AARGAUER ZEITUNG
AUSGABE VOM 25.11.2021

Eichmühle feiert ihr eigenes Kernotto

Dinkel überzeugt sogar die Heiligen – nun bringt auch die Eichmühle Beinwil ihr erstes eigenes Produkt aus dem Urgetreide auf den Markt.

Melanie Burgener

Äbtissin Hildegard von Bingen (1098–1179) hat das mittelalterliche, theologische Denken weit über ihre Lebzeit hinaus geprägt und wurde dafür 2012 gar heiliggesprochen. Bekannt ist sie noch heute für ihre natur- und heilkundlichen Ratschläge gegen verschiedene Krankheiten. Ihr wohl wichtigster Rat lautete: Mass halten, um eine Harmonie zwischen den Körperfunktionen herzustellen. Gut möglich, dass sie dafür den Menschen damals empfohlen hat, Dinkel zu essen. Lobte sie doch das Getreide mit den Worten: «Es bereitet dem, der ihn isst, rechtes Fleisch und gutes Blut, er macht frohen Sinn und Freude im Gemüt.» Was hätte sie wohl gesagt, hätte sie noch gelebt, als der Dinkel im 20. Jahrhundert von Neuzüchtungen verdrängt worden ist?

«Dieses Urgetreide ist leider mit dem Aufkommen neuer Sorten, wie beispielsweise dem Weizen, etwas vergessen gegangen. Deshalb war es auch in den vergangenen Jahren nicht mehr sehr bekannt», sagt Tobias Villiger. Umso mehr freut es den Marketingleiter der Eichmühle in Beinwil, dass der UrDinkel wieder zum beliebten Nahrungsmittel geworden ist. So beliebt sogar, dass die Nachfrage aktuell grösser ist als das Angebot. Seit einem Monat trägt das Getreidecenter, das bereits in der neunten Generation geführt wird, *mit seinem ersten eigenen Produkt zur Steigerung des Angebotes bei und* unterstützt damit den positiven Trend.

Tobias Villiger, Marketingleiter der Eichmühle, ist stolz auf das erste UrDinkel-Produkt des Familienunternehmens. Bild: mel

UrDinkel – der Superheld unter den Getreidesorten

Seit Ende Oktober verkauft das Unternehmen in 17 fast ausschliesslich Freiämter Volg- und Landi-Filialen ihr «UrDinkel-Kernotto». Ähnlich zubereitet wie ein herkömmliches Risotto, können diese geschliffenen Dinkelkörner als herzhafte und vor allem ballaststoff- und proteinreiche Speise zu einer ausgewogenen Ernährung beitragen. Und genau diese Superkraft des Dinkels war es, die der Eichmühle den Anstoss für ein eigenes UrDinkel-Produkt gab. Bisher war das Unternehmen als Getreidesammelstelle für Landwirtinnen und Landwirte tätig und für die Veredelung derer Produkte zuständig. Nun setzt sich das Team zudem mit der Vermarktung seines Kernottos auseinander. Dabei greift es auf die sich ändernde Einstellung potenzieller Kundinnen und Kunden zu Lebensmitteln zurück. Tobias Villiger erklärt: «In den vergangenen Jahren haben sich die Leute immer stärker für eine gesunde Ernährung sensibilisiert.» Aber nicht nur das: «Auch Regionalität und Nachhaltigkeit liegen ihnen bei ihren Lebensmitteln mittlerweile stark am Herzen.» All diesen Forderungen werde das Eichmühler «UrDinkel-Kernotto» gerecht.

Regional, nachhaltig und ohne Pestizide angebaut

«Der Dinkel, den wir verarbeiten, wird in der Schweiz, grösstenteils sogar im Freiamt angebaut. Die Körner werden hier veredelt und müssen nicht weit transportiert werden. Zudem braucht Dinkel zum Wachsen kein zusätzliches Wasser. Es ist also ein Naturprodukt», zählt Villiger die Vorteile auf. Dazu kommt, dass der Begriff «UrDinkel» geschützt ist und nur bei Produkten verwendet werden darf, deren Dinkel nach den Richtlinien von IP-Suisse oder Bio Suisse angebaut werden. Das heisst: Es werden keine Pestizide auf den Ackerflächen eingesetzt (siehe Infobox).

All diese Faktoren scheinen die Leute zu begeistern – und das nicht nur in der Region. Villiger sagt: «Wir haben bereits Anfragen von ausserhalb des Freiamts erhalten. Jene Interessenten mussten wir allerdings bisher noch etwas vertrösten.» Doch wenn alles nach Plan verläuft, wird es den Oberfreiämter «UrDinkel-Kernotto» vielleicht bald auch überregional zu kaufen geben. «Unser nächstes Ziel ist es, dass wir im Dezember in weiteren Kanälen vertreten sind. Wir wollen vor allem mit Hofläden und Restaurants zusammenarbeiten», so der Marketingleiter.

Vor allem in der Gastronomie bestehe eine zunehmende Nachfrage nach UrDinkel-Produkten. «Es kommt sehr gut an. Viele Leute sind begeistert. Und jene, die es bereits probiert haben, werden es eher wieder essen, wie sich gezeigt hat. Dennoch kann man es nicht einfach im Laden anbieten», sagt Villiger. Zuerst müsse noch etwas Marketing betrieben werden, damit das «UrDinkel-Kernotto» in der Bevölkerung bekannter wird.

Weitere Informationen zum Kernotto unter *www.eichmuehle.swiss.ch.*

Wer darf den Begriff verwenden?

UrDinkel Zwischen den Bezeichnungen Dinkel und UrDinkel gibt es einen wesentlichen Unterschied: Letzterer ist ein geschützter Begriff, der nur für Produkte verwendet werden darf, deren Dinkelgetreide unter bestimmten Bedingungen angebaut worden ist. 1995 hat die Interessengemeinschaft (IG) Dinkel die Marke «UrDinkel» ins Leben gerufen. Damit werden Produkten gekennzeichnet, die nur alte und nicht mit Weizen eingekreuzte, zertifizierte Schweizer Dinkelsorten enthalten. Die Marke zeigt, dass die Produkte in der Schweiz und nach dem Mindeststandard des Labels IP-Suisse oder der Bio-Suisse-Knospe angebaut wurden. *(mel)*