



Käse: Werner Weingarz von der Landwirtschaftskammer und Kreislandwirt Friedrich Teikemeier überreichten Marion Klasing am Tag der Regionen die offizielle „MühlenGarten“-Urkunde.

„Es läuft besser als erwartet“

Tonnenheider Käserei Klasing ist jetzt offizieller „MühlenGarten“-Partner

■ **Rahden-Tonnenheide (-sl-).** Ein Pflänzchen, das Stück für Stück wächst – so stellen sich die Verantwortlichen die weitere Entwicklung des „MühlenGartens“ vor. „MühlenGarten“ steht für Produkte aus der Region und seit dem Wochenende ist die Tonnenheider Käserei Klasing auch offiziell in der Runde der elf Betriebe dabei.

Anlässlich des Tags der Regionen überreichten Werner Weingarz von der Landwirtschaftskammer und Kreislandwirt Friedrich Teikemeier Marion Klasing die entsprechende Urkunde.

Ein Probelauf von „MühlenGarten“ und Lebensmittelhandel hatte aus Sicht von Werner Weingarz nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Die Globalisierung im Lebensmittelsektor führe nicht zu einem Erfolg bei der regionalen Vermarktung.

Mit dem „MühlenGarten“ setzen die Verantwortlichen nun auf Direktvermarkter. Die müssen strenge Kriterien erfüllen, um das Zeichen verliehen zu bekommen – so wie Marion Klasing. Tiere müssen ausreichend Platz haben, besagen die „MühlenGarten“-Vorgaben.

Gefüttert werden darf nur Kraftfutter von anerkannten Herstellern; vorgeschrieben ist aber auch eine eigene Grundfütterversorgung. Käse oder Joghurt dürfen außerdem nur natürliche Bestandteile haben. Dass für diese Produkte auch nur eigene Milch verwendet wird, ist selbstverständlich. Alles müsse dokumentiert werden, betonte Marion Klasing. „Und wir können es auch ohne Biosiegel regeln.“

Insgesamt sind nach Angaben von Werner Weingarz unter dem Zeichen des „MühlenGartens“ derzeit 24 Produkte oder

Produktgruppen erhältlich. Erheblichen Nachholbedarf sieht Weingarz im Fleischbereich, denn hier gibt es noch gar keinen „MühlenGarten“-Erzeuger.

Mit der Vermarktungsstrategie wollen die Verantwortlichen nach Einschätzung von Weingarz und Kreislandwirt Friedrich Teikemeier langfristig bis zu 15 Prozent der Kunden gewinnen. „Wir werden aber einen langsameren Aufbau haben“, erwartet Weingarz kein rasantes Wachstum im „MühlenGarten“. Der Markt solle stabilisiert und behutsam weiter ausgebaut werden.

Hilfestellung erhalten die Verantwortlichen dabei über das „Leader plus“-Programm. Dadurch könne man den Betrieben bei der Vermarktung helfen. Ein Beitrag dabei ist nach Darstellung von Weingarz eine Image-Broschüre, die zurzeit erarbeitet wird. Außerdem haben die der-

zeit elf beteiligten Betriebe im Kreise die gleichen „MühlenGarten“-Schilder.

Neben den Produkten aus der Region wollen die Verantwortlichen in die „MühlenGarten“-Strategie mehr einbringen. Alte bäuerliche Traditionen gehören ebenso dazu wie touristische Angebote. „Wir wollen ein Gesamtspektrum vorstellen“, betont Weingarz.

Sie denke schon, dass sich der „MühlenGarten“ für ihre Käserei positiv bemerkbar mache, meinte Marion Klasing. Überrascht hat die Tonnenheiderin das bisherige Interesse von Kunden. „Es läuft viel besser, als ich erwartet hatte.“ Die Kundinnen und Kunden kommen nicht ausschließlich aus Tonnenheide, sondern teilweise sogar aus Minden, Gütersloh oder Hannover. „Der Prophet gilt nichts im eigenen Land“, meinte dazu Friedrich Teikemeier.