

Geschmackserlebnis Ziege

Allgoiß-Aktionswochen noch bis 4. Oktober 2020 in der Allgäuer Gastronomie

Oberallgäu – Als Projekt der Öko-Modellregion Oberallgäu Kempten starten die Allgoiß-Aktionswochen zum dritten Mal. Ziel ist die Vermarktung von Fleisch der Jungziege aus regionalen Bio-Betrieben in der Allgäuer Gastronomie.

Schmortopf, Lasagne oder Ragout sind keine Exoten auf hiesigen Speisekarten, ungewöhnlich ist jedoch deren Zubereitung mit dem Fleisch der Jungziege. Denn während hierzulande der Genuss von Ziegenmilchprodukten immer beliebter wird, bleiben die männlichen Jungtiere auf der Strecke.

Milch und Fleisch gehören zusammen

Mit dem „Allgoiß“-Projekt – „All“ steht dabei für Allgäu, „Goiß“ für die Geiß – als Teil der Öko-Modellregion Oberallgäu Kempten soll darauf hingewiesen werden, „dass, wo Milch produziert wird, auch ein anderes Produkt, nämlich ein Fleischprodukt, entsteht“, so Landrätin Indra Baier-Müller bei der Ver-



Bei der Ziegenschmortopf-Verkostung: v. l. Johannes Egger, Ziegenhof Egger, Anton Schöll, Gasthof Gaißbock, Nina Meyer, Bio-Hotel Ifenblick, Indra Baier-Müller (FW), Landrätin Landkreis OA, Thomas Kiechle (CSU), Oberbürgermeister Kempten, Martin Hermle, Berater Bioland e.V., Cornelia Bögel, Öko-Modellregion Oberallgäu Kempten, Herr und Frau Hosang, Berglandhof Hosang, Simon Schmelzenbach, Gasthof Beim Endeler, Claudia Komeyer, PurNatur Kempten.

Foto: Fuhrmann

kostung zum Start der Aktionswoche. Es sei nun die richtige Zeit, regionale Wertschöpfung zum Thema zu machen. Auch Kemptens Oberbürgermeister

Thomas Kiechle hält die Modellregion für eine „sinnvolle Einrichtung zur Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung für regional erzeugte Lebensmit-

tel“. Der Ziegenhof sei „das Aushängeschild der Modellregion“, nun müsse es „durch Vertreter der Politik sichtbar gemacht werden.“

Geschlossene Wertschöpfungsketten

Bei dem Projekt ginge es um „geschlossene regionale Wertschöpfungsketten“, erklärt Cornelia Bögel, von der Öko-Modellregion Oberallgäu Kempten, und um das „Vernetzen“ sowie darum, den Verbraucher beim „Milch-Fleisch-Thema“ ins Boot zu holen. Konkret sieht das so aus: Drei Allgäuer Bio-Landwirte liefern ihre Jungziegen an sieben Gastronomen der Region. Dort werden Fleisch und Innereien dann zu Gerichten verarbeitet. „Die Speisekarte ist ein großer Multiplikator. Wer so ein Geschmackserlebnis nach Hause bringt, der erzählt es auch weiter“, hofft Thomas Hosang vom Bioland-Heumilchziegenbetrieb „Berglandhof Hosang“ in Oy-Mittelberg.

Sicherheit für Bio-Betriebe

Man könne sehr froh über die Allgoiß-Aktion sein, betont Johannes Egger vom Vogelsanger Bioland-Milchziegenhof, denn bei wachsenden Ziegenbestän-

den wachse momentan der Absatz für Ziegenfleisch nicht entsprechend mit. Das Projekt habe „eine tolle Vermarktung aufgebaut“, so Egger. „Wenn wir wissen, dass wir uns nächstes Jahr keine Sorgen machen müssen, wo die Kitze hingehen, ist das ein tolles Gefühl!“

Echte Regionalität

Das Projekt „Allgoiß“ entspreche zu hundert Prozent den Werten der Bioland-Bauern, erklärt Martin Hermle, Fachberater beim Bioland e.V.: „Das ist ein echtes regionales Projekt, weil die Ziegenmütter hier weiden, weil die Kitze hier aufgezogen werden, weil das Futter aus der Region stammt, die Schlachtung hier erfolgt und das Fleischprodukt am Ende in der hiesigen Gastronomie auf den Teller kommt.“ Statt die Tiere an einen konventionellen Schlachtbetrieb abgeben zu müssen, könne der Bio-Bauer „von der Geburt bis zur Schlachtung“ dabei sein. Und auch bei den Endkonsumenten scheint das Projekt gut anzukommen. Das haben die Aktions-

wochen letztes Jahr im Frühling und Herbst bereits gezeigt.

Ziegenfleisch weckt Neugierde

„Der leichte Ziegengeschmack kommt sehr gut an“, berichtet Simon Schmelzenbach vom Gasthof „Beim Endeler“, der letztes Jahr eine Ziegenleber-Lasagne kreierte, „das mögen die Gäste.“ Dass der Kreativität keine Grenzen gesetzt sind, findet auch Claudia Komeyer von PurNatur Kempten, die den Ziegenschmortopf zur Verkostung bereitgestellt hat: „Unser multikulturelles Personal in der Küche bereitet das Fleisch auch noch mal ganz anders zu, dadurch bekommt es einen interessanten Geschmack.“ Und auch Nina Meyer vom Bio-Hotel Ifenblick berichtet von neugierigen Gästen: „Es wird total gut angenommen.“ Für Neuzugang Anton Schöll vom Gasthof Gaißbock in Fischen bleibt es also spannend, eines ist jedoch sicher, der Name wird auch hier Programm sein. If