

Heimischen Spezialitäten auf der Spur

Probieren und studieren – das war Pflicht bei der Ausbildung der neuen Genussbotschafter für Oberfranken. Diese kennen sich nun gut mit Bier und Bratwurst aus.

Von Gertrud Pechmann

Kulmbach – Oberfranken ist Spezialitäten-Weltmeister: Die Region zeichnet das größte Süßkirschen- und Meerrettichanbaugebiet Europas, den ältesten Brauereifund Deutschlands, den ersten Feldanbau der Kartoffel, gilt als Bratwurst-Paradies und Bierhimmel. Damit noch mehr Einheimische und Gäste von den kulinarischen Besonderheiten erfahren und sich bewusst für heimische Produkte entscheiden, hat der Verein „Genussregion Oberfranken“ jüngst 27 angehende Genussbotschafter ausgebildet.

„Wir brauchen Sie – Sie können die Sympathie für unsere Region wecken“, richtete sich der Kulmbacher Landrat Klaus Peter Söllner in seiner Eigenschaft als Vorsitzender der „Genussregion Oberfranken“ an die Teilnehmer des Intensivkurses. Um ein Betätigungsfeld müssen sich die kulinarischen Botschafter keine Gedanken machen: „Es geht in Oberfranken touristisch nach oben“, versicherte Ferdinand Reb, Geschäftsführer der Tourismuszentrale Fichtelgebirge.

Vier Tage lang schulten Experten die Gruppe im Museumspädagogischen Zentrum in Kulmbach. Bezirksheimatpfleger Dr. Günter Dip-

„Die Teilnehmer waren mit großem Eifer bei der Sache, das war wirklich eine tolle Truppe.“

Norbert Heimbeck,
Geschäftsführer
der Genussregion Oberfranken

pold sprach über kulinarische Bräuche in Oberfranken – und gab den angehenden Genussbotschaftern folgende Erkenntnis mit auf den Weg: „Früher war der Alltag der Menschen oft entbehrungsreich, karg und eintönig. Aber wenn Feiern angesagt war, ließen die Leute es krachen!“

Biersommelier Markus Raupach erklärte den Teilnehmern, welche Besonderheiten die Biersorten aus Oberfranken auszeichnen. 26 Sorten hatte er zur Verkostung dabei, die die



Hochprozentiges im Glas: Brenner Johannes Haas aus Pretzfeld (sitzend) stellt den angehenden Genussbotschaftern die oberfränkische Vielfalt an Bränden, Geisten und Likören vor und erklärt ihnen, wie eine Destille funktioniert.

Fotos: Gertrud Pechmann; privat

angehenden Genussbotschafter nach Farbe, Geschmack und Konsistenz des Schaums beschrieben. Raupach setzte neben bewährten Kombinationen wie Bier und Schinken oder Käse auch auf überraschende „Foodpairings“, etwa Bier mit Schokolade.

Außerdem sparte er nicht mit Bierwissen. So erfuhren die Teilnehmer, dass die ältesten Bierfunde etwa 14 000 Jahre alt sind, die Stadt Nürnberg Bamberg als Hopfenhandelsmetropole abgelöst hat und das Kellerbier als das fränkische Bier schlechthin gilt.

Selbst für Tina-Christin Rüger, bayerische Bierkönigin 2014/2015, waren noch interessante Details dabei. Die 31-Jährige wirbt ehrenamtlich als Botschafterin der Stadt Kronach bei Messen und Events für die oberfränkische Spezialität schlechthin. Ihren Schwerpunkt Bier will sie als Genussbotschafterin noch ausbauen und künftig Biervorkostungen anbieten. Dennoch schätzt sie das neu hinzugekommene Hintergrundwissen über die anderen Schmankerln aus der Region: Fleisch, Wurst, Fisch und Backwaren sowie Spirituosen.

Metzgermeister Hermann Jakob erklärte den Genussbotschaftern, dass erst die Flüchtlinge aus dem Sudetenland die Wurstvielfalt aus dem Gebiet der ehemaligen Donaumo-

narchie mitgebracht hätten. „Nur Bratwurst können wir hier schon immer“, sagte der ehemalige Berufsschullehrer. Und schätzte die verschiedenen Bratwurstsorten in der Region vorsichtig auf „etwa 100, zusätzlich Varianten“.

