

## SCHAFFHAUSER LANDFRAUEN

### Der Apfel als wahres Multitalent

Der Apfel ist die beliebteste Schweizer Frucht; etwas mehr als 16 Kilogramm isst der Durchschnittsschweizer pro Jahr.



Äpfel sind sehr gesund: Sie enthalten viele Vitamine, Mineralelemente, Spurenelemente, Fruchtsäuren und leicht verdauliche Kohlenhydrate (Fruchtzucker). Ballaststoffe wie Rohfaser, Zellulose oder Pektine binden Schadstoffe und fördern die Verdauung. Ein Apfel gibt Energie und löst den Durst; er ist die ideale Zwischenmahlzeit. Äpfel genießt man am besten roh, in feinen Gerichten und Desserts, als Saft oder getrocknet als Apfelfringli.

#### Äpfel machen schlank

Ein Apfel zu jeder Mahlzeit ist ein einfaches, aber wirksames Rezept zum Abnehmen. Durch den hohen Gehalt an Wasser sowie löslichen und unlöslichen Nahrungsfasern sättigen Äpfel lange und nehmen den Heißhunger auf Süßes. Wer vor einer Mahlzeit einen Apfel isst, wird automatisch weniger essen. Noch besser ist, Äpfel kreativ ins Menü einzubauen: am Morgen beim Müsli zusammen mit Quark oder Joghurt statt eines Café complet, beim Mittagessen etwa als roh gemischten Apfelsalat, aber auch gekocht oder gedämpft. Am Abend bietet sich ein Fruchtkompott oder eine leichte Apfelwähe an. Durch den Einbau von Früchten gelingt es, fett- und kohlenhydratreiche Nahrungsmittel vom Teller zu verbannen.

#### Aufbewahrung

Bei der Aufbewahrung gilt es, darauf zu achten, was danebenliegt. Äpfel entwickeln das Gas Ethylen, das sie reifen lässt, aber auch Zitrusfrüchte, reife Bananen, Kartoffeln oder Blumensträuße welk macht. Im Kühlschrank passiert das mit Gurke und Blumenkohl. Aber dort ist sowieso kein Platz für gute Äpfel, auch wenn sie da viele Wochen halten. Lieber öfter essen und wieder einkaufen gehen.

#### Verschiedene Arten

Eher säuerlich im Geschmack sind Gravensteiner, Calmac, Jonagold, Kidds

Orange, Primerouge. Säuerlich sind Boskoop, Elstar, Kanada ReINETTE, Maigold, Pinova oder Rubinette. Und die Sorten Cox Orange, Gala, Golden Delicious, Idared sowie Jazz sind eher süßsäuerlich.

#### Apfelflammkuchen mit Zimtnote

Zutaten für 2-3 Personen: 400 g Mehl, Salz nach Belieben, 2,5 dl Wasser, 4 EL Öl, 2 Becher Creme fraîche, 2 EL Zucker, 4 Äpfel, Zimt zum Bestreuen.

Zubereitung: Das Mehl mit einer Prise Salz in eine Schüssel geben und mit Wasser und Öl zu einem Teig verrühren. Den Flammkuchenteig auf einer bemehlten Unterlage dünn ausrollen und auf ein gefettetes Backblech legen. Anschließend Crème fraîche mit Zucker zu einer cremigen Masse verrühren und diese auf dem Teig verteilen. Die Äpfel schälen und in dünne Scheiben schneiden. Die Apfelscheiben auf der Crème-fraîche-Masse verteilen und mit Zucker bestreuen. Den Backofen auf 180 °C vorheizen und den Flammkuchen ca. 20 Minuten goldbraun backen. Zum Schluss mit Zimt bestreuen.

#### Zwiebelwrap mit Äpfeln

Kleine Mahlzeit für 4 Personen. Zutaten Teig: 100 g Mehl, 1/2 TL Salz, 1,5 dl Milch, 0,5 dl Mineralwasser, 2 Eier, 1 EL Rapsöl. Zutaten Füllung: 150 g Magerquark, 200 g Hüttenkäse, 1 EL Senf, Salz, Pfeffer, 500 g Äpfel, Zwiebeln (ca. 150 g).

