

# „Die Bevölkerung muss begreifen, dass sie ihre Zukunft selbst in der Hand hat“

Öko-Erlebnistag bei der Rhön-Malz — Studieren und Probieren waren angesagt

**Mellrichstadt. (rebi) Der Absatzmarkt von Öko-Produkten ist breit gefächert. Er reicht vom Hofladen des Erzeugers über Naturkostläden und Ökomärkten bis hin zum traditionellen Lebensmittelhandel: Immer mehr Einzelhändler bieten neben konventionell erzeugten Lebensmitteln verstärkt Produkte aus Bayerns Öko-Landbau an. In diesem Monat durchziehen zum dritten Mal so genannte Öko-Erlebnistage den Freistaat. Zu den Austragungsorten gehörte auch die Rhön-Malz in Mellrichstadt. Dort konnten sich am vergangenen Samstag die Besucher von der Qualität der Produkte aus der Rhön überzeugen, beispielsweise das köstliche Öko-Bier der Rother Bräu oder die Säfte der Kelterei Elm aus Flieden genießen.**

Die bayerischen Öko-Erlebnistage vom 6. bis 28. September bieten/ boten die beste Gelegenheit, den Öko-Landbau und seine Produkte „hautnah“ kennen zu lernen. Und neben dem Studieren kommt dabei auch das Probieren nicht zu kurz. Promotet werden die Öko-Erlebnistage vom Bayerische Landwirtschaftsministerium. Sinn und Zweck sei es, dass jeder, der Öko-Produkte herstellt oder etwas damit zu tun habe, sich der Öffentlichkeit präsentieren könne, so Fritz Weydringer von der Rother Bräu.

## Veredelung

Das Betriebsgelände der Rhön Malz sei ausgewählt worden, um den Endverbrauchern zu zeigen, wie Gerste und Weizen veredelt werden müssen, um gutes Bier daraus herzustellen. Da erst im Frühjahr bei der Rother Bräu ein „Tag der offenen Tür“ anlässlich des Tags des deutschen Bieres veranstaltet wurde, entschied man sich für die zentraler gelegene Rhön-Malz als Austragungsort für den Öko-Erlebnistag.

Öko-Bier gibt es bei der Rother Bräu seit 1987. 40 Prozent des Gesamtbeeranteils der kleinen, aber feinen Brauerei in Roth machen schon die Öko-Biere aus, die vom Ammersee bis nach Dresden verkauft werden. Im Angebot stehen Öko-UrWeizen, Öko-Urtrunk (nicht filtriert, naturtrüb, alle Inhaltsstoffe bleiben dadurch voll enthalten), Öko-Bier und Apfel und Öko-Ur-Pils. Ur bedeutet Biergewinnung wie früher. Für das Öko-Bier und Apfel liefert übrigens die Kelterei Elm im hessischen Flieden den Apfelsaft. Damit werde man dem Motto: „Aus der Rhön für die Rhön“ gerecht, betonte Fritz Weydringer. Mit Ausnahme des Hopfens stammen alle Bestandteile der Rother-Bräu-Biere aus der Rhön. Seit acht Jahren bedient die Rother Bräu den großen Naturkosthändler

Töpen in der Nähe von Hof. Weydringer berichtete von Umsatzsteigerungen, die nach wie vor vorhanden sind.

## Kein Gegensatz

Der Bezirks-Präsident des Bayerischen Bauernverbandes, Karl Groenen, betonte, dass ökologisch und

ökonomisch keine Gegensätze darstellen. Öko sei der Ur-Begriff von Leben. Am Öko-Erlebnistag werde das Verhältnis von Qualität und Preis sehr bewusst gemacht. „Qualität hat eben seinen Preis“, unterstrich Groenen.

Man müsse bewusst machen, dass trotz Globalisierung das regionale Handeln nicht außer Acht gelassen werden dürfe. Regionales Handeln bedeute, dass man die Produkte nicht weiter transportieren soll als nötig. Ihnen sollen nicht mehr Zusatzstoffe zugeführt werden, als es zur Qualitätsstabilisierung nötig sei. Kurze Produktionsprozesse werden auch der Tatsache gerecht, dass der verantwortungsvolle Bürger an die immer knapper werdende Ressourcen denken müsse. Darüber hinaus würden Produkte, die in der Region hergestellt werden, auch die Heimat des Bürgers sichern, machte der BBV-Be-

zirks-Präsident klar. Dazu Fritz Weydringer: „Wir wollen etwas zum Erhalt der Kulturlandschaft beitragen.“

Der Wert der Lebensmittel müsse wieder erkannt werden. Außerdem müsse der Verbraucher begreifen, dass „Bio“/„Öko“ mehr bedeute als artgerechte Tierhaltung oder Verzicht auf Pflanzenschutzmittel, so Groenen. Zu den Zielen des ökologischen Landbaus gehöre ferner der Natur-, Arten- und Wasserschutz und der Erhalt der heimischen landwirtschaftlichen Arbeitsplätze (In Bayern hänge noch jeder achte Arbeitsplatz von der Landwirtschaft ab). Diese Ziele können nur erreicht werden, wenn das Prinzip der kurzen Wege praktiziert werde.

In der globalen Welt werde zwar global gedacht, aber man sollte regional handeln, forderte der Bezirks-Präsident. Es muss die Devise gelten: „Global denken, regional handeln.“

## Eine gute Tat

Das Schlüsselwort „Nachhaltigkeit“ sei mehr denn je von Bedeutung. Durch die Agenda 21 sei man verpflichtet, mit den Ressourcen sparsam umzugehen. „Aus der Region — Für die Region“ sei keine Floskel,



BBV-Bezirkspräsident Karl Groenen misst sein Gewicht auf einer Waage in der Mellrichstädter Malzfabrik. (Foto: Rebhan)

so Groenen. Eine gute Tat sei, wenn der Bürger aus seiner Region Produkte beziehe und dadurch ein Stück Heimat für sich sichere.

Die Zeit des gedankenlosen Dahinlebens sei vorbei. Schäden, die bisher an Natur und Umwelt entstanden seien, müssten korrigiert werden. Die Bürger müssten begreifen, dass sie ihr Zukunftsschicksal selbst in der Hand haben, betonte Groenen. Er bezeichnete die Öko-Erlebnistage als eine sinnvolle Einrichtung. Die Öffentlichkeitsarbeit der Öko-Her-

steller sei wichtig, um den Verbrauchern die Chancen bewusst zu machen. Bei Öko-Produkten müsse, so Groenen, Vertrauen durch Kontrolle geschaffen werden. Das sei die Devise.

Dass der Verbraucher direkt beim Produzenten einkaufen könne, sei ein Qualitätsmerkmal. Denn so wisse man, wer was produziert habe. Groenen appellierte an die Verbraucher, Öko-Produkte doch aus der Heimat zu kaufen. „Wir müssen darauf Wert le-

gen, dass unsere Öko-Produzenten nicht durch den unlauteren Wettbewerb durch Osteuropa auf der Strecke bleiben“, hob Groenen hervor. Es sei wichtig, dass die Öko-Produzenten hinter ihrer Produktion stehen. In diesem Zusammenhang lautet das Motto bezüglich der Öko-Bierproduktion: „Vom Bauern zum Mälzer und vom Mälzer zum Brauer“.