungen. Mitnichten steht dies der Interpretation (vgl. Kap. 5.2.3) und Rekultivierung (vgl. Kap. 6.3) der Brotzeit mit kommerziellen Interessen entgegen.

Aus den in Kapitel 3.1 getroffenen Definitionen und Einordnungen, lassen sich differenzierbare Eigenschaften für Brotzeit (*Satz inhärenter Merkmale*) herleiten und das Maß zu dem Anforderungen und Erwartungen erfüllt werden beschrieben werden. Die zeitliche Dimension wird z.B. bestimmt von Eigenschaften, wie das Gefühl kultureller Zugehörigkeit, das Brotzeit vermittelt; das Ausmaß eines kulturellen Erbes in Form von Tradition; die Eingrenzung einer geographischen Heimat, in der der Lebensmittelpunkt verortet ist; eine demographische Entwicklung des Individuums. Um diese Eigenschaften der Zeit als qualitative Dimension der Brotzeit zu beschreiben, würden Daten benötigt, die detaillierte, subjektive und individuelle Erkenntnisse über Einstellungen und Handlungen der Subjekte bezogen auf Brotzeit als Objekt vermitteln (Hinze, 2023).

Wird die Perspektive abstrahiert, ist Qualität die Bezeichnung einer wahrnehmbaren Zustandsform von Systemen und ihrer Merkmale; diese Merkmale werden auf einen bestimmten Zeitraum bezogen und relativ zu den Eigenschaften des Systems in diesem Zustand definiert, woraus eine Einheit entsteht. Spätestens an diesem Punkt wird klar, dass der Blick auf Brotzeit als Objekt einer falschen Annahme folgt. Es kann keine Zeitpunkt-Betrachtung geben, sondern nur eine Zeitraum-Betrachtung; Brotzeit ist kein Objekt, sondern ein Prozess innerhalb der objektiven Realität, ein dynamisches System im Zeitverlauf mit innerer Bestimmtheit. Die objektive Realität macht sie folglich zu dem was sie ist; ihre Qualität leitet sich aus ihrer relativen Beständigkeit und Selbstständigkeit ab und daraus, wie Brotzeit sich von anderen Erscheinungen abgrenzt und unterscheidet (vgl. Qualität in der Philosophie, s.o.). Die Zeit macht die qualitative Dimension der Brotzeit deutlich, bereits aus ihrer Gleichbedeutung mit emotionalen Verstärkern wie z.B. Gemütlichkeit, Geselligkeit, Ruhe, Entspannung und dergleichen. An diesem Punkt gehen qualitative und soziale Dimension ineinander über.

### 3.2.3 Soziale Dimensionen

In Analogie zur Bedürfnispyramide nach Maslow, kann Brotzeit auch die höheren Ebenen der menschlichen Bedürfnisse erfüllen, namentlich die sozialen und individuellen Bedürfnisse (Maslow, 1943). Maslow beschreibt welche Situationen die Menschen wie motivieren ihre Bedürfnisse zu befriedigen.

Menschen suchen Anschluss in Form von Kontakt und Geselligkeit; sie sind motiviert Kontakt mit anderen Menschen aufzunehmen und sich zu unterhalten in einer Weise, die auf beide Seiten befriedigend, anregend und bereichernd wirkt. Diese Form sozialer Interaktion ist alltäglich und fundamental und wird kurz mit Anschlussmotivation bezeichnet (vgl. Sokolowski/Heckhausen 2010: 196).

Aus Blickrichtung der Soziologie hat bereits Georg Simmel diese Gemeinschaft bildende Funktion einer Mahlzeit innerhalb der Gesellschaft beschrieben (vgl. Schönberger 2011), im Gegensatz zu Tolksdorf, welcher die Mahlzeit als Grundeinheit des Speisenverzehr rein funktional betrachtete (vgl. Kapitel 3.2). Bemerkenswert ist aber auch, dass Simmel das Essen als „Ereignis von physiologischer Primitivität – eine niedere Angelegenheit. Alle Menschen haben gemeinsam, dass sie Essen und Trinken müssen.“ (Simmel 1910: 1). Daraus leitet Simmel ab, dass die Gemeinsamkeit des Essens gleichzeitig ein hochgradig egoistisches Verhalten darstellt, ebenso eine unmittelbar nur auf das Individuum ausgerichtete Handlung; denn was die eine isst, kann der andere nicht auch essen. Dennoch ist für Simmel die Mahlzeit stets ein Essen in Gesellschaft mit einer stark sozialisierenden Kraft (vgl. Schönberger 2011). Diese Form des Essens, eine Mahlzeit, wird zu einer sozialen Angelegenheit und unterliegt Regeln in ihrem Ablauf, ihrer Gestaltung und im Verhalten der Teilnehmenden. Simmel nennt dies „überindividuelle Regulierung“ und stellt gleichzeitig die Maxime auf: „*Im Essen individuell zu sein [...] wäre völlig deplaciert*“ (Simmel 1910, S.6). Diese Aussage wird empirisch bestätigt von Wilhelm Heinrich Riehl, der in seinen Beobachtungen zum alltäglichen Leben der ländlichen Bevölkerung bemerkt, die Menschen seien in keinem Bereich „konservativer als wo es um Mund und Magen geht“ (Riehl 1907, S. 193).

An diesem Punkt angekommen enden hingegen die analytischen und deskriptiven Parallelen einer Brotzeit zu *G. Simmel*; ganz sicher auf der modernen interpretativen Ebene (vgl. 5.2). Denn die quantitative Dimension der Brotzeit besteht eben nicht in einem definierten Personenkreis, sie erfolgt nicht nach einer chronologischen Regelmäßigkeit oder innerhalb eines zeitlich fixierten Volumens, während sie ebenso wenig in einem bestimmten Raum quantitativ verortet wäre. Auch *W.H. Riehl* behält nicht Recht, denn Brotzeit lässt sich soziokulturell trennen von anderem Ernährungsverhalten, das von kultureller Tradiertheit bedingt ist.

Brotzeit als Ausdruck einer dynamischen und temporären sozialen Interaktion, symbolisiert die Motivation Anschluss zu suchen und das Bedürfnis nach sozialer Bindung zu befriedigen. In Brotzeit finden Menschen die Bindung an Familie, Freunde und Heimat und entwickeln ein Bewusstsein für Abstammung und Zugehörigkeit. Die Menschen, die gemeinsam Brotzeit zelebrieren, finden in ihr individuelle und kollektive Identifikation, sowie gemeinschaftliche Wertesysteme. Die soziale Dimension der Brotzeit verdeutlicht ihre stark interaktive Funktion und integrative Wirkung, die eben nicht an chronologische und geographische Regeln gebunden ist.

Aus dem sozial integrativen Effekt der Brotzeit als Prozess, lässt sich auch der individuell identifizierende Effekt ableiten. Ob Frau oder Mann, Mädchen oder Junge, alle fühlen sich den Menschen verbunden, mit denen sie gemeinsam Brotzeit erleben, oder m.a.W. *„BrotzeitIn“*.

Die verbindende Betrachtung der quantitativen, qualitativen und sozialen Dimension der Brotzeit zeigt an, dass die Entscheidung alleine oder in der Gruppe Brotzeit zu machen, darüber entscheiden kann welche zeitlich-qualitativen Präferenzen gesetzt werden, und wie die gustatorisch-quantitativen Elemente kombiniert und genossen werden. Kommt dieser gesamtdimensionalen Perspektive eine Analogie gleich,

in der behauptet würde, dass die Brotzeit früher eine Mahlzeit im soziologischen Sinn nach Simmel war, während sie in der heutigen hektischen Konsumgesellschaft nur eine andere Ausdrucksform moderner Essgewohnheiten ist und einem dem Trend des permanenten ‚Snacking‘ zufällt? Bleibt heute überhaupt noch Raum und Zeit für Brotzeit? Möglicherweise vermag ein Blick in die mediale Dimension, dieser Frage näherkommen?

### 3.2.4 Mediale Dimension

Die Brotzeit, ganz gleich in welcher Dimension betrachtet, benötigt ein *Medium* durch das ihre Botschaft übertragen werden kann.

Einmal mehr hilft zunächst der DUDEN über ein ebenso vielfach verwendetes wie in seiner Bedeutung vielfältiges Wort etwas mehr Klarheit zu verschaffen (vgl. Cornelsen Verlag 2023e)

1. ganz allgemein formuliert ist ein Medium ein vermittelndes Element und wird oft bildungssprachlich verwendet;
2. etwas präzisiert ist es
  - a. eine Einrichtung, organisatorischer oder technischer Apparat für die Vermittlung von Informationen, Kulturgütern, Meinungen;
  - b. ein Hilfsmittel für die Vermittlung von Information und Bildung;
  - c. ein für Werbung benutztes Kommunikationsmittel.

Auch Dürscheid beschreibt Medium aus der bildungssprachlichen Perspektive, als eine gezielte, verbale Realisierungsform von Ausdruck und Sprache (vgl. Dürscheid, 2006). Doch reicht diese Perspektive alleine für die weitere Erörterung der medialen Dimension von Brotzeit nicht aus. Das Grundverständnis über Medium muss erweitert werden um die soziologische, kommunikations- und medienwissenschaftliche Analyse. T. Mock identifiziert ein Medium folglich, (vgl. Mock 2006)

- a) als Mittel der Wahrnehmung,
- b) als Mittel der Verständigung,
- c) als Mittel der Verbreitung,
- d) als Mittel der Kommunikation.

Medien stehen stets an der Schnittstelle von Interaktion/ Kommunikation sowie Raum/ Zeit (Situation). Mock vertritt weiterhin die grundsätzliche Einsicht, dass „jegliche (menschliche/soziale) Kommunikation eines Mittels bedarf, durch das hindurch oder mithilfe dessen kommuniziert wird. [...]. Medien sind also zunächst und grundsätzlich immer auch Elemente von Kommunikation; sie treten zwischen die Menschen und trennen sie gewissermaßen, indem sie sie verbinden.“ (Mock, 2006, S. 188). Medium ist also ein Begriff der Beziehung und Funktion ausdrückt und gerade nicht eine reale Substanz. Das Medium muss also in einer Beziehung zu dieser Substanz stehen, welche die zu übertragende Botschaft darstellt. Es entsteht ein kommunikativer Kontext mit Vermittlungsrelation zwischen Subjekt, Substanz und Medium, von denen alle beschränkten Kapazitäten und bedingten Möglichkeiten unterliegen.

Die Argumentation folgt der bereits dargestellten systemtheoretischen Betrachtung der Brotzeit, da auch die Kommunikationstheorie in Anlehnung an Soziologie einige systemische Erklärungsansätze verfolgt. Dirk Bäcker, einer der begabtesten Schüler von Niklas Luhmann, stellt bereits 2007 fest, dass Kommunikation

„... die wechselseitige Selektion innerhalb eines dadurch eröffneten Raums der Möglichkeiten“ (Bäcker, 2023: 70ff.) ist. Folglich kann Kommunikation beschrieben werden in verschiedenen *Formen* innerhalb von Interaktionen, Organisationen und der Gesellschaft, während die *Form* der Kommunikation der soziale Vorgang ist, der Erwartungen und die bedingte Möglichkeit zur individuellen Selbstbestimmung ausdrückt.

Im nächsten Schritt schließt sich die Frage an, in welcher Realisierungsform die Botschaft der Brotzeit medial übertragen werden kann? Vermutlich ohne Einschränkung handelt es sich bei der traditionellen Brotzeit, um ein kulinarisches Ereignis, welches in einem physisch realen Rahmen mit analogen Handlungen und Interaktionen stattfindet. Die physikalische Gestalt der Medien hingegen geht über den analog-realen Rahmen der Brotzeit weit hinaus und erstreckt sich weit in die Dimension digitaler Transportkanäle.

Mit einem erweiterten Blick auf die Ernährungsaufklärung beobachten auch Hirschfelder/ Pollmer (2020), dass traditionell-hierarchische Instanzen und Institutionen der Wissensvermittlung hinterfragt werden, während informelle und selektiv-heterogene Kanäle als Informationsquelle an Bedeutung gewinnen, welche der Digitalisierung innerhalb der modernen Informationsgesellschaft unterliegen. Einen Versuch den Begriff Digitalisierung soziologisch und medial einzuordnen unternimmt Niklas Luhmann bereits 1997, als er den Begriff zur Beschreibung struktureller Kopplung verwendet, wodurch ein System in die Lage versetzt wird, Informationen aus der Umwelt zu ziehen und eigene Operationen anzuschließen (Luhmann 1998, S. 101). Es entsteht eine Schnittstelle zwischen System und Umwelt für den Austausch von Informationen sowie für symbolische Interaktion, gleichbedeutend mit Kommunikation (vgl. Beck 2010: 16). Internet-basierte Medien sind sichtbarer Ausdruck dieser Digitalisierung, und werden von Beck zusammengefasst, als „... *technisch basierte Zeichensysteme, die im sozialen Zusammenleben von Menschen zum Zwecke der Verständigung in institutionalisierter und organisierter Form verwendet werden, ...*“ (vgl. Beck 2007: 81ff.).

Die Digitalisierung ist hingegen weit mehr als symbolische Interaktion. Sie ist zu dem entscheidenden Medium evolviert, in dem individuelle und kommunikative Selbstverortung in modernen Ernährungsstilgesellschaften stattfindet. Hier ist es das Essen, die Verzehrsituationen an sich, die Mittel zum Zweck für ein Bekenntnis in sozialen Netzwerken, ebenso wie zum Narrativ für Kommunikation und performativer Selbstinszenierung werden (vgl. Hirschfelder 2018c).

Aus dieser Herleitung der Elemente Medium, Kommunikation und Digitalisierung wird die mediale Dimension der Brotzeit deutlich. Brotzeit als soziologisches Phänomen generiert eine Tiefendimension, die die Grenzen von analogen Medien ihrer Vermittlungsrelation zu realen Handlungen weit überschreitet und sich konsequent in visualisierten, digitalisierten und virtualisierten Realitäten fortsetzt.

Resümierend über dieses Kapitel wird verständlich, warum die Betrachtung der Brotzeit vierdimensional erfolgen muss. In den vertrauten drei räumlichen Dimensionen vollzieht sich das Denken des menschlichen Gehirns durch bewusste *Wahrnehmung* von Orten und Gegenständen. Doch diese Wahrnehmung in drei Dimensionen unterliegt Filtern und Grenzen, sodass inhärente Informationen nicht wahrgenommen, erfasst oder abgebildet werden können. Die vierte Dimension, wie geometrisch verdeutlicht im o.g. Hypercube, wird für den menschlichen Verstand erst durch aktives *Beobachten* deutlich, wie Harry Gatterer in seinem Buch *„Future Room“* beschreibt (vgl. Gatterer, 2018). Bereits der Buchtitel macht deutlich, dass

hier die Dimensionen Zeit und Raum verknüpft werden. Gatterer beschreibt mit Hilfe medialer Transfermodelle, die Wirkungsweise der vierten Dimension als das aktive Beobachten.

Aktives Beobachten der Brotzeit findet exakt in den beschriebenen vier Dimensionen statt: quantitativ – qualitativ – sozial – medial. Im Ergebnis bedeutet dies im besten Fall, dass die Interpretation und Rekultivierung, alle Dimensionen integrativ betrachtet.

