

3/2018

GESCHMAQ

DAS MAGAZIN FÜR REGIONALE QUALITÄT

Martina
Metzger-Petersen
**Käse, Kunst
und Rock 'n' Roll**

Thema: Weniger
Kunststoff, mehr
Mehrweg 13

Exklusiv-Interview:
Minister Jan Philipp
Albrecht 14

Betriebsbesuch:
GOSCH Manufaktur
in Ellingstedt 18



Küstennebel

hier zuhause sein...



Ganz egal, ob Sie an der Küste leben oder Ihren Lieblingsstrand weit entfernt im Herzen tragen... Küstennebel verbindet alle Menschen, die sich bei uns am Meer zuhause fühlen. Genießen Sie diesen sympathischen Klassiker mit dem unverwechselbaren Sternanisaroma kühl-schrankkalt, pur oder auf Eis. Ideal als stimmungsvoller Aperitif oder als milder Digestif nach dem Essen.

Ganz egal, ob Sie an der Küste leben oder Ihren Lieblingsstrand weit entfernt im Herzen tragen... Küstennebel verbindet alle Menschen, die sich bei uns am Meer zuhause fühlen. Genießen Sie diesen sympathischen Klassiker mit dem unverwechselbaren Sternanisaroma kühl-schrankkalt, pur oder auf Eis. Ideal als stimmungsvoller Aperitif oder als milder Digestif nach dem Essen.



Genießen mit Verantwortung.

4 **GESCHMAQSPARTNER**
Im Überblick: Alle
Gütezeichen-Partner

GESCHMAQSBILD
Im Hofporträt:
Kartoffelhof Hadenfeldt

9 **GESCHMAQS GEBER**
Im Display:
GUTES VOM HOF.SH



10 **GESCHMAQSVERSTÄRKER**
Im Porträt: Martina
Metzger-Petersen

12 **GESCHMAQSQUELLE**
Im Markt: MARKANT
Kiel, Alte Weide

GESCHMAQSSICHERHEIT
Im Einkaufswagen:
Verpackungen

14 **GESCHMAQSRICTUNG**
Im Interview: Minister
Jan Philipp Albrecht

18 **GESCHMAQSZENTRUM**
Im Betriebsporträt:
GOSCH Manufaktur



GESCHMAQSSACHEN
Im Handel: Neue
Gütezeichen-Produkte

24 **GESCHMAQSWERKSTATT**
Im Rezept: Karpfenfilets
mit gerösteten Mandeln

GESCHMAQSFRAGE
Im Fokus: Bio-Produkte
und Plastikverpackungen



Sandra van Hoorn,
Leiterin Fachbereich
Gütezeichen der Land-
wirtschaftskammer
Schleswig-Holstein.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

neulich im Qualitätsausschuss: Das Gremium aus VertreterInnen der Land- und Ernährungswirtschaft, des Handels, der Produktion, des Handwerks und des Verbraucherschutzes zeichnet verantwortlich für die Vergabe des Gütezeichens „Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein“. Der vorliegende Antrag: Regionaler Tilsiter in Scheiben vorverpackt. Das Produkt: Ausgezeichnet. Die Milch kommt direkt aus der Nachbarschaft, verarbeitet wird im Traditionsbetrieb nach bewährter Rezeptur, der Käse gut gereift, von Hand gepflegt, Bestnoten in der Sensorik-Prüfung. Lecker, hochwertig, regional. Dennoch entbrennt eine Diskussion: „Vorgeschnittene Ware, verpackt in Plastik – muss das sein?“, fragt die Vertreterin der Verbraucherzentrale. „Mikroplastik wird zu einem neuen zentralen Problem“, ergänzt der Qualitätssicherer eines großen Unternehmens. „Und wie ist es mit den Übergängen von Stoffen aus der Verpackung in die Lebensmittel?“, fragt der Vorsitzende.

Gute und berechtigte Fragen. Plastik ist ein globales Problem, Berichte über die riesigen Plastikinseln in unseren Ozeanen hat jeder schon gesehen. Dass die ubiquitäre Belastung an Plastik wächst, ist vor diesem Hintergrund keine Überraschung. Aber zurück in unseren Ausschuss: „Das ist ja alles richtig“ stellt der Vertreter des Einzelhandels fest. „Nach wir vor ist aber die Nachfrage an plastikverpackter Selbstbedienungsware steigend. Zudem sinken durch die vielen Single-Haushalte die Verpackungsgrößen, der Anteil von Plastik am Gesamtprodukt steigt dabei überproportional an.“

Es ist wie so oft: Mit unserer Kaufentscheidung bestimmen wir das Sortiment. Kritische Fragen zum Thema Plastik und natürlich auch viele Ideen zur Plastikvermeidung beim Einkauf finden Sie in dieser Ausgabe. Außerdem: Zugewanderte Knollen, lecker Fisch und natürlich Käse, Kunst und Rock 'n' Roll!

GeschmaQvolle Grüße und viel Spaß beim Lesen!



IMPRESSUM

Herausgeber: Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein
Fachbereich Gütezeichen | Grüner Kamp 15-17 | 24768 Rendsburg
www.gqsh.de | info@gzsh.de

Verlag: Mohltied! OHG | Carlshöhe 27 | 24340 Eckernförde
www.mohltied.de | www.facebook.com/mohltied

Fotos: Thomas Eisenkrätzer (6-21), Pepe Lange (Titel, 24-25), Anbieter, privat

Texte: FISCHERTEXT. UND PR (11, 22-23, 26), Dr. Markus Heid (12),
Andrea Henkel (19-21), Sandra van Hoorn (13), Björn Stähler (6-9),
Eckhard Voß (14-17, 24-25)

Druck: westermann druck | Auflage: 25.000 Exemplare

Die Welt der Gütezeichen-Partner

Als erstes regionales Qualitätssiegel in Deutschland rief die Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein das Gütezeichen „Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein“ schon 1965 ins Leben. Ziele waren damals und sind bis heute die Förderung der Qualität schleswig-holsteinischer Produkte sowie deren regionale und überregionale Vermarktung.

Gegenwärtig sind mehr als 600 heimische Produkte von über 300 Betrieben der Land- und Ernährungswirtschaft mit dem Gütezeichen „Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein“ ausgezeichnet, darunter verarbeitete Fleisch- und Wurstwaren, Getränke, Milch- und Fischprodukte genauso wie Kartoffeln, Eier oder Gemüse. Auch Urlaub auf dem Bauernhof-Betriebe oder Vereine wie die Käsestraße SH sind Partner des Gütezeichens. Am Gütezeichen erkennen Verbraucher Produkte hoher Qualität aus Schleswig-Holstein.



Partner Gütezeichen-Produkte ●
 Partner Urlaub auf dem Bauernhof ●
 Partner Kartoffelbetriebe ●
 Weitere Infos unter www.gqsh.de

FLEISCH- & WURSTWAREN

- Binckebanck GmbH**
Meldorf, www.binckebanck.de
- Böklunder Fleischwarenfabrik GmbH & Co. KG**
Böklund, www.boeklunder.de
- Stadtschlachter Claußen GmbH & Co. KG**
Husum, www.stadtschlachter.de
- Landschlachtereie Kühn GmbH & Co. KG**
Oldenswort, www.landschlachtereikuehn.de
- Döllinghareico GmbH & Co. KG**
Elmshorn, www.doellinghareico.de
- Gerstand Bühnsdorfer Fleischwaren GmbH & Co. KG**
Bühnsdorf, www.gerstand.de
- Pauli Biohof**
Norderstapel, www.pauli-biohof.de
- Prahls Gutes vom Angler Sattelschwein**
Eckernförde, www.prahls.de
- Hansen Fleischwaren GmbH**
Bordesholm, www.hansen-fleischwaren.de
- Fleischerei Lohff**
Travemünde, www.lohff.de
- Hofschlachtereie Untiedt**
Barsbeck, www.hofschlachtereie-untiedt.de
- Bartels-Langness Handelsgesellschaft mbH & Co. KG**
Neumünster
- Westrich GmbH - Schlachter Jepsen**
Flensburg, www.jepsen.de
- Ernst Karstens Dithmarscher Sauerfleischfabrik**
Frestedt
- Grömitzer Katenrächerei, Ingo Kreker GmbH**
Grömitz, www.groemitzer-katenraecherei.de
- Oberlies Holsteiner Katenschinken GmbH & Co. KG**
Quickborn, www.oberlies-katenschinken.de
- Emil Paasch**
Damendorf, www.schinkenpaasch.de
- Probsteier Wurstfabrik Pfeifer GmbH & Co. KG**
Schönkirchen, www.pfeifer-wurstwaren.de
- Firma Reinert, Schinken-Einhaus GmbH & Co. KG**
Brunsbek, www.reinert.de
- Schinkenrächerei Pohl**
Mölln, www.holsteiner-katenschinken.com
- Woelke Holsteinische Wurstmacherei GmbH**
Großharrie, www.woehlke-holstein.de
- sus agnatum**
Kollmar, www.suslaender.de

