



Für den Stöcker-Hof gab es nur Komplimente von Verbraucherschützerin Beate Trieb (M.).

Bestes Prädikat für Stöckers Bio-Bauernhof

„Iss' mal was aus der Region!“ lautet das Motto bei der Verbraucherzentrale Bergisch Gladbach

von GEORG GEIST

RÖSRATH. Jetzt traf sich die örtliche Presse in den Rösrather Bergen, um die Prämierung des Bio-Bauernhofes Stöcker in Fußheide durch die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen mitzuerleben. Ausgewählt wurden die Besitzer des Stöcker-Hofes für vorbildliches Engagement beim biologischen Anbau regionaler (heimischer) Produkte. Zu diesem Zweck waren neben Vertreterinnen der NRW-Kampagne futureins die Leiterin der Verbraucherzentrale Bergisch Gladbach, Beate Trieb, nach Fußheide gekommen.

Gründliche Recherchen von Fachleuten hätten ergeben, dass der Bio-Hof Stöcker in Rös Rath-Fußheide mit der Note Eins auf die Liste der besonders nachhaltig agierenden NRW-Unternehmen dieser Art zu setzen sei, begründete Beate Trieb die Spitzenzensur in Gegenwart von Landwirtin

Theresia Stöcker.

Die Medienvertreter konnten sich nach der Ehrung von der Vielfalt des Angebotes wie auch der Anbaumethode sowohl vor der Ladentheke (Eier, Milchprodukte von Kühen, Schafen und Ziegen) als auch auf den hausnahen Gemüsefeldern (Gurken, Paprika, Zucchini, Erbsen, Möhren, Artischocken etc.) überzeugen.

Bedeutung der heimischen Produkte

Von den Vertreterinnen der Verbraucherzentralen wurden sie über die Bedeutung der heimischen Produkte in Wort und Schrift informiert. „Die in der unmittelbaren Nähe des Verbrauchers produzierten, verarbeiteten, gehandelten und konsumierten Lebensmittel unterscheiden sich von den weit her importierten insofern, als sie ausgereifter, weniger verarbeitet und konserviert sind, dabei meist besser schmecken und in der Regel

einen höheren Gesundheitswert haben“, wurden die Besucher des Biohofes Stöcker unterrichtet.

Der Startschuss für die futureins-Aktionsreihe „Mmh lecker! Iss' mal was aus der Region“ fiel im Februar 2005. Bis zu den Sommerferien werden in etwa 100 Orten des Landes Aktionen und aktionsgleiche Aktivitäten durchgeführt, die sich an Anbieter, aber auch an die Verbraucher von regionalen Lebensmitteln wenden.

Neben der gesunden Ernährung sei das hohe Ziel der Kampagne, „die Zukunft so positiv zu beeinflussen, dass bei ihrer Gestaltung eine ausgewogene Balance zwischen heutigen Bedürfnissen und den Lebensperspektiven künftiger Generationen besteht“, berichtete die Sprecherin der Kampagne, Ewa Schutkik, unter der strahlenden Sonne von Fußheide.

www.futureins.de
www.vz-nrw.de

Berg. Zeitung
03.06.05