

Medium	Erscheinungsdatum
Märkische Allgemeine	22.01.2008

Verbraucher wollen artgerechten Umgang mit Tieren

Bundespräsident zeichnet Bio-Hof aus Brandenburg aus

BERLIN Der brandenburgische Bio-Hof Kuhhorst ist auf der Grünen Woche in Berlin für seine artgerechte Haltung von Tieren sowie die Integration von Beschäftigten ausgezeichnet worden. Bundespräsident Horst Köhler überreichte den Pro Tier-Förderpreis heute an die Geschäftsführer Heinz-Joachim Brych und Hans-Joachim Peters.

Umfragen zeigten, dass eine überwältigende Mehrheit der Verbraucher sich einen artgerechten Umgang mit Tieren wünsche, sagte der Bundespräsident. Die von der Allianz für Tiere ausgezeichneten Betriebe zeigten, dass sich eine für Mensch, Tier und Umwelt gleichermaßen vorteilhafte Wirtschaftsform auch rechne. "Vor allem aber zeigen sie, wie viel menschlicher eine Welt ist, in der andere Geschöpfe nicht allein auf ihren ökonomischen Wert reduziert werden", sagte Köhler. Immer mehr Landwirte entdeckten, dass Nutztierhaltung und Tierschutz keine Gegensätze sein müssten.

Der Hof in Kuhhorst bietet nach eigenen Angaben mehr als 70 geistig behinderten Menschen einen Arbeitsplatz. Er umfasst 400 Hektar Acker- und Grünland. Mit knapp 200 Rindern und 100 Schweinen wird Milch- und Viehwirtschaft betrieben. Getreide und Gemüse werden den Angaben zufolge ohne chemischen Dünger angebaut. In der hofeigenen Käserei werden auch Quark und Joghurt hergestellt.

Michael Wimmer von der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg gratulierte dem mehrfach ausgezeichneten Hof im havelländischen Luch. "Mit dem Preis erkennt die Jury an, dass sich die Integration von Behinderten sowie der artgerechte und ökologisch verträgliche Umgang mit Tieren auf Gesellschaft, Umwelt und regionale Wertschöpfung positiv auswirken."

Der Pro Tier-Förderpreis wird seit 2003 von der Allianz für Tiere in der Landwirtschaft verliehen. Das Preisgeld in Höhe von insgesamt 10.000 Euro teilen sich vier Preisträger aus der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft. Die Allianz für Tiere in der Landwirtschaft wurde vom Bund für Umwelt und Naturschutz (Bund), dem Deutschen Tierschutzbund, der Schweisfurth-Stiftung und der Verbraucherzentrale Bundesverband gegründet.

Ausgezeichnet wurden in diesem Jahr auch das Allgäuer Lebensmittelunternehmen Feneberg, der niedersächsische Baukhof (Klein Süstedt) und der Biobetrieb Hofgut Hofgeismar der Baunataler Diakonie Kassel.

Medium	Erscheinungsdatum
Tagesspiegel	22.01.2008

Platzecks Favoriten

Beim Brandenburgtag auf der Grünen Woche zeigten die Bauern aus der Region gestern ihren Einfallsreichtum. Das Land Brandenburg hat auf der Messe einige Neuheiten zu bieten.

BERLIN Spreewälder Leberwurst mit Erdbeeren, Chicoree-Brand, Meerrettichbockwurst, Speckeis oder Stutenmilch mit Marzipangeschmack: Manche der insgesamt 40 Neuheiten aus dem Land Brandenburg klingen wie eine Mixtur aus dem Labor. Die Besucher auf der Grünen Woche stört das aber nicht, neugierig drängeln sie sich in Halle 21a um die Gratisproben. Beim gestrigen Brandenburgtag auf der Messe hatte allerdings einer den Vortritt beim großen Kosten – Ministerpräsident Matthias Platzeck. Er stattete den 150 Ausstellern einen Besuch ab, die ihn jeweils mit vollen Tellern und Gläsern begrüßten.