## 4 Brotzeit interpretiert

Die analytischen Überlegungen in Kapitel 3 werden hier in einen Zusammenhang gestellt mit Interpretationen aus verschiedenen zeitlichen Perspektiven. Der mediale Transport der Brotzeit und die Digitalisierung der Medien an sich (vgl. Kap. 3.2.4) wird versucht praxisnah und dem alltäglichen digitalen Leben folgend, zu verdeutlichen. Jede mediale Darstellung bleibt jedoch auch eine subjektive Interpretation – perzeptive Rekursion, ein gedankliches Spiegelbild im Spiegelbild. Was gestern ein Rezeptbuch oder der Food Blog war, heute eine gemeinnützige Initiative oder kommerzielle Marke ist und morgen das Abbild künstlicher Intelligenz (AI) sein wird, spiegelt individuelle Wahrnehmung, Interpretation und Wiedergabe. Mit Praxisbeispielen soll verdeutlicht werden, wie aus den Dimensionen der Brotzeit erweiterte Nutzwerte generiert werden können.

### 4.1 Wie wurde Brotzeit gestern interpretiert?

Was gestern interpretiert und geschrieben wurde, mag heute noch richtig sein, aber nicht mehr aktuell und wird morgen kaum noch weitergedacht. Ein Ende, das viele gute Ideen und gedanklichen Auseinandersetzungen nicht verdienen.

#### 4.1.1 In Büchern und Geschichten

In 47 Sekunden findet Google 364.00 Einträge zu den Stichworten *„Buch über Brotzeit“*; wird der Filter auf *„Books“* eingestellt sind es noch 20.900 innerhalb von 50 Sekunden. Unmittelbar ist deutlich, dass das Suchwort *„Buch über ...“* die medialen Grenzen flexibel interpretiert. Immer noch sind es aber so viele, dass es nicht nur müßig, sondern auch unzweckmäßig diesen Suchergebnissen im Einzelnen nachzugehen; daher im Folgenden nur wenige Schlaglichter:

Corinna Wild verspricht ihren Leser:innen *„BROTZEIT = die schönste Zeit!“*. Ganz einfach mit Rezepten für den Thermomix – interessant vielleicht, aber nicht hilfreich für die weiterführende Interpretation (Wild 2020). Die Fortsetzung der Suche auf thalia.de zeigt das ganze Repertoire auf: die Brotzeit wird perfekt und kinderleicht; die Brotzeit wird vegetarisiert und veganisiert; die Brotzeit wird kriminalisiert von Manfred Sutor (2021); der GU Küchenratgeber schafft es die Brotzeit im praktischen ePUB Format zu reichen (Casperek 2013); *„Ein Kerl zur Brotzeit“* wird von Caroline Lenz serviert, kindgerecht und mit *Bambi* auf dem Titel (Lenz 2014); *„Saatvogel“* bietet die passende Gewürzmischung zur Brotzeit an; während Der Beck aus Erlangen mit dem Buchtitel *„BrotZeiten.“* seine Annalen veröffentlichte (Beck/Beck 2010).

Die Schreibenden verraten hier ihre Gedanken zur Brotzeit und was sie darüber hinaus unter Brotzeit verstehen wollen. Das mag im Einzelnen sehr interessant zu lesen sein, aber wohl wenig Inspiration für eine Reaktivierung liefern.

#### 4.1.2 In Blogs und Rezepturen

743.000 Blog Einträge findet Google in 34 Sekunden zu der Anfrage *„Brotzeit in Blogs“*.

Wird der Blick auf zeitlich aktuellere Medienkanäle gerichtet finden sich Perspektiven, die spontan gedankliche Horizonte überschreiten mögen. Vom brotlieblich.com, über missblueberrymuffin.de, moms-blog.de, lindarella.de, bloggen sie mehr oder weniger regelmäßig und beschreiben ihr *„Genussritual“* mit Herz und Blut (vgl. Villbrandt 2018). Dass auch bei Blogposts bereits kommerzielle Interessen verfolgt werden, zeigt das Beispiel der *„Happy Foie Brotzeit“* von Esser (2023). Die Brotzeit wird herzhaft-süß und fruchtig und gleichzeitig gourmethaft hochpreisig. Wirklich kreativ und inspirierend wird die Brotzeit von Vee in dem Food Blog *„Habe ich selbstgemacht“* interpretiert. Farbenfroh, kulinarisch abwechslungsreich und gleichzeitig authentisch und klassisch, verrät Vee, wie sie mit ihrem *„Brotzeit-Brett“*, alias *„Vesper-Platte“*, für Gäste und Familie einen gemütlichen Abend zaubert.

Wer nach einer süßen Brotzeit hingegen auch mal Zahnschmerzen bekommt, dem erklärt Miriam Wurster in ihrem Cartoon *„Brotzeit“*, dass auch der Zahnarzt mal Brotzeit machen möchte (vgl. Wurster 2020). Ohne Zweifel werden auch in Blogs die Trendthemen, vegetarisch, vegan, bio und global vs. Lokal übermäßig zelebriert und diskutiert, was jedoch in keinem eindeutigen Brotzeit-Konzept münden könnte. Weit interessanter ist es, an den kleinen Exkurs lokaler Mundart in Kapitel 3.1.3 anzuknüpfen. Als sei dem neomodischen Kauderwelsch noch nicht Genüge getan, verrät die Food Bloggerin Christine Garcia Urbina ein Rezept für eine ganz traditionelle und heimatlich verortete *„Vesper Bowl“* (vgl. Garcia Urbina 2022).

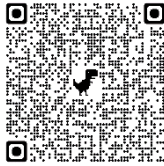
Mit regionalen Zutaten wird eine Vesper-Variation kreiert, die in Sachen *Fusion-Food* ihres Gleichen sucht. Diese Interpretation würde ohne Zweifel allen Lesenden sogleich in den Sinn kommen, würden sie ihrerseits eine Interpretation einer lokalen, in traditionellen Werten verhafteten Brotzeit anstreben. *The Länd* hat aber noch mehr zu bieten in Sachen interkultureller Kommunikation. Wie Hengstenberg in seiner Rolle als sorgendes Familienunternehmen Heimat auf den Tisch der Menschen bringt, ob schwäbische oder bayerische Heimat ist dabei nicht entscheidend, zeigt die praktische Anleitung eine bunte Brotzeit-Platte zu zaubern – echt hausgemacht und echt bayerisch. Genau die *„Bayerische Brotzeit mit hausgemachtem Obadzda, luftiger Nussbutter und leckeren Beilagen“* wird also allen erklärt, wie sollte es anders sein, im *„Ländle“* (vgl. Hengstenberg 2021). Damit der Ironie nicht genug; Hengstenberg's erste Empfehlung für dazu geeignetes Brot ist: *„Pumpernickel“* – das westfälische Original! Interpretativ heißt die Botschaft wohl: auch die Ostwestfalen können Brotzeit.

#### 4.1.3 In Bildern und Graphiken

183.000 primäre Bilddateien in 26 Sekunden; 2.190.000 sekundäre<sup>1</sup> Bilddateien in 58 Sekunden. Ergo, die Metapher *„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“* (vgl. Frank 2004) ist der Kern dieses Kapitels. Die

<sup>1</sup> nicht Google-proprietäre Datenbanken

bisherigen Interpretationen von in der Vergangenheit verorteten Quellen werden zum Abschluss visuell ergänzt. Wenn Sie, die Lesenden, den QR-Code-Verknüpfungen folgen, gelangen Sie zu einer Auswahl thematisch-sortierter Bilder, die weiteren Interpretationen und subjektiv abgeleiteten Inspirationen freien Raum schafft; es wird eine weitere Sehne auf der Parabel über die Brotzeit eingezeichnet.



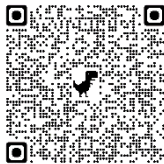
Brotzeit vs. Vesper



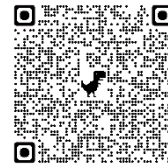
Marend in Tirol



Brotzeit vegan



Gourmet Brotzeit



Brotzeit international



Brot ZEIT Kunst

Würden diese Kollektionen graphischer Impressionen einer eingehenden Bildanalyse zum Zwecke der subjektiven Interpretation unterzogen, stünde am Ende eine überwältigende Menge Text, einer verschwindend geringen Menge Anwendungsnutzen gegenüber. Folglich wird die Herangehensweise invertiert und es wird jede bildliche Darstellung für sich als interpretative Expression des subjektiven Gedankenmodells betrachtet. Es wird daher eher nach Methoden gesucht, wie das Interpretationsgefüge in den Kontext zu der bisherigen Analyse gestellt werden kann.

Eine wichtige Prämisse für die Erforschung von Fotografien und Bildern beschreibt die Funktion einer Fotografie als dokumentierend und illustrierend, während sie im gleichen Moment zur Quelle und zum reflexiven Forschungsobjekt wird (Kommission Fotografie der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, vgl. Ziehe/Hägele 2017).

Rademacher (2017) greift diese Prämisse auf, um methodologische Werkzeuge zu analysieren, die die Erforschung der Semantik räumlicher Arrangements erlauben. Er vertritt die Hypothese, dass gebaute Räume eine Sinnstruktur in sich tragen, die es zu lesen gilt, i.S.v. dechiffrieren von symbolhaften Bedeutungszusammenhängen. In der hier verfolgten Forschungslogik wird das räumliche Arrangement nach Rademacher, um die Dimension Zeit, Kultur und Medium erweitert. Es gilt alle vier Dimensionen in

der fotografischen Form zu konservieren und ex post semantisch zu analysieren. Durch diese Methodik wird es möglich, die subjektive Interpretation eines semantischen Konstruktes zu durchdringen und eine Sinn- und Deutungsstruktur herauszulesen; um dies zu erreichen, können allenfalls qualitative Methoden und Werkzeuge der wissenschaftlichen Hermeneutik zur Anwendung kommen. Ein Beispiel für ein solches Werkzeug ist die Sequenzanalyse wie Reichertz (2011) sie diskutiert, welche methodologisch-präzise der objektiven Hermeneutik zugeordnet wird. Die Sequenzanalyse (SqA) interpretiert die vorliegenden Bilddaten im Verlauf ihrer Entstehung in der bildlichen Sequenz. Es wird versucht eine Rekonstruktion der sozialen Bedeutung und des sozialen Handelns der Subjekte aufzustellen (vgl. Reichertz 2011, S. 2). Die Betrachtung ist also selbst-reflexiv und wird dadurch konditioniert, dass die Bedeutung des Handelns für die Handelnden selbst oft nicht zu erkennen ist, folglich das kontextuale Verstehen blockiert würde. Auf die Brotzeit angewendet, könnte das vielleicht so formuliert sein: „*wir machen Brotzeit, ohne zu wissen was Brotzeit ist*“, oder auch „*wir inszenieren Brotzeit, ohne die Dramaturgie zu kennen*“. Die SqA geht dabei weit über den Bereich alltagsweltlicher Interpretation hinaus und bricht mit ‚Common-Sense‘ Alltagstheorien; Selbstverständlichkeiten werden aufgelöst und es wird nach dem Sinn eben dieser gefragt. Dieser Sinn kann nur eruiert werden, wenn solide Grundagentheorien aufgestellt werden. Aus diesem Grund wird in der vorliegenden Arbeit, in den Kapiteln 2 und 3, zur Herleitung der Fragestellung und Hypothese durch die Recherche von sekundär Literatur einige Aufmerksamkeit eingeräumt, um im Weiteren deduktive Schlüsse aufstellen zu können. Ohne theoretisches Gerüst blieben die Erkenntnisse unkontrolliert, unreflektiert und nicht mehr als Stereotypen über das vermeintliche Erkenntnisinteresse.

Bei der Rekonstruktion von Deutungsansätzen sind ohne Zweifel auch prädispositive Sinnbezüge herzustellen, die historisch und sozial bedingt sein können. Das Ziel, die hinter diesem Erkenntnisinteresse stehenden Sinnwelten zu verstehen und zu interpretieren, kann a) allein bei subjektiven Perspektiven und Weltbildern und daraus abgeleitete Handlungen ansetzen, oder b) bei sozialen Milieus innerhalb derer soziales Handeln stattfindet. Die interpretativen Handlungsansätze, die innerhalb jener sozialen Milieus entstehen, nehmen hier bereits einen wichtigen Aspekt der performativen Inszenierung von sozialer Interaktion in digitalisierten Formaten vorweg (vgl. Kap. 4.2.2). Dieser methodische Ansatz unterstellt eine starke Implikation der bildhaften Darstellung von Brotzeit als Konstrukt sozialer Interaktion, da, wie bereits hinreichend dargestellt, tradierte Handlungsweisen innerhalb der Esskultur, die spätere subjektive Interpretation, ob bildhaft oder textlich, stark prägen. Plakatig ausgedrückt, könnte es so formuliert werden: was A als bayerische Brotzeit im Bild inszeniert, interpretiert B im alltagstheoretischen ‚Common-Sense-Modus‘ als Frühstück am Nachmittag oder einfach banausenhaft als *Snack*.

Die SqA benötigt nach den Regeln der Hermeneutik ein Protokoll und eine Sequenz, welche der Analyse zu Grunde liegen. Radermacher (2017, S. 170) argumentiert, dass beide Voraussetzungen, aus einem Bild heraus erfüllt werden können. Das Bild, Foto oder Kunstgemälde liefert das Protokoll und eine Vielzahl von Sequenzen in einem Objekt. Die Analyse wird ermöglicht, weil ein konkretes räumliches Arrangement zum Zeitpunkt t festgehalten wird. Im Bild-Protokoll werden folglich alle materiellen Aspekte eines sinnstrukturierenden Ereignisses festgehalten, die quasi als Spur des tatsächlichen Ereignisses hinterlassen sind (vgl. Leber/Oevermann 1994, S. 384 ff.).

Anschaulicher formuliert ist ein Bild oder eine Fotografie eine 2-dimensionale Kondensation der Empirie, während die technische Aufzeichnung, die quasi-Protokollierung im simpelsten Sinn darstellt. Wohingegen erst die inszenierte oder editierte Bildproduktion sinnstrukturierten Inhalt und Semantik erzeugen, da es



stets nicht mehr als die interpretative Expression der Erstellenden wäre (Radermacher 2017, S. 171). Mit dieser Begründung wird verständlich, warum die für diese Arbeit ausgewählten Bilder nicht ex post analysiert und interpretiert werden, sondern vielmehr die Meinung vertreten wird, dass die Bilder nicht hätten so aufgenommen werden können, wäre die Interpretation nicht bereits ex ante seitens der Fotografierenden oder Zeichnenden erfolgt.

Hier wird eine vereinfachte Vorgehensweise der SqA aufgegriffen, um deutlich zu machen, welche Potentiale eines Bildes freigelegt und semantische Dispositionen erschlossen werden können und in ihrer Gesamtheit zur Polysemie der dargestellten räumlichen, zeitlichen und sozialen Situation führen. Polysemie bedeutet hier, die Überlagerung verschiedener Semantiken, ihre physische Nähe und gleichzeitige Konkurrenz, während je nach Perspektive, abwechselnd dominieren (vgl. Radermacher 2017, S. 177). Diese Überlagerung multipler Semantiken wird erst möglich durch die Zergliederung der Abbildung in Sequenzen, die konsekutiv einander ergänzen. Die Formulierung der vermuteten Zusammenhänge innerhalb der räumlich-graphischen Darstellung erfolgt in vier Schritten:

1. Verschiedene Perspektiven werden eingenommen, gelesen und interpretiert unter der Prämisse unvollständiger Informationen.
2. Vergleichende Kontextselektion und –analyse.
3. Struktur und Merkmale der Sequenz werden paraphrasiert.
4. Sinnlogische Anschlüsse werden entwickelt als Folgesequenz.

