

PRESSEAUSSCHNITTE

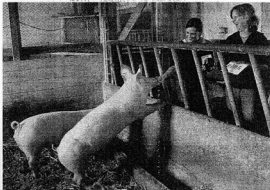


erschienen am: 2. Juni 2005
 Zeitung: 11. Sta
 Erscheinungsort: Rosenthal

Kampagnen-Zentrum

- Essen Köln
 Münster Siegen

11. STA, Donnerstag, 2. Juni 2005



Biologisch er-züchtete Schweine sind geschläch-tet und geben gutes Fleisch.
 FOLGER
 HOLLAND U.
 REINHAARD

Das Schwein vor der Haustür

Wenn Lebensmittel nicht aus fernen Ländern angekarrt werden

Gemüse, Eier und Fleisch aus der Region gibt es auf dem Hofhof Stöcker in Rosenthal. Die Verbraucherm-zentrale wickelte den Betrieb als betriebliahes Anbieter ab.

VON THOMAS HÄRICH

Rosenthal/Rhein-Berg - „Wir versu-chen, die Bürger auf regionale Pro-dukte zu orientieren - auf einen re-zeptsicheren Konsum!“, sagt Monika Schäfer von der Verbrau-cherzentrale Nordhein-Westfalen. Die Anzeiherung für den Hofhof Stöcker ist Teil dieser Bemühungen. In der Kampagne „Autarkie“ will sie die Verbraucher zu umweltge-nerechten Verhalten anregen, gleich-zeitig sollen Produzenten und Läden ein entsprechendes Angebot bereit-stellen. Allmählich Schweinewort der Kampagne sind regionale Lebens-mittel, das Motto ist „Hoch lokales. In mal was aus der Region!“.

Als Argumente führt die Verbrau-cherzentrale ins Feld: Erzeugnisse aus der Region kommen frisch zum Konsumenten - ohne lange Liefer-wege oder aufwändige Konserve-rung. Hinzu gibt es ein reiches an rich-tigen Zeugnissen gesunder, wirksamer, gesundheitlicher Produkte, lange, be-wusst sind, auf die Reize geben. „Das schlägt sich auch in Ge-schmack nieder“, sagt Monika Schäfer. Ein weiterer Pluspunkt von regionalen Produkten ist der geringe Ressourcenverbrauch beim Trans-port. „Transparenz und Sicherheit“

„Die Öko-Liste“

Seitende Lebensmittel aus regio-naler Produktion gibt es nicht nur auf dem Hofhof Stöcker. Die Ver-bräucherzentrale hat eine Beson-derheit zusammengestellt. In der Bau-ernhöfe, Metzgereien, Märkte und weiteren Einkaufsmöglichkeiten auflisten sind - nicht nur Bio-Spezialitäten, aber stets Anbieter von Bio-Produkten aus der Region. „Die Öko-Liste Regional-Güter“ ist der Titel der Publikation, sie kostet 2,50 Euro und ist in der Ge-schäftsstelle der Verbraucherm-zentrale, Pflanzler Straße 28, in Ber-gisch Gladbach erhältlich.

Seitendebell zum Kennenlernen gibt der Hofhof Stöcker bei einem Hofhof am Sonntag, 26. Juni, von 10 bis 18 Uhr. Die Adresse ist: Pflanzler 24 in Rosenthal. Auf die Besucher warten Infos und Köst-lingen, Speisen und Getränke. (H)

konnen vielfach dazu. Indem die Verbraucherzentrale Konsumenten können sich ein Bild machen, wozu ihre Lebensmittel kommen und unter welchen Bedingungen sie produziert werden.

Letzteres gilt jedenfalls für den Hofhof Stöcker. Der Hofhof ist wochentags jeden Nachmittag ge-öffnet, außerdem am Samstagver-mittags. Die Kunden können sich dann auch nach Belieben in gesun-den Bio-Produkten. „Das schafft Vertrauen“, sagt Monika Schäfer. Ein wichtiger Grund für die An-zeiherung des Betriebs ist auch sein vielfältiges Angebot, das heißt: Ver-



Therese Stöcker freut sich über die Öko-Liste, die Verbraucherm-zentrale von Beate Trieb und Eva Schmitt freuen sich auf ihre Gäste.

braucher müssen beim Einkauf nicht von Biohofhof zu Biohofhof-ringen. Bei Familie Stöcker gibt es Fleisch von Tieren aus eigener Schächterung und Milchprodukte, die ebenfalls überwiegend selbst hergestellt sind. Rund 20 Sorten Sa-ter können konsumiert, außerdem Ge-müse in großer Vielfalt: Bohnen, Zucchini, Kürbisse, Paprika, Melan-zen, Auberginen - die Liste lässt sich noch fortsetzen. Beim Fleisch reicht die Bandbreite von Hähnchen bis Rind, von Lamm bis Schwein. Landwirtin Theres Stöcker und Thomas Heimer sind stolz darauf, dass sie ihre Produkte nur direkt an den Verbraucher abgeben: auf dem

Hofhof auf dem Wochenmarkt in Rosenthal und Hoffingehof.

„Der Hofhof Stöcker ist ein super Beispiel“, sagt Monika Schäfer. Sie betont, dass es in Rhein-Berg eine Reihe weiterer Bio-Produkte gibt, die regionale Produkte vernetzen. Dass der Hofhof Hof als Verbrau-cherzentrale ausgewählt wurde, kommt aber nicht von ungefähr. Beate Trieb von der Bergisch Gladbacher Verbraucherm-zentrale, die nach eigenen Aussagen fast alle regionalen An-bieter kennt, wirkte an der Idee des Hofhof mit. Er bekam eine „Öko-Liste“ in Sachen Nachhaltigkeit und darf mit dem Logo der „Autarkie“-Kampagne für sich werben.