Nach einem mehrstündigen Marathon stand für Platzeck der Favorit fest. "Das Bullenbrot von Bäckermeister Plentz schmeckt nicht nur, es spart auch viel Zeit", sagte er. "Da braucht man sich nichts mehr auf die Stulle zu schmieren, denn der Schinken ist ja schon im Teig drin." Für eilige Menschen wie ihn sei das genau das Richtige. Der in Schwante am nördlichen Berliner Stadtrand ansässige Bäcker Karl-Dietmar Plentz gibt sein Brot nur nach einer eindrucksvollen Prozedur in der Halle ab. Mit einem gekonnten Handgriff drückt er ein glühendes Eisen auf die Kruste, so dass ein Bullenkopf als Markenzeichen zurückbleibt. "Jetzt kann jeder sicher sein, dass er ein Weizenmischbrot mit Schinkenstücken von schottischen Hochlandrindern in den Händen hält", erzählt der 41-Jährige, der den Messebesuchern im Vorjahr Straußeneierlikör-Sahnetörtchen und Ringelblumenbrot servierte. Die Rinder, die den Schinken für das Bullenbrot liefern, weiden übrigens unweit der Bäckerei.

"Genau diese Regionalität ist das Erfolgsrezept für die meisten Brandenburger Produzenten", lobte Agrarminister Dietmar Woidke (SPD), der Platzeck zusammen mit Kulturministerin Johanna Wanka (CDU) auf dem Rundgang begleitete. "Die Menschen verlangen heute eine Top-Qualität bei Lebensmitteln, die unsere Bauern liefern können." Das erkläre nicht zuletzt den Aufschwung bei Bioprodukten.

Nach Angaben der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau (FÖL) werden mittlerweile 9,7 Prozent der gesamten Anbaufläche in Brandenburg von Biobauern bewirtschaftet. Der Bundesdurchschnitt liegt bei 4,6 Prozent. "Immer mehr Verbraucher sind bereit, für ökologisch produzierte Lebensmittel mehr Geld auszugeben", erklärte FÖL-Geschäftsführer Michael Wimmer. Derzeit könnten die Brandenburger Biobauern aber dennoch nur zu 20 Prozent den Bedarf in Berlin decken. Lediglich bei Brot und Brötchen, Frischmilch und im Sommer bei Obst und Gemüse käme die Mehrzahl der verkauften Bioprodukte aus der Region.

Matthias Platzeck greift aus einem einfachen Grund nach ökologisch hergestellten Erzeugnissen. "Die Produzenten gehen mit den Ressourcen vernünftig um", sagte er und kostete ein Teltower Rübchen. Für ihn sei die Landwirtschaft mit derzeit 10.000 Beschäftigten eine Erfolgsbranche. "Hier gab es in den letzten 15 Jahren kaum eine Insolvenz." Das liege nicht zuletzt am Erfindungsreichtum der Bauern, für die die Grüne Woche alljährlich ein unverzichtbarer Test sei.

Besonderes Glück hatte Kulturministerin Johanna Wanka im Kochstudio mit Restaurantchef Knut Diete aus Wittenberge. Ursprünglich wollte er mit ihr Rumpsteak mit Matjesfilet oder Kartoffeln in Orangensauce zubereiten. Doch mit Rücksicht auf die leidenschaftlich gern kochende Ministerin entschied er sich für einen gefüllten und in Apfelwein geschmorten Schweinerücken. "Das klingt wenigstens nicht ganz so verrückt", meinte Wanka.

Medium	Erscheinungsdatum
Neues Deutschland	21.01.2008

Mehr Biomarkt auf Grüner Woche - Doch Politik lässt Chancen für heimische Ökobetriebe ungenutzt

Der Präsident des Verbandes Bioland Thomas Dosch zeigte sich auf einer Pressekonferenz anlässlich der Internationalen Grünen Woche in Berlin einerseits zufrieden mit der Entwicklung des Biomarktes im vergangenen Jahr, andererseits enttäuscht über die Politik.

Die aktuellen Daten der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) belegen eine Umsatzsteigerung mit Biolebensmitteln in Deutschland 2007 von über 15 Prozent, und dieses Wachstum werde sich 2008 auch fortsetzen. Das spiegelt sich auch in der Ausstellungsfläche des Biomarktes auf der Grünen Woche wider, die sich gegenüber dem letzten Jahr verdoppelte.