Die bildliche Darstellung macht erst die Diversität von Sinn und Semantik des fotografierten, gemalten oder *maschinell* generierten Objektes erkennbar; je nach eingenommener Perspektive offenbaren sich andere Dimensionen in Breite und Tiefe. Auf die Brotzeit angewendet, wird hier der Bezug auf die in Kapitel 3.2 beschriebenen vier Dimensionen suggeriert. Gleichsam öffnet erst die SqA den Blick auf die Tiefen der semantischen Disposition des in Raum und Zeit dokumentierten Arrangements, welche kontrastierend, komplementierend oder konkurrierend zueinanderstehen. Mit Fokus auf die Brotzeit kann das bedeuten, dass kulturelle Settings, historisch und/ oder kulinarisch präferierten, substantiellen Elementen entgegenstehen.

Die methodologische SqA beantwortet nicht die Frage, ob Bilder tatsächlich ein realistisches und mehrdimensionales Abbild repräsentieren; nicht weniger gesichert besteht hingegen eine Korrespondenz in Form einer zweidimensionalen, visuellen Reduktion der mehrdimensionalen Situation im Raum-Zeit-Gefüge. Radermacher folgert daraus die Hypothese, dass auch eine zweidimensionale Reduktion noch genügend semiotische Verweise enthält, für die Rekonstruktion der semantischen Strukturen des dargestellten Arrangements (vgl. Radermacher 2017, S. 179).


Radermacher diskutiert abschließend noch von ihm sog. Reibungsverluste, die während der technischen Bildproduktion entstehen und eine Modulation der empirischen Wirklichkeit zur Folge haben. Gleiches geschieht natürlich ein weiteres Mal, wenn durch Interpretation das Bild in Sprache transkribiert wird. Bei der Übersetzung der abgebildeten Situation in Sprache durch Interpretation, gehen viele Aspekte, wie z.B. Emotionen und Sensorik verloren, wodurch einmal mehr die Imagination der Analysierenden gefordert wird. Mit seinem kritischen Résumé leitet Radermacher unwissend auf das Kapitel 4.3.2 dieser Argumentation über, welches die Frage aufwirft: wie viel Reibungsverlust entsteht im *Text-to-Image*

*Generator'*, wenn nur mit textlichen Befehlen und optionalen Einstellungen versucht wird, ein kulturell überaus wertvolles und tiefgründiges Ereignis darzustellen?

#### 4.2 Wie wird Brotzeit heute interpretiert?

Das monatliche „Google-Search-Volume“ beträgt 10.000 bis 100.000 Suchanfragen (Google Ads Statistics 2023). Eine Spannweite, die statistisch wenig Aussagekraft hat und stochastisch viel Handlungsspielraum öffnet. Aber es vermag die Aktualität der Brotzeit aufzeigen; Suche bedeutet es besteht Interesse, Bedarf und ein daraus abgeleiteter Nutzen; die gemeinnützige, privatwirtschaftliche oder selbstnutzenorientierte Wirkweise der Brotzeit. Die Sozial-Ökonomie bietet der Brotzeit als kulturelles Wertgefüge, wie auch als gewinnorientiertes Geschäftsmodell eine Plattform für vielfältige Ideen, Interpretationen und Initiativen. Soll Brotzeit als Begriff aus der kulturwissenschaftlichen Betrachtung heraus gehoben werden, auf eine Ebene nutzenstiftender Projekte, so ist eine konzeptuelle Herangehensweise unabdingbar. In diesem Kapitel werden zunächst Beispiele aus der Praxis aufgegriffen und kurz erläutert, während in Kapitel 5 die konzeptuelle Betrachtung theoretisch fundiert und auf Brotzeit transferiert werden soll.

##### 4.2.1 Konzept für private Initiativen

In München ergreift 2009 Uschi Glas die Initiative und gründete den Verein „brotZeit.“ Auf der Website  [www.brotzeitfuerkinder.com](http://www.brotzeitfuerkinder.com) wird ausführlich erläutert, welchen Ursprung die Initiative hat und welche Vision und Mission der Verein sich selbst gegeben hat:

Der Erfolg dieser Initiative wird bestätigt, auf der Seite brotZeit in Zahlen: 335 Schulen, 1902 aktive Senioren, 600 t Lebensmittel p.a. 14,3 Mio. Frühstücke ausgegeben (brotZeit., Stand Juni 2023)

Nur ein Beispiel, wie aus Esskultur und Tradition eine private Initiative wird, die Leben verändert, integrative Wirkung für die Gesellschaft hat und gleichzeitig die deutsche Brotkultur, genauer gesagt die Frühstückskultur, zum programmatischen Motto erhebt.



Quelle: brotZeit. e.V. (2023)

Dass Brotzeit mit gemeinnützigen Interessen auch außerhalb der Landesgrenzen von Deutschland funktioniert, zeigt der Verein BrotZeit Schweiz e.V., sowie das Projekt *„BrotZeit. Lesachtaler Brot im intergenerationellen Dialog“*.



Quelle: Kärntner Medienzentrum für Bildung und Unterricht 2014

Im Kärntner Lesachtal (AT) ist in den Jahren 2015-2017 das Projekt BrotZeit durchgeführt worden. Die Mission formuliert der Verein, als ein inter- und intradisziplinäres Forschungsprojekt, das Erfahrungswissen über die Herstellung von Brot und regionaler Identität, wissenschaftlich zu erheben, zu untersuchen und zu dokumentieren (vgl. Kärntner Medienzentrum für Bildung und Unterricht 2014). Konkrete Inhalte und Aktivitäten werden auf der Website des Vereins erläutert, wohingegen nicht zu erkennen ist, ob aktuell Projekte oder Aktivitäten bestehen. Hingegen ist die Formulierung der Zielgruppe

und Reichweite des Projektes hier erwähnenswert, denn die „... lokale Bevölkerung (7-87 Jahren), sowie Slow-Travel-Tourist\*innen und all jene die sich gerne mit lebendigen Traditionen beschäftigen.“ macht den gesellschaftlich integrativen Charakter von Brotzeit als Kulturgut deutlich.

Die Mitglieder des in Zürich ansässigen Vereins BrotZeit Schweiz, verfolgen die Vision „... dem Grundnahrungsmittel Brot die Aufmerksamkeit und Wertschätzung (wieder-) zubringen, die es verdient.“ (2021). Brot verdient also Aufmerksamkeit, aber bekommt sie nicht? Ebenso scheint die dem Brot zustehende Wertschätzung, im Verlauf seiner Kulturgeschichte verloren gegangen zu sein?



Quelle: BrotZeit Schweiz, 2021

Kann eine Vision, formuliert unter dem Titel ‚BrotZeit‘, diese Aufmerksamkeit und Wertschätzung für wieder reaktivieren? Ist es förderlich alleine zu erkennen, das Brot „sexy“, „instagrammable“, „Ausdruck unserer Sehnsucht nach dem Authentischen“ ist? Ziele des Vereins sind es Dialoge anzustoßen, Allianzen zu bilden und Netzwerke zu schaffen. Um das zu erreichen, braucht das Brot dafür ZEIT oder die Zeit das BROT? Für den Verein steht die vertiefende Auseinandersetzung mit dem Brot als Lebensmittel im Fokus, um eine höhere Wertschätzung zu erreichen. Der Titel Brotzeit kann dieser Auseinandersetzung nur zu Gute kommen; aber er kann noch mehr, wie die folgenden Beispiele weiter zeigen.

#### 4.2.2 Performative Inszenierung in sozialen Netzwerken

*Instagrammable* – so muss Brot heute sein, um Aufmerksamkeit und Wertschätzung zu erfahren und gleichzeitig Sehnsüchte zu befriedigen. Denn Brot als Kulturgut, hat in den vergangenen Jahren eine Metamorphose durchlaufen, die nur bei wenigen anderen, historisch so „veralteten“ Nahrungsmitteln oder Genussmitteln zu beobachten wären.



Quelle: SG MAGAZINE 2022

Zurecht illustriert Dean Breadsneider den Innenbereich seines Flagship Store in Hillcrest (SG) mit seinen eigenen Worten, die diesen Trend prägnant auf den Punkt bringen (vgl. Staff 2022). Als selbsttitulierter *Global Baker* diskutiert er diese These auch mit anderen in seinem Buch „Bread“ (vgl. Brettschneider 2014).

Und die Brotzeit? Ist Brotzeit die neue „Wiener Kaffehauskultur“?

Hat Brotzeit das kulturelle Potential nicht nur ein Konsumtrend zu sein, sondern neben Brot zum Immateriellen Kulturerbe der Menschheit zu werden (vgl. Österreichische Unesco-Kommission 2011)? Ein erster Schritt in diese Richtung, könnten ohne Zweifel Projekte wie jenes im Lesachtal in Kärnten sein (vgl. Kap. 4.2.1), welchem die Anerkennung bereits zugesprochen ist.

Aktivitäten und Inhalte sozialer Netzwerke vermitteln einen sehr nachhaltigen Eindruck, dass die Brotzeit diesen Weg bereits beschreitet; ob privater Verein, gemeinnützige Initiative, die Brotzeit mit der Familie in den Bergen, eine Brotzeit im Biergarten zum Feierabend. Brotzeit-Erlebnisse werden digital und performativ in Szene gesetzt; was die Ergebnisse von Google-Search über die Frequenz in den Netzwerken mit höchster Popularität bestätigen (Google Ireland Limited 2022):

- a) Instagram ca. 337.000 Treffer
- b) Facebook ca. 1.150.000 Treffer
- c) TikTok ca. 450.000 Treffer
- d) Twitter ca. 179.000 Treffer

Über alle in Kapitel 4.2 beschriebenen Dimensionen, kann die Brotzeit Bedürfnisse und Sehnsüchte befriedigen, die im Gegenzug dem Subjekt Aufmerksamkeit und Wertschätzung einbringen; in Form von likes, ♥ 's, gefällt mir, Tweeds, oder persönlichen Kommentaren. Diese neuen Währungen für Wertübertragung und Tausch (vgl. Süddeutsche Zeitung/Waltl 2021) wird unmittelbar dem Subjekt und mittelbar natürlich auch dem Objekt *Brotzeit* entgegengebracht und das in globalen, virtuellen und interaktiven Dimensionen.

Dennoch müssen sich diese wenig wissenschaftlichen und rasterartigen Forschungsansätze einiger methodischer Kritik aus Sicht der Kulturanthropologie gegenüberstellen. Gertraud Koch (2014) fragt in ihrem Beitrag über das „Ethnografieren im Internet“ ob und wie ethnografische Methoden im Internet überhaupt funktionieren können? Das Dilemma der Forschenden besteht darin, dass sie immer häufiger beobachtend und teilnehmend im Forschungsfeld auftreten. Diese scheinbar nicht zu überwindende Schwierigkeit, wird verstärkt durch die Digitalisierung der Medien, die eine absolute Medienkonvergenz zur Folge hat (vgl. Koch 2014, S. 371 ff.). Weiterhin muss die omnipräsente Virtualität auf ihren Realitätswert kritisch hinterfragt werden und das obwohl, oder gerade weil virtuelle Räume und Erzählungen einen Realitätswert mit Interpretationscharakter haben; online und offline Inhalte und Aktionen sind zunehmend verschränkt und entstehen in Echtzeit. Dies bedingt, dass die Substanz von Kommunikation und der Realitätsgehalt von Aussagen in Informationskanälen kritisch zu hinterfragen ist. Parallel dazu stellt Koch fest, dass nicht alles was im Internet publiziert wird auch neuartige Substanz aufweist, wohingegen das tatsächlich und faktisch Neue einen konzeptuellen Rahmen erfordert, für die konstruktive Umsetzung und effektive Integration (vgl. Koch 2014 S. 381). Mit dieser methodischen Kritik wird ein Phänomen beschrieben, das ein essentielles Element in der konzeptuellen Gestaltung von Marktaktivitäten darstellt, wie in Kapitel 5.2 dargestellt wird.

#### 4.2.3 Kommerzielle Marke für Dienstleistung und Produkt



Quelle: Lokalbäckerei Brotzeit (2023)

Die LOKALBÄCKEREI BROTZEIT in Oberhaching zeigt der deutschen Backgemeinde, wie Brotzeit nicht nur zum Lebensgefühl für Kundinnen und Kunden wird, sondern für alle: für die Backenden, die Verkaufenden, die Liefernden und natürlich die Genießenden.

Die Werte, die im Unternehmen gelebt und gepflegt werden, formulieren den disruptiven Ansatz und beschreiben im Kern ihre Andersartigkeit (vgl. Kap. 5.1).

Es wird deutlich gemacht, welche Botschaft von einer Bäckerei ausgehen soll, um den Geist der Brotzeit in Form einer konzeptionellen Geschäftsidee erfolgreich umzusetzen. Dann wird die Entscheidung den Kundinnen und Kunden überlassen, mit der einfachen Frage: „Möchtest du Brotzeit?“ (2023)



Quelle: Brotzeit Singapore (2023)

“Brotzeit is a chain of German restaurants located in Singapore, and has been serving authentic and traditional German cuisine & beer to Singapore shores since 2006.” (brotzeit.co, 2023) So beschreibt das Unternehmen selbst sein Modell und seine Vorlieben. Natürlich werden hier zahlreiche deutsche Stereotype bedient, von denen „*Gemütlich. Together At Brotzeit*“ wahrscheinlich das einzige ist, was die deutsche Art der Brotzeit noch recht treffend beschreibt. Denn nahezu alle weiteren Inhalte der Website und gastronomischen Angebote bedienen die volle kulinarische Palette von Bier über Fleisch, Wurst und sogar Obadzda – nur der Brotkorb wird auf Brezn, Salzstangerl, ein paar Scheiben, dem Anschein nach, Bauernbrot reduziert.

Nichtsdestotrotz, dass Singapore als Markt für dieses Geschäftsmodell schnell zu klein geworden ist, wird bestätigt auf der Seite über die Geschichte des Unternehmens: “Hong Kong (2 outlets), China (1 outlets), Philippines (2 outlets) and Australia (1 outlet). More are in the making.” (brotzeit.co, 2023). Das lässt hoffen, dass die deutsche Art der Brotzeit bald noch mehr begeisternden Zuspruch in der Region Asia-Pacific finden wird; oder zumindest die für diesen Kulturkreis adaptierte und interpretierte Version davon.

Bereits 1995 hat Ferrero-Deutschland gezeigt, wie Brotzeit kommerzialisiert wird – mit der Marke nutella® (vgl. Video-link in Kap. 3.1). Dass auch andere Unternehmen der Nahrungsmittel-Branche diese Kraft einer Marke nicht ungenutzt lassen wollen, beweist Hengstenberg aus dem schwäbischen Esslingen. Die Methodik der Interpretation und (Re-) Kultivierung, mit der Hengstenberg verspricht ‚*Heimat auf den Tisch*‘ zu bringen (vgl. Hengstenberg 2023), wird genauer in Kapitel 5.2 unter dem Aspekt der Markenbildung diskutiert.



Quelle: Hengstenberg 2023

#### 4.3 Wie wird Brotzeit morgen interpretiert?

Komplexitätsinduzierte Diskrepanzen zwischen Systemen menschlicher Kultur und maschineller Kultur sind nicht zu übersehen, wenn versucht wird Zukunftstechnologie einzusetzen, um gegenwärtige Kulturphänomene zu interpretieren, und die Brotzeit als Sinnbild von Tradition und Heimat zu extrapolieren. Während die Algorithmen künstlicher Intelligenz auf linguistischer Ebene, noch aufschlussreiche Parallelen zum menschlichen Verständnis von Brotzeit erkennen lassen, wirkt eine graphische Interpretation im *Text-to-Image Generator* erschreckend unrealistisch und unmenschlich, was mit Hilfe von Beispielen im Folgenden plakativ dargestellt werden soll. Unbestritten, stellt auch der Output einer algorithmischen Sequenz, nicht mehr als die Reproduktion retrospektiven Wissens dar, welches nach den Prinzipien von ‚*Big-Data*‘ und ‚*Machine-Learning*‘ aufbereitet wurde (vgl. Belle/Papantonis 2021, S. 5). Ebendiese rein digital ablaufenden Wissensprozesse sind es, die eine zukunftsgewandte Interpretation erst vermitteln können, da subjektive Konditionierung ausgeblendet wird. Sobald konventionelle wissenschaftliche oder unwissenschaftliche Methoden angewendet werden, verharrt die Perspektive der Interpretation in der Gegenwart und kann prospektiv nicht mehr als Fiktion vermitteln.

