

DACHMARKE RHÖN

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

AKTUELLE PRESSEMITTEILUNG



Warben anlässlich eines Themenabends für das Rhönlamm in der heimischen Gastronomie: die stellvertretende Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön GmbH Hannelore Rundell, Schäfer Dietmar Weckbach aus Wüstensachsen und Edeltraud Woitek aus dem Restaurant & Café „Die Scheune“ in Brendlorenzen (Foto oben). Dietmar Weckbach ließ es sich nicht nehmen und überzeugte sich selbst in der Küche davon, welche Speisen Edeltraud Woitek aus seinem Rhönlamm zubereitet hat (Bild links).

Fotos: Stefan Kritzer



Das Rhönlamm als Chance für die einheimische Gastronomie

Gut besuchter Themenabend / Ganzes Lamm zum Buffet verarbeitet

BAD NEUSTADT. Das Rhönlamm ist nicht nur der Sympathieträger der Region schlechthin, sondern auch eine Spezialität, die der einheimischen Gastronomie ein deutliches Potenzial nach oben bescheren kann. Diese Erkenntnis und die Tatsache, dass man aus Rhönlamm unverwechselbare und originelle Gerichte kochen kann, waren das Ergebnis eines Themenabends, zu dem jetzt das Café & Restaurant „Die Scheune“ im Bad Neustädter Ortsteil Brendlorenzen als offizieller Partnerbetrieb der Dachmarke Rhön eingeladen hatte.

Bereits seit der Eröffnung des Restaurants im Jahr 2007, das inzwischen mit drei Silberdisteln der Dachmarke Rhön ausgezeichnet ist, arbeiten Edeltraud Woitekat und Franz Mlynek mit Rhönschäfer Dietmar Weckbach aus dem hessischen Ehrenberg-Wüstensachsen zusammen. Er beliefert regelmäßig die Küche der „Scheune“ mit frischem Rhönlamm. „Wir brauchen als Restaurant dieses Rhönlamm, um uns auf dem Markt zu etablieren – nämlich mit einer absoluten Spitzenqualität. Wenn es eine solche Spezialität in der Region gibt, dann sollte man als Gastronomiebetrieb diese Chance nutzen“, sagt Mlynek. Bereits 2008 hatte das Restaurant in Brendlorenzen den „Rhönburger“ kreiert – natürlich aus Lammfleisch. „Viele Gäste kommen extra deswegen zu uns“, hebt der Gastwirt hervor.

Dietmar Weckbach ging in seinem Vortrag neben seiner eigenen Vergangenheit als Wanderschäfer auch auf die Geschichte des Rhönschafs ein. Napoleon habe es bei seinem Durchzug durch die Region probiert und sofort angeordnet, dass entsprechende Herden zu Fuß nach Frankreich gebracht werden. Noch heute stehe es dort unter dem Namen „kaiserliches Schaf“ auf den Speisekarten und gelte als absolute Delikatesse. „Der Fettanteil beim Rhönschaf ist sehr gering. Das zeigt sich im besonderen Geschmack vom Fleisch und macht auch eine Schafsalami so lecker“, erklärte Weckbach. Außerdem sei das Rhönschaf auf den kräuterreichen Wiesen der Hochrhön unterwegs. Natürlicher und langsamer könne Fleisch nicht heranwachsen, unterstrich der Schäfer.

Im Anschluss an den Vortrag konnten sich alle Gäste am Rhönlamm-Buffet davon überzeugen, welche Gerichte aus dem Rhöner Tier hergestellt werden können. Bekannt sind der Rhönlamm-Gulasch und die Lammhaxe. Edeltraud Woitekat zeigte aber, dass nicht nur die edlen Teile des Rhönlamms schmecken. Auch Herz, Niere und Leber ergeben einen besonderen Leckerbissen, wenn sie beispielsweise in einer Amarena-Kirsch-Soße serviert werden. Drei Tage lang war sie damit beschäftigt, aus den einzelnen Teilen die Gerichte zusammenzustellen und die Soßen zu verfeinern. Bei den Soßen verzichtete sie bewusst auf Fertigprodukte oder gar Geschmacksverstärker. Wie früher entstand der Soßenfonds aus den Sehnen und Knochen des Lamms.

„Uns ging es darum, nicht nur theoretisches Wissen über das Rhönlamm zu vermitteln, sondern eine Brücke zwischen den Gästen und demjenigen aufzubauen, der sich das ganze Jahr um seine Lämmer kümmert“, hob Franz Mlynek hervor. „Die Scheune“ plane in diesem Jahr noch weitere Themenabende, die sich den besonderen kulinarischen Genüssen der Rhön widmen. Am 30. April stehe beispielsweise der Rhöner Weideochse im Mittelpunkt eines Vortrages, wiederum gekoppelt mit einem Buffet. „Wenn wir für Produkte aus der Rhön werben wollen, dann müssen wir als Gastronomen selbst aktiv werden, um unsere Gäste dafür zu sensibilisieren. Hinter diesen Themenabenden steht auch die Frage, wie es gelingt, gutes und gesundes Essen mit Produkten aus der Region zu verbinden“, sagt der Gastwirt.

„Der Themenabend zum Rhönlamm kam deshalb so gut beim Publikum an, weil die Initiative dazu direkt vom Restaurant gekommen ist. Das war keine aufgesetzte Veranstaltung, sondern von denjenigen organisiert, die täglich damit zu tun haben“, sagt die stellvertretende

Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön GmbH, Hannelore Rundell. Die Dachmarke Rhön sei darauf angewiesen, dass die Markennutzer selbst aktiv werden, denn nur so werde die Dachmarke und ihr Inhalt lebendig. „Die anwesenden Gäste hat auch die direkte persönliche Beziehung zwischen Gastwirt und Schäfer begeistert. Das trägt dazu bei, Vertrauen aufzubauen, und die Möglichkeiten, die unser inzwischen bestehendes regionale System bietet, an konkreten Personen festzumachen“, sagt Rundell.