Die Nachfrage nach Biolebensmitteln steigt, aber das Angebot in Deutschland kommt nicht nach. Importe füllen die Lücken. Dosch bedauert, dass angesichts der günstigen Marktlage nicht mehr Landwirte in Deutschland ihre Betriebe auf ökologischen Landbau umstellen: "Die Schere zwischen boomendem Biomarkt und Rohstoffknappheit aus heimischer Produktion öffnet sich weiter, da die positiven Marktentwicklungen von der Politik bisher nicht angemessen unterstützt werden."

Einen Hauptgrund sieht Dosch darin, dass die Umweltleistungen des Biolandbaus nicht leistungsgerecht honoriert werden. Es sei ein eklatanter Fehler gewesen, interessierte Landwirte in den Jahren 2004 bis 2006 durch einen Förderstopp für Neuumsteller von einem Wechsel abzuhalten. Die Bundesländer sollten endlich ihre Möglichkeiten ausschöpfen, um die Wettbewerbskraft heimischer Landwirte zu stärken. Dazu gehöre eine deutliche Anhebung der Ökoprämien. Doch die seien 2007 in fast allen Bundesländern gekürzt worden. In Nachbarländern wie Österreich und Polen würden Umweltleistungen der Bio-Betriebe weitaus besser als in Deutschland honoriert.

Bioland fordert außerdem, das Ungleichgewicht bei der Förderung von Energiepflanzenproduktion und ökologischem Landbau aufzuheben. Beim Anbau von Energiepflanzen liege die Förderung gegenüber dem Ökolandbau um den Faktor zehn höher. Auch sollte Tierhaltung nur noch gefördert werden, wenn sie auch artgerecht ist. Hier seien im Rahmenplan 2007 deutliche Verschlechterungen festzustellen.

Einen Rückschritt sieht der Verband in der neuen EU-Ökoverordnung. Hier würden Standards zugunsten des internationalen Handels verwässert. Eindringlich warnt Bioland auch vor der geplanten Aufweichung des Gentechnikgesetzes. Hier sei die Haftung bei Verunreinigungen zu klären. Heute muss die Biobranche ihre Warenflüsse mit hohen Kosten absichern.

Bioland unterstützt eine Initiative von Bio-Milchbauern, die sich zu Erzeugergemeinschaften (Bio-MEG) zusammenschließen. Die ersten haben sich im niedersächsischen Verden und im süddeutschen Erbach-Dellmensingen gegründet. Die Bauern wollen so aktiver am Marktgeschehen teilnehmen und durch gemeinsame Vermarktungsregeln und Rahmenverträge die Bio-Milchpreise stabil halten.

Medium	Erscheinungsdatum
Berliner Morgenpost	20.01.2008

Bio-Brote für das Potsdamer Stadtschloss

73. Grüne Woche - 100.000. Besucher heute erwartet. Vielfältiges Angebot von Bio-Produkten auf 3000 Quadratmetern in der Brandenburg-Halle

Jacqueline hebt den Daumen. "Super" will sie sagen, kann sie aber gerade nicht. Die 22-jährige Besucherin der Grünen Woche kaut genüsslich auf einem ganz besonderem Brot: Am Stand der Bäckerei Fahland in der Brandenburg-Halle 21a gibt es das Potsdamer Stadtschlossbrot mit einer Schloss-Silhouette aus Mehl auf dem 600 Gramm schweren Laib.

Das Besondere ist nicht nur das Wörtchen Bio vor dem Brotnamen und die Mischung aus 80 Prozent Roggenvollkorn und 20 Prozent Dinkel. Bäckermeister Frank Fahland, der sechs Filialen in Potsdam betreibt, unterstützt mit dem Verkauf des Bio-Brottes auch den Wiederaufbau des Potsdamer Stadtschlusses. 30 Cent von jedem verkauften Laib (2,60 Euro) kommen dem Aufbau zugute. Das Pendant zum Brot ist das Potsdamer Stadtschlossbrötchen (27 Cent), von dem vier Cent gespendet werden. Auch das Brötchen darf sich Bio nennen. "Ja", erklärt Verkäuferin Nadine Richter mit Nachdruck, "alle Brote und Brötchen unserer Bäckerei sind Bio-Produkte." Und warum sind sie dann nicht auf dem Bio-Markt zu finden? "Wir wollen zum Land Brandenburg gehören und nicht nur in eine Bio-Ecke gestellt werden", sagt die junge Frau.