Da die Anwendung von AI basierten Plattformen zur Generierung von Inhalten (vgl. den Begriff des *Protokolls* in Kap. 4.1.3) ein unendliches Universum kreativer Resultate aufreißt, ebenso linguistisch wie graphisch, ist dieses Kapitel als Exkurs im Rahmen der Möglichkeiten dieser Arbeit zu verstehen.

#### 4.3.1 Fragen an ChatGPT

Die erste Annäherung an die zukunftsorientierten Interpretationen der Brotzeit erfolgt auf textlicher Ebene. Es ist sinnvoll, sich an den in Kap. 2.1 formulierten Teilfragen zu orientieren und diese als Chat-Anfrage in die Plattform *ChatGPT* einzugeben; nach jeder Antwort erfolgt eine kurze Kommentierung durch den Autor, die zum Abschluss zusammengefasst werden.<sup>2</sup>

##### 2) *Was wird als Brotzeit bezeichnet?*

„Die "Brotzeit" ist ein Begriff aus der deutschen Küche und bezeichnet eine Mahlzeit oder Zwischenmahlzeit, bei der Brot oder Brötchen mit verschiedenen Belägen und Beilagen verzehrt werden. Typischerweise werden dabei Wurstwaren, Käse, Aufstriche, Gemüse und andere Snacks serviert. Die Brotzeit ist oft eine informelle und gesellige Art zu essen, die besonders in Bayern und anderen Teilen Süddeutschlands sowie in angrenzenden Regionen wie Österreich beliebt ist. [...]“

Sachlich umfassend, fachlich korrekt, politisch neutral, soziologisch nicht normativ – folglich alles gut mit ChatGPT. Aber reicht das schon aus?

##### 3) *Wo machen Menschen Brotzeit?*

„Menschen machen oft Brotzeit an verschiedenen Orten, abhängig von ihren Vorlieben und der jeweiligen Situation:

**Zuhause:** Die Brotzeit kann zu Hause in der Küche, im Esszimmer oder auf der Terrasse stattfinden. Viele Menschen bereiten ihre Brotzeit selbst zu, [...].

**Biergarten:** In Deutschland und anderen Ländern mit bayerischer Tradition sind Biergärten beliebte Orte für eine Brotzeit. Hier kann man bei einem kühlen Bier und traditionellen Speisen wie Brezeln, Wurst und Käse die Gesellschaft von Freunden und Familie genießen.

**Picknick:** Brotzeit eignet sich gut für ein Picknick im Freien. Menschen nehmen ihre Brotzeit mit in Parks, Wälder, an Strände oder auf Wanderungen mit, um unterwegs eine leckere Mahlzeit zu haben.

**Arbeit:** Viele Menschen nehmen sich eine Brotzeit mit zur Arbeit oder zur Schule. Dabei handelt es sich oft um eine einfache Mahlzeit, die leicht zu transportieren und zu verzehren ist.

---

<sup>2</sup> Redaktionelle Anmerkung: Die Chat-Ausgabe von ChatGPT wird hier vom Autor teilweise gekürzt wiedergegeben, da wörtliche Duplikate und inhaltliche Tautologien ausgegeben wurden. Die Frage, ob es zielführend und sinnvoll ist, hier dennoch den nahezu vollständigen Chat-Verlauf, an Hand von drei Fragestellungen wiederzugeben ist berechtigt und wird möglicherweise von Seiten der Prüfenden gestellt werden. Der Autor wird hier nicht von einer bequemen ‚copy & paste‘ Mentalität verleitet; er hat sich bewusst für diese inhaltliche Gesamtdarstellung entschieden, um einen umfassenden und lückenlosen Eindruck von der Arbeitsweise der AI-Plattform in Bezug auf das Thema der Arbeit zu vermitteln. Einige der prägnanten semantischen Arrangements werden in folgenden Kapiteln aufgegriffen und sollen hier nicht dem Kontext entnommen werden. Darüber hinaus wäre eine exakte Reproduktion in ChatGPT nicht gesichert.

**Wirtshaus oder Café:** In traditionellen Gasthäusern oder Cafés kann man oft eine Brotzeit bestellen, die von der Küche zubereitet wird. Dies ist eine bequeme Option, wenn man sich nicht selbst um die Zubereitung kümmern möchte.

**Reisen:** Während langer Reisen, sei es mit dem Zug, dem Bus oder dem Auto, machen Menschen oft Brotzeit, um unterwegs nicht hungrig zu werden.

**Veranstaltungen und Feste:** Auf Volksfesten, Märkten oder anderen Veranstaltungen werden oft Brotzeit-Spezialitäten angeboten, die man vor Ort genießen kann.

Die Orte, an denen Menschen Brotzeit machen, können also vielfältig sein und hängen von den individuellen Gewohnheiten, der Kultur und den Gegebenheiten ab.“

Jetzt wurde auch die kulturelle Dimension und subjektive Lebensweisen mitberücksichtigt, sodass sich bereits eine annähernd holistische Vorstellung darüber formiert, was und wo Brotzeit ist. Aber es darf noch etwas interpretativer sein!

#### 4) Wann machen Menschen Brotzeit?

„Menschen machen Brotzeit zu verschiedenen Zeiten, abhängig von ihren Gewohnheiten, ihrem Tagesablauf und den kulturellen Gegebenheiten.

**Vormittag:** In vielen Teilen Deutschlands ist die Vormittagszeit, etwa zwischen 9 und 11 Uhr, ein typischer Zeitpunkt für eine Brotzeit. Es handelt sich um eine Zwischenmahlzeit zwischen dem Frühstück und dem Mittagessen.

**Mittag:** Die Brotzeit kann auch eine Alternative zum traditionellen Mittagessen sein. Insbesondere in ländlichen Gebieten oder bei Aktivitäten im Freien kann die Brotzeit zu dieser Tageszeit eingenommen werden.

**Nachmittag:** Am Nachmittag, vor allem gegen 15 oder 16 Uhr, machen Menschen oft eine weitere Zwischenmahlzeit, die ebenfalls als Brotzeit bezeichnet werden kann. Dies ist besonders bei Kindern nach der Schule üblich.

**Abend:** In einigen Fällen wird die Brotzeit auch am Abend eingenommen, insbesondere, wenn man eine leichte und ungezwungene Mahlzeit bevorzugt.

**Unterwegs:** Menschen machen oft Brotzeit, wenn sie unterwegs sind. Dies kann während einer Reise, einer Wanderung, eines Ausflugs oder einer anderen Aktivität außerhalb des Hauses der Fall sein.

**Arbeit:** Viele Menschen machen Brotzeit während ihrer Arbeitszeit, besonders, wenn sie keine Zeit haben, für ein ausgedehntes Mittagessen.

Die Zeiten, zu denen Menschen Brotzeit machen, können stark von individuellen Gewohnheiten, kulturellen Traditionen und dem täglichen Zeitplan abhängen. In einigen Kulturen kann die Brotzeit zu einer festen Tradition zu bestimmten Uhrzeiten gehören, während sie in anderen eher flexibel gehandhabt wird. In Deutschland und anderen deutschsprachigen Regionen sind die Vormittagsstunden jedoch oft mit dem Konzept der Brotzeit verbunden.“

Zeitlich ungebunden, örtlich variabel und substantiell bodenständig; so könnte die von ChatGPT angebotene Interpretation zusammengefasst werden (vgl. OpenAI 2023). In Summe aber auch nichts Neues, dafür jedoch lebensalltäglich formuliert. Es wird auch deutlich welche analytischen Perspektiven, Dimensionen und kontextualen Interpretationen vernachlässigt werden. Auffällig ist hingegen, dass der Chat bereits einige Denk- und Handlungsanreize bietet, für die konzeptuelle Weiterentwicklung der Brotzeit sowie ihrer praktischen Rekultivierung. Eine textliche Interpretation im ‚Morgen‘ bietet den *Brotzeitlenden* im heute möglicherweise bereits mehr, als bisher medial und digital geboten wurde?

4.3.2 Prompt an AI Image Generator

Die Funktion Bilder durch Algorithmen künstlicher Intelligenz (AI) zeichnen zu lassen, bietet verschiedene Nutzen, in der geschäftlichen wie auch privaten Anwendung. Die künstlerischen Fähigkeiten menschlicher Kreativität sollen natürlich überschritten werden; Zeit soll bei der Erstellung komplexer Grafikprojekte eingespart werden, während die Auswahl und Möglichkeiten der Kreation und Interpretation ins Unendliche reichen; mit dem ultimativen Ziel Finanz- und Humankapital einzusparen.

Aber können die Leistungen dieser virtuellen Maschinen tatsächlich die menschliche Kreativität substituieren? In einem grafischen Exkurs wird diese Frage auf das Thema dieser Arbeit angewendet. Für die Erstellung von Bildern werden drei AI-basierte Text-to-Image-Generator Plattformen verwendet. In das UI werden jeweils die drei folgenden standardisierten Textbefehle (Prompts) eingegeben.

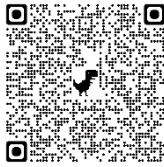
<i>Text-to-Image Prompts</i> <sup>3</sup>	<i>Plattform</i>
1. Brotzeit unter Freunden in den Bergen.	Canva Text-to-Image (vgl. Canva Australia 2023)
2. Schwäbische Vesper unter Freundinnen und Kindern am See.	Microsoft Bing Image Creator (vgl. Microsoft Ireland Operations Limited 2023)
3. Jause mit der Familie und Hund auf einer Alm-Hütte.	Mindverse KI-generierte Bilder (vgl. Relativity GmbH Berlin 2023)

Die definierten Prompts sollen möglichst prägnant und konkrete Beschreibungen enthalten und in ihrer Variation wenige, eindeutige Subjekte und Objekte einschließen. Nur auf diesem Weg können ganz grundlegend die Fähigkeiten der Plattformen getestet und verglichen werden. Da die Algorithmen der AI in der Lage sind quasi-unendlich viele Funktionswerte, also Ergebnisse, zu produzieren, durch die Variation der Variablen, würde eine Ausweitung der o.g. Beispiele, das Ziel und den Rahmen dieser Arbeit weit übersteigen. Folgen Sie den Verknüpfungen, um einen Eindruck davon zu bekommen, zu welcher interpretativen Leistung aktuelle *AI Text-to-Image Plattformen* in der Lage sind.<sup>4</sup>

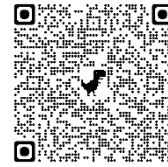
<sup>3</sup> Wie im Fall von ChatGPT ist eine exakte Reproduktion der Bildergebnisse durch die Plattformen nicht gegeben.

<sup>4</sup> Hinweis: die dargestellten Inhalte enthalten teilweise erschreckende oder verstörende Elemente.





Canva Text-to-Image



Microsoft Bing Image Creator



Mindverse KI-generierte Bilder

Ohne diese artifiziellen Bilder weiter deskriptiv oder interpretativ zu fokussieren, mit der Methodik wie in Kap. 4.1.3 erläutert, soll die Darstellung der Interpretation von Brotzeit in der Zukunft hier abgeschlossen werden. Denn die Leistung der AI-Plattformen macht den Betrachtenden in nur wenigen Augenblicken deutlich, worauf es bei der Brotzeit wirklich ankommt: die Menschen!

Es wird hier ein Kreis geschlossen, zu den Analysen in den Kapiteln 2 und 3.1, denn es wird deutlich, dass AI nicht vermag Esskultur, kulinarische Tradition, Heimat, soziale Interaktionen, Raum-Zeit Dimensionen und natürliche Verbundenheit authentisch und emotional valide zu replizieren. Diese Tatsache soll in Kapitel 6 aufgenommen und kritisch reflektiert werden.

## 5 Brotzeit rekultiviert

Die in Kapitel 5.2 dargestellten Praxisbeispiele und ihre Frequenz in realen und virtuellen Realitäten, leiten die Antwort auf die Teilfragen Nr. 6 und 7 aus Kapitel 2.1 ein:

- 6) Wie funktioniert Brotzeit als Marke?
- 7) Wie wird die Brotzeit medial transferiert, adaptiert und integriert?

Bevor diese Fragen hingegen weiterentwickelt werden können, wird versucht verständlich zu machen, warum die Brotzeit als Element von Esskultur rekultiviert werden muss.

### 5.1 Warum Brotzeit rekultiviert werden muss?

Ob Rekultivierung, Renaissance, Reform oder Revitalisierung?<sup>5</sup> Es wird Zeit für eine neue Art der Brotzeit!

Das einfache nutella®-Brot war gestern; Butterbrezel und Laugenweckle stehen für Tradition und Bodenständigkeit – dürfen aber auch `mal neu interpretiert werden; die Scheibe vom Bauernbrot mit Schwarzwälder Schinken hat gegen den McPlant® Burger auch keine Schnitte. Tatsache ist, dass seit einigen Jahren ein fortlaufender Prozess mit großer Eigendynamik auf dem Markt für Brot, Backwaren und Snacks in Bewegung ist, an dem das Bäckerhandwerk im status quo, oft noch zu wenig aktive Partizipation zeigt. Ökonomisch-Technisch ausgedrückt, kann der Prozess auch als Marktbereinigung ausgedrückt werden, in analytischer Analogie zu anderen Handwerkstraditionen der paneuropäischen Kultur.

Ist das gerechtfertigt? Hat das deutsche, das französische, das italienische, österreichische oder das eidgenössische Backhandwerk diesen Untergangssegen verdient? – Natürlich nicht!

An die Philosophie der Lokalbäckerei Brotzeit anknüpfend, werden hier neben den unternehmerischen Werten, auch der Standpunkt des Gründers Nico Scheller aufgegriffen:

„AM ANFANG WAR DIE ZEIT – DANN KAM DAS BROT“

(Scheller, Nico 2023)

Ebenso wie die Zeit, ist auch das Brot nicht vergänglich – darf es nicht vergänglich sein. Aus diesem Grund macht die Lokalbäckerei so ziemlich alles anders als der Rest und vertritt dabei die Werte:

In diese Gruppe innovativer Handwerksbäckereien, reihen sich weitere, andersartig backende Hände ein: ob 100% Brotbäckerei, ‚pop-up Bakery‘, Mikrobäckerei, oder vegane Holzofenbäckerei. Sie alle haben gemeinsam, dass sie die authentische, handwerkliche Brotkultur über die Zeit hinaus retten wollen. Es gelingt Ihnen, denn sie folgen einer simplen, aber erfolgreichen unternehmerischen Taktik, die keine komplexe Unternehmensstrategie verlangt: sie folgen einem ‚best-practice approach‘ (vgl. Cornelsen Verlag 2023a), setzen ihre persönliche Signatur darunter und kommunizieren multimedial. Auch etablierte Geschäftsmodelle,

**HANDWERK**  
LEIDENSCHAFT  
**TRANSPARENZ**  
ANDERSARTIGKEIT  
**WERTIGKEIT**  
KREATIVITÄT  
**NATÜRLICHKEIT**

Quelle: Lokalbäckerei Brotzeit (2023)

<sup>5</sup> stellvertretend für die genannten Begriffe, wird der zentrale Begriff „rekultivieren“ etymologisch eingeordnet: *Rekultivierung* [von \*re-, latein. cultus = Landbau; Verb rekultivieren], Sammelbegriff für technische und materielle Maßnahmen zur Wiederherstellung von (Landschafts-) Ökosystemen. Das Ziel der Rekultivierung besteht darin, die ursprüngliche Kulturlandschaft wiederherzustellen oder eine neue zu schaffen. (vgl. Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft 2023)

wie das der traditionellen Familienbäckerei, kann diesen Ansatz verfolgen und viele mittelständische Unternehmen bestätigen das.<sup>6</sup>

Denn die *ursprüngliche Kulturlandschaft* des Brotes muss als autarkes Ökosystem wiederhergestellt werden und braucht eine *starke Brotzeitkultur*; nicht aber im Sinn „früher war alles besser“, sondern vielmehr mit der Vision „*morgen, machen alle wieder Brotzeit!*“. Rekultivieren, reformieren und revitalisieren umschreiben für das Brot- und Backhandwerk die Ziele:

- 1) Brotzeit als immaterielles nationales Kulturerbe bei der UNESCO zu registrieren;
- 2) Mit einem Modellprojekt in das ‚Register Guter Praxisbeispiele zur Erhaltung Immateriellen Kulturerbes‘ aufgenommen zu werden;
- 3) Wie auch die Brotkultur, ebenso die Brotzeit als Kulturphänomen, in das ‚Bundesweite Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes‘ aufzunehmen.

