

## Produktspezifische Informationen - Das Rhönschaf

### Ziele der Rhönschaf Erlebniswochen

1. Wir wollen die Aufmerksamkeit auf das **Rhöner Handwerk und Rhöner Lebensmittel** lenken. Das **Rhönschaf als Sympathie- und Werbeträger** des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön und das damit verbundene Schäferhandwerk bilden dabei unsere Speerspitze.
2. Wir wollen Gäste auf **Unternehmen aufmerksam machen**, die passende Angebote um das **Rhönschafenerlebnis** führen, **regionale Produkte zum Rhönschaf** im (Hof-)Verkauf haben oder auch **handwerklich erzeugte Produkte** wie Keramik, Wollprodukte u. ä. herstellen und anbieten.
3. Die Rhön ist nicht nur landschaftlich, sondern auch kulinarisch ein **Genuss**. Hier kommt jeder auf seine Kosten, egal ob eine Brotzeit, deftige Hausmannskost oder moderne, leichte Küche.



Abb. 1 Angebotskategorien der Rhönschaf Erlebniswochen mit Beispielen

### Hintergrund

Einst galt die Rhön als arme, karge Region. Die Menschen ernährten sich von dem, was sie so hatten. Einfache Gerichte von Zutat, die das kleine Gebirge hergab. Vielerorts standen *Gerichte mit Milch, Kartoffeln und Kraut* sowie *Mehlspeisen* auf dem Speiseplan. Daneben lassen sich in der Rhön noch echte **regionale Delikatessen** entdecken, wie etwa die **Rhönforelle** oder das **Rhönschaf**.

Nicht nur die Rhöner Köche können daraus wunderbare Kreationen zaubern, auch die Metzger haben das Rhönschaf für sich entdeckt und verarbeiten es zu echten Köstlichkeiten, zu Bratwürsten und Wurstspezialitäten.

Wer in der Rhön unterwegs ist, der geht auf eine *echte Genussreise*. Hier, im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön, gibt es Speisen und Getränke, die man nirgendwo anders findet und, die keine Massenware sind. Kleine und mittelständische Familienbetriebe sorgen dafür. Sie produzieren nachhaltig, mit Augenmaß und im Einklang mit der Natur. So bleibt die Rhön nicht nur kulinarisch, sondern auch landschaftlich ein Genuss.

### Die neue Nähe zwischen Handwerk, Produkt und Konsument

Das steigende Interesse von Gästen an Herstellungsprozessen zeigt uns, dass wieder intensive Verknüpfungen zwischen dem Produkt, dem Produzenten und dem Kunden entstehen. Konsumenten (Gäste) wollen **nicht nur „verbrauchen“, sondern „erleben“**. Das Herstellen von handgemachten Speisen, das Selbst-Erleben des Prozesses hat immer auch etwas „*Magisches*“ oder „*Sinnliches*“ für den es nicht die tägliche Arbeit ist. Darum lohnt es sich, einen fokussierten Blick auf „Herstellungsprozesse“ zu legen. Das Erzählen darüber kann zu glaubhaften und authentischen Inhalten beitragen.

### Was kann ich tun?

Gäste brauchen unsere Unterstützung, Erfahrungen auf unterschiedlichen Ebenen machen zu können. Und das heißt, einzelne Elemente bei der Präsentation von Produkten wie Lebensmitteln so zu orchestrieren, dass sie gleichzeitig **mehrere Sinne ansprechen** und damit in Erinnerung bleiben. Nur so können sich Informationen in Wissen verwandeln. „Richtige“ Foodies und der „richtige“ Gast, nehmen sich auch die nötige Zeit dafür. Er kauft Fleisch, Gemüse und Backwaren so oft wie möglich auf dem Wochenmarkt, vom Hof ein, Wein direkt beim Winzer.

Der Gast möchte wieder „näher ran“ ans Produkt...

- **schauen**
- **riechen**
- **probieren**
- die **Atmosphäre der Produktionsstätte** einfangen
- die **Produzenten kennen lernen**
- mit ihnen **über die Herstellung sprechen**
- mehr über die **Verarbeitungsschritte und ideale Zubereitungsarten in Erfahrung bringen**.