Heute wird der 100 000 Besucher erwartet

In der Brandenburg-Halle ist gegen Mittag kein Durchkommen mehr. Im Schnecken tempo schieben sich die Besucher an den Ständen vorbei. Allein am gestrigen zweiten Messetag haben 500 Reisebusse mit mehr als 20 000 Besucher aus dem gesamten Bundesgebiet die Messe angesteuert. Heute Mittag wird der 100 000 Besucher erwartet. Zur 73. Grünen Woche, die noch bis zum 27. Januar geöffnet ist, haben sich 1600 Aussteller aus 52 Ländern in den 26 Messehallen versammelt.

Eine Halle davon gehört dem Bio-Markt. Dort ging es gestern Mittag noch ausgesprochen ruhig und beschaulich zu. Mit einer Fläche von 3000 Quadratmeter und damit doppelt so groß wie im vergangenen Jahr ist in Halle 6.2.a an 44 Ständen alles Bio: Vom Bio-Dialog, über die Bio-Milchbar bis zum Bio-Spitzkoch. Am Stand des Bundesprogramms Ökologischer Landbau kann das Bio-Shaken erlernt werden: Auf der Karte sind Drinks wie der Bio Exotic Dream mit Mango und Vanille und der Bio Green Day, eine Gurken-Buttermilch-Mischung. Gern wird auch ein Après-Bio aus Wein und Käse gereicht.

Gleich am Eingang der Bio-Halle hat Kräuterbauer Paul Stoiber seinen Stand aufgebaut. Auf 5000 Quadratmetern pflegt er im bayrischen Kößlern seinen Kräutergarten mit Zitronenbohnenkraut, Kümmel-Thymian, Salbei, Minze und vielem mehr. Er hat im Angebot, was wohl jeder Messebesucher braucht: das Durchhaltekraut. "Ysop", so erläutert der Landwirt, "ist das älteste erwähnte Kraut und schon in der Bibel zu finden." Das Gewürz mit einer anregenden Wirkung sei für alles gut: Zum Würzen von Schweinebraten, als Kaffee-Ersatz und auf Baguette und Tomaten. Dazu empfiehlt er die beruhigende Wirkung von seinem Cannabis-Schnaps. Er plaudert, scherzt, gibt Kostproben - allein das Publikum machte sich mittags noch rar.

Beim Bio-Bergkäse aus Österreich ist etwas mehr los. Dort hobelt Anja Kubisch bereitwillig die Kosthäppchen vom Käserad. Die werden dankend und lobend angenommen. Auch am Bio-Eis-Stand aus Templin (Uckermark) geizen die beiden Damen nicht mit Gaumengenüssen, wie Nougateis aus Ziegenmilch und Latte Macchiato aus Wasserbüffelmilch. "Der Renner am ersten Tag war das Hanfeis", sagt Verkäuferin Liane Klatt. Noch hatten die Damen Zeit, auf alle Fragen einzugehen, keiner drängelte vor ihrem Stand. Auch Volker Hanisch, der das Bio-Hotel am Lunik-Park in Hohen-Neuendorf auf der Messe vertritt, stand um die Zeit allein an seinem Stand. Es laufe zögerlich an, sagt der Hotelfachmann. "Bio ist in Deutschland eben noch nicht so stark vertreten", sagt Hanisch. Dabei ist es immer mehr im Kommen: Gab es 2001 nur 1200 Produkte mit dem Biosiegel sind es 2007 immerhin schon 43 000.