## 5.2 Wie ist ein Brotzeit-Konzept aufgebaut?

Anwendungsfreundlich, nutzenorientiert und konkret formuliert repräsentiert das Konzept einen Teilausschnitt der Unternehmensstrategie und fokussiert auf planbare und messbare Inhalte, die den Konsens über die angestrebten unternehmerischen Aktivitäten abbilden. Kreative, methodische und konstruktive Elemente werden in einem konkreten inhaltlichen Projekt miteinander verbunden und über einen begrenzten Zeitraum umgesetzt. Die folgende Grafik soll das anschaulich darstellen und Verständnisgrundlage für die weiteren Darstellungen sein.

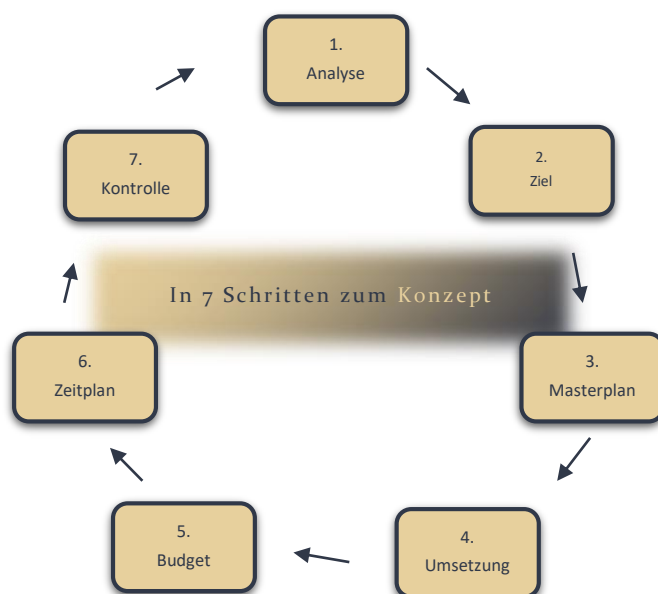


Abb. 6: In 7 Schritten zum Konzept, eigene Darstellung 2023

Ausgangspunkt bildet stets eine Idee, die dadurch stark wird, dass eine gemeinsame Ambition und Motivation alle Beteiligten verbindet. Der erste Schritt der konzeptuellen Planung ist die Analyse der Ist-Situation. Allgemein ist das Konzept ein ergebnisorientierter, iterativer Prozess, der auch als Bauplan für ein Projekt aufgefasst werden soll. Wichtig ist ein klar definiertes Ziel zu haben, welches konkret und messbar beschrieben wird und stets die Richtung vorgibt. Gleichzeitig ist bei der Umsetzung des Konzeptes eine Dynamik und Anpassungsfähigkeit erforderlich, da nie alle äußeren Einflussfaktoren vorhergesehen werden können. Der formulierte Masterplan

wird also ggf. angepasst und fortgeschrieben. Entscheidend ist jedoch, dass die Zielgruppe für die angestrebten Maßnahmen konkret beschrieben und eingegrenzt wird. Ein Konzept kann nur zum Erfolg führen, wenn Klarheit darüber besteht, wer angesprochen und erreicht werden soll. Ebenso muss der

<sup>6</sup> Auf die Darstellung hinlänglich bekannter Beispiele wird hier verzichtet, und auf andere Publikationen verwiesen.

Zeitraum für die Umsetzung klar definiert sein. Viele gute Ideen scheitern in der Umsetzung daran, dass sie sich mit der Zeit im Nichts verlaufen. Die Umsetzung und Einhaltung des Zeitplans hängt stark davon ab, ob das Budget präzise und umfassend kalkuliert ist und ob die benötigten Ressourcen tatsächlich zur Verfügung stehen. Dazu zählen aber nicht nur finanzielle Mittel, sondern vor allem Human Resources, Rohstoffe, Werbemittel und eine funktionierende technische Infrastruktur. Die Ergebnisse und die tatsächliche Zielerreichung sind Bestandteil der Kontrolle und bilden die Grundlage für die nächste Stufe der Analyse. Hierauf aufbauend kann dann ein Folgeprojekt mit angepasster Zielsetzung initiiert werden.

Die Kommunikation über Inhalte und Maßnahmen des Projektes ist ein zentraler Bestandteil der Umsetzung des Projektes. Aus der Komplexität einer erfolgreichen Kommunikationsstrategie sei hier lediglich der Prozess der Markenbildung und Markenmanagement erwähnt. Die Brotzeit hat nicht nur terminologisch das Potential einer starken Marke, sondern auch strukturell und kulturell, wie diese Arbeit deutlich gemacht haben dürfte. Die konkreten Schritte eine Marke zu bilden und am Markt erfolgreich zu etablieren, sind unerlässliches Element des strategischen Marketings einer marktorientierten Unternehmensführung, wie Heribert Meffert sie erforscht und gelehrt hat (vgl. Meffert 1994). Darüber hinaus haben Meffert et al. im Forschungsfeld Markenmanagement Klarheit darüber geschaffen, dass eine Marke und ihre Botschaft die Essenz erfolgreichen unternehmerischen Handelns sind (vgl. Meffert et al. 2002). Die theoretischen Grundlagen können und sollen hier nicht vertieft werden; hingegen wird versucht, dazu die konzeptuelle Vorgehensweise praxisorientiert im folgenden Kapitel darzustellen. Hervorzuheben ist hingegen, dass insbesondere mittelständische Handwerksunternehmen im Prozess der Markenbildung und langfristigen Führung einer Marke, Unterstützung auf institutioneller Ebene erhalten müssen. Das eigene unternehmerische Projektkonzept, sollte im günstigsten Fall durch interne und externe Kommunikation und Werbemaßnahmen unterstützt werden. Das Konzept wird von externen Akteuren ergänzt, wodurch eine Strahlkraft erzielt werden kann, die weit über die individuellen Potentiale hinausgehen kann.

Wie eine Idee in einem Konzept und Projektplan entwickelt und erfolgreich in die Praxis umgesetzt wird, zeigen bereits die Beispiele in Kapitel 4.2.1. Auch dass ChatGPT in seiner Antwort von dem Konzept der Brotzeit spricht, dass im deutschsprachigen Raum überwiegend mit den Vormittagsstunden assoziiert würde (vgl. Kap. 4.3.1) kann ein guter Ausgangspunkt für die Rekultivierung sein.

### 5.3 Wie gelingt die Rekultivierung der Brotzeit in der Praxis?

Es scheint, als wären es die die Brotzeit komplementierenden Produkte und ihre Hersteller, die bereits vor einiger Zeit erkannt haben, dass darin Marketingpotential verborgen liegt.

*Cornichons klassisch-fein, Bohnen- und Rote-Bete-Salat, Pfeffer-Senf Gurken für den Wurstsalat, sowie vegane Alternativen wie Bio-Kichererbsen.*

Natürlich platziert als Produktwerbung in appetitanregenden Rezept-Ideen für Aufstriche und sogar Vollkornbrot – so wird die Geschichte über die *neue Heimatküche von Hengstenberg erzählt*. Ein holistisches Konzept für Produktmarketing und Kommunikation, mit inhaltlicher Tiefe und sensorischer Schärfe, das Hengstenberg selbst als Entdeckermagazin, digital und natürlich medien-konvergent in Szene

setzt (vgl. Hengstenberg 2023b). Zu den Themen-Specials gehört auch, mit deutlicher Prominenz: „*Alles rund ums Thema Brotzeit*“ und „*die Bayerische Brotzeit mit Obadzda*“ (vgl. Hengstenberg 2023a).

Schauen Sie es sich an!



Ohne weiteres geeignet für eine Business-Case-Study unter dem Action-Title „Rekultivierung der Brotzeit“, die auf der ursprünglichen Geschichte über Brotzeit und Vesper aufbaut und kreative Inspirationen bietet.

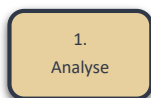
Dieser konzeptionelle Ansatz kann und sollte natürlich ebenso den Protagonisten einer Brotzeit ins Scheinwerferlicht rücken: das Brot und die es backenden Hände.

### 5.3.1 Die Vertriebsoffensive

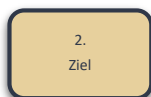
Alles was für eine zünftige Brotzeit benötigt wird, kann natürlich auch ganz bequem im Supermarkt erstanden werden. Für viele Konsument:innen ist dies leider die erste Destination geworden, um Brot und Gebäck einzukaufen, unabhängig davon, ob sie eine Brotzeit machen, oder für das nächste Frühstück oder



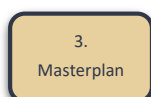
Abendbrot einkaufen. Die Bäckereien müssen also aktive Überzeugungsarbeit leisten, dass es das bessere Brot und natürlich noch mehr für eine authentische Brotzeit, auch hier am Ort der Brotzeit-Schöpfung gibt.



Was? Wie? Wann? Für wen? Gemeinsam mit wem?



- 1) Markenbildung: Brotzeit als Marke präsentieren, etablieren und zirkulieren;
- 2) Bewusstsein prägen: für die Marke, das Handwerk, die Kultur und die Produkte;
- 3) Vertrieb: Aktionsumsatz im Zeitraum > 20% über Tagesdurchschnitt, In-House und
- 4) Take-Away Geschäft sinnvoll und realistisch kombinieren, Cross-Selling Quote + 15%;
- 5) Kundenmanagement: Neukunden:innen gewinnen, bestehende Kunden:innen stärker an die Bäckerei binden,
- 6) Marktposition: Marktanteile für die Marke gewinnen, betrieblichen Marktanteil ausweiten;
- 7) Produktmanagement: Sortiment anpassen, assoziierte Produkte fokussieren und zielorientiert entwickeln oder variieren, Schwerpunkt auf die Region oder Saison legen
- 8) Kooperation: Partnerschaften eingehen und stärken mit neuen oder bestehenden Zulieferern, regionalen Erzeugern, lokaler Gastronomie und Einzelhandel oder anderen Initiativen.
- 9) Kommunikation: in das strategische Marketing integrieren, isolierte und desintegrierte externe Kommunikation vermeiden, digitale und multi-mediale Kanäle nutzen, verantwortliche und durchführende sowie berichtende Stellen eindeutig benennen.



Die Ziele müssen strukturiert und operationalisiert werden, z.B. grafisch in einem Flow-Chart oder einer Business-Canvas.

4. Umsetzung  
Der Plan darf nicht nur auf dem Papier gut aussehen. Die Umsetzung in die Praxis muss möglich sein, sorgfältig durchgeführt werden und nur bedingt Abweichungen unterliegen.
5. Budget  
Ressourcen präzise und nachvollziehbar kalkulieren;  
Zur Verfügung stehende Zeit realistisch planen und Reserve für unvorhergesehene Veränderung einrechnen.
6. Zeitplan
7. Kontrolle  
präzise Dokumentation und Auswertung von standardisierten *Key-Performance-Indicators (KPI)* durch ein umfängliches Vertriebs- und Projekt-Controlling



Abb. 7:  
operationalisiertes  
Konzept. eigene  
Darstellung 2023

Bereits vor der operativen Umsetzung muss Aufmerksamkeit erzeugt und die Idee medial präsentiert werden. Mit der Kommunikation haben Bäckereien die Chance und zugleich Herausforderung, entscheidende Mehrwerte den Brotzeitlerinnen und Brotzeitlern deutlich zu machen. Dabei dürfen auch die immateriellen kulturellen Werte in der Botschaft nicht fehlen. Diese sind z.B. das Beisammensein, der Genuss des Moments, das Erlebnis von Brotkultur und die Persönlichkeit einer Bäckerei. Diese Aspekte müssen unter einem Titel der die Menschen einfängt und in ihren Gedanken haften bleibt („*catchy & sticky Tagline*“) vereint werden und gemeinsam die Geschichte einer rekultivierten Brotzeit erzählen. Dieser Geschichte, darf natürlich auch die persönliche Signatur der Menschen, die Brotzeit zum Erlebnis machen nicht fehlen.

### 5.3.2 Das Kundenevent

Die oben vorgeschlagene konzeptuelle Struktur für eine in-house Vertriebsoffensive kann natürlich auch außerhalb der Bäckerei stattfinden. Zum Beispiel auf Volksfesten, Märkten, Messen oder Life-Events kann die Bäckerei Brotzeit-Spezialitäten anbieten während sie sich, sowie ihre Produkte in einem thematischen Setting präsentiert – Brotzeit wird folglich zum *Event im Event*, oder auch zum *vitalen Erlebnis*. Insbesondere der Kooperationen mit Geschäftspartnern oder komplementären Anbietern kommt dabei eine gewichtigere Rolle zu. Denn oft verfügen Betriebe alleine nicht über die erforderliche Ausstattung und personellen Ressourcen. An diesem Punkt kommt eine operative Zusammenarbeit, mit gleichberechtigten Rollen allen Beteiligten zugute. Diese temporäre Kooperation kann bei optimaler Umsetzung auch die Basis einer langfristigen Partnerschaft begründen. Das Marken-Management kann auf diesem Weg um Strategien wie *Co-Branding* oder sogar *Composite Co-Branding* ergänzt werden, wodurch die Partnerschaft strategisch auf eine Marketing-Kooperation ausgeweitet würde (vgl. Burmann 2018). Kundinnen und Kunden sind erwiesenermaßen Konsumsensibler, wenn ihnen die Nutzenvorteile synergetischer Markenkooperationen angeboten werden (vgl. Jimenez 2022).

Zentrale Elemente im Masterplan und in der Umsetzung sind bei dieser Art von Event die Degustation, Präsentation und das Vermitteln eines gemeinschaftlichen Erlebnisses. Der Charakter und die Stimmung,

die vermittelt werden sollen, bilden eine Fusion aus Demonstration der Produkte und Leistungen, sowie sozialer Inter-Aktion mit den Brotzeitlerinnen und Brotzeitlern. Da ein Kundevent immer temporärer Natur ist und in einer Art ‚Pop-Up Store‘ operationalisiert wird, ist die Kanalisierung und Fokussierung aller eingesetzten Ressourcen entscheidend für den Erfolg. Die Leistungen werden auf den Punkt oder auch just-in-time abgerufen und müssen optimal organisiert und vorbereitet sein. Hier kommt der Rhetorik und Kommunikation der Präsentierenden eine Schlüsselfunktion zu, denn ihr Auftreten und Handeln, entscheidet über die Gunst der Kundinnen und Kunden. Insbesondere während Tasting-Events sind Formulierung und Artikulation, die das Produkt im kulinarischen und handwerklich richtigen Licht erscheinen lassen entscheidend, ebenso wie sie unterhaltende Wirkung auf das Publikum haben müssen. Hierzu sei auf Quellen wie ‚*Die Sprache des Brotes*‘ (vgl. Kleinert/Kütscher 2018) und ‚*The rhetoric of food: Discourse, Materiality, and Power*‘ von Joshua Frye und Michael Bruner (2012) verwiesen.

