

# DACHMARKE RHÖN

Die Marken der Rhön in den  
Landkreisen Bad Kissingen, Fulda, Rhön-Grabfeld, Schmalkalden-Meiningen, Wartburgkreis

**AKTUELLE PRESSEMITTEILUNG**  
**04.05.2015**



Probieren war beim Branchenforum 2015 in Dermbach ausdrücklich erwünscht: Hier präsentiert beispielsweise Gerhard Schuck von der Rhöner Natur O-L-A in Oberalba (rechts) seine Obstweine, Liköre und Ansatzschnäpse. Die Produkte sind in der gesamten Region einmalig. In der Küche sorgen sie beispielsweise für deftige Soßen.

Fotos: Freies Journalistenbüro der Rhön



# Regionale Produkte bieten klare Chance der Profilierung

Branchenforum beendet aktuelle Seminarreihe der RhönSprudel Genussakademie

**RHÖN. Mit dem Branchenforum „Chefs unter sich“ fand die Seminarreihe der RhönSprudel Genussakademie für das vergangene Winterhalbjahr jetzt im Rhönhotel „Sächsischer Hof“ in Dermbach ihren Abschluss. Im Herbst werden die beliebten Fortbildungsangebote für die einheimische Gastronomie und Hotellerie fortgesetzt.**

„Als regionaler, familiengeführter Mineralbrunnen möchten wir mit dieser Seminarreihe die Gastronomie und den authentischen Genuss in der Region fördern. Die vielen positiven Reaktionen der Gastronomen nehmen wir zum Anlass, auch im kommenden Winterhalbjahr unsere Seminare weiterzuführen“, sagte Ariane Diegelmann vom RhönSprudel Marketing. Die RhönSprudel Genussakademie ist eine Gemeinschaftsinitiative des Mineralbrunnen RhönSprudel und der Dachmarke Rhön. In erster Linie sollen die Seminare dazu beitragen, den regionalen Wareneinsatz in den Restaurantküchen zu steigern sowie neue Produktideen für die Gastronomie zu entwickeln.

Zum diesjährigen Branchenforum waren rund 50 Gastronomen und Produzenten aus der bayerischen, hessischen und thüringischen Rhön gekommen. Damit wurde das Treffen auch zu einer echten Kontaktbörse. „Es ist wichtig, dass wir der einheimischen Gastronomie und Hotellerie zeigen, wie viele hervorragende Produkte es in unserer Region gibt, wer diese Produkte herstellt und wo man sie bekommen kann“, meinte Martina Klüber-Wibelitz vom



Büro Antsanvia in Schleid. Sie organisiert die Seminare im Auftrag der RhönSprudel Genussakademie. Im Anschluss an den offiziellen Teil des Branchenforums konnten in lockerer Runde entsprechende Kontakte geknüpft werden. Außerdem hatte das Rhönforum e.V. als Verein für Regionalentwicklung und Tourismus in der Thüringer Rhön im Rahmen seiner Regionalkampagne „Wir sind Rhön – auch in Thüringen“ ein Buffet organisiert. Hier gab es solche regionalen Spezialitäten wie Rhöner Bruschetta, Apfelbratwurst oder Rinderbrust mit Rhöner Nudeln und fränkischen Kartoffeln.

Prof. Dr. Gerhard Jahreis vom Lehrstuhl für Ernährungsphysiologie an der Friedrich-Schiller-Universität in Jena widmete sich in seinem Vortrag den gesunden Lebensmitteln aus der

Rhön und der Lebensmittelvielfalt. Eine Alternative zu Weizen oder Roggen könnte in der Rhön der Anbau alter Dinkel- und Hafersorten sein. Diese gedeihen nämlich gut auf kargen Böden. Die extensive Bio-Landwirtschaft mit Rinder- und Schafbeweidung stehe für gutes Fleisch sowie gute Milch und damit auch für guten Käse. Letztlich gehe es darum, die Rhön als Gesundheitsland zu begreifen. Die Kombination aus Landschaft, Bewegung, Ernährung und Gastronomie biete dafür beste Voraussetzungen.

Regionale Produkte stünden in der einheimischen Gastronomie für Glaubwürdigkeit, unterstrich Martina Klüber-Wibelitz in ihrem Vortrag. Durch den Einsatz regionaler Produkte könne sich das jeweilige Gasthaus oder Hotel profilieren. Allerdings müssten regionale Produkte für den Gast erlebbar sein. Dazu gehören die passende Einrichtung des Lokals sowie originelle Rhöner Gerichte, beispielsweise Rhönlamm-Spezialitäten. Highlights seien Verkostungen, Erlebnisführungen oder – wie es ein Partnerbetrieb der Dachmarke Rhön aus Franken praktiziert – eine Weinverkostung direkt im Weinberg. Die Regionalität müsse sich durch die gesamte Speisekarte erstrecken und das jeweilige Logo, Briefpapier und den Online-Auftritt mit einbeziehen. „Regionalität zu leben bedeutet innovativ und modern zu sein“, hob Martina Klüber-Wibelitz hervor. Die stellvertretende Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön, Hannelore Rundell, wies auf die speziellen Qualitätskriterien hin, die für die Produkte der Rhöner Regionalmarke gelten. So beziehe die Dachmarke Rhön in ihre Definition von Regionalität auch die Futtermittel mit ein. Hinzu komme die Teilnahme der Produzenten an einem Rückstandsmonitoring.

„In der Gastronomie ist ganz wichtig, dass man die Möglichkeit nutzt, Lieferanten aus der direkten Umgebung zu haben. Ich habe heute viele von ihnen kennenlernen dürfen. Für mich in der Küche ist der Bio-Käse und das Lammfleisch aus der Rhön sehr interessant“, schätzte Yvonne Kollmann, Küchenchefin im Hotel & Restaurant „Peterchens Mondfahrt“ auf der Wasserkuppe (Hessen)



ein. Für Berthold Vogt, Geschäftsführer des Rhönhotels „Sächischer Hof“ in Dermbach (Thüringen), war das Branchenforum ein Beweis dafür, dass es in der Rhön nur miteinander geht. „Wir alle in der Gastronomie sind Kollegen, keine Konkurrenten. Die Rhön muss in Zukunft verstärkt geschlossen nach außen auftreten. Wir haben viele gute regionale Produkte, und die müssen sich kulinarisch in den Speisekarten wiederfinden.“ Traudl Simon-Trensch vom Landgasthaus „Rhönblume“ in Bischofsheim v. d. Rhön (Bayern), war extra wegen der möglichen neuen Kontakte zu Lieferanten nach Dermbach gekommen. „Ich

möchte in meinem Gasthaus so viel wie möglich aus der Rhön auftischen, denn ich bewirte vorwiegend Touristen. Die verlangen die typischen regionalen Produkte. Für mich hat sich das Branchenforum auf jeden Fall gelohnt – es wird definitiv neue Geschäftsbeziehungen mit Erzeugern geben“, sagte die Unternehmerin.

Weitere Informationen zur RhönSprudel Genussakademie gibt es im Internet unter [www.rhoensprudel-genussakademie.de](http://www.rhoensprudel-genussakademie.de). Interessierte können sich auf dieser Seite auch über die vergangenen Seminarreihen der Gemeinschaftsinitiative des Mineralbrunnen RhönSprudel und der Dachmarke Rhön ein Bild machen.