Bio zieht sich durch alle Hallen

Auf der Grünen Woche sind Bio-Kreationen und Innovationen nicht nur auf dem Bio-Markt zu finden, sondern überall. Wie die Bäckerei Fahland haben viele Biobauern und -händler ihren Stand in den Hallen ihrer Bundesländer aufgebaut. In denen war es sofort brechend voll. Am Stand "Bio aus Brandenburg" sind nicht nur Bioland und Biobackhaus zu finden, die auch Stände auf dem Bio-Markt haben. Dort steht auch Erika Schmidt vom Obst und Gemüsehof "Teltower Rübchen". Die könnten gern ein bisschen mehr gekauft werden, sagt sie. Aber die Rübchensuppe laufe prima. Für sie ist es kein Thema: Ihr Platz ist in der Brandenburghalle.

Eike Döpelheuer präsentiert sich mit seiner Kroppenstedter Ölmühle am Stand der Biohofgemeinschaft Sachsen-Anhalt. Fünf Mal hätte er bereits auf dem Bio-Markt gestanden, zum Schluss eingezwängt zwischen Haushaltsgeräten. Bei den Sachsen-Anhaltinern fühle er sich viel wohler, sagt er. "Ich möchte kein Exot sein sondern integriert in meine Region", erklärt der Geschäftsführer der Ölmühle. Da gehöre er hin.

Medium	Erscheinungsdatum
Neues Deutschland	19.01.2008

Vom Hofladen bis zum Bio-Catering

Bio-Einkaufsführer erscheint zur Grünen Woche

ND: Zum fünften Mal erscheint der von der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau (FÖL) herausgegebene Bio-Einkaufsführer. Wissen denn die Verbrauchern nicht langsam, wo der nächste Bioladen ist?

Wimmer: Bio gibt es ja mittlerweile an jeder Ecke. Doch das Entscheidende ist, dass der Bio-Einkaufsführer dem Verbraucher eine Orientierung gibt, wo er das Besondere finden kann: Bio aus der Region, der direkte Einkauf auf dem Biohof, Urlaub auf dem Bauernhof bis hin zu der Frage, wo es das nächste Bio-Restaurant in Berlin gibt.

Was steht in dem Führer außer Adressen von Bauern und Läden?

In dem Führer sind umfassend alle Einkaufs- und Erlebnisadressen enthalten und nach verschiedenen Rubriken sortiert. Kleine Naturkostläden sind ebenso vertreten wie die boomenden Bio-Supermärkte, die Reformhäuser, Urlaubsangebote oder die Hofläden. Auch Bio-Restaurants und Cateringunternehmen sind eigene Rubriken.

Was ist die BioTour?

Die BioTour ist das Schwesterheft zum Bio-Einkaufsführer. Dort werden 30 Bio-Betriebe portraitiert, die explizit als Ausflugsziele in Brandenburg geeignet sind. Der Einkaufsführer ist im Gegensatz zur BioTour ein kleines Nachschlagewerk im Handtaschenformat. Die BioTour ist ein etwas größeres Heft, wo die 30 Betriebe ausführlich vorgestellt werden.

Wie viele Berliner und Brandenburger kaufen gezielt Bio?

Der Bioabsatz wächst bundesweit deutlich zweistellig. Erstaunlicherweise gab es in den letzten Jahren in Berlin ein stärkeres Wachstum als im restlichen Bundesgebiet. Im Schnitt hatte die gesamte Branche ein Umsatzwachstum zwischen 15 und 18 Prozent. Auch in Brandenburg machen neue Läden auf. Doch in vielen Brandenburger Regionen ist die Einkaufsdichte noch nicht die gleiche wie in der Stadt. Dafür hat man auf dem Land die Möglichkeit, auf viel kürzerem Wege den Einkauf auf dem Biohof zu realisieren.

Was macht die FÖL, wenn sie keinen Einkaufsführer vorbereitet?

Wir sind als gemeinnütziger Verein eine zentrale Beratungsplattform zu Ökologischem Landbau und Bioprodukten in Berlin und Brandenburg. Wir vermitteln Verbraucheranfragen, Medienanfragen und beraten Unternehmer, die in den Markt einsteigen wollen. Dazu organisieren wir auch Informationsveranstaltungen und sind bei Messen präsent.

Das Heftchen erscheint pünktlich zur Grünen Woche. Wie ist die Berliner und Brandenburger Biobranche auf der Messe vertreten?