Ein konzeptuelles Vorgehen wie in Kapitel 5.3.1 kann modifiziert angewendet werden, wobei die Schritte 3. *Masterplan* bis 6. *Zeitplan*, mit höchster Konzentration angegangen werden müssen und in der Verteilung der Ressourcen Vorrang genießen. Auf eine weitere graphische Veranschaulichung wird zu Gunsten des Umfangs der Arbeit verzichtet, da der Mehrwert im Vergleich zu Kapitel 5.3.1 gering wäre.

### 5.3.3 Der Back-Workshop

Ein Back-Workshop hat das Potential, zum ultimativen Brotzeit-Erlebnis zu werden und soll daher abschließend zu diesem Kapitel die größere Aufmerksamkeit eingeräumt bekommen.

Methodisch werden multidisziplinäre Elemente miteinander verwoben, um den Teilnehmenden ein holistisches Erlebnis mit nachhaltigem Erinnerungsfaktor anzubieten.

Für sie, die Teilnehmenden, bedeutet dies, dass passive Perzeption mit aktiver Interaktion wechselseitig kombiniert würden.

Auf eine Sequenz von Präsentation und Demonstration, folgt z.B. die partizipative Applikation und Degustation.

Die abschließende Reflexion und Evaluation der Inhalte, gibt den Teilnehmenden und auch Veranstaltenden Parteien, die Möglichkeiten, Erfahrungen auszutauschen, offene Fragen zu besprechen und das Erlebte und Gelernte in einen Kontext einzuordnen.

Ediger (2022) erklärt die Vorgehensweise unter dem Action-Title „*Interaktives Storytelling*“ und möchte damit die Zukunft des Marketings beschreiben. Sie beschreibt das interaktive Storytelling als einen neuen Anstoß sich mit einzelnen Inhalten auseinander zu setzen. Für die Anbieter bedeutet dies, dass sie aus der überwältigenden Flut von Media-Content sich abheben und herausstechen werden. Ediger verspricht, dass die interaktive Story den Return-of-Investment des Ziel-Contents steigern wird, mit der Begründung:

- a) Geschichten involvieren und vermitteln Emotionen als verbindendes Element. Ergebnis: Inhalte bleiben in Gedanken haften und werden lange erinnert.
- b) Die interaktive Story ist benutzerfreundliche gestaltet, stimuliert auditive und optische Sinne, sodass die Darstellung auf angenehme Weise auffällt und sich abhebt, während die Betrachtenden gleichzeitig zum Denken motiviert werden, woraus sich individuelle, intuitive Reaktionen ableiten.

- c) Das Agieren und reagieren der Zuschauenden, beeinflusst eine Dynamik und Variation der Resultate, will sagen, ein jeweils neues „Happy-End“ der Geschichte. Folglich sind die Teilnehmenden motiviert die Inhalte revolvierend zu konsumieren und sich langfristig und intensiver mit den Inhalten auseinanderzusetzen.

Für die Teilnehmenden bedeutet dies im Gegenzug, dass sie aus ihrer typischen Rolle des passiven Konsumierens herausgelockt werden und eine hybride Rolle produzierender und konsumierender Aktivitäten übernehmen – sie werden zu Prosumenten ihres eigenen Brotzeit-Erlebnis.

Weniger die konzeptuell marketing-technische Ausgestaltung und Planung eines Workshops, soll im Folgenden die inhaltliche und didaktische Konzeptualisierung besprochen werden.

#### 5.3.3.1 Konzeptuelle Content-Matrix

Brotzeit ist Kultur- und Erlebnisphänomen mit einer komplexen Inhaltsstruktur. Diese Inhalte (Content) sollten visualisiert strukturiert und aufbereitet werden, um den Zugang und effektiven Einsatz zu ermöglichen.

Eine sog. Content-Matrix ist ein Werkzeug aus dem Content-Strategy-Management und damit Element der unternehmerischen Marketingstrategie (vgl. Chaffey 2023).

Mit einfachen Worten ausgedrückt, ist es eine Ideen-Maschine, die hilft streng zielgruppenorientiert Inhalte zu organisieren und abzurufen.

Die Matrix kombiniert zwei oder mehr inhaltliche Strukturmodelle. Die Visualisierung ist die einfachste Form, die Inhalte verständlich und relational in einem Modell aufzubereiten. Es bietet sich eine vereinfachte tabellarische oder Darstellung im Scatter Plot an. Das Scatter Plot bietet visuell und strukturell Vorteile bei der Übersichtlichkeit, Dynamisierung, Erweiterung und Variation, weshalb es hier beispielhaft angewendet wird. Die Erstellung eines Content-Marketing Scatter Plot erfolgt in drei wesentlichen Schritten:

1. Zielgruppe definieren
  - a. Für wen wird der Inhalt kuratiert und organisiert?
  - b. Zielpersona definieren und Gruppen individualisieren
2. Inhalte definieren, die zum Storytelling passen
  - a. Einflussfaktoren auf die Interessen definieren
  - b. Parameter für Bedürfnisse und Handlungen identifizieren
3. Erkenntnisse in einer Content-Matrix visualisieren
  - a. Ein belastbares Rahmenwerk erstellen
  - b. Inhaltlichen Werte arrangieren und kalibrieren

Brotzeit kann als übergeordnetes und thematisches Leitmotiv in einer Content Marketing Matrix visualisiert werden, um darin Inhalte, Formate und Methoden für die Entwicklung von Workshops darzustellen. Der



erste Schritt diese Darstellung umzusetzen, ist die Definition der Zielgruppe, z.B. mit folgenden Formulierungen:

- a) Hobby-Bäckerinnen und Bäcker jeden Alters, mit und ohne Vorkenntnisse;
- b) Kindergarten Gruppen als Angebot für spielerische Früherziehung;
- c) Schulklassen als Ergänzung zur Haushalts- und Ernährungspädagogik;
- d) Familien zu privaten Feiern und Anlässen;
- e) Gruppen, privat und geschäftlich, als Team Building Event.

Der zweite konzeptuelle Schritt, über die Wahl der Inhalte und des individuellen Storytelling, wird hier nicht weiter textlich erläutert. Begründung ist, dass insbesondere das Storytelling ein hoch individuelle und unternehmensspezifische Marketing-Maßnahme ist, die auch in zahlreichen Beispielen an dieser Stelle nicht ausreichend verständlich vermittelt werden könnte; auf fachliche Marketing-Literatur, online und print, sei verwiesen; vgl. z.B. (vgl. Ediger 2022).

Die Inhalte in Form eines umfassenden Portfolios, werden unmittelbar in die graphische Darstellung in Schritt 3 aufgenommen, um hier den allgemeinen Transferprozess und eine tendenziell unternehmerisch universelle Anwendung zu ermöglichen. Die folgende Skizze versucht das zu visualisieren, ohne Anspruch auf abschließende Vollständigkeit und wissenschaftliche Validierung zu erheben.

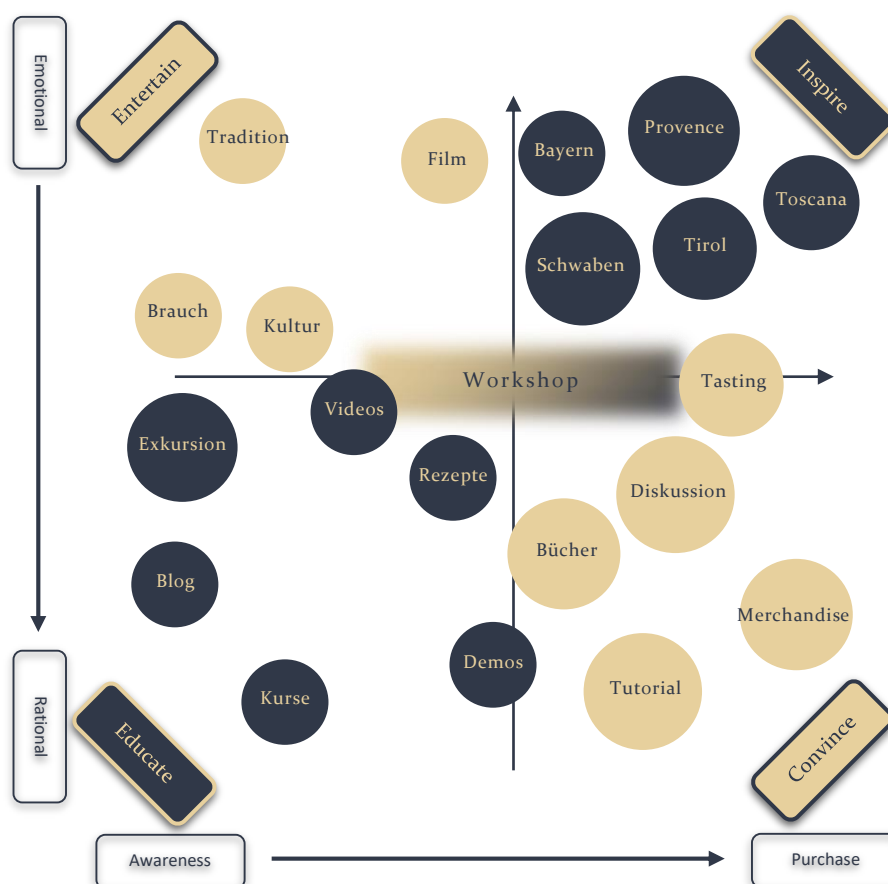


Abb. 8: Marketing Content Matrix, eigene Darstellung 2023

Die schematische Darstellung verdeutlicht auch die Dynamik der inhaltlichen Angebote und Individualität der Zielgruppen. Denn in der Content Matrix können konkretisierte Inhalte oder zielgruppenspezifische Angebote nicht dargestellt werden, sondern nur konzeptuell arrangiert sein. Hingegen erlauben die in den Quadranten positionierten dynamischen Indikatoren eine qualitative und zugleich quantitative Sicht auf die Inhalte (Content). Diese Methode ermöglicht es, die strukturellen Zusammenhänge und inhaltlichen Abhängigkeiten nachzuvollziehen und auch jederzeit aktualisiert einzuordnen.

## 6 Schlussbetrachtung

Ein ebenso alltägliches wie wissenschaftlich wenig greifbares Phänomen in einer Facharbeit analytisch zu bearbeiten, mit dem Ziel eine Conclusio zu schreiben, die praxistaugliche und darüber hinaus unternehmerisch konkrete und nutzenorientierte Konzepte vorschlägt, ist methodisch nicht einfach umzusetzen. Der seiner Natur nach fluide Begriff der Brotzeit (vgl. Kap. 1), ist natürlich nicht ein amorphes Wesen, zeigt dennoch einen metamorphen Charakter, der das Forschungsobjekt auch deshalb so interessant und reichhaltig macht.

Die ursprüngliche Erwägung eine qualitative Untersuchung in Form einer qualitativen Befragung durchzuführen, um auf Grundlage empirischer Daten eine statistische Auswertung und Interpretation anzustreben, ist verworfen worden, da die Einsicht sich durchsetzte, dass eben jene Fluidität des Begriffs, die Reliabilität und Validität der erhobenen Daten nicht gewährleisten kann. Dies zeichnet die Charakteristik der vergleichenden Kulturwissenschaften aus, dass eben nur Spektren aufgezeigt und Spannweiten erkannt werden können, ohne jedoch ein möglicherweise dazwischenliegendes Datenfeld quantitativ messen und auswerten zu können.

So kristallisierte sich im Verlauf der Recherche und Eingrenzung der inhaltlichen Struktur heraus, dass die Methoden der objektiven Hermeneutik, zumindest ein wissenschaftlich belastbares Fundament bieten, sich der Thematik und seiner Darstellung anzunähern. Hieraus entstanden ist die eigene Methodik, umfangreiches Bildmaterial zur Quelle subjektiver Interpretationen zu machen und nicht, wie bereits während der Analyse der Brotzeit, ausschließlich auf sekundär Literatur zurückzugreifen. Ohnehin sind die Impressionen, die durch die Photos, Graphiken, Gemälde und artifiziell generierter Bilder entstanden sind, durch keine literarische Ausarbeitung zu ersetzen. Verstärkt durch die persönliche und performative Inszenierung in digitalen Medien, entsteht ein visueller Kosmos von Interpretationen, der reichhaltig und sehr kreativ, für die Formulierung von Ansätzen zur Rekultivierung genutzt werden kann. Gleichzeitig gilt auch, dass statistische Daten über die Nutzung und Frequenz in Sozialen Netzwerken, keine genaue Betrachtung und Auswertung ermöglichen, da nur selten inhaltliche Bezüge konkret hergestellt werden können und subjektive Deutungen die Daten stark verzerren würden. Hier sind die Schwierigkeiten der Ansätze ethnografischer Methoden im Internet (vgl. Kap. 4.2.2) noch einmal zu erwähnen, die zahlreiche logische und hermeneutische Fragen unbeantwortet lassen.

Die in Kapitel 5 angebotenen Ansätze und konzeptuellen Grundlagen der Rekultivierung der Brotzeit, können hoffentlich nicht nur den Lesenden der Arbeit einen nachhaltigen Nutzen bringen. Vielleicht kann es gelingen, diese Ansätze weiterzuentwickeln und eine konkrete Implementierung zu verfolgen?

Möglicherweise sind die graphisch und schematisch dargestellten Inhalte und Werkzeuge noch nicht abschließend ausgearbeitet und nicht unmittelbar in die Praxis umzusetzen? Das könnte auch dadurch bedingt sein, dass die recherchierte betriebswirtschaftliche Literatur und darin entwickelten ‚Tools‘ in der Regel für Handels-, Finanz- oder Industrieunternehmen geschrieben ist. Nicht alle dieser Tools sind unmittelbar und 1:1 in Handwerksbetrieben einzusetzen, da die Abstraktion und Komplexität der Variablen regelmäßig auf hohem Niveau liegt. Eine methodische Skalierung der allgemeinen Variablen und Dimensionen, sowie die Integration betriebsspezifischer Parameter und Faktoren, würde den Einsatz der genannten Methoden jedoch absichern. Dies gilt insbesondere für die Marketing-Content-Matrix, die ein überaus effektives und strukturiertes Vorgehen ermöglicht, während die Matrix und die dynamischen Indikatoren spezifisch auf Projekte und Betriebe definiert werden müssen.

## 7 Kommentar und Rückblick des Autors

Für Roswitha Huber ist das LEBEN *mit Brot* eine Metapher für die Brotzeit – für den Autor ist die Brotzeit eine *Metapher für* GENUSS im Leben und FREUDE am Backen. Wie in dieser Arbeit hoffentlich hinreichend dargestellt wurde, ist die Brotzeit nicht nur Element der menschlichen Esskultur in vielen Regionen und Familien, sondern vielmehr ein Kulturen verbindendes, Grenzen überschreitendes und Menschen vereinendes Phänomen. Dieser Reichtum an FACETTEN, FARBEN, FORMEN und FASZINATION war dem Autor im Verlauf der Recherche eine große FREUDE.

