

Region Rorschach, Archiv: 17. Oktober 2007

Regionale Produkte sind im Trend

Wettbewerb für Regionalprodukte: Silber für die Rorschacher Molkerei Fuchs, Bronze für die Thaler «Sennhütte»



Jürg Fuhrer von der «Sennhütte» präsentiert das mit Bronze ausgezeichnete «Rhintaler Fondue».

rorschach/Thal. An der Olma ausgezeichnet wurden ein Vollmilchquark der Molkerei Fuchs und das «Rhintaler Fondue» von Jürg Fuhrer, das mit Rheintaler Maisbier statt mit Weisswein hergestellt wird.

GISELA TOBLER

Die Konsistenz ist cremig, weder gummig noch griessig, es zieht keine Fäden, duftet verführerisch und schmeckt köstlich. Dieser Meinung war auch die Fachjury des Schweizerischen Wettbewerbs der Regionalprodukte, die das «Rhintaler Fondue» von Jürg Fuhrer mit 17 von 20 Punkten bewertet hat. Als Anerkennung für sein innovatives Produkt wird dem Inhaber der Thaler «Sennhütte» am Samstag, 20. Oktober, zwischen 11 und 12.30 Uhr an der Olma (Halle 9.2) die Bronzemedaille überreicht.

Bier statt Wein

Das Culinarium-zertifizierte Quickfondue wird als fixfertige Mischung angeboten. Sie enthält vier verschiedene Käsesorten aus Rheintaler Käseereien und statt dem traditionellen Weisswein währschafte Maisbier aus Rheintaler Ribelmals der Brauerei Sonnenbräu. Das «Rhintaler Fondue» gibt es nunmehr seit vier Jahren. «Ich habe lange getüftelt, bis die Mischung perfekt war», verrät Jürg Fuhrer mit berechtigtem Stolz, «und die Rückmeldungen waren von Beginn weg sehr erfreulich.» Genauere Angaben über die Herkunft der Käsesorten und das Mischverhältnis will er keine machen, «Berufsgeheimnis».

Qualität hat Vorrang

Die Auszeichnung bedeutet Jürg Fuhrer viel: «Sie zeigt mir, dass mein Qualitätsbestreben Früchte trägt, denn Qualität hat immer Vorrang.» Ausserdem seien Produkte aus regionaler Erzeugung bei den Konsumenten ausserordentlich beliebt. Grossen Anklang finden auch die weiteren Quickfondue-Spezialitäten von Jürg Fuhrer wie «Huusmischig», «Herkules» (mit Rässkäse) und «Champagner». Mit der Bronzemedaille erhofft sich der Thaler Lebensmitteldetailist, dessen Herz vor allem für Käse schlägt, dass sein «Rhintaler Fondue» vor allem im Rheintal nun besser bekannt wird. Diesbezügliche Aktivitäten sind bereits in Planung.

Silber für Fuchs-Quark

18 von 20 Punkten und damit die Silbermedaille erhält die Rorschacher Molkerei Fuchs + Co. AG für ihren Vollmilchquark, der nach traditionellem Verfahren aus regionaler Vollmilch hergestellt wird. Das Produkt mit dem Logo für Regionalprodukte zeichnet sich durch seine besonders cremige Konsistenz aus und ist in der Migros Ostschweiz erhältlich.

Der Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte hat nach 2005 nun zum zweiten Mal stattgefunden. Insgesamt sind 910 Produkte aus 24 Kantonen eingereicht worden. Ausgezeichnet werden Erzeugnisse in den Kategorien Milch-, Fleisch-, Bäckerei- und Konditoreiprodukte sowie Früchte, Gemüse, Honig und Verschiedenes. Davon haben Fachjurys 884 Produkte bewertet und 453 ausgezeichnet. Dieses Jahr werden im Rahmen der Olma in St. Gallen 125 Goldmedaillen (20 und 19 Punkte), 153 Silbermedaillen (18 Punkte) und 175 Bronzemedaillen (17 Punkte) verliehen. Weitere Informationen unter www.concours-terroir.ch.

«Der Alpkäse weckt Heimatgefühle»

Überregionale Produkte standen bei der 7. Olma-Alpkäse-Prämierung im Mittelpunkt. Regional war an diesem Anlass hingegen der Referent, nämlich der Rorschacher Käsespezialist Matthias Kündig, der in seinem Laden, der «Chäslaube», über 300 Käsesorten aus ganz Europa führt. «Ich wollte mit dem Titel bewusst ein wenig provozieren», sagt Kündig, dessen Referat «Alpkäse – Lust, Leid oder etwa bald Geschichte?» lautete. Die Liebe zur Bergwelt brachte den Käseliebhaber auch zum Alpkäse. Karl Müller, VR-Vizepräsident der Olma Messen St. Gallen, stellte den Referenten als den ungekrönten «Käsekönig» der Ostschweiz vor.

«Die Produzenten, Bauern und Sennen freuen sich auf den Sommer und die Alpezeit», sagte Kündig. Dies bedeute aber auch viel Arbeit, viel Natur und viel Freiheit. Den meisten Älplern gehe es nicht nur um die Arbeit, sondern um eine Lebenseinstellung. Auf der Suche nach dem eigenen Ich seien schon viele «Aussteiger» hängen geblieben. Die Lust des Händlers, Alpkäse zu verkaufen, sei interessant, vor allem besondere Qualitäten mit emotionaler Bindung. «Ich überlege mir auch, in welchem Reifegrad ich den Käse den Konsumenten anbieten

will.» Wie macht sich die Lust auf Alpkäse beim Konsumenten bemerkbar? Dieser denke beim Kauf oder beim Verspeisen hauptsächlich an den Ort, wo der Käse produziert wurde, erläuterte der Fachmann. Der Alpkäse wecke Heimatgefühle. Wichtig sei dem Konsumenten aber auch der unvergessliche Geschmack.

Als Leid des Herstellers bezeichnete er die harte Arbeit der Äpler. Die Arbeitszeit dauert von 4.30 Uhr bis 21 Uhr mit wenig Pausen. «Der Aufwand ist enorm und nicht selbstverständlich», gab Kündig zu bedenken. Dem Alpkäse nicht förderlich seien Zusammenlegungen von Alpen, moderne Einrichtungen und neue Technologien, die Arbeit abnehmen. Entwicklungen in dieser Richtung liessen die Qualität ausser Acht. Matthias Kündig plädierte für Qualität vor Quantität. «Denken wir vermehrt an Wertschätzung und nicht an Wertschöpfung.» Produzenten, Händler und Tourismus sollten gemeinsam den Konsumenten aufklären. Alpkäse sei nicht nur gesund und bekömmlich, er tue auch den Bergregionen gut. «Machen wir aus unseren Alpkäsen ein Kulturprodukt mit Qualität und Charakter!» (pd/rtl)

Diesen Artikel bookmarken bei...



Copyright © St.Galler Tagblatt AG

Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von www.tagblatt.ch ist nicht gestattet.