Die FÖL organisiert den Gemeinschaftsstand in der Brandenburghalle. Zudem gibt es die

Biohalle, wo sich bundesweit Erzeuger und Verbände präsentieren. Die FÖL stattet alle Biostände mit dem Einkaufsführer aus.

Medium	Erscheinungsdatum
Taz.de	19.01.2008

"Bunt" - aber kaum bio

Der Trend ist ungebrochen: Der Umsatz mit Öko-Lebensmitteln stieg auch im letzten Jahr um rund 15 Prozent. Auf der Grünen Woche merkt man davon jedoch nur wenig.

BERLIN Krokodileintopf und Känguruchili brutzeln in den Pfannen. "Natürlich öko!", sagt die Köchin auf dem australischen Stand. "Sind ja keine Zuchttiere." Ansonsten merkt man vom aktuellen Bioboom in den großen Ausstellungshallen der Grünen Woche wenig. Die internationale Lebensmittelmesse hat am Freitag in Berlin eröffnet.

Besucher schieben sich durch die Gänge, nehmen eine in Olivenöl geschwenkte Kartoffelnudel am italienischen Stand entgegen und eine in Schokolade getunkte Nuss bei den Schweizern. "Deutschland schmeckt bunt" ist auf den Transparenten zu lesen, die in der Gemeinschaftsschau der Centralen Marketinggesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft hängen. "Bunt" - aber nicht bio. Zwei Frauen am Informationsschalter verteilen Broschüren und Kochrezepte. "Was zu Bio? Nein, haben wir nicht", sagt eine. Das gebe es anderswo. Man muss die Biostände unter den konventionellen suchen.

So steht im Eingangsbereich der Halle Brandenburg Michael Wimmer und ordnet Informationsunterlagen: Biohotel, Biobackhaus, Bioverbände. Hinter ihm: Eine handvoll Stände, die Biobrot, Biokartoffeln und Biokäse anbieten. Wimmer ist Geschäftsführer der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) und optimistisch. "Die konventionellen Kollegen gucken sehr wohl, was bei uns passiert", sagt er. Und was im Ökobereich passiere, sei schließlich viel.

Tatsächlich steigt der Umsatz mit Biolebensmitteln in Deutschland deutlich - seit rund vier Jahren jeweils um 15 Prozent. Im vergangenen Jahr lag der Absatz bei mehr als 5 Milliarden Euro. Doch die Nachfrage kann lang nicht allein aus dem Inland gedeckt werden. "Wir suchen händeringend nach Produzenten aus der Umgebung", sagt Wimmer. Denn viele Biokunden wollten gern regionale Ware. Und so erhofft sich der FÖL-Chef, in den kommenden Tagen den einen oder anderen konventionellen Landwirt und Verarbeiter für den Ökolandbau zu gewinnen. "Hier auf der Grünen Woche geht es auch darum, Kontakte zu knüpfen. Und bei dem einen oder anderen schiebt man den Öko-Gedanken an - und manch einer pflückt ihn."

50 Öko-Aussteller haben ihre Stände in Halle aufgebaut, die für Bio reserviert ist: Bäcker, Imker, Käser, Winzer. Im vergangenen Jahr waren es erst 30, die Ausstellungsfläche hat in diesem Jahr zugelegt. Dennoch geht es hier deutlich ruhiger zu, als einige Meter weiter bei den nationalen und internationalen Ständen. "Das passt ganz gut", meint Saskia Dellwing vom Erzeugerverein Bioland. "So kommt man auch besser ins Gespräch."

Auch Bundesagrarminister Horst Seehofer (CSU) hat die Bio-Anbieter Freitag besucht - und dabei auf Kritik Bezug genommen: Umweltverbände werfen dem CSU-Politiker vor, sozial- und umweltgerechte Landwirtschaft zu blockieren. Seehofer hingegen erklärte: Die Befürchtung einst zu seinem Amtsantritt - "Da kommt jemand aus dem tiefen Bayern, und Schluss ist mit Bio" - habe sich nicht bewahrheitet.

