

Die Nürnberger Bratwurst des Rennsteigs

Neue Presse, Samstag, 6. Mai 2017

Ralf Schmitt will aus regionalen Produkten eine unverkennbare Marke entwickeln. Und nicht nur das: Touristen sollen auch sehen, wo die Zutaten herkommen – von der Verpackung bis hin zum letzten Gewürzkorn.

Von Julia Knauer

Kleintettau – Nürnberger Bratwürste – kennt man. Spreewälder Gurken – ebenfalls ein Begriff. Wenn alles gut läuft, reihen sich vielleicht schon bald Rennsteig-Produkte in die Liste bekannter regionaler Spezialitäten ein. Denn Ralf Schmitt, ehemaliger Geschäftsführer des Kleintettauer Tropenhauses, hat eine Vision: Aus Zutaten, die am Rennsteig wachsen und produziert werden, will er eine eigene Marke kreieren und so für die Region werben.

„Denkbar sind zum Beispiel Hochlandrinder-Würste, die mit Chilis aus dem Tropenhaus gewürzt sind. Oder Papaya-Chutney mit Kräutern aus der Teuschnitzer Arnika-Akademie – selbstverständlich alles verpackt in Gläsern von der Kleintettauer Firma Heinz-Glas“, sagt Ralf Schmitt. Ideen hat er viele. Eigens für das Projekt macht er sogar eine Ausbildung zum Gewürz-Sommelier am Kulmbacher Kompetenzzentrum für Ernährung.

„Wir haben hier absolute
Transparenz. Das ist
deutschlandweit einzigartig.“

Ralf Schmitt

Denn für die Produktentwicklung sei es wichtig, sich auszukennen. Und er hat die „Marketinggesellschaft für die fränkische Rennsteig-Region“ ins Leben gerufen. Unterstützung bekommt er bei seinem Vorhaben vom Wirsberger Star-Koch Alexander Herrmann.

Doch wie kommt man auf so eine Idee? „Da muss ich etwas weiter ausholen“, meint Ralf Schmitt und schnauft kurz durch. Da das Tropenhaus, dessen Geschäftsführer er bis vor Kurzem war, eine Forschungseinrichtung ist, dürfe es keine Werbung in eigener Sache machen. Deshalb kämen viele Touristen in den Frankenwald, ohne überhaupt zu wissen, dass es das gibt. „Wir haben also überlegt: Wie bekommt man mehr Leute und somit auch mehr Wirtschaftlichkeit?“, blickt er zurück. 2016 wurde Kronach als einer von bundesweit 13 Landkreisen für das Modellprojekt „Land(auf)Schwung“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft ausgewählt (die NP berichtete). „Da werden unter anderem agrarwirtschaftliche



Stolz präsentiert Ralf Schmitt die ersten fertigen Rennsteig-Produkte: Chilipulver aus Habaneros. Die scharfen, roten Früchtchen wachsen im Kleintettauer Tropenhaus.

Foto: Julia Knauer

Projekte und der Aufbau von Wertschöpfungsketten gefördert“, erklärt er. So sei die Idee zu den Rennsteig-Produkten und der eigenen Marketing-Gesellschaft entstanden – mehr Wertschöpfung gehe ja quasi gar nicht.

Da Ralf Schmitt seit 1. Dezember 2016 Geschäftsführer dieser Marketing-Gesellschaft ist, ist er als Tropenhaus-Chef zurückgetreten. „Das hätte sonst ein bisschen ein Geschmäcke“, findet er. Schließlich sei es seine Aufgabe, Produkte zu bewerben, die unter anderem aus Zutaten aus dem Tropenhaus bestehen. Nun sei er einfach ein Außenstehender, der sich um die Vernetzung der verschiedenen Akteure kümmert. Neben Tropenhaus, Heinz-Glas, Hochlandrindern und Arnika-Akademie möchte er zum Beispiel auch verschiedene Bio-Bauern aus der Region mit ins Boot holen.