Ohne Zweifel birgt die theoretische Annäherung und Auseinandersetzung mit einem natürlicherweise praktischen und kulinarisch inspirierenden Thema Herausforderungen, die bei der Formulierung des Themas nicht einmal im abstraktesten Kontext erdenklich waren. Insbesondere die Annäherung aus der Perspektive der vergleichenden Kulturwissenschaften, brachte dem Autor nicht nur neue Erkenntnisse auf interdisziplinärem Niveau, sondern provozierte auch temporäre Krisenerscheinungen und positive Momente der kritischen Selbstreflexion und Repositionierung.

Ob die methodische Herangehensweise die richtige war, kann der Autor nicht abschließend beurteilen. Trotz der theoretischen Abstraktion und Analyse, ist auch versucht worden, praktische Bezüge und konkrete Handlungskonzepte sowie Ansatzpunkte vorzuschlagen. Da es sich um eine im Ansatz per se theoretische Methodik und Analytik handelt, waren konkrete und praktische Analogien häufig nicht einfach herzustellen.

## Literaturverzeichnis

- Alber, Wolfgang (2017): WeinKulturLandschaft Württemberg. Zum Wandel eines traditionellen Arbeitsfeldes in ein modernes Multifunktionsterrain, Dissertation, Universität Tübingen, [online] doi:10.15496/publikation-19193.
- André, Jacques (2013): Essen und Trinken im alten Rom, Reclam Verlag, Philipp, jun., [online] <https://www.amazon.de/Essen-Trinken-im-alten-Rom/dp/3150109221>.
- Bäcker, Dirk (2007): Form und Formen der Kommunikation, Suhrkamp Verlag AG, [Online].
- Bäcker, Dirk (2021): Form und Medium der Digitalisierung, in: Birgit Blättel-Mink (Hrsg.), Gesellschaft unter Spannung, Bd. 40, [online] [https://publikationen.sozilogie.de/index.php/kongressband\\_2020/article/view/1282](https://publikationen.sozilogie.de/index.php/kongressband_2020/article/view/1282).
- Barlösius, Eva (2016): Soziologie des Essens: Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung.
- Beck, Klaus (2007): Computervermittelte Kommunikation im Internet, Springer VS, Bd. 52, [online] doi:10.1007/s11616-007-0287-4.
- Beck, Klaus (2010): Soziologie der Online-Kommunikation, in: W. Schweiger/K. Beck (Hrsg.), Handbuch Online-Kommunikation, VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 15–35, [online] doi:10.1007/978-3-531-92437-3\_1.
- Beck, Petra/Siegfried Beck (2010): BrotZeiten.: Der Beck - Die Geschichte einer Familienbäckerei seit 1895, 1. Aufl., Palm und Enke Verlag.
- Belle, Vaishak/Ioannis Papantonis (2021): Principles and practice of explainable machine learning, in: Frontiers in big data, Frontiers Media, Bd. 4, [online] doi:10.3389/fdata.2021.688969.
- Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften [BBAW] (2023a): Quantität, die, DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, [online] <https://www.dwds.de/wb/Quantit%C3%A4t#d-1-2> [abgerufen am 01.08.2023].
- Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften [BBAW] (2023b): Zeit, die, DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, [online] <https://www.dwds.de/wb/Zeit> [abgerufen am 08.08.2023].
- Brettschneider, Dean (2014): Bread, London, UK: Jacqui Small.
- BrotZeit e.V. (2021): brotzeitfuerkinder.com, [online] <https://www.brotzeitfuerkinder.com/die-geschichte-von-brotzeit/> [abgerufen am 26.07.2023].
- BrotZeit Schweiz | Mehr Wertschätzung fürs Brot und die, die es herstellen. (2021): BrotZeit Schweiz, [online] <https://brotzeit-schweiz.ch/> [abgerufen am 26.07.2023].
- Brotzeit Singapore (2023): Brotzeit Singapore, Brotzeit German Bier Bar & Restaurant | Authentic German Bar & Restaurant, [online] <https://brotzeit.co/> [abgerufen am 26.07.2023].
- „Brotzeitln“ – das bayerische Lebensgefühl (o. D.): Chiemsee-Alpenland Tourismus, [online] <https://www.chiemsee-alpenland.de/entdecken/essen-trinken/Brotzeit> [abgerufen am 05.08.2023].
- Burmann, Christoph (2018): Definition: Co-Branding, in: Gabler Wirtschaftslexikon, [online] <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/co-branding-27609/version-251257>.
- Canva Australia (2023): About, Canva.com, [online] <https://www.canva.com/about/> [abgerufen am 09.08.2023].
- Casperek, Petra (2013): Brotzeit, Gräfe & Unzer, [eBook] <https://www.thalia.de/shop/home/artikeldetails/A1031206754>.
- Chaffey, Dave (2023): The Content Marketing Matrix, Smart Insights, [online] <https://www.smartinsights.com/content-management/content-marketing-strategy/the-content-marketing-matrix-new-infographic/> [abgerufen am 03.08.2023].
- Conermann, Stephan (2012): Was ist Kulturwissenschaft?: Zehn Antworten aus den „Kleinen Fächern“, Bielefeld.
- Cornelsen Verlag (2023a): Best Practice, Duden.de, [online] <https://www.duden.de/node/21314/revision/1364678> [abgerufen am 20.07.2023].

- Cornelsen Verlag (2023b): Brot, Duden.de, [online] <https://www.duden.de/node/25691/revision/1336223> [abgerufen am 08.08.2023].
- Cornelsen Verlag (2023c): Brotzeit, die, Duden.de, [online] <https://www.duden.de/node/25736/revision/1336209> [abgerufen am 08.08.2023].
- Cornelsen Verlag (2023d): Dimension, die, Duden.de, [online] <https://www.duden.de/node/32970/revision/1428480> [abgerufen am 30.07.2023].
- Cornelsen Verlag (2023e): Medium, das, in: Duden.de, [online] <https://www.duden.de/node/95119/revision/1328101>.
- Coucouyt, Pete (2019): The Art and Science of Foodpairing, 1. Aufl., Mitchell Beazley.
- Deutsches Brotinstitut e.V. (2023): Wissenschaftlicher Beirat, Deutsches Brotinstitut e.V., [online] <https://www.brotinstitut.de/kontakt-impressum> [abgerufen am 08.08.2023].
- Dürscheid, Christa (2006): Äußerungsformen im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Sprachwissenschaftliche und sprachdidaktische Aspekte, in: Eva Neuland (Hrsg.), Variation im heutigen Deutsch. Perspektiven für den Sprachunterricht, Frankfurt a.M., Deutschland: Peter Lang, [online] [https://www.academia.edu/1634975/%C3%84u%C3%9Ferungsformen\\_im\\_Kontinuum\\_von\\_M%C3%BCndlichkeit\\_und\\_Schriftlichkeit\\_Sprachwissenschaftliche\\_und\\_sprachdidaktische\\_Aspekte](https://www.academia.edu/1634975/%C3%84u%C3%9Ferungsformen_im_Kontinuum_von_M%C3%BCndlichkeit_und_Schriftlichkeit_Sprachwissenschaftliche_und_sprachdidaktische_Aspekte).
- Ediger, Natalie (2022): Interaktives Storytelling: Die Zukunft des Marketings, in: Cleverclip, [online] <https://cleverclipstudios.com/de-ch/blog/die-zukunft-von-storytelling-ist-interaktiv/>.
- Einstein, Albert (1905): Zur Elektrodynamik bewegter Körper, in: Annalen der Physik, Wiley, Bd. 322, Nr. 10, S. 891–921, [online] doi:10.1002/andp.19053221004.
- Esser, Phillip (2023): Happy Foie Brotzeit, Happy Foie, [online] <https://happyfoie.com/blogs/rezepte/happy-foie-brotzeit> [abgerufen am 12.08.2023].
- Fassbender, Wolfgang (2019): Der Aufstieg - Brot wird im Restaurant zur Attraktion: Hauptdarsteller, in: NZZ Bellevue, Neue Zürcher Zeitung, 20.04.2019, [online] <https://bellevue.nzz.ch/kochen-geniessen/brot-wird-unterschaetzt-der-aufstieg-in-der-gastronomie-ld.1476269>.
- Ferrero Deutschland GmbH (2023): nutella® Deutschland, [online] <https://www.nutella.com/de/de/impressum> [abgerufen am 06.08.2023].
- Filipowsky, Simone (2020): Original Tiroler Marend, oder wie eine gute Brettljause geht, s-Küche, [online] <https://www.s-kueche.com/2019/02/original-tiroler-marend-brettljause/> [abgerufen am 07.08.2023].
- Frank, Gustav (2004): Philology in Agony oder: »Ein Bild sagt mehr als tausend Worte«: Literaturwissenschaft nach dem Pictorial Turn., in: Walter Erhart (Hrsg.), Grenzen der Germanistik. Germanistische Symposien, J.B. Metzler, Stuttgart.
- Frye, Joshua/Michael S. Bruner (2012): The rhetoric of food: Discourse, Materiality, and Power, Routledge Taylor & Francis, Bd. 9.
- Garcia Urbina, Christine (2022): Trickytime Rezepte, trickytime.com, [online] <https://trickytime.com/rezepte/> [abgerufen am 13.08.2023].
- Gatterer, Harry (2018): Future Room: Entdecken Sie die Zukunft Ihres Unternehmens, 1. Aufl., Murmann Verlag.
- Gebhardt, W./U. Göttlich/C. Albrecht (2002): Die Verszenung der Gesellschaft und die Eventisierung der Kultur, Köln: von Halem Verlag 2002, S. 287–305.
- Google Ireland Limited (2022): Google Search, Google Search - Discover How Google Search Works, [online] <https://www.google.com/search/howsearchworks/?fg=1> [abgerufen am 23.08.2023].
- Greverus, Ina-Maria (1972): Der territoriale Mensch: ein literaturanthropologischer Versuch zum Heimatphänomen.
- Greverus, Ina-Maria (1976): Über Kultur und Alltagswelt, in: Ethnologia europaea, Open Library of Humanities, Bd. 9, Nr. 1, [online] doi:10.16995/ee.2995.

- Grundmann, Fritz (2019): Schwäbische Seelen, Gekonnt Gekocht, [online] <https://www.gekonntgekocht.de/kochlexikon/schwaebische-seelen/> [abgerufen am 13.08.2023].
- Hengstenberg (2023a): Alles Rund um die Brotzeit ©, Hengstenberg, [online] [https://www.hengstenberg.de/heimatkueche/special/alles\\_rund\\_um\\_die\\_brotzeit#die\\_schwaebische\\_vesperplatte](https://www.hengstenberg.de/heimatkueche/special/alles_rund_um_die_brotzeit#die_schwaebische_vesperplatte).
- Hengstenberg (2021): Bayerische Brotzeit mit Obadzda: Wie du eine bunte Brotzeitplatte mit hausgemachtem Obadzda, luftiger Nussbutter und leckeren Beilagen zauberst, hengstenberg.de, [online] [https://www.hengstenberg.de/heimatkueche/rezepte/bayerische-vesperplatte\\_mit\\_obadzda?sessid=929d603f227c8b43ad16afbdca6db7df](https://www.hengstenberg.de/heimatkueche/rezepte/bayerische-vesperplatte_mit_obadzda?sessid=929d603f227c8b43ad16afbdca6db7df) [abgerufen am 14.08.2023].
- Hengstenberg (2018): Brotzeit und Vesper:: Von den Ursprüngen der Zwischenmahlzeit bis hin zu leckeren Rezeptideen, Hengstenberg.de, [online] [https://www.hengstenberg.de/heimatkueche/special/alles\\_rund\\_um\\_die\\_brotzeit#die\\_schwaebische\\_vesperplatte](https://www.hengstenberg.de/heimatkueche/special/alles_rund_um_die_brotzeit#die_schwaebische_vesperplatte) [abgerufen am 04.08.2023].
- Hengstenberg (2023b): Neue Heimatküche von Hengstenberg, Hengstenberg.de, [online] <https://www.hengstenberg.de/heimatkueche> [abgerufen am 21.08.2023].
- Hermann, Ursula (1992): Knaurs Etymologisches Lexikon, München: Droemersch Verlag, [online] <https://www.booklooker.de/B%C3%BCher/Ursula-Hermann+Knaurs-Etymologisches-Lexikon-Herkunft-und-Geschichte-von-10000-W%C3%B6rtern-unserer/id/AozkHtwcoiZZL>.
- Hinze, Florian (2023): Methoden der Datenerhebung | PHINEO, Wirkung lernen, [online] <https://www.wirkung-lernen.de/wirkungsanalyse/daten/quantitativ-qualitativ/> [abgerufen am 31.07.2023].
- Hirschfelder, Gunther (2012): Europäischer Alltag im Fokus der Kulturanthropologie/ Volkskunde, in: Stephan Conermann (Hrsg.), Was ist Kulturwissenschaft? Zehn Antworten aus den „Kleinen Fächern“, Bielefeld.
- Hirschfelder, Gunther (2018a): FACETTEN EINER ERNÄHRUNGSGLOBALGESCHICHTE. ESSKULTUR ALS RESULTAT HISTORISCHER PROZESSE, in: AUS POLITIK UND ZEITGESCHICHTE: Essen, Bd. 1–3, Nr. 68, S. 04–11.
- Hirschfelder, Gunther (2018b): Gesundheit und Ernährung: die Macht der Kultur, in: Biologie in Unserer Zeit, Wiley, [online] doi:10.1002/biuz.201810643.
- Hirschfelder, Gunther (2017): Grenzenlos? Über die kulinarische Kultur Europas, in: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde, Bd. 62–63, S. 199–207.
- Hirschfelder, Gunther (2009): Rheinische Kulturlandschaften – rheinische Esslandschaften?, in: Rheinisches Jahrbuch für Volkskunde, Bd. 2009–2010, Nr. 38, S. 209–224, [online] [https://www.researchgate.net/publication/272175284\\_Rheinische\\_Kulturlandschaften\\_-\\_rheinische\\_Esslandschaften\\_In\\_Rheinisches\\_Jahrbuch\\_fur\\_Volkskunde\\_38\\_20092010\\_S\\_209-224](https://www.researchgate.net/publication/272175284_Rheinische_Kulturlandschaften_-_rheinische_Esslandschaften_In_Rheinisches_Jahrbuch_fur_Volkskunde_38_20092010_S_209-224).
- Hirschfelder, Gunther (2018c): Wege aus der Digitalisierungsfalle, in: BZfE (Hrsg.), Ernährung im Fokus, Nr. 09-10 2018, [online] <https://www.bzfe.de/ernaehrung-im-fokus/archiv/archiv-2018/>.
- Hirschfelder, Gunther/Patrick Pollmer (2020): Das Wissen vom „guten“ Essen – Ernährungskommunikation als historisches Paradigma, in: Godeman/Bartelmeß (Hrsg.), Springer eBooks, S. 1–13, [online] doi:10.1007/978-3-658-27315-6\_6-1.
- Hirschfelder, Gunther/Patrick Pollmer (2018): Ernährung und Esskultur: Kulturwissenschaftliche Perspektiven, in: Aktuelle Ernährungsmedizin, Thieme Medical Publishers (Germany), Bd. 43, Nr. 01, S. 41–55, [online] doi:10.1055/s-0043-117819.
- Huber, Roswitha (2010): Gutes Brot, 1. Aufl., München, Deutschland: Dort-Hagenhausen-Verlag.
- ISO 9000:2015 (2015): ISO, [online] <https://www.iso.org/standard/45481.html> [abgerufen am 31.07.2023].
- Jimenez, Ana (2022): Co Branding als temporäre Zusammenarbeit von Unternehmen – vorteilhaft oder nicht?, in: UnternehmerJournal.de, [online] <https://www.unternehmerjournal.de/co-branding-ratgeber/>.