Medium	Erscheinungsdatum
Märkische Allgemeine	18.01.2008

Stutenlikör und Erdbeer-Leberwurst

In der Brandenburghalle auf der diesjährigen Grünen Woche gibt es jede Menge Leckereien

BERLIN Heute öffnet die Grüne Woche die Tore für das Publikum. Allein in der Brandenburghalle bieten 150 Aussteller ihre Produkte an.

An Leckereien fehlt es auch in diesem Jahr nicht in der Brandenburghalle. Etwa Stutenlikör mit Cappuccinogeschmack, Kirschbier, Bullenbrot oder Leberwurst mit Erdbeerstückchen. Gabriele Jaeck aus Marxdorf (Märkisch Oderland) zum Beispiel, die 245 verschiedene Likörsorten im Angebot hat, wartet mit so ausgefallenen Geschmacksrichtungen wie Schnittlauch oder Pfefferminze auf.

Wenn heute in Berlin die Grüne Woche ihre Tore für das Publikum öffnet, präsentieren sich allein in der Brandenburghalle 78 Stände mit insgesamt 150 Ausstellern: von der Eberswalder Wurst über die Klosterbrauerei Neuzelle bis zur Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau (FÖL). "Vor einigen Jahren waren wir noch als Außenseiter verschrien. Jetzt sind wir in der Brandenburghalle gut integriert", freut sich Lutz Kluckert, der Bio-Büffelmozzarella aus Jüterbog (Teltow-Fläming) und Milchprodukte vom Ökodorf Brodowin (Barnim) anbietet.

Brandenburgs Agrarminister Dieter Woidke (SPD) jedenfalls war bei seinem gestrigen Rundgang von den diversen Häppchen äußerst angetan. Die märkische Landwirtschaft habe sich in den vergangenen 17 Jahren gut entwickelt, stellte er fest. "Wir können uns weltweit sehen lassen", sagte er. Große Wachstumspotenziale sieht er in den Bereichen ökologische Landwirtschaft und Weiterverarbeitung.

Auch ein Ende des Bio-Booms sei noch lange nicht absehbar. "Brandenburg will seine Spitzenstellung bei der Bio-Anbaufläche halten", so der Minister. Jeder zehnte Hektar in der Mark wird nach Ökoregeln beackert, im Bundesdurchschnitt ist es dagegen nur jeder zwanzigste, sagt FÖL-Sprecher Michael Wimmer.

Auf der Grünen Woche ist für alle Platz. So nutzt der Verein "Märkische Fischstraße" die Messe, um auf die Bedrohung des zum "Brandenburger Fisch des Jahres" gekürten Aals aufmerksam zu machen. Wegen der Klimaerwärmung, aber auch wegen der zunehmenden Zahl von Schleusen und Wehren in den Flüssen finden immer weniger Aale den Weg von ihren Laichplätzen im Atlantik in märkische Gewässer zurück. Um den Bestand zu stabilisieren, wurden in Brandenburg 2007 erstmals 2,5 Millionen Jungaale ausgesetzt, sagt Vereinschef Peter Wilczynski. Als Delikatesse kann man den Aal am Vereinsstand natürlich auch gleich kosten.

Der Spargelhof Klaistow (Potsdam-Mittelmark) hat für die Grüne Woche extra Spargel aus südlichen Gefilden importiert, denn hier hat die Spargelsaison noch lange nicht begonnen. "Im letzten Jahr haben wir am 29. März die erste Stange gestochen", berichtet Jörg Buschmann, Chef des größten Brandenburger Spargelhofs.

Medium	Erscheinungsdatum
Lausitzer Rundschau	18.01.2008

Zahlreiche Produzenten aus der Region auf der Grünen Woche: In Berlin will der Spreewald zeigen, wie er schmeckt

Seit heute strömen die Besucher auf die Internationale Grüne Woche in Berlin. Von ihrem Interesse will auch der Spreewald wieder profitieren. Zig Unternehmen stellen ihre Produkte dort vor, alle in der Hoffnung, neue Märkte zu erschließen und bekannter zu werden.