Zubereitung: Mehl, Salz, Milch und Mineralwasser mit einem Schwingbesen zusammen verrühren. Eier verquirlen, mit dem Rapsöl unter den Teig rühren, 30 Minuten ruhen lassen. In einer grossen Bratpfanne nacheinander 4 Crêpes backen. Quark, Hüttenkäse, Senf, Salz und Pfeffer verrühren. Äpfel in sehr feine Streifen schneiden oder auf einer groben Raffel reiben. Zwiebeln fein hacken. Beides mit der Quarkmischung vermengen. Füllung auf den Crêpes verteilen, dabei 2 bis 3 Zentimeter Rand frei lassen. Crêperänder links und rechts etwa 2 Zentimeter diagonal halbieren. Gut geeignet zum Mitnehmen. En Guete!

Claudia Gysel

## WEITERBILDUNG

### Persönliche Bindung zum Wein fördern

Der hiesige Weinbau ist unter Druck, die Billigkonkurrenz gross. Die 5. Strohhallenarena vom 11. September 2017 leuchtete die Situation der internationalen Weinregion Bodensee-Hochrhein unter dem Aspekt von Marketing und Tourismus aus. Der Anlass fand hauptsächlich auf dem Winkelhof von Armin Zolg in Gailingen statt. Organisiert wurde er vom Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft, dem BBZ Arenenberg und dem Verein ILE\* - Bodensee e.V.

«Es gärt! – Ist das Weinglas am Bodensee halb voll oder halb leer?» fragte der Veranstaltungstitel. Die vier Akteure, die mit Kurzerferaten zu Wort kamen, entschieden sich alle für die positive Sichtweise. Sie zeigten aber auch auf: Es braucht betriebsbezogene Vermarktungsstrategien, damit der Absatz stimmt.

#### Gäste bestellen später Produkte

Armin Zolg vom Winkelhof, Gailingen (D), vermarktet Weine und weitere Hofprodukte vor allem über das agrotouristische Angebot. Das Weingut profitiert von den Anstrengungen Gailingens, Gäste an den Hochrhein zu bringen. Die Gemeinde weist verschiedene Hotels und Gästehäuser sowie zwei Kliniken auf und ist an einen internationalen Radwanderweg angeschlossen. Die Besucher der Besenwirtschaft und die Gäste der Ferienwohnung auf dem Winkelhof konsumieren Produkte vom Betrieb. Wieder zu Hause, beziehen sie später gerne Spezialitäten vom Hof, auf dem sie sich wohlgefühlt haben. Zolgs versenden ihre Produkte ins ganze Bundesgebiet. Weinproben für grösserer Gruppen und Kellerführungen schaffen ebenfalls Kundenbindung.

Armin Zolg hat zudem Einsitz im Vorstand des Verbands Bodenseewein e.V.: In der überregionalen Zusammenarbeit mit anderen Winzern sieht er eine Chance für die Branche, die hiesigen Weine weiterzubringen, dies auch über die Landesgrenzen hinaus.

#### Fokus auf Direktvermarktung

Das Weingut zum Rappen in Buch bei Frauenfeld setzt ebenfalls auf die Direktvermarktung des Weins, daneben auch auf Pferdehaltung. Etwa 50 Prozent der Weinkunden seien private Abnehmer, 30 Prozent Gastrobetriebe, 20 Prozent des Weinverkaufs laufe über Degustationen und Anlässe, berichtet Nina Wägeli, die ihren Eltern auf dem Betrieb regelmässig zur Seite steht. Im eigenen Weinkeller können Wägeli bis zu 50 Personen bewirteten, doch auch Kleingruppen empfangen sie gern.

Buch liegt im Seebachtal zwischen Frauenfeld und dem Bodensee. Grosse Touristenströme finden den Weg nicht dorthin. Doch habe man sich im Tal einem «sanften Tourismus mit Potenzial» verschrieben, sagte Wägeli. Auch andere Betriebe setzten auf die Direktvermarktung ihrer Produkte. Regio Frauenfeld Tourismus bietet geführte Wanderungen an. Naheliegender wäre auch der Tagestourismus aus dem Seebachtal an den Bodensee und in umge-



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Winzerin Marlies Keller informierte vielseitig über den lokalen Weinbau.

kehrter Richtung, meinte Wägeli. Das könnte man auf beiden Seiten nutzen.