- Junkelmann, Marcus (2006): Panis Militaris. Die Ernährung des römischen Soldaten oder der Grundstoff der Macht : Junkelmann, Marcus: Amazon.de: Books, 3. Aufl., wbg Philipp von Zabern in Wissenschaftliche Buchgesellschaft, [online] <https://www.amazon.de/Militaris-Ern%C3%A4hrung-r%C3%B6mischen-Soldaten-Grundstoff/dp/3805323328>.
- Kapust, Andre (2022): Qualität, QUALITY.DE, [online] [https://www.quality.de/lexikon/qualitaet/#cite\\_ref-3](https://www.quality.de/lexikon/qualitaet/#cite_ref-3) [abgerufen am 31.07.2023].
- Kärntner Medienzentrum für Bildung und Unterricht (2014): BrotZeit. Idee, BrotZeit. Lesachtaler Brot, [online] <https://lesachtalerbrot.wordpress.com/idee/> [abgerufen am 20.06.2023].
- Katschig-Fasch, Elisabeth (2004): Lebensstil als kulturelle Form und Praxis, in: E. List/E. Fiala (Hrsg.), Grundlagen der Kulturwissenschaft. Interdisziplinäre Kulturstudien, Tübingen/ Basel: A. Francke, S. 301–321.
- Kleinert, Michael/Bernd Kütscher (2018): Die Sprache des Brotes, 1. Aufl., Matthaes Verlag, [online] <https://www.amazon.de/Die-Sprache-Brotes-Brotqualit%C3%A4t-beschreiben/dp/3875152123>.
- Koch, Gertraud (2014): Ethnografieren im Internet, in: Christine Bischoff/Walter Leimgruber/Karoline Oehme-Jüngling (Hrsg.), Methoden der Kulturanthropologie, 1. Aufl., UTB GmbH.
- Leber, Martina/Ulrich Oevermann (1994): Möglichkeiten der Therapie-Verlaufs-Analyse in der objektiven Hermeneutik, in: Detlef Garz/Klaus Kraimer (Hrsg.), Die Welt als text. Theorie, Kritik und Praxis der objektiven Hermeneutik, Suhrkamp, S. 383–438.
- Lenz, Caroline (2014): Ein Kerl zur Brotzeit, Ullstein Taschenbuch.
- Lich, Barbara (2021): Die Geschichte vom Brot, geolino.de, [online] <https://www.geo.de/geolino/mensch/3954-rtkl-brot-die-geschichte-vom-brot> [abgerufen am 11.08.2023].
- Luhmann, Niklas (1998a): Die Gesellschaft der Gesellschaft, 11. Aufl., Suhrkamp Verlag, [online] <https://www.suhrkamp.de/buch/niklas-luhmann-die-gesellschaft-der-gesellschaft-t-9783518289600>.
- Luhmann, Niklas (1998b): Die Gesellschaft der Gesellschaft, Suhrkamp Verlag AG, [online] <https://www.suhrkamp.de/buch/niklas-luhmann-die-gesellschaft-der-gesellschaft-t-9783518289600>.
- Luhmann, Niklas (1987): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie, 18. Aufl., Suhrkamp Verlag, [online] <https://www.suhrkamp.de/buch/niklas-luhmann-soziale-systeme-t-9783518282663>.
- Markgraf, Daniel (2018): Definition: Was ist Qualität, in: Gabler Wirtschaftslexikon, [online] <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/qualitaet-45908>.
- Maslow (1943): A theory of human motivation, in: Psychological Review, Bd. 50, Nr. 4, S. 370–396, [online] doi:10.1037/h0054346.
- mdr WISSEN (2019): Was ist Zeit?, in: mdr.de, 23.07.2019, [online] <https://www.mdr.de/wissen/was-ist-zeit-raumzeit-100.html> [abgerufen am 30.07.2023].
- Meffert, Heribert (1994): Marketing-Management, Gabler Verlag eBooks, 1. Aufl., Gabler Verlag Wiesbaden, [online] doi:10.1007/978-3-322-94537-2.
- Meffert, Heribert/Christoph Burmann/Martin Koers (2002): Markenmanagement, 1. Aufl., Gabler Verlag Wiesbaden, [EBook] doi:10.1007/978-3-322-92976-1.
- Microsoft Ireland Operations Limited (2023): Microsoft Bing Image Creator, Microsoft Bing, [online] <https://www.bing.com/> [abgerufen am 19.07.2023].
- Mock, Thomas (2006): Was ist ein Medium?, in: Publizistik, Springer VS, Bd. 51, Nr. 2, S. 183–200, [online] doi:10.1007/s11616-006-0056-9.
- Morsch, Oliver (2018): Ein Blick in die vierte Dimension, Ein Blick in die vierte Dimension | ETH Zürich, [online] <https://ethz.ch/de/news-und-veranstaltungen/eth-news/news/2018/01/topologische-phasen.html> [abgerufen am 09.06.2023].

- Müller, Andreas (2014): Raumzeit, Spektrum - Lexikon der Astronomie, [online] <https://www.spektrum.de/lexikon/astronomie/raumzeit/393> [abgerufen am 30.07.2023].
- Muschel, Roland (2021): Neue Kampagne für Baden-Württemberg: The Länd statt s'Ländle?, in: swp.de, 08.11.2021, [online] [https://www.swp.de/baden-wuerttemberg/die-neue-kampagne-fuer-baden-wuerttemberg-the-laend-statt-s\\_laendle-60688675.html](https://www.swp.de/baden-wuerttemberg/die-neue-kampagne-fuer-baden-wuerttemberg-the-laend-statt-s_laendle-60688675.html) [abgerufen am 14.08.2023].
- OpenAI (2023): „Brotzeit“ Meaning and Traditions, ChatGPT, [online] <https://chat.openai.com/?model=text-davinci-002-render-sha> [abgerufen am 03.08.2023].
- Österreichische Unesco-Kommission (2019): BrotZeit, Österreichische UNESCO-Kommission, [online] <https://www.unesco.at/kultur/immaterielles-kulturerbe/umsetzung-in-oesterreich/register-guter-praxisbeispiele/detail/article/brotzeit> [abgerufen am 17.06.2023].
- Österreichische Unesco-Kommission (2011): Wiener Kaffeehauskultur, Österreichische UNESCO-Kommission, [online] <https://www.unesco.at/kultur/immaterielles-kulturerbe/oesterreichisches-verzeichnis/detail/article/wiener-kaffeehauskultur> [abgerufen am 17.06.2023].
- Ostrosablin, Vitaly (2014): From Point to Tesseract, Wikimedia Commons, [online] <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0> [abgerufen am 30.07.2023].
- n-cubes from point to tesseract, created by movement of (n-1) cube over perpendicular axis.
- Parsons, Talcott/Edward A. Shils (1951): PART 2. Values, Motives, and Systems of Action, Toward a General Theory of Action, Harvard University Press, [online] doi:10.4159/harvard.9780674863507.c4.
- Peez, Georg (2007): Fotoanalyse nach Verfahrensprinzipien der objektiven Hermeneutik, in: VS Verlag für Sozialwissenschaften eBooks, S. 121–141, [online] doi:10.1007/978-3-531-90399-6\_6.
- Pfeiffer, Franziska (2023): Gendern in wissenschaftlichen Arbeiten: So geht's, in: Scribbr, [online] <https://www.scribbr.de/wissenschaftliches-schreiben/gendern-in-wissenschaftlichen-arbeiten/>.
- Pöhl, Veronika (2015): Die medile Dimension des Stilbegriffs in Kunst- und Wissenschaftstheorie, in: MEDIENwissenschaft: Rezensionen/ Reviews, Bd. 32, Nr. 2, [online] doi:10.25969/mediarep/5034.
- Radermacher, Martin (2017): Eine Fotografie als Quelle der Erforschung räumlich-materieller Arrangements: Methodologische Überlegungen, in: Irene Ziehe/Ulrich Hägele (Hrsg.), Eine Fotografie. Über die transdisziplinären Möglichkeiten der Bildforschung, Waxmann, S. 167–181.
- Reichert, Jo (2011): Die Sequenzanalyse in der Hermeneutik, in: unkorrigiertes Manuskript für das Methodenfestival in Basel.
- Relativity GmbH Berlin (2023): Mindverse Künstliche Intelligenz, Mindverse, [online] [https://www.mindverse.de/?\\_gl=1\\*ij5dcpm\\*\\_gcl\\_au\\*NjU2NDUxMjk5LjE2ODY5NTA2Mzc.](https://www.mindverse.de/?_gl=1*ij5dcpm*_gcl_au*NjU2NDUxMjk5LjE2ODY5NTA2Mzc.) [abgerufen am 02.08.2023].
- RetroSpots (2016): Nutella Werbung Brotzeit 1995, [YouTube DE] <https://youtu.be/t4-QYrG768U> [abgerufen am 23.07.2023].
- Riehl, Wilhelm Heinrich (1906): Die Pfälzer, 3. Aufl., Stuttgart: Cotta, [online] [https://books.google.com.pr/books?id=c2DTAAAAMAAJ&source=gbs\\_book\\_other\\_versions\\_r&cad=4](https://books.google.com.pr/books?id=c2DTAAAAMAAJ&source=gbs_book_other_versions_r&cad=4).
- Röhrle, Bernd (2016): Komplexitätsreduktion, Psyhyrembel Online, [online] <https://www.psyhyrembel.de/Komplexit%C3%A4tsreduktion/Po3K8> [abgerufen am 25.07.2023].
- Rützler, Hanni/Wolfgang Reiter (2023): Food Report 2024, Zukunftsinstitut GmbH Frankfurt a. M., [online] <https://www.dfv-fachbuch.de/Food-Report-2024/LZFOODRP24>.
- Scheller, Nico (2023): Philosophie, Lokalbäckerei Brotzeit, [online] <https://lokalbaeckerei-brotzeit.de/> [abgerufen am 26.07.2023].
- Schönberger, Gesa (2011): Die Mahlzeit und ihre soziale Bedeutung: Simmel, Wiegmann, Douglas, Tolksdorf, Barlösius, in: VS Verlag für Sozialwissenschaften eBooks, S. 17–25, [online] doi:10.1007/978-3-531-92886-9\_2.



- Schwäbische Alb Tourismusverband e.V. (2020): Die schwäbische Brezel-Saga, Schwäbische Alb, [online] <https://www.schwaebischealb.de/alb-geschichten/die-schwaebische-brezel-saga> [abgerufen am 13.08.2023].
- Simmel, Georg (1910): Soziologie der Mahlzeit, in: Der Zeitgeist, Beiblatt zum Berliner Tageblatt, Nr. 41, Berlin: Festnummer zum hundertjährigen Jubiläum der Berliner Universität, S. 1–2.
- Sokolowski/Heckhausen (2010): Soziale Bindung: Anschlussmotivation und Intimitätsmotivation, in: Springer-Lehrbuch, S. 193–210, [online] doi:10.1007/978-3-642-12693-2\_7.
- Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft (2023): Rekultivierung: Lexikon der Biologie, Spektrum.de, [online] <https://www.spektrum.de/lexikon/biologie/rekultivierung/56183> [abgerufen am 16.08.2023].
- Staff, SG (2022): 20 Best Bakeries in Singapore for the Freshest Bakes, SG Magazine, [online] <https://sgmagazine.com/restaurants/news/best-bakery-singapore/> [abgerufen am 15.07.2023].
- Stein-Hölkeskamp, Elke (2011): Das römische Gastmahl, 2. Aufl., C.H.Beck, [online] <https://www.chbeck.de/stein-hoelkeskamp-roemische-gastmahl/product/8272688>.
- Stephan, Julia (2020): Brotzeit – 7 traditionelle und neue Ideen fürs kalte Abendessen, Kitchen Stories, [online] <https://www.kitchenstories.com/de/stories/brotzeit-7-traditionelle-und-neue-ideen-furs-kalte-abendessen> [abgerufen am 13.08.2023].
- Stiftung Historische Museen Hamburg (2023): Fofftein der Schauerleute 1967, shmh.de, [online] <https://www.shmh.de/objekte-schauerleute-im-hamburger-hafen-machen-fofftin/> [abgerufen am 14.08.2023].
- Süddeutsche Zeitung/Eva Walzl (2021): „Likes sind quasi eine eigene Währung“, in: Süddeutsche.de, 01.03.2021, [online] <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/dachau/indersdorf-influencer-josef-schilcher-1.5220375> [abgerufen am 20.06.2023].
- Sutor, Manfred (2021): Brotzeit in der Höllenklamm, Sound Neverrest, [Audio Book] <https://www.thalia.de/shop/home/artikeldetails/A1063134523>.
- Tolksdorf, Ulrich (1976): Strukturalistische Nahrungsforschung, in: Ethnologia europaea, Open Library of Humanities, Bd. 9, Nr. 1, [online] doi:10.16995/ee.2989.
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (2023): Schwäbische Vesper Bowl, Tourismus BW, [online] <https://www.tourismus-bw.de/erleben/bw-stories/schwaebische-vesper-bowl> [abgerufen am 13.08.2023].
- Tschofen, Bernhard (2008): Kulinaristik und Regionalkultur.: Kulturwissenschaftliches zur regionalen Küche in Theorie und Praxis., in: Alois Wierlacher/Regina Bendix (Hrsg.), Kulinaristik. Forschung Lehre Praxis (Wissenschaftsforum Kulinaristik), Bd. 1, S. 63–79.
- Urban, Antje (2022): Brot als Statement in der Spitzengastronomie, nomyblog, [online] <https://www.nomyblog.de/nomyblog/gastronomie/brot-als-statement-in-der-spitzengastronomie/> [abgerufen am 25.07.2023].
- Vee (2022): Brotzeit (Vesper), Christina und Alexander Pestl (Hrsg.), Selbstgemacht - Der Foodblog, [online] <https://www.habe-ich-selbstgemacht.de/brotzeit-vesper-rezept/> [abgerufen am 13.08.2023].
- Villbrandt, Jules (2018): Unser Genussritual: Eine festliche Brotzeit, Herz und Blut, [online] <https://www.herzundblut.com/blog-1/unser-genussritual-eine-festliche-brotzeit> [abgerufen am 16.08.2023].
- Welter, Michael (2022): Bayrische Brotzeit, Jodler.de, [online] <https://www.jodler.de/blogs/blog/bayrische-brotzeit> [abgerufen am 13.08.2023].
- Wild, Corinna (2020): BROTZEIT = die schönste Zeit!: Tolle neue Brotzeit-Rezepte mit dem Thermomix, C. T. Wild Verlag.
- wissenschaft.de (2007): „Zeit ist das, was man an der Uhr abliest“, wissenschaft.de, [online] <https://www.wissenschaft.de/allgemein/zeit-ist-das-was-man-an-der/> [abgerufen am 30.07.2023].
- Wurster, Miriam (2020): Wurster Cartoon Blog, wurster-cartoon-blog.de, [online] <https://wurster-cartoon-blog.de/zahnarzt/> [abgerufen am 13.08.2023].

Ziehe, Irene/Ulrich Hägele (2017): Die eine Fotografie, in: Eine Fotografie. Über die transdisziplinären Möglichkeiten der Bildforschung, Waxmann, S. 9.

*Eidesstattliche Erklärung des Autors*

Ich versichere, dass ich die vorliegende Projektarbeit mit dem Titel:

*BrotZEIT – analysiert | interpretiert | rekultiviert*

---

selbständig, nur mit den angegebenen Hilfsmitteln und ohne Hilfe Dritter angefertigt habe. Alle Inhalte, die identisch oder annähernd aus einer anderen Veröffentlichung entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht worden. Die Arbeit ist noch nicht veröffentlicht und keiner anderen Prüfungskommission vorgelegt worden.

Konstanz,

Ort, Datum

Matthias Hermjakob

Unterschrift

---