Für mehr Wertschätzung und Wertschöpfung

Tourismus, Gastronomie, Direktvermarkter und Landwirtschaft sind im Tiroler Ötztal eng verzahnt – und diese Bande werden immer stärker und nachhaltiger geknüpft.

Lernen im Modul I in der Hofmetzgerei Wilhelm in Sölden. © Beigestellt

Genuss und Qualität gewinnen in Österreich einen immer höheren Stellenwert. Hochwertige saisonale Lebensmittel mit entsprechender Ökobilanz werden zunehmend geschätzt, nicht nur von den verantwortungsvollen Konsument:innen, sondern immer mehr auch in der Gastronomie. In der Genussregion Ötztal hat man diesen Trend schon seit einiger Zeit erkannt und

fördert aktiv die bewusste Wahrnehmung der vor Ort produzierten Qualitätsprodukte. Unter diesem Motto bringt man im Ötztal seit 2019 Lehrlinge und interessierte Mitarbeiter:innen aus Hotellerie, Gastronomie und Tourismus mit den Produktionsbetrieben vor Ort zusammen. Ein Erfolgsprojekt!

Ötztaler Genussbotschafter 2021

Im Rahmen der Ausbildung „**Genussbotschafter:in Ötztal**“ erfahren die interessierten Teilnehmer:innen, was alles im Ötztal wächst und gedeiht und welche regionalen Besonderheiten das Tiroler Tal bietet – vom Ötztaler Bergschaf bis hin zur Preiselbeere. Dabei werden die wichtigsten Verarbeitungstechniken gezeigt oder zur aktiven Mitarbeit in den taleigenen Käsereien, Imkerei und anderen Betrieben geladen. So ergibt sich ganz natürlich eine intensive Begegnung mit dem Natur- und Kulturraum Ötztal, der gelebten Traditionen, der Esskultur sowie altbewährter Sortenvielfalt.

Aufgebaut ist die Ausbildung zum/zur Genussbotschafter:in Ötztal in drei einwöchige Module. Das jeweils erste Modul dieser insgesamt dreiwöchigen Ausbildung widmet sich der Wertschätzung von traditionell im Ötztal aufgezogenen und gezüchteten Tieren, wie dem Tiroler Grauvieh und dem Ötztaler Bergschaf. Die Module II und III stellen die Almwirtschaft, Käse- und Milchprodukte, Imkern im Hochgebirge, Foodhunting in der freien Natur, Getreide-, Gemüse- und Weinanbau, Fischzucht, Herstellung von heimischen Mehlen und Polenta und biologische Landwirtschaft in den Fokus.

In Moldul I dreht sich alles ums Fleisch

Naturgemäß interessiert uns das Modul I, in dem regionale Fleischspezialitäten im Mittelpunkt stehen, vorrangig. Schon 2020 hat Fleisch & Co über die nachahmenswerte **Ausbildungsinitiative** im Tiroler Ötztal be- richtet. Auch im Ausbildungskurs 2021 hat wieder Matthias Wilhelm von der Hofmetzgerei Wilhelm in Sölden sein Wissen weitergegeben. Die

Teilnehmer:innen erlebten die fachgerechte Schlachtung und Zerteilung von Rind und Schaf hautnah.

Fortbildung mit viel Praxis. © Beigestellt

Angelika Falkner, Gastgeberin im Fünfsternehotel **Das Central in Sölden** und Geschäftsführerin **Fleischhof Oberland** in Imst, bekräftigte, dass ihr Betrieb versuche, regional einzukaufen. Sie setzt dabei auf langfristige Partnerschaften: „Alles, was bei uns in der Gegend produziert wird, können wir brauchen. Die Bereitschaft muss von allen Beteiligten gegeben sein. Aus Lieferantensicht stehen wir hier immer wieder vor großen Herausforderungen.“

„Köch:innen sollten wissen, wie die Produkte entstehen, die sie zu Speisen verarbeiten“, erklärt Wilhelm seine Motivation. „Das fördert auch das Verständnis für unsere Arbeit als Fleischer:innen.“ Er selbst sieht die Herkunftsbezeichnung als wichtiges Qualitätsmerkmal in der Gastronomie.

Wissbegierige Lehrlinge

Über so wissbegierige Lehrlinge wie etwa Chanette Gstrein aus Sölden freut er sich der Fleischer natürlich besonders. Die Köchin im dritten Lehrjahr betonte im Fleisch & Co-Gespräch, Regionalität sei für sie ein wichtiges Thema und sie freue sich darüber, dass im Rahmen des Workshops das Bewusstsein dafür gestärkt werde, wo Fleisch und andere Zutaten herkommen.