Unter dem Dach des Pavillons, den Andreas Traube vom Spreewaldverein und seine Helfer am Donnerstag als Gemeinschaftsstand eingerichtet haben, drängeln sich die Produkte. Neues steht neben bewährten Zugpferden, die Keramik der Töpferei Sander aus Lübben beispielsweise neben dem jüngsten Flaschengeist aus der Brennerei Sellendorf. "Wir haben einen Kirschgeist gebrannt, 60 Prozent, mit einem kernigen Aroma", sagt Geschäftsführerin Annette Diebow.

Flankiert wird er von hochprozentigen Publikumslieblingen wie Bukowina, Spreewälder Gurkenwasser oder Pflaumenlikör. "Regional, in Südbrandenburg bis nach Sachsen sind wir schon recht bekannt", schätzt Annette Diebow ein. Die Berliner Messe soll nun neue Kontakte bringen, gerade auch in Richtung Hauptstadt, über die sich die Sellendorfer Geister weiter verkaufen lassen.

Sie stehen in direkter Nachbarschaft zu einem anderen Wasser, das die Lebensgeister wecken soll. Die Schlepziger Feinbrand- und Spirituosenfabrik aus dem Hause Römer stellt dort ihr jüngstes Aushängeschild zum zweiten Mal nach der Leipziger Messe einem großen Publikum vor. Der erste Spreewälder Whisky hört auf den Namen Sloupisti und hat in Berlin vor allem eine Aufgabe: für die Fließlandschaft und ihren Genusswert zu werben.

Genuss ist überhaupt das Stichwort unterm Dach des Pavillons. Besucher können sich dort die Käsespezialitäten der Hofmolkerei Münchehofe auf der Zunge zergehen lassen und sich gleichzeitig über deren Pläne informieren, unweit des Neuendorfer Sees ab 2009 eine Schaukäserei entstehen zu lassen. Außerdem möchte das Unternehmen, Tochter einer Bio-Molkerei in Updahl bei Schwerin, einen Hofladen mit Produkten aus dem Spreewald einrichten.

Das ist ganz im Sinne des Spreewaldvereins, der die Messe dafür nutzen will, für sein Franchise-Konzept zu werben, also für die Möglichkeit, dass Verkäufer auch in der Hauptstadt die Produkte der Fließlandschaft in ihr Sortiment nehmen oder einen eigenen Laden damit eröffnen. Auf mehr Weitervermarkter hofft ebenso Jana Neißé, Geschäftsführerin der Imkerei aus Langengrassau, die mit einer ganzen Palette an einheimischen und mit hochwertigen Bienenprodukten gemischten Honigen und anderem unterm Pavillondach steht.

Neben dem Süßen darf das Herzhafte nicht fehlen, das unter anderem Wildkauf Schultka aus Lübben und die Gröditscher Fleisch- und Wurstwaren beisteuern. "Wir bringen unsere Gurken- und Meerrettich-Bouletten hin", sagt Geschäftsführer Hans Dohmöhl, "außerdem Leberwurst und andere Hausmacherartikel in Glaskonserven. Das haben wir schon in anderen Jahren mit Erfolg praktiziert." Die Resonanz falle so aus: "Wir haben da mal was bei Ihnen

gekauft'", zitiert Dohmöhl aus Telefongesprächen mit Kunden, "können Sie uns nicht noch mehr schicken und ein Fläschchen Leinöl gleich dazu'."

Am Stand der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) ist das Landgut Pretschen zu finden. Neben Wurstprodukten aus Kalbfleisch stellen Sascha Philipp und seine Kollegen einen Chicoree-Wurzelbrand vor. "Die Wurzeln, die bei uns nicht zum Austreiben verwendet werden, werden in der Neu Zeller Klosterbrennerei vergoren und gebrannt", erklärt er die Herstellung. Auf die Frage, wie denn ein Chicoree-Brand wohl schmecken mag, muss er selbst lachen, antwortet dann: "Er erinnert nicht an Chicoree, sondern eher an einen Obstler, schmeckt fruchtig und vollmundig." So ungewöhnlich das Produkt, so sehr gleicht das Ziel der Pretschener dem, das alle haben: "Auch wir wollen etwas bekannter werden", sagt Sascha Philipp. "Seit einem Jahr treten wir als eigene Marke auf, nun soll sie für mehr Leute ein Begriff werden."