MOLKEREIPRODUKTE

- Meierei Horst eG**
Horst, www.unsere.meierei-horst-eg.de
- De Öko Melkburen GmbH**
Lentförden, www.deoekomelkburen.de
- Hof Berg GbR**
Dannau, www.hof-berg.com
- Axel Brinkhaus GmbH**
Bad Bramstedt, www.gutvonholstein.de
- Rohmilchkäserei Bioland Hof Backensholz**
Oster-Ohrstedt, www.backensholz.de
- Erdmannshof E. Voß**
Krukow, www.erdmannshof.de
- Gut von Holstein GmbH**
Bad Bramstedt, www.gutvonholstein.de
- Hansfelder Hof, Meierei der Vorwerker Diakonie**
Lübeck
- Jahnkes Ziegenkäse**
Sörup, www.jahnkes-ziegenkaese.de
- Meiereigenossenschaft Holtsee-Ascheberg eG**
Holtsee, www.holtseer.de
- Meierhof Möllgaard**
Hohenlockstedt, www.meierhof-moellgaard.de
- Meierei Ostenfeld**
Ostenfeld, www.ostenfelder.de

Ziegenhof Rehder

- Boksee, www.ziegenhof-rehder.de
- Meierei-Genossenschaft e.G. zu Sarzbüttel**
Sarzbüttel, www.kaeserei-sarzbuettel.de
- Milchschafhof Solterbeck**
Owshlag, www.schafkaeserei.netz-pionier.de
- Hofmeierei Geestfrisch**
Kropp, www.meierei-geestfrisch.de
- HKL Hamburger Käselager GmbH**
Hamburg, www.kaeselager.de

FISCH & FEINKOST

- Dittmeyer's Austern Compagnie**
List/Sylt, www.sylter-royal.de
- GOSCH Sylt Verarbeitungsbetrieb GmbH**
Ellingstedt, www.gosch.de
- Fischverwertung Kieler Förde e.G.**
Heikendorf
- Heine Delikatessen GmbH & Co. KG**
Eckernförde, www.heine-delikatessen.de
- Matjesspezialitäten Henning Plotz**
Glückstadt, www.sh-feinkost.de
- Raumann Matjes GmbH**
Glückstadt, www.matjesgenuss.de
- Fischzucht Reese**
Sarlhusen, www.fischzucht-reese.de
- Meergold Rehbehn & Kruse GmbH**
Eckernförde, www.rehbehn-kruse.de
- Krabben und Fisch Tönning OHG**
Tönning, www.krabbenundfisch.de
- Neue Mayo Feinkost GmbH**
Lübeck, www.mayo-feinkost.de
- A. Urthel Krabben & Fischdelikatessen E.K.**
Friedrichskoog, www.urthel.de
- Ostseesalzmanufaktur JK UG**
Kiel, www.ostseesalzmanufaktur.de
- Forellenzucht Werner Blöcker**
Mühlenfeld
- Olaf Graff – Seenfischerei und Teichwirtschaft**
Kirchbarkau
- Fischereiverwaltung Kletkamp**
Kletkamp
- Stefan Lehr**
Kiel
- Kutterfisch-Grosshandel GmbH**
Heiligenhafen, www.kuestenfischer-nord.de
- Fischzucht Knutzen**
Hohenlockstedt, www.fischzucht-knutzen.de
- Fischzucht-Hoisdorf**
Hoisdorf
- Fischzuchtbetrieb Mönchsteich-Stenzenteich**
Lütjensee, www.seehof-luetjensee.de
- Wiese & Kruse GmbH**
Kiel, www.wiese-kruse-kiel.de

OBST & GEMÜSE

- Maren Beckman GmbH**
Friedrichskoog/Glückstadt, www.maren-beckmann.de
- Godeland Vermarktungsgesellschaft mbH**
Kronprinzenkoog, www.godeland.landgard.de
- Kohlosseum GmbH**
Wesselburen, www.kohlosseum.de
- Heidelbeerhof Fölster**
Willenscharen, www.heidelbeerenfoelster.de
- Heidelbeerhof Pehmöller**
Schnakenbek, www.heidelbeerhof.de

BROT & CERALIEN

- Bäcker Bachendorf**
Bollingstedt, www.bachendorf.de

BIERE, SPIRITUOSEN, OBSTWEINE, SÄFTE & MINERALWASSER

- Bartels-Langness Handelsgesellschaft mbH & Co. KG**
Kiel
- Waldemar Behn GmbH**
Eckernförde, www.behn.de
- August Ernst GmbH & Co. KG**
Bad Oldesloe, www.august-ernst.de
- Flensburger Brauerei Emil Petersen GmbH & Co. KG**
Flensburg, www.flens.de
- Privatbrauerei Sauer & Hartwig GmbH**
Flensburg, www.sauer-hartwig.de
- Rudolf Rusch Mühlenwerke-Kornbrennerei GmbH & Co. KG**
Itzehoe
- Obsthof Axel Münster GbR**
Eutin, www.münsters.de
- Obstquelle Schuster**
Schwentinental-Raisdorf, www.obstquelle.de
- Heinz Steinmeier Süßmosterei GmbH & Co. KG**
Kiesby, www.suessmosterei-steinmeier.de
- BUDEL GmbH**
Schillisdorf, www.beer-brauerei.de

GEFLÜGEL & EIER

- Dithmarscher Geflügel GmbH & Co. KG**
Seddiner See, www.dithmarscher-gefluegel.de
- Grevenkoper Pute GmbH**
Grevenkop, www.grevenkoper-pute.de
- Schönmoorer Hof**
Rickling, www.schoenmoorer-hof.de
- Geflügelhof Schurbohm**
Hagen, www.hof-schurbohm.de
- Hof Schnoor**
Padenstedt, www.hof-schnoor.de
- Hof Burmeister**
Wakendorf, www.hof-burmeister.de
- Wittenseer Hühnerhof**
Klein-Wittensee, www.wittenseer-huehnerhof.de
- Heinrich Lass**
Ulsnis, www.landei-aus-angeln.de
- Dingholzer Hofkiosk**
Steinbergkirche, www.hofkiosk.de
- Buchenhof**
Altwittenbek, www.buchenhof.de
- Grömitzer Hühnerhof**
Grömitz, www.groemitzer-huehnerhof.de
- Clemens Claussen**
Benz, www.claussen-eier.de
- Thomas Haase**
Boostedt
- Hof Bimöhlen GmbH & CO. KG**
Bimöhlen, www.hofbimoehlen.de
- Frank Jessen**
Wees, www.jessen-oxbuell.de
- Warleberger Mühle**
Tüttendorf, www.warleberg.de
- Hühnerhof Krey**
Bredenbek
- Ernst-Werner Plambeck**
Neumünster

HONIG

- Landesverband Schleswig-Holstein und Hamburger Imker e.V.** Bad Segeberg, www.imkershle-sh.de
- Imkerei Horst Nette**
Wankendorf



Ein Herz für die Knolle

Auf dem Kartoffelhof Hadenfeldt geht eine Familie mit viel Leidenschaft ans Werk. Und das bereits seit Generationen

— Was für eine Idylle. Felder, Weiden, dazu der weite Blick, die Stör und die Hörner Au fließen direkt durch den Ort. Wittenbergen liegt so ziemlich in der Mitte Schleswig-Holsteins. Es gibt hier genau 165 Einwohner. Und noch viel mehr Kartoffeln. Wie viele es genau sind, kann Matthias Hadenfeldt gar nicht sagen. Wie auch?

Auf seinem Hof baut er auf 40 Hektar Kartoffeln an, das sind dann nach jeder Ernte am Ende rund 2000 Tonnen, fein sortiert, verpackt in Netze. Bereit, irgendwann nach 20 Minuten Kochzeit auf dem Tisch einer schleswig-holsteinischen Familie zu stehen. Der Kartoffelhof Hadenfeldt liefert ausschließlich in die Region. Keine Großabnehmer, nur an Einzelhändler, Märkte, Endverbraucher. Direktvermarktung das ganze Jahr. Das gehört zur Philosophie des Betriebs, und wahrscheinlich ist es genau das, was den Erfolg ausmacht. Und die Qualität der Wittenbergener Kartoffeln.