*Das alles kann ihm der traditionelle Supermarkt nicht bieten.*

Dabei geht es aber nicht allein darum, Emotionen zu wecken oder neue Bedürfnisse zu schaffen. Es geht darum, über sinnliche Verführung, Zusammenhänge klarzumachen. **Geschichten** – über Produkte und Produzenten – zu erzählen, **Wissen** zu vermitteln und – über Zertifikate, Gütesiegel und Kennzeichnungen hinaus – **Vertrauen herzustellen**. Denn beim Essen dreht es sich immer auch um soziale Beziehungen. Und das betrifft nicht nur die sprichwörtliche Tischgemeinschaft, sondern auch die **Beziehungen zwischen Produzenten und Konsumenten**.

### Chancen für die Rhön – der Heimat des Handwerks und der Kreativität

Die Rhön mit ihren vielfältigen Handwerksbetrieben ist besonders **stark im Lebensmittelhandwerk**. Doch auch im **Kunsth Handwerk** hat die Rhön viel zu bieten. In diversen Bereichen der Kunst findet sich das Rhönschaf immer wieder - Rhönschaf-Gemälde, geschnitzte Rhönschafe oder Woll-/Filzprodukte sind nur eine Auswahl an attraktiven Angeboten.

Wenn es uns gelingt, das **Handwerk erlebbarer für Einheimische und Gäste** zu machen, kann das **zusätzliche Umsätze generieren**. Durch den **Einkauf bzw. Verkauf regionaler Produkte aus der Rhön**, werden nicht nur direkt Arbeitsplätze gesichert. Auch der Lebens- und Arbeitsraum ist attraktiv für junge

Familien und Unternehmen gleichermaßen. Erlebbarer wird das Handwerk aus Erfahrung am besten durch die Kombination mit anderen Dienstleistungen, sog. Kooperationsangeboten.

## Wissenswertes

### 1. Das Rhönschaf – der Landschaftspfleger und das Handwerk

Das Rhönschaf ist ein **Landschaftspfleger auf vier Beinen** und eine der ältesten Landschaftsrassen, die die einzigartige Landschaft der Rhön mitgeprägt hat. Das *hornlose Schaf mit seinem charakteristischen schwarzen, unbewollten Kopf* ist bestens an das Klima sowie an die kargen Grünlandflächen der Hochrhön angepasst. Das Vlies aus grober, wenig gekräuselter Wolle beginnt hinter den Ohren. Die langen, weißen Beine enden in kleinen, harten Klauen – perfekt für das raue und felsige Terrain. Von Frühjahr bis zum Herbst ziehen die Rhönschäfer mit ihren Herden über die Bergwiesen der Rhön. Die Rhönschafe grasen auf den Hochebenen und Bergwiesen Gräser und Wildkräuter.

Nachwuchs Schäfermeister sind ein Glücksfall, denn viele Schäfereien finden heute kaum noch einen Nachfolger. Warum? In der Wander- und Hüteschäferie sind Arbeitstage mit zwölf und mehr Arbeitsstunden keine Seltenheit, reich wird man selten und die heutige Zeit stellt das Schäferhandwerk vor **immer neue Herausforderungen**. Eine neu geplante Straße kreuzt einen bislang ungefährlichen Triebweg, die Pacht eines Pferchackers ist nicht mehr bezahlbar oder das Wasser fehlt an einer entlegenen Weide. Kleine Ursache, große Wirkung: Denn fehlen Tränke oder Pferch, in dem die Schafe die Nacht verbringen können, steht die Beweidung auf dem Spiel. Fällt die Beweidung von Magerasen jedoch weg, wachsen Sträucher und bald darauf sind seltene Tier- und Pflanzenarten und charakteristische Landschaften verschwunden. Weil die **Magerrasen aber unter Schutz stehen**, bleibt ohne Schafe nur noch die Pflege von Hand oder mit Maschinen. Dies verursacht wesentlich höhere Kosten und kann nie die Leistung der Schafe, wie das selektive Fraßverhalten oder den Samenaustausch von einer zur anderen Weide ersetzen. So ist es auch ein gesellschaftliches Ziel, die **Hüteschäferie zu erhalten**.

