



Halal nach Gottes Willen

Global Village: Warum in einem Schweizer Dorf Blätterteig nach islamischer Speisevorschrift entsteht

Walter Leisi hält zwei gerollte Teigstangen in der Hand, verpackt in Glanzfolie, die eine ist französisch beschriftet, die andere arabisch. In beiden befindet sich der gleiche Blätterteig, 196 Schichten aus Mehl, Margarine, Butter, Wasser, Salz – fast gleich, denn es gibt einen Unterschied, winzig, aber entscheidend: Der eine Teig wird mit Alkohol konserviert, der andere mit Kaliumsorbat.

Beide schmecken identisch, nur der Geruch ist anders. „Etwas käsiger“ rieche der Teig mit Kaliumsorbat, sagt Walter Leisi, 63, ein fröhlicher Schweizer mit violetter Kurzarmhemd und einer goldenen Uhr. Er ist Fabrikdirektor der Nestlé-Produktion im schweizerischen Wangen bei Olten und der Erfinder des Leisi-Quick, des weltweit ersten Fertigblätterteigs auf Backpapier, gekühlt, nicht gefroren, den man nur noch in den Backofen schieben muss. Über 41 000 Tonnen Frischteig produziert die Fabrik im Jahr, eine gewaltige Menge.

Allerdings, es geht hier nicht um Geschmack, auch nicht um Geruch, es geht um Gottes Willen.

Immer mehr Muslime besinnen sich auf einen frommen Lebensstil, und dazu gehört es, dass sie sich an die Speisevorschriften des Koran halten. Danach wird die Nahrung in „halal“ und „haram“ eingeteilt, in erlaubt und verboten. Haram sind Schweinefleisch, Blut, Alkohol. Das klingt übersichtlich, ist aber in Zeiten moderner Lebensmittelproduktion alles andere als einfach. Verbotenes verbirgt sich in Bouillon, Gelatine, Gewürzmischungen, auch viele Konservierungsmittel werden mit Alkohol hergestellt, und selbst im Klebstoff der Verpackung können tierische Fette stecken oder in den Produktionsanlagen Schweineborsten. Oder eben im Blätterteig, dessen Alkohol zwar beim Backen verdampft, aber eben nicht ganz.

Viele islamische Länder schreiben Halal-Lebensmittel vor, und in den vergangenen Jahren sind sie sogar zu einem globalen Trend geworden. Der derzeitige Markt wird auf 350 Milliarden Euro geschätzt, jeder fünfte Mensch auf Erden ist Muslim – und die Kaufkraft der Muslime steigt mit ihrem religiösen Selbstbewusstsein.

Islamische Länder, vornweg Malaysia, fördern die Nachfrage, sogar Mineralwasser und Reis sind jetzt halal. Ganze Forschungsinstitute beschäftigen sich mit der Frage, ob die Zusatzstoffe E100, E407 oder E418 für gläubige Muslime erlaubt sind. Auch Lippenstifte, Medikamente und Cremes stehen unter Haram-Verdacht. Es geht um Religion, ja, aber noch viel mehr geht es ums Geschäft.

Und so ist, was nicht halal ist, vielleicht bald nicht mehr global. Deshalb produziert Nestlé, der größte Lebensmittelkonzern der Welt, 64,9 Milliarden Euro Umsatz im vergangenen Jahr, bereits in 75 von 480 Fabriken weltweit nach den Vorschriften

muslimische Kunden. Und Nestlé produziert seit zwei Jahren in sieben europäischen Fabriken ohne Schwein, Blut und Alkohol: Wurst in Frankreich, Nescafé in Deutschland, Milchpulver in Spanien.

Und weil Nestlé festgestellt hat, dass sich Blätterteig besonders gut bei Muslimen verkauft, hat die Globalisierung nun auch Wangen bei Olten erreicht, einen Ort mit 4983 Einwohnern, der sich kürzlich heftig, aber erfolglos gegen den Bau eines Minaretts wehrte. So kommt es, dass Walter Leisi, dessen Vater 1938 mit der Produktion von Kuchen- und Blätterteig in Blockform begann und dessen Kinderzimmer einst neben den Knetmaschinen lag, jetzt Begriffe wie „Quality Monitoring Scheme“ auf eine weiße Tafel schreibt und ein Zertifikat besitzt, ausgestellt vom „Institut Musulman de la Mosquée de Paris“ für „Pâte à tarte sans Alcool (halal)“.

Seit der Erfindung von Leisi-Quick hat sich viel verändert. Der einstige Familienbetrieb ist inzwischen an Nestlé verkauft, und nicht mehr die französische Mirabellen-ernte bestimmt die Nachfrage nach Blätterteig, sondern der Ramadan.

Verkauft wird der Blätterteig vor allem nach Frankreich, ins Land der Quiche. Wenn es gut läuft, soll es bald auch mehr Halal-Produkte geben, Mürbe- oder Pizzateig, muslimische Hausfrauen backen gern. „Das gehört heutzutage zur Abrundung des Sortiments“, sagt Walter Leisi.

Dann streift er einen mehlweißen Kittel über, setzt eine Haube auf und führt durch die Fabrik, vorbei an chromblitzenden Knetmaschinen und Fließbändern, auf denen 24 Stunden lang Teigplättchen, Teighäufchen und Teigrollen kreuz und quer vorbeifahren.

Halal oder nicht halal, einen Unterschied sieht man nicht, die Maschinen sind dieselben. Sie müssen regelmäßig mit Alkohol gereinigt werden, der nach einer Viertelstunde verdampft ist, und immer danach produzieren sie hier eine führe Halal-Blätterteig, so hat es der Islamologe genehmigt. „Eigentlich ist es ganz einfach“, sagt Walter Leisi und lächelt.

JULIANE VON MITTELSTAEDT



Fabrikdirektor Leisi: „Das gehört zur Abrundung des Sortiments“

aus dem siebten Jahrhundert. Die Schweizer sind der größte Hersteller von verarbeiteter Halal-Nahrung, hauptsächlich für Südostasien und Nahost, sie haben damit im vergangenen Jahr 2,4 Milliarden Euro Umsatz gemacht – mehr als mit Bio-nahrung, dem anderen, westlichen Trend. Damit es so bleibt, werden die Produkte von „Islamologen“, die mit Hightech-Analysegeräten arbeiten, geprüft, zertifiziert und regelmäßig kontrolliert.

Auch Europa passt sich allmählich an, die Nachfrage nach Halal-Produkten wächst jährlich im zweistelligen Prozentbereich. McDonald's hat vor einem Jahr in London die erste europäische Filiale mit Halal-Burgern eröffnet, der Umsatz stieg sofort. Die britischen Supermarktketten Tesco und Sainsbury's haben eigene Halal-Regale eingerichtet und werben gezielt um