#### Das Regionale kommt gut an

Als «überzeugter Regionalist» bezeichnete sich Hendrik Fennel vom Hotel Restaurant Maier in Friedrichshafen (D). Spezialitäten für die Gästebewirtung werden aus dem Allgäu und aus Baden, aber auch aus dem Bregenzer Wald oder dem Appenzellerland angeboten. Die Weine stammen teilweise ebenfalls von rund um den Bodensee, aber zurzeit noch aus einem etwas grösseren Einzugsgebiet. Innerhalb der nächsten zwei Jahre will das Hotel Restaurant Maier sich im Rahmen des betrieblichen Regionalkonzepts nur noch auf Bodenseeweine konzentrieren. Da die Bedingungen für den Weinbau rund um den See sehr unterschiedlich sind, bietet sich auch eine breite Varietät an Weinen an. Das internationale Preisgefälle hat auf das Hotel Restaurant Maier keine negativen Auswirkungen. Die Preisunterschiede fallen laut Fennel im angesprochenen Qualitätssegment nicht ins Gewicht. Zudem kann ein guter Wein auch mit seiner Geschichte und seinem Herkunftsort punkten.

Fennel wünschte sich im Weinbau allerdings «weniger Folklore und mehr Mut zur Avantgarde» sowie zur längeren Lagerung der Weine. Zurzeit seien diese «knochen trocken» gefragt.

#### Die Botschaft multiplizieren

Gastronom Fennel fungiert als Bindeglied zwischen Produzenten und Touristen. Co-Referentin Ildikó Buchner engagiert sich im Bereich Tourismus grenzübergreifend für die Bekanntmachung der önologischen Angebote der Region. Die Diplomsoziologin und Marketingfachfrau leitet das Projekt «Internationale Weinregion Bodensee», dem Partner aus Österreich, Deutschland und der Schweiz angeschlossen sind. Auch das Schaffhauser Blauburgunderland gehört dazu. Regionale Weine vermehrt in die Gastronomie zu bringen, ist ein Ziel des Projekts. Vor Kurzem gestartet ist zudem die Weiterbildung «Weinkulturführer», die Interessierte zu Botschaftern regionaler Weine ausbildet. Buchner verwies gleichfalls auf die Vielseitigkeit der Weinregion Bodensee als Chance für

eine gemeinsame Vermarktung. Zudem wird das Einzugsgebiet bereits gesamt-touristisch beworben – ein Vorteil für die Weinbranche. Mit Inputs aus verschiedenen Blickwinkeln boten die vier Referenten eine vielseitige Diskussionsgrundlage für das Publikum. Dieses setzte sich aus Produzenten wie Konsumenten zusammen. Anwesend war auch Gailingens Bürgermeister Heinz Brennenstuhl. Er motivierte dazu, sich nicht von Grenzen aufhalten zu lassen. Diese seien am stärksten in den Köpfen vorhanden. Sich vom Denken entlang der Landesgrenzen zu verabschieden, riet auch Buchner. Gäste aus anderen Ländern würden die Grenzen gar nicht so stark wahrnehmen, ergänzte sie. Doch Grenzen liessen sich beim Weineinkauf aufgrund vorgeschriebener Formalitäten und Kosten nicht vergessen. Daran erinnerte der Winzer und Agrarjournalist Roland Müller aus Benken (ZH) in der Diskussion zwischen Gästen und Rednern.

#### Miteinander und mit Geschichte

Insgesamt kristallisierte sich heraus, dass das internationale Miteinander ein lohnender Weg ist, um sich in der Region Bodensee-Hochrhein punkto Wein- und touristischer Vermarktung weiterzuentwickeln. Deutlich wurde auch, dass sich hiesige Weine besser profilieren können, wenn sie potenziellen Kunden in einem persönlichen Umfeld mit einer individuellen Geschichte des Produkts und seiner Herkunft vorgestellt werden. Die 5. Strohhallenarena machte das exemplarisch vor. Einersets startete der Anlass in einem Weinberg, der zur Gemeinde Diessenhofen gehört, jedoch auf der Gailingen Rheinseite liegt und von der Schaffhauserin Marlies Keller bewirtschaftet wird. Die Winzerin stellte die lokale Reblandschaft mit ihren Eigenheiten vor. Andererseits führte Michael Fuchs aus dem Blauburgunderland zum Abschluss durch eine Degustation verschiedener Bodenseeweine. Der Kellermeister der GVS Schachenmann AG, Schaffhausen, präsentierte die edlen Tropfen sehr individuell. Somit lernten die Gäste die Weine auf einer persönlichen Basis kennen und schätzen. sbw

\* ILE = Integrierte Ländliche Entwicklung

## MAISSORTENVERSUCH

### Das Labor fuhr gleich mit

Auch diesen Spätsommer hat die KWS Suisse SA zur Besichtigung eines Maisdemofelds bei Wilchingen eingeladen. Neu mitgebracht wurde heuer ein fahrbares Labor.