Der gemeinsame Nenner auch bei den Backwaren in Oberfranken heißt schlicht: Vielfalt. Das lässt sich schon an den Bezeichnungen für ausgezogene Krapfen erahnen: Kiechla, Küchla, Aus'zonga, Kirchweihkrapfen. „In Naila sagen die Leute Krapfen, in Helmbrechts klana Kung“ – Bäcker- und Konditormeister Andreas Fickenscher berichtete von vielen verschiedenen Namen alleine im Landkreis Hof. Und er räumte mit einem Mythos auf: Heute werde das Hefegebäck nicht mehr über das Knie ausgezogen. Dafür sei es immer noch „hundert Prozent Handarbeit“, denn für Krapfen gebe es keine Maschinen. Er machte den Genussbotschaftern Mut, gerade auf das ursprüngliche Traditionsgebäck hinzuweisen. „Das ist so weit weg von den meisten Leuten, dass es schon wieder hip ist.“

Auf die ältesten Gewürze der Region – Kümmel und Wacholder – machte Expertin Dr. Manuela Mahn aufmerksam. Bei ihrer Führung durch das Gewürzmuseum blieb es aber nicht bei der Vergangenheit: Sie verkostete mit der

Gruppe frischen Ingwer, angebaut in Bamberg.

Hochprozentiges schenkte Brenner Johannes Haas den Teilnehmern ein: Bei ihm ging es um Obstbrände, Geiste und Likör. Und weiter ging es mit dem Thema „Fisch in Oberfranken“ – Dr. Thomas Speierl, Leiter der Lehranstalt für Fischerei in Aufseß, tischte Flusskrebse, Karpfen und Forelle auf.

Das Ergebnis des Intensivkurses: rauchende Köpfe. Und hoch motivierte Teilnehmer. Marion Deinlein aus Hollfeld im Landkreis Bayreuth will „dem Verbraucher zeigen, wie stark er die Region machen kann, wenn er sich für hiesige Produkte entscheidet“. Die 46-Jährige will eine Genussrallye bei Märkten, Bio-Läden und Händlern in der Region anbieten, um die große Auswahl an regionalen Produkten vorzustellen und Kochtipps zu geben.

Manuel Ziegler aus Bayreuth will das „Beck'n Bier“, also das Bier, das früher die Bäcker brauten, vorstellen und konzipiert dazu einen Stadtspaziergang mit Verkostung.

Harald Riemer vom Spitalhaus in Bad Staffelstein im Landkreis Lichtenfels plant nächstes Jahr Biervorkostungen, gesellige Themenabende zu Kulinarik, Kultur, und Brauchtum am Obermain. Auch eine Grillparty, eine fränkische Trachtenschau oder Ausstellungen kann er sich in seinem

Biergarten gut vorstellen. Sebastian Wunderlich aus dem Landkreis Hof plant Führungen, etwa auf den Waldstein. Den dazu passenden „Bärensenf“ hat der Koch bereits kreiert. Und Felix Bense aus Hof will sich künftig noch intensiver mit Sensorik und der Herkunft seiner Feinkost-Produkte beschäftigen, die er mit seinem neu gegründeten Startup vertreibt.

Norbert Heimbeck, Geschäftsführer der „Genussregion Oberfranken“ zog am Ende der Ausbildung ein positives Fazit: „Die Teilnehmer waren mit großem Eifer bei der Sache, das war wirklich eine tolle Truppe.“ Für die frischgebackenen Genussbotschafter geht es bald mit Qualifizierungen und Netzwerktreffen weiter: Denn Heimbeck will eine „Genuss-Community“ aufbauen.

Ausbildung 2020

Der Intensivkurs „Genussbotschafter 2.0“ soll im Frühjahr 2020 erneut stattfinden. „Wir haben bereits jetzt eine lange Warteliste“, betont Norbert Heimbeck, Geschäftsführer der Genussregion Oberfranken. Das genaue Datum für den Kurs steht noch nicht fest. Informationen gibt es bei Norbert Heimbeck, Telefon 0221/707-115, E-Mail: n.heimbeck@genussregion-oberfranken.de