



Insgesamt 18 Produzenten, Direktvermarkter und Gastronomen aus der Thüringer Rhön wurden jetzt mit dem Qualitätssiegel Rhön und den Silberdisteln für hohen regionalen Wareneinsatz ausgezeichnet.

Fotos: ARGE Rhön

## „Rhöner GenussTour“ hat Miteinander von Gastronomen und Produzenten gefördert

### 18 Betriebe mit Qualitätssiegel Rhön und Silberdisteln geehrt

**KALTENSUNDHEIM.** „Für Thüringen war das ein Blitzstart von null auf hundert.“ Das sagte Barbara Vay, Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön GmbH, zur Zwischenbilanz der „Rhöner GenussTour“, die jetzt in Kaltensundheim stattfand. Zur Auszeichnungsveranstaltung wurden 18 Produzenten, Hoteliers und Gastronomen der Thüringer Rhön zertifiziert. An ihren Türen befindet sich künftig das Qualitätssiegel Rhön, zum Teil gepaart mit den begehrten Silberdisteln, die einen hohen regionalen Wareneinsatz in der Küche symbolisieren.

Die „Rhöner GenussTour“ – das Gastronomieprojekt für die Thüringer Rhön – ist ein Baustein der jüngsten Marketinganstrengungen, die von der Regionalen Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Rhön und der Dachmarke Rhön im vergangenen Jahr angestoßen wurden. Seminare, Kochschulungen, Verkostungen und viele Gespräche trugen dazu bei, dass sich mehr als einhundert Gastronomen und Produzenten aus dem Landkreis Schmalkalden-Meiningen und dem Wartburgkreis näher kamen. Ziel des Projekts ist es, in Zukunft mehr regionale Produkte in den Gaststätten anzubieten. Dies sichert dem Landwirt vor Ort einerseits seine wirtschaftliche Grundlage; andererseits wird die regionale Gastronomie so besser dem Verlangen des Gastes nach Produkten mit regionaler Herkunft gerecht.

Die eigentlichen Macher des Projekts sind die Betriebe selbst. Sie alle kamen in beachtlicher Anzahl nach Kaltensundheim, tauschten Erfahrungen aus; sprachen Gutes, aber auch Verbesserungswürdiges sowie zukünftige Aufgaben und Aktivitäten an. Darin zeigte sich einer der wichtigsten Effekte des Projekts: Produzenten und Gastronomen haben sich besser kennen gelernt, reden miteinander und arbeiten stärker zusammen als vorher.

Martina Klüber-Wibelitz, die Touristik-Mitarbeiterin im Projekt-Team, mahnte die Unternehmer an, in dem begonnenen Engagement nicht nachzulassen. Ein wirkungsvolles Außenmarketing – von der gemeinsamen Produktgestaltung bis zur Preispolitik – bilde das gemeinsame Image aller Anbieter. Mit schlüssigen Argumenten und Freundlichkeit müsse dem Gast begegnet werden. „Der Gast bezahlt, wenn die Qualität gut ist“, wandte sich Klüber-Wibelitz an die Adresse derer, die höheres touristisches Niveau mit dem vermeintlichen Kostenargument ablehnen.

Als besten Beweis dafür sprachen gleich mehrere Teilnehmer die Aktionswochen zum Rhönpaulus-Musical an, an der sich kurzfristig rund 50 Betriebe der Region beteiligten. Holzbildhauerin Kerstin Genschow aus Klings registrierte eine gestiegene Nachfrage als direkte Folge der in vielen Rhönstädten verteilten Flyer. Lob für das gesamte Projekt kam auch von Familie Schmidt aus dem Breitunger Hotel & Restaurant „Waldhaus Wittgenthal“, die an diesem Abend zwei Disteln mit ins Werratal nahm. Zufrieden waren auch Wolfgang Clauer aus Meiningen und Eva-Marie Hess vom Bettenhäuser „Grünen Baum“; zwei der Gastronomen, die sich wegen ihres überwiegend heimischen Angebots sogar mit drei Silberdisteln schmücken dürfen.

Hess sprach in Kaltensundheim an, was vielen unter den Nägeln brannte: Bis auf die Hauptwege, etwa dem Hochrhöner oder die zur Hohen Geba, lasse die Ausweisung der Wanderwege in der Thüringer Rhön arg zu wünschen übrig. Mandy Heidinger, Geschäftsführerin des kooperierenden Rhönforums, vermeldete Abhilfe. Mit Fördermitteln und in Zusammenarbeit mit dem Rhönklub soll das Wegenetz in den nächsten drei Jahren verbessert werden. Schwerpunkt sei die „Ausdünnung“ – weniger, aber dafür topp ausgeschilderte und gepflegte Wege.

Eine kurzfristige Lösung stellte die Dachmarken-Geschäftsführung für ein Kommunikationsproblem in Aussicht, das Bettenhauses Ortsbürgermeister Peter Spieß ansprach. Um die Logistik zwischen Herstellern und Abnehmern der Rhöner Produkte zu verbessern, wird in den kommenden Wochen eine zentrale Datenbank entstehen, in der die Gastronomen das jeweils aktuelle Angebot der Produzenten abrufen und bestellen können. Damit so eine Datenbank dann auch effektiv genutzt wird, forderte Ewald Klüber, Mitglied des ARGE-Koordinierungsausschusses, eine stärkere Computernutzung, die nach derzeitigen Erhebungen nur für etwa zehn Prozent der Mitglieder zum Tagesgeschäft gehöre. Die Kommunikation untereinander, ebenso wie mit dem Gast, sei nach wie vor verbesserungswürdig, sagte Klüber. Dennoch zeigte er sich angesichts der anfänglichen Skepsis der Projektteilnehmer sehr zufrieden: „Das hätte ich im Oktober 2008 nicht gedacht“, meinte Klüber mit Blick auf die vor kurzem fertig gestellte Broschüre, in der sich nun 51 Produzenten, Direktvermarkter und Gastronomen aus der Thüringer Rhön gemeinsam präsentieren und somit für sich und ihre Partner werben. Lob für das Gastronomieprojekt „Rhöner Genuss tour“ der ARGE und Dachmarke Rhön kam auch von den anwesenden Landräten Reinhard Krebs (Wartburgkreis) und Ralf Luther (Schmalkalden-Meiningen).



Vorsitzender: Landrat Bernd Woide, Geschäftsführung: Landratsamt Fulda, Michael Holla  
Mitglieder der Regionalen Arbeitsgemeinschaft Rhön sind:  
Landkreise: Fulda, Bad Kissingen, Rhön-Grabfeld, Schmalkalden-Meiningen, Wartburgkreis  
Vereine: Rhönforum e.V. Dermbach, Verein Natur- und Lebensraum Rhön e.V.  
Gersfeld/Wasserkuppe, Verein Naturpark und Biosphärenreservat Bayerische Rhön e.V. Oberelsbach,  
Bankverbindung: Sparkasse Fulda, Konto Nr. 17, BLZ 530 501 80