VON DEN ANDEN NACH WITTENBERGEN

Über die Knollen an sich muss man wissen: Sie waren das erste Lebensmittel überhaupt, das der Mensch kultiviert hat. Vor weit über 10.000 Jahren bauten die Inkas bereits Kartoffeln im Hochland der Anden an, im 16. Jahrhundert dann brachten sie spanische Eroberer mit nach Europa, wo sie schließlich auch Deutschland erreichten. Das Problem aber war: Die Menschen standen der Kartoffel dort extrem skeptisch gegenüber. Was genau sollte man mit diesen Gewächsen anfangen? Und überhaupt: Die Kartoffel kam ja noch nicht einmal in der Bibel vor. Preußenkönig Friedrich der Große war es dann, der den Kartoffel-Anbau weiter voranbrachte und – auch bedingt durch Krieg und Hunger – zu einem unentbehrlichen Grundnahrungsmittel forcierte. Auch deshalb, weil die Kartoffel auf der gleichen Ackerbaufläche bis zu viermal so viel Kalorien liefert wie Getreide. Die einst verschmähte Knolle wurde so für den Aufstieg Europas ebenso wich-

**Kartoffelhof
Hadenfeldt**
Matthias Hadenfeldt
Mühlenstraße 40
25548 Wittenbergen
Telefon 04822-95262

**Öffnungszeiten
Hofladen:**
täglich 8-18 Uhr

tig wie die Kohle. Heute stehen die Deutschen der Kartoffel weniger skeptisch gegenüber: Der Pro-Kopf-Verbrauch liegt jährlich bei mehr als 50 Kilo.

Mit der Kartoffel begann letztlich auch der Aufstieg des Hofes Hadenfeldt. Der Familienbetrieb besteht – Kartoffel-Geschichten sind lang – mittlerweile in der fünften Generation. 1897 übernahm der Ur-Ur-Großvater den Hof in Wittenbergen. Damals lebten hier ein paar Schweine, Hühner und Rinder, man kam zurecht. Dann, als Hans-Detlef Hadenfeldt 1980 in den Betrieb einstieg, wurde einige Jahre später schließlich auch die erste Knolle angebaut.



Familien-sache: Matthias Hadenfeldt bewirtschaftet den Hof. Immer mit dabei: Vater Hans-Detlef, Ehefrau Jessica und Tochter Johanna (Bild links). Jedes Jahr kommen auf 40 Hektar rund 2000 Tonnen Kartoffeln zusammen. Das reicht für volle Lager (Bild oben).

pflanzen, sie ernten, sortieren, verpacken und liefern zu den Händlern. Und sie achten auf eine feine Abstimmung zwischen dem in der Region üblichen leichten Boden, der Bewässerung und einer sanften Düngung. „Wir bauen unsere Kartoffeln nahezu wie ein Bio-Betrieb an“, sagt Matthias Hadenfeldt. Gemessen an den Möglichkeiten ist die Anbaufläche zudem klein. Qualität statt Quantität eben – und das mit Tradition.

DER SCHLAGER: BELANA

Das alles sind die Gründe, warum der Kartoffelhof bereits seit gut 30 Jahren das Gütezeichen der Landwirtschaftskammer trägt. Das grünblaue Siegel steht für ausgezeichnete Lebensmittel – und das sind bei den Hadenfeldts eben ihre Kartoffeln.

Fünf Sorten baut der Betrieb an, aber der absolute Schlager ist die – nein, nicht die „Linda“, sondern die „Belana“, eine Art Allzweckkartoffel, mit der man in der Küche wirklich weit kommt. Die „Belana“ ist auch die Lieblingssorte der Hadenfeldts. „Selbstverständlich“, sagt Matthias Hadenfeldt, „probieren wir jede einzelne Sorte mit der ganzen Familie, bevor wie sie bei uns anbauen.“

Produkte aus der Region werden immer beliebter – vielleicht auch deshalb, weil sie nicht nur durch Geschmack und Qualität überzeugen, sondern weil die Menschen mehr denn je

Nähe und Vertrauen schätzen. Im Zeitalter der Globalisierung wird der Kunde von anonymen Warenangeboten regelrecht erschlagen. Deshalb sucht er sich in diesem weiten Meer Anker – regionale Marken, die er auf ihren Ursprung zurückverfolgen kann.

Davon profitieren natürlich auch die Erzeuger vor Ort – und mit ihnen das unmittelbare Umfeld. In einer Scheune des Kartoffelhofs in Wittenbergen ist ein kleiner Hofladen eingerichtet. Ein Tisch, viele Säcke Kartoffeln, mehr nicht. Und dazu eine Kasse, in der jeder Kunde sein Geld einwerfen kann. Die Hadenfeldts haben Vertrauen in ihre Hofladen-Käufer. Auch das bewahrt dem Ganzen doch irgendwie noch eine regionale Idylle.

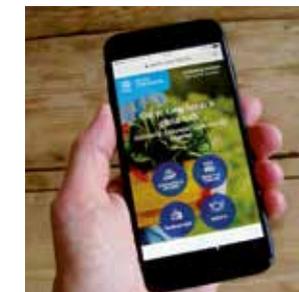


Die ersten Ernten lieferte er noch selbst mit dem Autoanhänger aus – zu Edeka nach Uetersen. Dann aber, mit den Jahren, standen immer mehr größere Fahrzeuge auf dem Hof, dazu kamen Hallen, Erntemaschinen, Förderbänder, Verpackungsanlagen, das ganze Kartoffelprogramm. Heute wirkt der Betrieb in Wittenbergen aufgeräumt, alles hier hat seinen Platz. Das ist den Hadenfeldts wichtig, denn schließlich sind sie es, die sich hier jeden Tag um die Kartoffeln kümmern. Matthias Hadenfeldt bewirtschaftet den Hof gemeinsam mit nur einem Mitarbeiter, aber auch der Vater kommt immer mal wieder mit aufs Feld. Sie

Einkaufen um die Ecke

GUTES VOM HOF.SH zeigt, wo Schleswig-Holstein am besten schmeckt

Einkaufen direkt beim Landwirt im Hofladen oder auf dem Wochenmarkt ist immer ein besonderes Erlebnis. Hier bekommt man nicht nur aus erster Hand spannendes Wissen



GUTES VOM HOF.SH lässt sich unterwegs auch als App nutzen – um zum Beispiel noch unbekannte Hofcafés zu entdecken.



rund um die Produkte – viele der heimischen Spezialitäten sind im klassischen Lebensmittelhandel auch gar nicht erhältlich. Den Weg zu rund 160 Hofläden,

zu Wochenmärkten und Events für Genießer, Produktinfos und Rezepten weist GUTES VOM HOF.SH. Das schleswig-holsteinische Direktvermarkterportal ist die zeitgemäße Antwort auf die zunehmende Nachfrage nach regionalen und saisonalen Produkten direkt vom Erzeugerbetrieb.

www.gutes-vom-hof.sh

Immer bestens informiert mit dem **GUTES VOM HOF-Newsletter**: Zwölfmal im Jahr erscheint der GUTES VOM HOF Online-Newsletter. Er klärt Monat für Monat darüber auf, welche Produkte gerade Saison haben und was man in der Küche Leckeres aus ihnen zaubern kann, wo das nächste Hoffest gefeiert wird oder die nächste große Genussveranstaltung über die Bühne geht... Und natürlich informiert der Newsletter auch aktuell über neue Hofläden und Märkte.
Jetzt anmelden unter: <https://www.gutes-vom-hof.sh/newsletter-bestellen>



Käse, Kunst und Rock 'n' Roll

Martina Metzger-Petersen hat im Land mit Deichkäse & Co. genussvoll Maßstäbe gesetzt

Die Zeit meint es gut mit Martina Metzger-Petersen. Trotz vieler Widerstände in den Anfangsjahren hat die 63-Jährige eine starke Marke geschaffen, die sowohl in Schleswig-Holstein als auch bundesweit und sogar im Ausland geschätzt wird. Und das bei Produkten, denen Sie bis zu eineinhalb Jahren Zeit gibt, bis sie reif sind für Genießer.

Als Martina Metzger-Petersen 1989 gemeinsam mit ihrem Mann Ernst den Hof Backensholz nach den Bioland-Richtlinien der ökologischen Landwirtschaft zu bewirtschaften begann, war Bio nur etwas für Exoten. „Akzeptanz für das, was wir taten, gab es damals kaum“, erzählt sie. Und als sie zwei Jahre später mit einer eigenen Rohmilchkäserei startete, schüttelten viele in der Branche den Kopf. Wer sollte sich schon für hochwertige Bio-Käseprodukte interessieren? Doch sie glaubte an ihr Konzept und holte sich praktisches Wissen aus Käsereibetrieben in Italien, der Schweiz und Österreich. Einer der ersten, der die Produkte von Backensholz für seine regionale Küche entdeckte, war der Sylter Sternekoch Jörg Müller. Heute verarbeiten die 33 Mitarbeiter der Käserei im Schnitt 10.000 Liter Milch – die Grundlage für 14 feine Käse-Produkte, die bei privaten Feinschmeckern ebenso begehrt sind wie in der Spitzengastronomie, und die das Gütezeichen Schleswig-Holstein tragen. Im letzten Jahr hat Martina Metzger-Petersen die Leitung der Käserei an ihren Sohn Thilo abgegeben. Sie hat nur „Grundfreiheit“, wie sie es nennt. Sie arbeitet nur, wenn sie gebraucht wird. Ein Privileg, das hart erarbeitet ist. 26 Jahre lang hat sie die Produktpalette immer weiterentwickelt und den Betrieb ausgebaut. Wenn sie und ihr Mann im Urlaub waren, hatte sie meist ein Päckchen „Backensholzer“ mit dabei, um die Qualität zu testen und neue Kunden zu gewinnen.