Helena Reinstadler, Köchin und Kellnerin im vierten Lehrjahr, stammt aus einer Bauernschaft: „Ich weiß, wie man mit Vieh umgeht oder einen Fisch ausnimmt.“ Weil aber nicht alle Anwesenden solcherlei Vorkenntnisse aufweisen können, ging es im Workshop auch um das Kennenlernen und Zuordnen der einzelnen Teilstücke der Tiere. So erklärte Experte Wilhelm mit viel Geduld Fachbegriffe wie Dicke Schulter, Schulterscherzel oder Meisel. „Vielen ist nicht bewusst, dass fast jeder Teil des Tieres verarbeitet werden kann. Das zeichnet einen guten Koch und eine gute Köchin aus. Die Lehrlinge haben gesehen, dass es nicht nur Edelteile, sondern auch andere Teile gibt, die man super auf den Teller bringen kann.“

Ötztaler Zusammenarbeit

Raphael Kuen, Vorstand der **Rinderzucht Tirol** und Geschäftsführer von Tiroler Grauvieh, informierte die neuen Genussbotschafter über die Herausforderungen der Qualitätsfleischproduktion im Berggebiet und die Konkurrenzfähigkeit der kleinstrukturierten Landwirtschaft gegenüber der konventionellen Massentierhaltung. In seinem Vortrag nahm er die Lehrlinge mit auf eine Weltreise, um aufzuzeigen, wie unterschiedlich Fleisch rund um den Globus produziert wird. Regionen oder Regionalität zu definieren, sei für den Einzelnen oft gar nicht so leicht: „Für manche ist das Nachbartal schon nicht mehr regional, andere hingegen zählen sogar Südtirol sehr wohl noch zur eigenen Region.“

Für Kuen birgt ein zu enger Regionalitätsbegriff auch Fallstricke. Wer beim Einkauf von Lebensmitteln seine Region schon beim übernächsten Nachbardorf enden lasse, sehe sich (häufig) nicht etwa in der nächstgrößeren „Region“ um, sondern kaufe gleich auf dem globalen Markt ein. Zu teuer und nicht ver- fügbar, hieße es dann oft. „Rind- und Kalbfleisch wird im Ötztal und in Tirol schon in beträchtlichen Mengen produziert. Österreichweit liegt der Selbstversorgungsgrad weit über 100 %. Somit kann der agrarische Osten die Lücken im Bedarf des touristisch geprägten Westens schließen“, erklärt Kuen.

Regionalität im Großhandel

Schlossen im September 2021 die neuen Genussbotschafter:innen Ötztal ihre dreiwöchige Ausbildung ab, folgte bereits im Oktober 2021 der nächste Streich des innovativen Tals. Knapp 100 Teilnehmer:innen folgten der Einladung von Ötztal Tourismus zum Austausch über Regionalität. Den Auftakt bildete der Vortrag „Mehr Wertschätzung und Wertschöpfung für unsere regional erzeugten Lebensmittel“ von Hannes Royer, Vereinsobmann „**Land schafft Leben**“. Daran anschließend brachten die Akteure aus Tourismus und Landwirtschaft im Rahmen einer Podiumsdiskussion ihre Standpunkte vor.

Spannende Podiumsdiskussion. © Beigestellt

„Diese Veranstaltung dient als Startschuss und soll dazu führen, dass regionale Produkte aus dem Tal in den Großhandel gelangen. Damit können Gastronom:innen diese leichter beziehen. Am Ende dieses Prozesses steht die Vermarktung des Ötztals als Genussregion“, erklärte Dominik Linser von Ötztal Tourismus. Passend dazu ging Hannes Royer in seinem Vortrag unter anderem folgenden Fragen auf den Grund: „Ist Regionalität nur ein Trend? Wissen wir, wie unser tägliches Brot erzeugt wird und welche Arbeit dahintersteckt? Was sind uns unsere Lebensmittel eigentlich wert?“ Royer ist es ein Anliegen, Brücken zwischen Landwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung, Handel und Konsumenten zu schlagen und langfristig ein neues Qualitätsbewusstsein für in Österreich hergestellte Lebensmittel zu schaffen. Im Moment stamme davon in der Gastronomie weniger als 10 Prozent (!) aus Österreich, wohingegen die Mehrzahl der Gäste davon ausgeht, das meiste sei regional. Dabei liege der Selbstversorgungsgrad in Österreich bei vielen Lebensmitteln deutlich über 100 % – Tirol ausgenommen, wo dieser in Bezug auf Schweinefleisch, Eier, Geflügel oder Gemüse gegen null geht. „Wir schwimmen im Rindfleisch, exportieren zig Tausend Tonnen Kalbfleisch, nur um dieses wieder zu importieren“, führte Royer dem Publikum die Absurdität der