### 2. Königliches Schaf mit römischem Nasenprofil

Hohe Zunahmen erreicht das Rhönschaf nicht. Doch wird das Fleisch durch diese Art der Fütterung zu einer **Delikatesse, die schon Napoleon zu schätzen wusste**. Das geschätzte Tier wurde in Frankreich „mouton de la reine“ – Schaf der Königin genannt. Es war in der Rhön nahezu verschwunden. Durch das Biosphärenreservat wurde der Fokus mit dem Gedanken ausgelegt, dass das Rhönschaf ein unverzichtbarer Teil in der Landschaftspflege ist. **Rhönschäfer sind wichtige Partner im Naturschutz**. Im Jahr 2005 haben Kenner die besondere Qualität des Rhönschaffleisches wiederentdeckt und Slowfood hat das Rhönschaf in die Arche des Geschmacks aufgenommen.

### 3. Geschmack des Rhönschafes

Heute wird Rhönschaf vor allem wegen seines **würzigen Fleisches** nachgefragt. Das Fleisch von Lamm und Schaf ist durch das langsame Wachstum relativ kurzfasrig und daher zart. Durch das reiche Kräuterangebot der kargen Wiesen erhält es zusätzlich einen **leichten Wildgeschmack**, der beim Lamm fein und zart, beim Schaf und Hammel ausgeprägter und würziger zur Geltung kommt. Das würzige Fleisch schmeckt auch kalt – das ist bei fetthaltigem Fleisch sonst eher nicht der Fall. Regionale Spezialitäten vom Lammfleisch sind vor allem *geräucherte Schinken und Salami sowie Leberwurst, weißer Pressack und Rotwurst*.

#### 4. Nur das Original auf dem Teller

**Qualität hat seinen Preis.** Das Fleisch vom Rhönschaf kann mit billigen Importen aus Neuseeland preislich nicht konkurrieren. Aber sein leicht wildartiger Geschmack und eine *regionale und ökologische Haltung* der Tiere rechtfertigen die Mehrkosten. Jedoch sollten Sie beim Bestellen etwas Augenmerk auf die Begrifflichkeit richten. Nur **Rhönschaf darf als Rhönschaf vermarktet werden**. Schaf aus der Rhön oder andere leicht abgewandelte Namen nicht.

#### 5. Besonderheiten bei der Erzeugung und Weiterverarbeitung

In der Rhön gehalten, gefüttert mit Wiesenfutter der Rhön, geschlachtet und vermarktet in der Rhön.  
→ Weitere ausführliche Informationen vermittelt die Websites des [Biosphärenreservates Rhön](#).

#### Weitere Tipps für die Angebotsentwicklung

Ergänzend zu dem postmateriellen Milieu sollten sich die Angebote an bestimmten Interessen orientieren. Diese Interessen können Sie ebenfalls für Ihre Angebotsentwicklung berücksichtigen.

➤ **Familienangebot / kinderfreundlich**

Die Angebote finden zu angemessenen Zeiten (Tag/früher Abend) statt. Das Angebot ist für Kinder aufbereitet und übermittelt Informationen/Hintergründe spielerisch.

➤ **Interessierte am Handwerk, Wissen aneignen, Lebenslangem Lernen**

Ursprüngliches Handwerk, regionale Produkte und deren Herstellungsprozess stehen im Mittelpunkt. Dabei geht es um sinnliche Erfahrungen auf allen Ebenen. Authentizität durch die Nähe zum Erzeuger und Produkt „Look, look, come closer“. Durch Gespräche mit den Einheimischen, dem Schäfer, Koch oder Künstler entstehen Beziehungen, eine Vertrautheit entfaltet sich. Geschichten über Persönlichkeiten und Charaktere aus der Region sind sehr willkommen!

➤ **Gesundheitsorientierte**

Gäste wie Konsumenten haben sich intensiv mit Kalorien und Vitaminen, Zusatzstoffen und Allergenen, Fetten und Kohlenhydraten beschäftigt, also ihr Ernährungswissen optimiert. Dieses Wissen wollen sie erweitern um ihr kulinarisches Erfahrungswissen. Es geht darum, das Lebensmittel mit allen Sinnen wahrzunehmen.

➤ **Interessierte am Naturerlebnis**

Das Naturerlebnis steht im Fokus des Angebotes. Das Kulturgut wird in die Aktion mit einbezogen und Informationen z. B. zu Wildkräutern, Schafhuten und Landschaftsbild werden übermittelt.