Sich selbst beschreibt sie als Freigeist, für den Ehrlichkeit ein zentraler Wert ist. „Und den anderen nicht verbiegen zu wollen und sich selbst ebenso wenig.“ Wer sie kennt, schätzt ihre

Herzlichkeit und weiß zugleich, dass sie einen starken Willen hat und resolut sein kann „bis zur Sturköpfigkeit“. Doch der Erfolg gibt ihr Recht – und nachtragend ist sie nicht. Außerdem auch ein guter Teamplayer. „Vertrauen können ist wichtig“, sagt die ausgebildete Chemotechnikerin, die in der Nähe von Osnabrück aufgewachsen ist. Genuss spielte schon in ihrer Kindheit eine große Rolle. „Mein Vater war Italiener, unser Kühlschrank immer voll“, sagt sie und lacht. Sie selbst isst und kocht leidenschaftlich gerne. Letztes Jahr war sie gemeinsam mit ihrem Mann in Mittelschweden zu Gast beim Spitzenkoch Magnus Nilsson, der konsequent mit lokalen Produkten kocht. „Es war ein Erlebnis!“ seufzt sie. Früh hat sie angefangen sich für Kunst zu interessieren und nach den ersten Erfolgen selbst Werke von Künstlern erworben. In Museen trifft man sie oft – und auch auf Konzerten. „Ich tanze gerne und ich liebe Musik. Die West Side Story mit Nils Landgren in der Elbphilharmonie neulich war fantastisch. Aber tief im Herzen“, sagt sie und grinst, „tief im Herzen bin ich ein Rocker.“



Gemüsegarten



Einkaufen gehen bei ...

Jens-Uwe Heinath,

Leiter des MARKANT Marktes Kiel, Alte Weide

GESCHMAQ: *Herr Heinath, Sie führen einen der modernsten MARKANT-Märkte im Land. Was ist das gewisse Etwas beim Einkauf an der „Alten Weide“?*

JENS-UWE HEINATH: In unserem Markt steht die Kundenorientierung an erster Stelle. Dies beginnt bei unseren sehr freundlichen Mitarbeitern und geht bis zur großen Auswahl an Produkten in der Frischetheke bei Obst und Gemüse oder unserem großen Biosortiment. Außerdem sind wir in der Lage, bei der Warenbestellung speziell auf Kundenwünsche einzugehen. Unsere Serviceangebote des Rezeptberaters, bei dem es mehr als 1000 kostenfrei Rezepte zur Auswahl gibt, und unser Weinverkoster – meines Wissens einmalig in Kiel – werden sehr gut angenommen. Es gehört auch zu unserem Service, dass der Markt komplett barrierefrei konzipiert ist.

Regionalität: ein Megatrend. Trifft das für alle Warengruppen zu?

Wir beobachten tagtäglich bei unserer Arbeit: Regionalität ist eines der wichtigsten Kaufkriterien. Natürlich besonders im Frischbereich sowie bei Obst und Gemüse oder Eiern. Aber

auch in anderen Warengruppen ist der Trend zu spüren: So zum Beispiel im Drogeriebereich oder bei den Getränken, wo wir mit den Produkten regionaler Start-Ups wie von den Kieler Seifen oder unseren Nachbarn Lillebräu gute Erfahrungen machen.

Welches Thema liegt Ihnen derzeit besonders am Herzen?

Vor allem die Vermeidung von Müll und Plastikverpackungen. In der Obst- und Gemüseabteilung bieten wir Mehrweg-Netze an, die bei den Kunden sehr gut ankommen. Und an der Frischetheke können Kunden ihre eigenen Behälter mitbringen und sich Wurst, Käse oder Salate darin verpacken lassen. Hier sind strenge Hygienevorschriften und feste Abläufe einzuhalten, was recht aufwendige Schulungen erfordert. Dazu wurde unser Personal sehr gut ausgebildet, die Abläufe fördern noch den Kundenkontakt. Rund fünf Prozent der Verkäufe an der Theke werden inzwischen ohne Verpackungen abgewickelt, Tendenz steigend! Und: Wir haben dadurch einen stetigen Neukundenzulauf.

Einkaufen gehen mit ...

Gudrun Köster, Verbraucherzentrale

Heute im Einkaufswagen: Verpackungen

GESCHMAQ: *Frau Köster, das Thema „Plastikmüll“ ist in aller Munde.*

Warum haben wir Handlungsbedarf?

GU DRUN KÖSTER: Obwohl die Belastung unserer Umwelt mit Plastikmüll seit vielen Jahren bekannt und diskutiert ist, haben wir nach wie vor hohe Anstiegsraten. Seit dem Jahr 2000 sind die Abfallmengen aus Plastik um 74% gestiegen. Nur aus Kunststoffverpackungen erzeugen wir derzeit jährlich 31 kg Plastikmüll pro Kopf.

Welche Verpackungen sehen Sie besonders kritisch?

Die schwarzen Kunststoffschalen, welche vermehrt im Obst- und Gemüsebereich zu finden sind, werden bei der Müllsortierung nur schlecht von den Maschinen erkannt. Sie sind also besonders schwer zu recyceln. Weitgehend unerforscht ist außerdem der Übergang von Kleb- und Zusatzstoffen in Verpackungen auf die enthaltenen Lebensmittel. Hier sind noch gar nicht alle Stoffe und ihre Wirkungen auf den Menschen bekannt. Es wird zu Recht argumentiert, dass Verpackungen hygienisch sind – aber ob sie wirklich gesund sind, da bleiben viele Fragezeichen.

Wie können wir schon beim Einkauf helfen, die Plastikmüllmengen zu reduzieren?

Die Nutzung von Mehrweg-Verpackungen ist ein wichtiger Schritt. So können z.B. Obst und Gemüse in der Frischetheke in mitgebrachte, waschbare Netze verpackt werden, um die dünnen Plastiktüten zu vermeiden. Der Kauf von loser, saisonaler Ware aus der Region hilft schon sehr. Käse und Fleisch an der Frischetheke zu kaufen spart im Gegensatz zur aufwändig verpackten Ware im Selbstbedienungsregal des Discounters auch viel Plastik. In einigen Supermärkten gibt es sogar bereits Pfandsysteme für Mehrwegbehälter, in denen Fleischwaren verpackt werden. Auch Glasver-

„Die Nutzung von Mehrweg-Verpackungen ist ein wichtiger Schritt, um Plastikmüllmengen zu reduzieren.“



MARKANT Markt Kiel Alte Weide
Alte Weide 4 | 24116 Kiel
Telefon 0431-69021770
Öffnungszeiten Mo bis Sa 7-21 Uhr



Gudrun Köster ist Referentin für Lebensmittel und Ernährung bei der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein

packungen sind empfehlenswert, zum Beispiel für Getränke. Viele Verbraucher wissen gar nicht, dass auch die Pfandflaschen aus Plastik nur Einweg-Verpackungen sind.

Im Thema Regionalität steckt noch ein riesiges Potenzial

Im Interview: Jan Philipp Albrecht

Seit September 2018 steht Jan Philipp Albrecht (Grüne) an der Spitze des Ministeriums für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein. Der Rechtswissenschaftler – Markenzeichen: Ringelpullover – war zuvor neun Jahre Mitglied des Europäischen Parlaments in Brüssel. Er war maßgeblich am Abschluss der Datenschutz-Grundverordnung beteiligt. Aber auch in Fragen der Landwirtschaftspolitik bezog Albrecht bereits als Europaabgeordneter klar Stellung; so begrüßte er frühzeitig den Ausgleich von Ernteschäden aufgrund des Dürresommers 2018. Im Gespräch mit GESCHMAQ machte der mit 35 Jahren jüngste Landesminister deutlich, warum ihm regionale Produkte persönlich am Herzen liegen – und wie er auch für kleine Betriebe eine Zukunftsperspektive sichern will.



GESCHMAQ: Was verbindet Sie persönlich mit den Themen Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft?

JAN PHILIPP ALBRECHT: Als Kind im ländlichen Niedersachsen bin ich am Feldrand aufgewachsen. Ich war ständig auf Bauernhöfen, und wir hatten auch einen Hof in der Familie, wo wir häufig zu Besuch waren, wo ich mit auf dem Trecker gesessen habe. In meiner Zeit in Brüssel hat mir das Ländliche gefehlt. Deswegen freue ich mich, dass Land und Landwirtschaft jetzt wieder im Zentrum meiner Tätigkeit stehen. Denn draußen in der Natur zu sein, ist für mich Quelle von Zufriedenheit und Glück.