Situation vor Augen und ergänzte: „Wir denken in der regionalen Lebensmittelproduktion immer noch viel zu klein und kurzfristig.“

Die Gastronomie muss mitmachen

Laut Royer ist gerade die Gesprächsbereitschaft untereinander dringend nötig, um die Zukunft gemeinsam planen und gestalten zu können. Er betonte aber auch, dass in der Gastronomie ein dem Lebensmittelhandel gegenläufiger Trend weg von der Regionalität zu beobachten sei. Dabei scheitere es weniger am Angebot als vielmehr an der Bewusstseinsbildung: „Fleisch aus Argentinien weist einen katastrophalen CO2-Fußabdruck auf, unsere österreichische Landwirtschaft hingegen entspricht genau den Voraussetzungen für Produkte, die klimaverträglich sind.“ Royer appellierte ans Publikum: „Es liegt an euch. Wenn ein paar Vorzeigebetriebe entstehen, dann habt ihr die Nase vorn.“

Hannes Royer, Vereinsobmann „Land schafft Leben“ trägt vor. © Beigestellt

Die Produzentin und Direktvermarkterin von Ziegenmilch und -fleisch, **Marita Kuen aus Längenfeld**, nutzte die Möglichkeit des Formats, das eigene Anliegen zu artikulieren: „Ich sehe ein Problem beim Absatz in der Gastronomie aufgrund der Preisempfindlichkeit.“ Ihre Produkte und Ziegenkitze vermarktet Kuen daher meist privat. **Bertram Kuprian**, Dorfmetzger in Längenfeld, entgegnete, er kenne genügend Betriebe im Tourismus, die eine entsprechende Qualität gerne abnähmen

und richtete seinerseits einen Denkanstoß an die Produzent:innen: „Die Qualität muss im Alltagsgeschäft auch dem entsprechen, was in der Küche tatsächlich gebraucht wird.“ Angelika Falkner, Gastgeberin im Fünfsternehotel **Das Central** in Sölden und Geschäftsführerin **Fleischhof Oberland** in Imst, bekräftigte, dass ihr Betrieb versuche, regional einzukaufen.

Angelika Falkner und Marita Kuen hatten viel zu sagen. © Beigestellt

Sie setzt dabei auf langfristige Partnerschaften: „Alles, was bei uns in der Gegend produziert wird, können wir brauchen. Die Bereitschaft muss von allen Beteiligten gegeben sein. Aus Lieferantensicht stehen wir hier immer wieder vor großen Herausforderungen.“

Pilotprojekt für mehr Regionalität

Der Geschäftsführer der **Riml Gastrobetriebe**, Florian Wedde, widmet sich im Rahmen eines Pilotprojekts aktiv dem Thema Regionalität: „Wir vermarkten das Tiroler Almrind, indem wir zwei Tiere im Drei-Wochen-Rhythmus abnehmen und alle Teile verarbeiten.“ Eine Herausforderung in der Gastronomie sieht Wedde darin, dass die meisten Küchenchefs nicht wissen, an wen sie sich wenden sollen: „Die Produzent:innen müssen sich überlegen, wie sie in die Gastronomie kommen und welche Qualität sie vermarkten wollen.“

Michael Wurzrainer von der Rinderzucht Tirol entgegnete, die Bauern würden sich fertige Projekte wünschen, an denen sie

sich beteiligen können. Als positives Beispiel führte er das Projekt der Riml Gastrobetriebe an: „Heuer könnte es gelingen, dass wir mehr ins Ötztal liefern, als die Rinderzucht Tirol insgesamt in den letzten 15 Jahren in die Tiroler Gastronomie vermarkten konnte.“ Er betonte dabei auch die Wichtigkeit der Qualität der heimischen Ware, die den Importen aus Übersee in nichts nachstehen dürfe. Nicht von ungefähr liefere die Rinderzucht Tirol jedes Jahr Tausende Stück bzw. zig Tonnen Rindfleisch in den Lebensmitteleinzel- handel.

Lukas Scheiber, Vorstand Ötztal Tourismus (r.), sieht eine vereinte Zukunft für Lebens-mittelerzeuger und Abnehmerbetriebe.© Beigestellt

Autorin: Barbara Egger

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at