Ralf Schmitt denkt auch schon weiter. „Ich möchte die ganze Region bekannter machen“, sagt er. Deshalb will er nicht nur regionale Leckereien verkaufen – Touristen sollen sich auch anschauen können, wo die einzelnen Zutaten herkommen. „Ich meine, wo gibt es das schon, dass man wirklich überall hin kann? Man kann sehen, wie die Hochlandrinder auf der Weide stehen und die Chilis an den Stauden hängen. Man kann ja sogar zu Heinz-Glas

gehen und zuschauen, wie die Verpackung hergestellt wird. Wir haben hier absolute Transparenz. Das ist

deutschlandweit

einzigartig“,

schwärmt er. Regionalität und Nachhaltigkeit seien vielen Menschen heutzutage wesentlich wichtiger als beispielsweise ein Bio-Siegel. Außerdem habe dieses Gesamtpaket einen hohen Wiedererkennungswert.

Darüber hinaus will Ralf Schmitt Kurse abhalten. Zum Beispiel „Wie macht man ein tropisches Chutney?“ Dabei will er sich auch an den Jahreszeiten orientieren. „Während der Grillsaison könnte man einen Leergang anbieten, wie man Marinade für ein Steak selber herstellt“, überlegt er. Die Kurse sollen beispielsweise in der Arnika-Akademie stattfinden. „Wir wollen aber auch Veranstaltungen im südlichen Landkreis machen“, betont er. Er möchte den Menschen Spaß am Kochen vermitteln – „und wenn es nur ist, dass man sein Pasta-Gewürz selber macht“. Das sei nicht schwierig und schmecke viel besser als gekaufte Fertig-Gewürze. Solche Angebote seien sicherlich auch für Schulen interessant.

Im Moment steckt Ralf Schmitt noch mitten in der Experimentier-

Das Modellvorhaben Land(auf)Schwung

Ziel des Modellvorhabens
Land(auf)Schwung ist es, die regionale Wertschöpfung zu stärken und die Daseinsvorsorge zu sichern. Ein Schwerpunkt liegt dabei insbesondere auf interkommunaler und interregionaler Zusammenarbeit. Land(auf)Schwung bietet den Regionen ein Experimentierfeld

zur Erprobung neuer Lösungswege. Sowohl die Form der Gebietsabgrenzung als auch die Wahl des thematischen Schwerpunkts sowie die Zusammensetzung der Akteure bleiben weitestgehend den Regionen überlassen. Mit der Übergabe der Zuwendungsbescheide am 8. Juli 2015 startete offiziell die

Förderphase. Die Regionen haben in dieser Phase bis Ende Juni 2018 die Freiräume, ihre Projekte umzusetzen. Insgesamt fördert das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft mit dem Modellvorhaben 13 Regionen.

www.bmel.de

und Testphase. „Wir haben schon ein paar Sachen ausprobiert“, verrät er. So habe man beispielsweise Chilis und Habaneros aus dem Tropenhaus mit Hilfe der Ludwigsstadter Firma Wela getrocknet und gemahlen. Erste mit dem Gewürzpulver gefüllte Test-Röhrchen wurden bereits verteilt. Und auch die Hochlandrind-

Würste sollen schon bald verkostet werden: „Pfingsten findet am Tropenhaus ein Corvette-Treffen statt. Da wollen wir erste Geschmacksmuster an den Mann bringen.“ Die Probanden sollen hinterher einen Fragebogen ausfüllen und das Gegessene beurteilen. Denn eines ist Ralf Schmitt wichtig: Die Rezepturen

müssen stimmen. Erst dann könne man sich geeignete Partner für die Herstellung und den Verkauf suchen. Und wer weiß: Vielleicht finden sich neben Schwarzwälder Schinken und Nürnberger Bratwürsten schon bald Kleintettauer Hochlandrind-Chili-Würste in diversen Verkaufsregalen.