Wie haben Sie die schleswig-holsteinische Land- und Ernährungswirtschaft in den ersten Monaten Ihrer Amtszeit erlebt?

Der wichtigste Eindruck ist: Schleswig-Holstein hat eine sehr vielfältige Landwirtschaft mit vielen neuen Entwicklungen.

Und viele Landwirtinnen und Landwirte sind dabei, sich zu spezialisieren – und herauszustellen, was das Besondere, was der Markenkern ihres Betriebes ist. Das gefällt mir. Denn am Ende geht es ja darum, den Verbraucherinnen und Verbrauchern gute Argumente zu liefern, warum er bestimmte regionale Produkte kaufen soll.

Dagegen steht die Entwicklung, dass die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe in Schleswig-Holstein weiter sinkt, die durchschnittliche Betriebsgröße steigt.

Die Globalisierung, die Automatisierung, die Effizienzsteigerung in der Landwirtschaft sind nicht erst seit gestern da. Aber für manche kommt die Erkenntnis, sich anpassen zu müssen, zu spät. Das trifft vor allem diejenigen, die ihren Hof gerade abgeben wollen – wenn dann niemand mit einer klaren Perspektive da ist, wird der Hof aufgegeben oder aufgekauft. Unser politisches Ziel ist es, gemeinsam neue Perspektiven zu

schaffen für junge Landwirtinnen und Landwirte, die bereit sind, kleine und mittlere Betriebe zu übernehmen – und die zukunftsfähige Ideen haben, um aus den Betrieben etwas zu machen.

Welche Perspektiven können und wollen Sie gerade solchen kleineren Betrieben konkret vermitteln?

Am Anfang steht die Erkenntnis der Politik, dass es einen Mehrwert darstellt, wenn wir kleinere Betriebe haben, und dass wir entsprechende politische Rahmenbedingungen schaffen müssen. Denn von alleine werden die kleinen Betriebe im globalen, von großen Betrieben und ihrer Macht geprägten Wettbewerb nicht überleben können. Deshalb müssen wir die Förderung der Landwirtschaft auch gerade auf kleinere Betriebe ausrichten und diese stärker auf Qualität als auf Quantität und stärker auf wichtige, gesellschaftlich gewollte Ziele orientieren. Also auch auf Umweltschutz,

Naturschutz, Klimaschutz, auf die Frage, wie wir biologische Vielfalt gewährleisten können. Alles das muss ins Zentrum von Förderung gestellt werden – und nicht nur die Fläche. Das geht aber nicht von heute auf morgen. Deshalb ist es auf Landesebene besonders wichtig, Infrastrukturen zu unterstützen, mit denen sich kleinere Betriebe vernetzen können – sowohl bei der Betriebsorganisation wie bei der Vermarktung und ganz besonders auch bei neuer Technologie und Digitalisierung.

Ist das Konsens in der Jamaika-Koalition?

Es ist Konsens, dass wir gemeinsam die kleineren Betriebe in Schleswig-Holstein erhalten wollen. Immer weniger immer größere Betriebe sind sowohl vor dem Hintergrund des Erhalts unserer Kulturlandschaft und des Ziels einer vielfältigen Bewirtschaftung der Natur wie auch aus sozialen Gründen nicht verträglich. Wir werden aber zukünftig auch noch mehr darüber diskutieren, wie wir langfristig Sicherheit im Umgang



„Lange ging es in Deutschland nur um möglichst viel, möglichst günstig.“

kret sehen, erleben und testen können, was Digitalisierung leisten kann.

Welchen Stellenwert gerade für die Vernetzung und Vermarktung haben Initiativen wie das Onlineportal www.gutes-vom-hof.sh?

GUTES VOM HOF.SH ist ein Vorzeigeprojekt, das inzwischen sehr gut angenommen wird. Und es gibt daneben zahlreiche andere Initiativen, wo sich manchmal nur zwei oder fünf Höfe zusammenschließen, um den Transport und den Verkauf regionaler Produkte gemeinsam zu organisieren – und um sich damit abzusetzen von global gehandelten Produkten im Supermarkt.

Welche Bedeutung hat aus Ihrer Sicht die regionale Herkunft von Lebensmitteln – und was heißt für Sie in diesem Kontext „regional“?

Den Begriff kann man sehr unterschiedlich definieren. Einerseits sind wir mit Europa eine Region in der Welt – mit einem gemeinsamen Markt, der auch für einzigartige Produkte aus Schleswig-Holstein offen ist und noch Potenziale bietet. Regionale Förderung, wie wir sie betreiben, bezieht sich aber hauptsächlich auf unser Land Schleswig-Holstein. Gerade die lokale Ebene darunter ist

aber noch ausbaufähig. Denn die Menschen haben immer mehr Lust daran, quasi vom Nachbarhof zu kaufen.

Warum ist gerade die Förderung der lokalen Angebotsstrukturen so wichtig?

Wir sind alle Konsumenten. Und meine Erfahrung ist, dass wir zunehmend den Bezug dazu verloren haben, wo unsere Lebensmittel eigentlich herkommen – und welche Produkte es überhaupt gibt. In Deutschland ging es lange nur darum, möglichst viele Produkte zu möglichst günstigen Preisen ins Land und in den Handel zu bringen. Früher als Student habe ich auch vor allem billig eingekauft. Aber inzwischen habe ich Familie und ein kleines Kind, und ich möchte die Gewissheit haben, dass ich wirklich gute, gesunde Lebensmittel verwende. Insgesamt wächst die Bereitschaft, vielleicht ein paar Cent mehr auszugeben, wenn man dafür ein Produkt bekommt, von dem man weiß, dass es nicht einmal durch ganz Deutschland oder Europa gefahren wurde – und dass es von jemandem produziert worden ist, der da wirklich mit Liebe dran gearbeitet hat. Meine Erfahrung ist, dass die Menschen wirklich vermehrt Lust haben, Regionalität zu erleben. Da ist noch ein Riesenpotenzial – und dahinter steckt eine ganz reale Zukunftsvision für die Landwirtschaft in Schleswig-Holstein.

Welchen Stellenwert hat für Sie die Bio-Landwirtschaft, welche Ziele verfolgen Sie hier als grüner Minister? Brauchen wir mehr Bio? Können wir mehr Bio? Müssen wir nicht sogar mehr oder ausschließlich Bio-Landwirtschaft betreiben?

Wir können definitiv mehr Bio. Es ginge noch mehr. Und bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern ist der Wunsch da, noch mehr Bio zu kaufen. Deswegen ist es richtig, dass wir weiter auf die Förderung von Bio setzen. Ob wir es müssen, ist nicht der Punkt. Es steht nicht zur Debatte, dass wir morgen alle Bio produzieren. Das geht ja auch gar nicht so schnell. Ein höherer Bio-Anteil wäre auf jeden Fall gut, weil die Verträglichkeit der Landwirtschaft mit den Naturstrukturen es schlicht erfordert, dass wir auf Grünlandschutz, Artenschutz und Umwelteinträge – vor allem in die Gewässer und ins Grundwasser – achten. Aber das bedeutet nicht zwingend Bio. Auch konventionelle Betriebe können hier noch einen großen Beitrag leisten. Und deshalb ist es auch gut und richtig, wenn jemand weiter konventionell wirtschaftet, aber dabei stärker auf Naturschutz und Tierwohl achtet. Denn am Ende geht es um die Sache, nicht um Siegel.

Welche Bedeutung haben für Sie Qualitätssiegel für Nahrungsmittel wie das Gütesiegel „Qualität aus Schleswig-Holstein“?

Für die Verbraucherinnen und Verbraucher ist das Gütezeichen ein klares Signal, dass sie es mit einem Produkt hoher Qualität aus Schleswig-Holstein zu tun haben. Das Gütezeichen ist eine stehende Größe, hat einen hohen Wiedererkennungswert – und ich kann mir gut vorstellen, dass wir es sogar noch weiter entwickeln.

Haben wir zu viele Siegel?

Verbraucherinnen und Verbraucher schalten irgendwann ab, wenn zu viele Siegel auf einem Produkt zu sehen sind. Deshalb sollte man sich in der Vermarktung genau überlegen, worauf man Wert legt. Am Ende darf es nicht zu einer Informations- und Siegel-Überflutung kommen. Trotzdem bin ich grundsätzlich ein großer Unterstützer von Gütesiegeln. Denn letztendlich sind solche Siegel der einzige Weg, um Verbraucherinnen und Verbrauchern zu zeigen, worauf sie vertrauen können.

Welche Produkte aus Schleswig-Holstein sind in Ihrer eigenen Küche unverzichtbar?

Das Erste, was wir im Sommer nach unserem Umzug nach Kiel angestoßen haben, war eine regelmäßige Lebensmittellieferung von einem Bio-Hof hier in der Nähe.