KWS-Berater Sven Studer gratulierte zum Auftakt den Brüdern Peter und Hansi Gysel zum Demofeld, das trotz schwieriger Bedingungen tippopt gelungen sei. Bei der Analyse der verschiedenen Prüfarten stachen insbesondere Karibous und Amanova, beide frühreif, hervor. Als persönlichen Favoriten des Sortiments nannte Studer Figaro. Die Pflanze reife als Körnermais zügig ab und bleibe lange grün. Figaro passe optimal in dieses Gebiet, sagte er. Für die Region eigneten sich auch Gottardo und Beneficio. Alle drei Sorten könnten als Silo- oder Körnermais eingesetzt werden, so der Berater.

#### Analyse weist auf Erntetermin hin

Erstmals brachte die KWS-Crew ein mobiles Analyselabor mit. Mittels Nahinfrarotspektroskopie können dort der Anteil Trockensubstanz sowie der Stärkegehalt von Frischmais ermittelt werden. Dies wiederum gibt Aufschluss über den optimalen Erntetermin. Während die Präsentation auf dem Feld noch im Gange war, konnten Stauden der Demosorten bereits im Labor bei der Landi Wilchingen auf ihren Gehalt hin geprüft werden. Die

Resultate boten den Interessierten weitere Erkenntnisse zum Stand der verschiedenen Sorten. Mehrere Landwirte waren zudem dem Aufruf anlässlich der Einladung durch die KWS und die Landi Wilchingen gefolgt: Sie hatten eigene Maisstauden inklusive Kolben mitgebracht. Die Pflanzen wurden gehäckselt und gleich analysiert. Beim gemächlichen Ausklang mit Imbiss konnten die Resultate und Schlüsse daraus diskutiert werden. sbw



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Die mitgebrachten Maispflanzen wurden für die Analyse gehäckselt.

## DAS SCHWARZE BRETT

- **Herzlich willkommen zum Infonachmittag auf dem bioloca-Feld Sa.**, 23. Sept. 2017, 14 Uhr, Chlaffentalerstr. 101, Neuhausen. Infoanlass über die Schaffhauser Gemüsekooperative bioloca.
- **Hausausstellung am 6. Biberner Zwischengfest** 23./24. Sept. 2017, Fahrzeug- und Landtechnik, Ziegler Forstdienst & Reparaturservice, Chrummwils 71, 8242 Bibern
- **Kubota Traktoren Probefahren** Fr., 29. Sept. 2017, 10-18 Uhr.

Ziegler Forstdienst & Reparaturservice, Chrummwils 71, 8242 Bibern

- **41. Fleckvieh- und Holsteinauktion in Frauenfeld** Mi., 8. Nov. 2017. Anmeldung von leistungsbezogenen Herdebuchtieren an Tel. 052 741 26 63.

- **Ostschweizer Eliteschau / Rindernightshow in Wattwil** 24./25. Nov. 2017. Gesucht: Holstein, Red Holstein und Jerseykühe sowie Holstein, Red Holstein, Jersey und Brown Swiss Rinder.



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Gastgeber Armin Zolg führte die Besucher auch durch seinen Weinkeller.

Anm. bis am 30. Sept. 2017. Infos: René Alder, 079 305 20 94, rene.alder@berghof-hallau.

Impressum Schaffhauser Bauer  
Offizielles Organ des Schaffhauser Bauernverbandes und seiner Fachsektionen  
Erscheint jeden Donnerstag  
Redaktion: Sanna Bühler Winiger (sbw) redaktion@schaffhauserbauer.ch www.schaffhauserbauer.ch  
Anzeigen: Verlag «Schaffhauser Nachrichten» Tel.: 052 633 31 11, Mail: anzeigen@shn.ch Annahmeschluss: Jeweils Dienstag, 9.00 Uhr