

LAUSITZER RUNDSCHAU

Das **Optimum des Wohnens** ist da!

NEU ERÖFFNUNG

Mit tollen Eröffnungsangeboten!

FINSTERWALDER MÖBEL MARKT ist jetzt

opti

WO DAS OPTIMUM ZUHAUSE IST.

WOHNWELT

Ab sofort geöffnet!

Hoyerswerda 20. Januar 2017, 02:39 Uhr

Mit Lausitzer Gold und Raclette nach Berlin

Auf der Grünen Woche präsentieren die Lausitzer Ölmühle und die Milchwelt Kotten ihre regionalen Produkte

HOYERSWERDA/WITTICHENAU Lausitzer Leinöl auf Quarkschnittchen und zartschmelzender Käse aus Kotten: Auf der Grünen Woche in Berlin, die am heutigen Freitag startet, präsentieren die Lausitzer Ölmühle und die Milchwelt Kotten ihre Produkte. Sie wollen für ihr Unternehmen, aber auch für die gesamte Region werben.



Tobias Kockert hat für den Besuch in Berlin vom geräucherten "Schwarzen Müller" über frische Vollmilch bis zum Käse in Leinöl alles beisammen. Ganz neu in seinen Händen: Der passende Käse für das Lausitzer Raclette-Experiment.

Foto: ahu

"Die besten Ecken der Lausitz" steht in weiß-oranger Schrift groß auf dem nagelneuen Standplakat der Milchwelt Kotten geschrieben. Darunter sind weder Krabatmühle noch Hoyerswerdaer Schloss zu sehen. Es ist der hausgemachte "Käse mit Charakter" in eckiger Form, der im Zusammenspiel mit dem Slogan das Interesse der in den kommenden Tagen durch die Messehalle strömenden Kundschaft wecken soll.

Angelockt werden dürften die Besucher aber vor allem von den Produkten, die Tobias Kockert, Geschäftsführer der MKH Agrar-Produkte-GmbH Wittichenau, für die Grüne Woche in Berlin einpackt. "Neben unseren bewährten Spezialitäten, wie dem Räucher- und Chilikäse, möchten wir in diesem Jahr ein neues Produkt ausprobieren", kündigt er an und spricht dabei vom "Lausitzer Raclette". Den passenden Tischofen hat Kockert aus der Schweiz

kommen lassen, der Käse ist selbstverständlich aus eigener Herstellung und mit Lausitzer Zutaten versehen. Die dazu gereichten Brote kommen aus der Bernsdorfer Backstube von Roland Ermer.

"Wenn das auf der Messe gut ankommt, können wir uns vorstellen, das Lausitzer Raclette als zusätzliches Angebot zu etablieren", sagt Tobias Kockert. Für einen Tag will er am kommenden Montag am Stand der Marketinggesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien für "die Wertschätzung der Lebensmittel, die regionalen Kreisläufe und für Transparenz" werben. Zwar sei es bei der großen Auswahl auf der Grünen Woche schwierig, den Verbraucher tatsächlich "zu erreichen". Doch "wir probieren wenigstens, darüber zu informieren, wie viel Arbeit hinter den Produkten steckt und was den Landwirten am Ende davon bleibt", will Kockert auch an den Verstand der Besucher appellieren. Qualität habe nun mal ihren Preis.

Schon heute, am ersten Grüne-Woche-Tag, steht Regine Jorga mit ihrem "flüssigen Gold" hinter dem Stand der Oberlausitz. Mit im Gepäck hat sie Tochter Jana Mundt und jede Menge Leinöl-Produkte. Die Geschäftsführerin der Lausitzer Ölmühle ist schon zum vierten Mal dabei. "Bei so vielen Leuten und Ständen spezialisieren wir uns auf die Hauptprodukte", erklärt die 63-Jährige. Dazu zählt das

ungefilterte Premium-Leinöl alias "Lausitzer Gold" genauso wie der Leinöl-Brottaufstrich. "Neu dabei haben wir unsere Leinölseife. Die geht in unserem Laden sehr gut", erzählt Regine Jorga. Zur Verkostung bietet sie Quark mit Leinöl auf Schnittchen an. Aus den Vorjahren auf der Grünen Messe weiß sie, "dass wir besonders mit der Frische punkten". Denn das Interesse an gesunden und regionalen Produkten wachse stetig. So hat sich allein ihr Versand im Online-Handel in den vergangenen zwei Jahren verdoppelt. Von Sylt bis in den Schwarzwald reise das "flüssige Gold".



Mit "Natur Pur" und der regionalen Herkunft ihrer Produkte wollen Regine Jorga (hinten) und Jana Mundt die gesundheitsbewussten Grüne Woche-Besucher an ihren Stand locken.

Foto: ahu

Im vergangenen Jahr hat die Lausitzer Ölmühle aus 2300 Tonnen Leinsaat etwa 900 Tonnen des gesunden Öls hergestellt. Ein Großteil davon wurde nach Cottbus an das Kunella-Unternehmen geliefert, die ebenfalls auf der Grünen Woche dabei sind. Für Regine Jorga und Tochter Jana geht es auf der Messe vor allem darum, "sich mal wieder zu präsentieren und Erfahrungen mit anderen Händlern auszutauschen".

Die Lausitzer Ölmühle wie auch die Milchwelt Kotten vertreten in Berlin gleichzeitig die Initiative "Die Lausitz schmeckt", in der mehr als 40 Firmen zusammenarbeiten. So stehen in den Regalen von Regine Jorga auch die Produkte aus Kotten und umgedreht. Das "schmackhafte" Ergebnis dieser

Kooperation: Quark aus der Milchwelt gepaart mit Leinöl aus der Hoyerswerdaer Ölmühle. Das dürfte auch in der Hauptstadt für "Gaumenfreude" sorgen.

Zum Thema:

Der **Messeauftritt der Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien** wird vom Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft gefördert. Der Stand der Oberlausitz befindet sich in der **Länderhalle Sachsen** (Halle 21b). **Jeden Tag wird es hier einen anderen Mitaussteller aus der Region geben.** Neben der Lausitzer Ölmühle (20.01.) und der MKH Agrar-Produkte GmbH Wittichenau (23.01.) sind das die Herrnhuter Sterne GmbH (21.01.), die Geha Mühlen GmbH (22.01.), die Sächsisch-Oberlausitzer Eisenbahn GmbH (24.01.), Bäckerei Stefan Richter (25.01.), Wurst- und Fleischwaren Bautzen (26.01.) und die Druckerei Uwe Schirmeister (28.01.).

Anja Hummel