Haben Sie schon schleswig-holsteinische Produkte entdeckt, die Sie überrascht oder begeistert haben?

Ich bin sicher nicht der einzige, der begeistert ist von dem Fleisch der Gallowayrinder, die auf den Naturschutzflächen im Land weiden. Wir können sicher auch alle stolz sein auf die Fischerei im Land. Und was mir aufgefallen ist: Gerade in Bezug auf Milch und Milchprodukte aber auch bei Brot und Backwaren gibt es eine enorme Vielfalt.

Also alles gut?

Wir können und müssen bei der Vernetzung und Vermarktung sicher noch weiter Hilfestellung leisten. Und auch die Themen Lebensmittelverschwendung und Plastikverpackungen möchten wir noch stärker in Angriff nehmen. Da müssen wir unbedingt etwas tun. Und da ist die Chance, gerade mit regionalen Akteuren weiterzukommen, sehr groß!

mit Bürokratie schaffen und Verfahren vereinfachen – und auch da wird Digitalisierung eine wichtige Rolle spielen.

Und wie kann Digitalisierung das Wirtschaften auf den Höfen verbessern, vereinfachen?

Durch das Digitalisierungsprogramm haben wir in den Bereichen Umwelt und Landwirtschaft schon einiges auf den Weg gebracht, zum Beispiel entwickeln wir aktuell ein Projekt „Digitale Ohrmar-

ke“, mit dem wir Daten zum Tierwohl allen Betrieben zur Verfügung stellen können. In einem anderen Projekt geht es um ein „Data Warehouse“, mit dem wir digitale Daten und Dienste in einer öffentlichen Struktur bündeln wollen, damit nicht alle automatisch zu großen Technologieanbietern gehen und diesen ihre Daten überschreiben müssen. Außerdem planen wir, einen Modellhof in Schleswig-Holstein zu fördern – damit Landwirtinnen und Landwirte ganz kon-



Experte mit Leidenschaft: Schon sein gesamtes Berufsleben hindurch beschäftigt sich Prokurist Ole Ritters mit Fisch und Meeresfrüchten.

Fischgenuss in Handarbeit

GOSCH ist Kult – und das nicht nur bei den Reichen und Schönen auf Deutschlands wohl bekanntester Insel. Was nur wenige wissen: Viele der GOSCH-Spezialitäten für den Lebensmitteleinzelhandel und die rund 40 Restaurants in ganz Deutschland entstehen nicht etwa auf Sylt, sondern in dem 800-Seelen-Dorf Ellingstedt bei Schleswig. Hier hat seit 1994 die Manufaktur des Traditionsunternehmens und Gütezeichen-Partners ihren Sitz.

— Glatt und silbrig schimmert die Haut des Lachses, darunter leuchtet das saftig-rosafarbene Fleisch. Vier bis fünf Kilo bringt das Prachtexemplar auf die Waage. Ein paar gekonnte Handgriffe von Lothar Volquardsen, und ein perfekt geschnittenes und entgrätetes Filet landet in dem Korb neben der Arbeitsfläche. Als Laie kann man da nur staunen, für den 58-Jährigen ist der Umgang mit dem scharfen Filetmesser tägliche Routine. Rund 40 Fische hat er heute schon auf diese Weise verarbeitet.

„Der Lachs gehört auf jeden Fall zu unseren Hauptprodukten“, erzählt Ole Ritters. Seit zwei Jahren leitet er die Manufaktur als Prokurist, doch Fisch und Meeresfrüchte begleiten ihn schon sein gesamtes Berufsleben hindurch. Die Lachse stammen aus Zuchten in Norwegen und erreichen die Manufaktur – wie der Großteil der Produkte – über Logistik-Dienstleister in Padborg. In Ellingstedt angekommen, werden die Tiere größtenteils zu Räucher- und Gravedlachs weiterverarbeitet oder verlassen die Produktion als frisches Filet in Richtung Filialen.

„Die meisten unserer Produkte stammen aus nachhaltigen Zuchten oder nachhaltigem Fang.“

Ole Ritters



AUS NACHHALTIGEM FANG

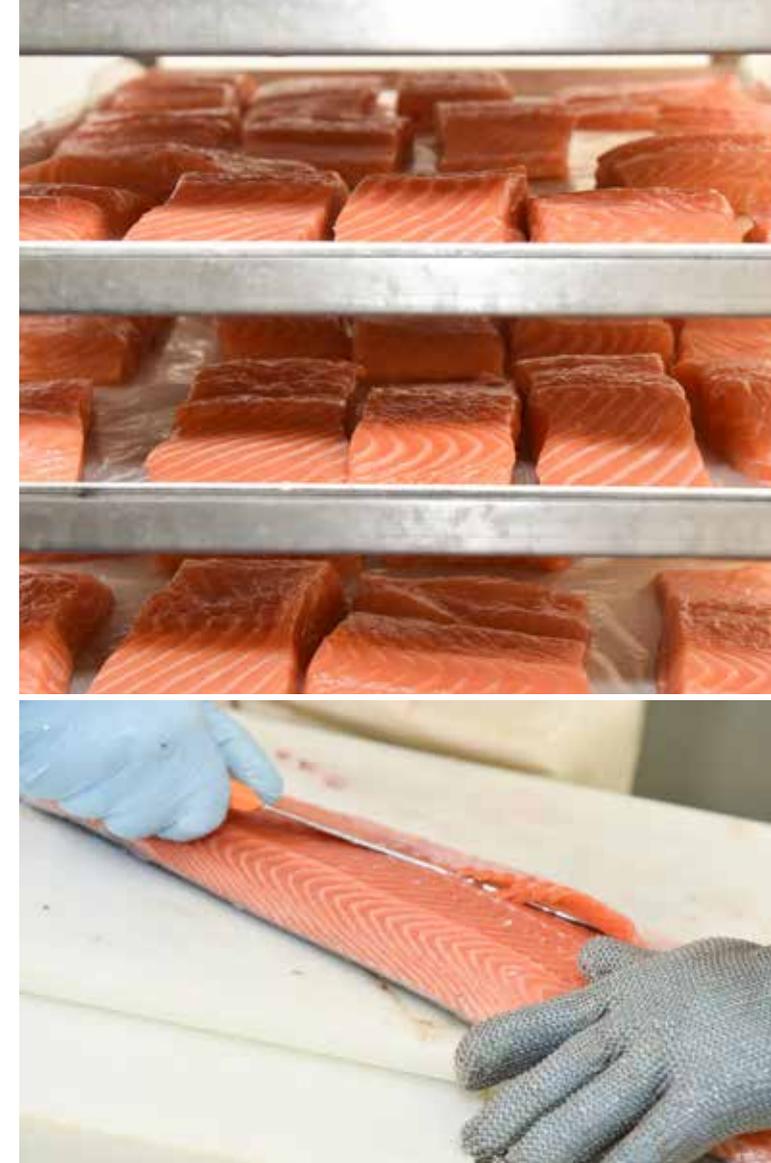
Im Nebenraum ist Mitarbeiterin Regina Sievers mit den Bratheringen beschäftigt. Mit prüfendem Blick wendet sie die Filets in Mehl, bevor sie sie über das kurze Förderband in Richtung Fritteuse schickt, wo sie saftig und schonend gebraten werden – jedes von ihnen etwa 50 Sekunden. „Für eine gute Qualität sind die typische Silberhaut und eine feste Konsistenz wichtig. Außerdem muss der Fettgehalt stimmen“, so Ritters. Neben der Beschaffenheit ist für GOSCH die Nachhaltigkeit seiner Rohwaren ein wichtiges Thema. „Die allermeisten unserer Produkte stammen – wie unser Lachs – aus nachhaltigen Zuchten beziehungsweise nachhaltigem Fang, überwiegend aus heimischen Gewässern und der nördlichen Nordsee.“

SALATE, SAUCEN, SUPPEN

Doch wer schon einmal in einem GOSCH-Restaurant gegessen hat, weiß, dass bei weitem nicht nur Lachs und Hering zum Sortiment gehören. Diverse Fischarten wie Aal, Rotbarsch, Matjes, Seelachs, Kabeljau oder Wolfsbarsch, dazu Krabben, Garnelen, Muscheln, Hummer und andere Krustentiere – es gibt kaum etwas, das die 40 Mitarbeiter nicht mit geübter Hand und viel Liebe zum Detail für den Verkauf in den Filialen vorbereiten. Neben frischem, geräuchertem und mariniertem Lachs entstehen in der Manufaktur auch Salate, Fischfrikadellen, Saucen, Suppen und andere Delikatessen. Welche Mengen die Betriebsräume täglich erreichen und verlassen, kann Ole Ritters nicht genau sagen. „Je nach Jahreszeit und Fangmengen haben wir zum Teil starke Schwankungen, während unserer Hauptsaison in den Sommermonaten herrscht aber auf jeden Fall täglich Hochbetrieb“, betont der Prokurist.

DONNERSTAG IST MARKTTAG

Jeden Tag beliefern Lkw die Manufaktur mit Ware – entweder frisch auf Eis gelagert oder tiefgefroren. Um Frische und Qualität zu erhalten, ist dann Geschwindigkeit gefragt. Nach der



Naturlassen, geräuchert oder mariniert – der Lachs aus der Ellingstedter Manufaktur ist ein Hochgenuss – nicht zuletzt dank dem Geschick von Mitarbeiter Lothar Volquardsen

Verarbeitung kommen die Waren zunächst ins betriebseigene Lager. „Spätestens am nächsten Morgen gehen die Produkte dann an die Filialen“, ergänzt Ole Ritters. Zusätzlich findet an jedem Donnerstag auf dem Firmengelände ein Markt statt, auf dem auch andere lokale Händler ihre Waren anbieten. Ein beliebtes Event für Besucher aus der gesamten Region. Dass die Herstellung auf der „staubigen Geest“ und nicht auf Sylt stattfindet, hat vor allem logistische Gründe. „Wir beliefern GOSCH-Restaurants in ganz Deutschland. Die Verteilung von der Insel aus wäre schlicht zu aufwendig. In Ellingstedt haben wir dagegen einerseits eine gute Anbindung nach Sylt, andererseits sind unsere Lkw schnell auf der Autobahn in Richtung Süden“, erklärt Ritters.

AUSGEZEICHNETE QUALITÄT

Neben der kontrollierten Herkunft seiner Rohstoffe ist dem Betrieb vor allem die Qualität der daraus entstehenden Produkte wichtig. „Wir verwenden hier ausschließlich frische Zutaten. Die Hausfrauensauce für unseren Matjes stellen wir zum Beispiel aus hausgemachter Mayonnaise, Joghurt, frischen Äpfeln und frischen Zwiebeln her“, verrät er einen Teil der ansonsten natürlich streng geheimen Rezeptur für eines der beliebtesten GOSCH-Produkte. So viel Qualität und liebevolle Handarbeit gehören natürlich belohnt. Und so erhielten bereits mehrere Lachs- und Matjesprodukte das Gütezeichen „Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein“.

GOSCH Manufaktur
Langacker 17
24870 Ellingstedt

Öffnungszeiten
Markttag:
Do 8-14 Uhr

Neu aus dem Norden

Mit Liebe hergestellt, geprüft und für gut befunden



Auf dem Weg zur Auszeichnung mit dem Gütezeichen „Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein“ durchläuft ein Produkt einen strengen, mehrstufigen Prüfprozess. Grundlage sind die für die jeweilige Produktgruppe geltenden Anforderungen der Qualitäts- und Prüfbestimmungen des Gütezeichens. Auf den Antrag des produzierenden Betriebs beim Qualitätsausschuss der Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein folgt als erster Schritt die Prüfung des Betriebs: Sind die Bedingungen für ein Qualitätsprodukt

gegeben? Wie sieht das Qualitätsmanagementsystem des Betriebs aus? Danach wird das Produkt sensorisch unter die Lupe genommen: Wie sieht das Produkt aus? Wie riecht es? Wie schmeckt es? Wie ist die Konsistenz? Eine chemische und mikrobiologische Analyse im Labor ergänzt die Prüfung. Nur wenn die Prüfung die erforderliche Punktzahl, also eine „Spitzenqualität“ ergibt, darf sich das Produkt der mehrköpfigen Jury im Qualitätsausschuss vorstellen, die über die Verleihung des Gütezeichens entscheidet.

Da wird die Wurst gemacht



„Wenn es um die Qualität von Lebensmitteln geht, sollten wir sie stets an der Liebe zu unseren Kindern messen“, so lautete das Credo von Claus Dölling, der 1907 in Elmshorn eine Schlachtereieröffnung, aus der später die Firma **Döllinghareico** hervorging. Noch heute fühlt man sich hier diesem Erfolgsrezept verpflichtet und verwendet nur handverlesene Zutaten, die schonend verarbeitet werden. So auch für die knackige **Holsteiner Bockwurst** und die mild-würzige **Holsteiner Wiener** aus dem Glas, deren Fleisch zu 100 Prozent von schleswig-holsteinischen Erzeugern kommt. Beide Produkte sind seit Februar 2018 mit dem Gütezeichen Schleswig-Holstein ausgezeichnet. Wie alle anderen Wurstspezialitäten des in Elmshorn ansässigen Unternehmens werden sie nach überlieferten Rezepturen hergestellt.

Wo? In allen REWE-, sky-, EDEKA- und familia-Märkten der Region Nord
www.doelling-hareico.de

Von Hand geschöpft

Die **Holtseer Landkäserei** setzt in ihren Produktionsräumen nah der Eckernförder Bucht traditionell auf handwerkliche Arbeit und Mitarbeiter mit großer Erfahrung. Die Milch wird täglich frisch von den umliegenden Betrieben der Genossenschaft geliefert und zu den unverwechselbaren Holtseer Spezialitäten verarbeitet. Neu im Gütezeichen-Sortiment: Der großlöchrige **Holtseer Löcker**. Ein nussig-milder Schnittkäse, der pur oder in Kombination mit Himbeermarmelade eine wunderbare Figur macht und der **Holtseer Buur**, ein fein-aromatischer Schnittkäse, der sich als herzhaftes Zwischenmahlzeit eignet oder besonders lecker auf kräftigem Brot oder Brötchen schmeckt.

Wo? Holtseer Käsekiste – Werksverkauf
Dorfstraße 2, 24363 Holtsee,
Mo bis Fr 8-18 Uhr, Sa 8-12.30 Uhr
Eiskäseladen Kiel
Holtener Str. 112, 24105 Kiel
Mo bis Fr 7-18 Uhr,
Sa 8-17 Uhr
www.holtseer.de



So „hopft“ und „malzt“ der Norden

Die Beer Brauerei, einzige Privatbrauerei des Kreises Plön und ganz nebenbei bemerkt auch Deutschlands erste plattdeutsche Brauerei, hat sich mit Herz und Sachverstand der traditionellen Handwerkskunst verschrieben und produziert ihre Premium-Biere in charmanter Kleinauflage: Das klassische **Blonde Beer** fügt zwei unterschiedliche Aromahopfsorten aus der Hallertau zu einer feinherben Geschmacksnote zusammen. Das süffige **Düstern Bock** wiederum besticht durch seine runde Malzsüße. Das schnörkellose **Hafenbier** kommt typisch norddeutsch daher und lässt einen Hauch von Meersalz auf der Zunge zurück, während das kupferfarbene **Rubin Beer** seiner Malzschüttung aus Pilsener Malz sowie



dunklem und hellem Caramalz jenen angenehm zurückhaltenden Geschmack verdankt. Nicht zuletzt findet das naturtrübe **Hefeweizen** mit seiner kräftigen Schaumkrone bereits viele Fans in der Region. Ein Prosit auf diese Gütezeichen-Produkte mit Geschmack und Charakter!

Wo? In vielen gut sortierten Getränkemärkten in Schleswig-Holstein und Hamburg sowie in ausgewählten familia- und EDEKA-Märkten
www.beer-brauerei.de

Willkommen im Club!

„Kyle“ lautet der ursprüngliche Name der Stadt Kiel. Nach dem Ausschluss Kiels aus der Hanse – angeblich, weil die Stadt Piraten Unterschlupf gewährt hatte – gewannen der Handel und die Veredelung von Spirituosen an immer größerer Bedeutung. Welchen passenderen Namen hätte die Spirituosen-Manufaktur **Bartels-Langness**, die unter der Marke „**Kyle's Club**“ Premium-Brände nach überlieferten Rezepturen in Kiel herstellt, also wählen können? Gleich drei der in liebevoller Handarbeit hergestellten Spirituosen wurden kürzlich mit dem Prädikat „Geprüfte Qualität Schleswig-Holstein“ ausgezeichnet. Der „**Kyle's Club Vodka 40%**“ wird aus reinem Weizenfeindestillat erzeugt. Seinen weichen Geschmack verdankt er einer außergewöhnlich schonenden Filtration. Der „**Kyle's Club Rum 40%**“ reift schonend in kleinen Eichenfässern. Seine Merkmale: ein fein-fruchtiges Aroma, ein zarte Kaffeenote und ein ausbalancierter weicher Geschmack. Der dritte im Gütezeichen-Bunde ist der „**Kyle's Club Gin 40%**“, der aus Wacholder, frischer Zitruschale und einer Auswahl handverlesener Kräuter destilliert wird. Er zeichnet sich durch einen mild-würzigen Geschmack mit einer verführerischen Zitrusnote aus.

Wo? In allen familia- und MARKANT-Märkten, den CITTI-Märkten sowie online
www.kylesclub.de



Karpfen ...

mal anders

So geht das: Gebratenes Karpfenfilet mit gerösteten Mandelblättern – mit Ursula Knutzen vom Gütezeichen-Partner Fischzucht Knutzen.

— Karpfen blau. Ein Weihnachtsklassiker. Doch was viele nicht wissen: Der beliebte Speisefisch ist ein Allrounder in der Küche – und schmeckt zu jeder Jahreszeit. Ursula Knutzen züchtet mit ihrem Mann Jürgen in Hohenlockstedt feinste Holsteiner Karpfen – und sie kennt alle Kniffe, damit der Karpfen in der Küche und auf dem Tisch groß herauskommt.



gibt es zwei Varianten, je nachdem, wie viel Aufwand man sich machen möchte und was man lieber mag: Entweder ohne weiteres Fett die Mandelblätter mit etwas Salz und braunem Zucker goldbraun werden lassen – Achtung, gut aufpassen und umrühren, sie brennen schnell an! Oder die Mandelblätter in Butterschmalz mit feingehacktem Knoblauch goldbraun braten. Feingehackte Petersilie, Salz, Pfeffer, etwas braunen Zucker und zum Schluss einen Spritzer Zitronensaft dazugeben.

7 Die Mandelblätter oder die Mandelmischung auf und/oder neben das gebratene Filet legen, Karpfen und Mandeln ergänzen sich wunderbar. Als Beilagen empfehle ich Kartoffelpüree mit Spitzkohl oder Bechamel-Kartoffeln mit grünem oder buntem Salat. Den Spitzkohl würze ich statt mit Kümmel lieber mit etwas frisch geriebener Muskatnuss, Pfeffer, Salz, etwas Paprika und Curry, einer Prise Zucker. Und gern schneide ich eine Karotte in den Kohl, damit es etwas bunter aussieht. Das Gemüse runde ich mit etwas Sahne ab.

8 Guten Appetit

Fischzucht Knutzen GbR
Ursula & Jürgen Knutzen
Am Fischteich 1
25551 Hohenlockstedt-Springhoe
Telefon 04826-850579
www.fischzucht-knutzen.de

Öffnungszeiten
Di bis So 9-18 Uhr

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN

1,25 kg Karpfenfilet
Salz, Pfeffer und Mehl
100 g Butterschmalz
100 g Mandeln (gehobelt)
2 Knoblauchzehen
1 Bund Petersilie
20 g Brauner Zucker
Zitronensaft

1 Grätengeschnittenes Spiegelkarpfenfilet eignet sich ganz hervorragend zum Braten. Pro Person braucht man etwa 250 bis 400 Gramm Filet, je nach Hunger. Erfahrungsgemäß reicht das Filet eines Karpfens von 1500g bis 1800 g Lebendgewicht gut für zwei bis drei Personen.

2 Karpfenfilets waschen. Um die Schleimschicht besser abwaschen zu können, die Hautseite vor dem Waschen kräftig salzen, das Salz löst den Schleim. Filets salzen und pfeffern. Ich nehme gern das Ostsee-Salz und schwarzen Pfeffer aus der Mühle.

3 Filets in Mehl wälzen – Vollkornmehl oder Weißmehl, Weizen- oder Roggenmehl, je nach Geschmack. Ich nehme gern Weizenvollkornmehl.

4 Filets in Butterschmalz braten. Butterschmalz hat den feinen Buttergeschmack, lässt sich aber im Gegensatz zur Butter wesentlich besser und gefahrloser auch hoch erhitzen. Aber natürlich kann man auch Öl, zum Beispiel Sonnenblumenöl, verwenden.

5 Beim Braten erst die Fleischseite knusprig braun werden lassen und dann auf der Hautseite zu Ende garen,

sodass die Haut auch knusprig ist, denn sie soll unbedingt mitgegessen werden; im Unterhautfettgewebe befinden sich nämlich die gesunden Omega-3-Fettsäuren. Das Filet möglichst nur einmal wenden, es zerfällt relativ schnell. Je nach Dicke des Filets variiert die Garzeit; gegebenenfalls muss die Temperatur zwischendurch gedrosselt werden, damit das Filet durchgart, ohne dass die Mehlkruste schwarz wird. Am Ende die Temperatur dann wieder hochregeln, damit die Hautseite knusprig wird.

6 Nebenher in einer anderen Pfanne gehobelte Mandeln rösten. Hier

Prophylaktische Plastikkleider

Welchen Hintergrund hat die Haute Couture im Gemüseregal?

— Jean Paul Gaultier macht's vor: Für die Kollektion 2018/2019 lässt er seine Models im Plastik-Trenchcoat über den Laufsteg stöckeln. Die Einzelverpackung von langen, dünnen Objekten in Plastik macht vor diesem Hintergrund vielleicht einen Sinn, zumindest in Paris. Aber wie sieht es im heimischen Gemüseregal aus? Warum trägt die Gurke einen Plastik-Jumpsuit?

Fashion-Victims sind hier besonders oft Bio-Produkte. Ausgerechnet. Denn die Käuferschaft von ökologisch erzeugten Lebensmitteln achtet meist auch sehr darauf, Plastikmüll zu vermeiden. Dennoch hat der Einzelhandel gute Gründe für die aufwendigen Verpackungen: Gemäß EU-Verordnung müssen alle europäischen Supermärkte Obst und Gemüse aus ökologischem Anbau eindeutig kennzeichnen. Sowohl der Verbraucher als auch die Mitarbeiter sollen auf den ersten Blick erkennen können, ob es sich um ein Bio-Produkt oder ein konventionelles handelt. Auf der Verpackung können Bio-Siegel, Inhalt, Gewicht, Herkunft sowie der Preis untergebracht werden, all das, was auf einen einzelnen Champignon kaum passen würde.



Auch vor Kontaminierungen und dem direkten Kontakt mit prüfenden Kundenfingern will man das Gemüse mit dem prophylaktischen Plastikkleid schützen. Aber warum werden nicht die konventionellen Produkte verpackt? Der Grund ist laut Hersteller ganz simpel: Es würde immer noch mehr konventionelles Obst und Gemüse verkauft werden als solches mit Bio-Siegel. Daher würden im Vergleich sogar geringere Mengen an Plastik verbraucht werden. Da stellt sich einem die nächste Frage: Gibt es wirklich noch keine anderen Möglichkeiten, um die Erzeugnisse aus ökologischem Anbau zu kennzeichnen? Einige Supermarktketten setzen bereits auf das sogenannte „Natural Branding“. Bei dieser Methode der plastikfreien Kennzeichnung trägt man das Siegel mit einem Laser direkt auf die Frucht auf. Tätowiertes Obst und Gemüse also. Einige Nachteile: Bei den Verbraucherschützern ist man skeptisch, da das Verfahren noch nicht ausreichend erprobt ist. Man kann nicht abschätzen, ob die Schale nicht doch stärker beschädigt wird. Bisher funktioniert das „Natural Branding“ auch nur bei Produkten, deren Schale man nicht mitisst. Es bleibt also abzuwarten, ob sich Techniken wie diese durchsetzen oder ob es andere plastikvermeidende und EU-konforme Strategien geben wird. Fakt ist: Durch seine Nachfrage kann der Verbraucher das Sortiment beeinflussen. Regionale Bio-Produkte lassen sich auch gut direkt beim Erzeuger kaufen. Und dort im Hofladen zeigt sich die Bio-Gurke ganz unverhüllt und plastikfrei.

54° NORD

Das Magazin für Schleswig-Holstein

Ausgabe 6

Wie werden wir arbeiten?

Arbeit 4.0 in Schleswig-Holstein

Ab 7. Dezember erhältlich



Alle drei Monate neu im Zeitschriftenregal
www.54nord.sh



Auch als Geschenk-Abo
mit Gutschein

So schmeckt Schleswig-Holstein!

Viermal jährlich macht das Besserer-Magazin Lust auf Genuss im Norden. Freuen Sie sich auf Café-, Restaurant- und Hof-Porträts, auf Reportagen, Rezepte und Veranstaltungstipps. Erhältlich ist [Mohltied!] im Zeitschriftenhandel für 7,80 Euro – oder für 28,90 Euro im Jahres-Abonnement.



Exklusive
Reportagen



Schöne
Landgasthöfe



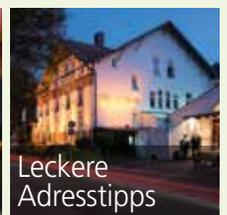
Idyllische
Sahneplätze



Kleine, feine
Hofläden



Rezepte für
zu Hause



Leckere
Adresstipps

Ihr schneller Weg zur [Mohltied!]: Tel. 043 51-666 05 19 · Fax 043 51-666 05 29 · E-Mail info@mohltied.de · Internet www.mohltied.de
DIE SEITE Verlag & Medien GmbH · Carlshöhe 27 · 24340 Eckernförde