



Fläming-Königin Eva von Holly mit dem Merzdorfer Bäcker Stephan Sembritzki (l.) und Ronny Ryll (Fläming-Genussland Reinsdorf). FOTOS: BUTSCH (2)

Aus der Region – für die Region

Produzenten und Vermarkter wollen die Marke „Echt Fläming“ als Gütesiegel etablieren

Von Matthias Butsch

Baruth – Rinder-Salami, Straußenschinken, Zwiebelbrot, Kräutertee... ein ganzer Präsentkorb lässt sich mit Produkten aus der Fläming-Region packen. Genau das wurde am Montagabend im Alten Schloss in Baruth gemacht. Doch die 50 Landwirte, Lebensmittelproduzenten, Händler und Gastronomen dort wollen ein noch viel größeres Paket packen: eine Angebotspalette unter der Dachmarke „Echt Fläming“.

Ein geladener haben die Lokalen Arbeitsgruppen (LAG) „Rund um die Fläming-Skate“ und „Fläming Havel“, um das Projekt „Echt Fläming“ weiter zu bringen. Es geht dabei um den Aufbau und um das Etablieren eines Anbietersverbundes zur Regionalvermarktung von Produkten und Dienstleistungen. Unter dem Motto „Kennenlernen-Austauschen-Mitmachen“ kommt es zu angeregten Gesprächen.

Kerstin Weiße und Roman Albrecht haben sich aus dem lauten Stimmengetümmel im Saal etwas zurückgezogen. Sie sprechen über Tee und Kräuter, die Kerstin Weiße in ihrem „Gesundheitsgarten im Fläming“ in Sernow anbaut. Und es geht darum, ob Roman Albrecht vom Restaurant Altes Schloss Baruth die Kräuter in seiner Küche verwenden könnte. Sie verabreden, dass man es in der

Partner im Netzwerk

Die Urkunde als Partner der Regionalmarke „Echt Fläming“ erhielten am Montagabend folgende Unternehmen, die sich mit Produkten und Ideen beteiligen wollen:

Landhotel und Galloway-Zucht in Löwenbruch,
Fläming-Wildhandel in Bardenitz,
Syring-Feinkost in Zauchwitz,
Landbäckerei in Merzdorf,
Fläming-Genussland in Reinsdorf,
Mühle Steinmayer Luckenwalde,
Backschwein-Tenne in Gömnitz,
Neumarktfleischerei in Jüterbog.

Baruther Küche mit den Kräutern aus Sernow probieren will.

Bianca Moeller stört das laute Stimmengewirr nicht. Die Regionalmanagerin der LAG „Rund um die Fläming-Skate“ entwickelt das Projekt „Echt Fläming“ seit zwei Jahren und knüpft ein Netzwerk dafür. „Das ist ein komplizierter Prozess“, erklärt sie, „aber nun sind wir ein gutes Stück vorangekommen.“ Vor allem sei der Zusammenschluss erster Lebensmittelproduzenten, die nach den Qualitätskriterien der Marke „Echt Fläming“ arbeiten, erreicht.

Auf den Präsentationstischen im Saal des Alten Schlosses ist nicht zu übersehen, dass der erste „Wa-



„Kräuterfrau“ Kerstin Weiße aus Sernow und der Baruther Koch Roman Albrecht kamen ins Geschäft.

renkorb Lebensmittel“, wie es Bianca Möller nennt, bestückt ist. Da ist unter anderem die Galloway-Salami, eine Wurst aus reinem Rindfleisch, die von der Galloway-Zucht in Löwendorf zusammen mit der Frankenförder Forschungsgesellschaft und der Fleischerei Lehmann in Trebbin kreiert wurde. „Jetzt muss nur noch das ‚Echt-Fläming‘-Logo drauf, dann wird die Wurst zu Weihnachten angeboten“, sagt Frank Mertens, Chef der Galloway-Zucht.

Gekostet werden kann aber jetzt schon mal – und davon macht auch Fläming-Königin Eva von Holly Gebrauch. Sie ist Ehrengast der Veranstaltung und darf na-

schen, nippen und sich informieren. So auch am Tisch der Landbäckerei Merzdorf. „Den Geruch von Zwiebelbrot hatte ich gleich in der Nase, als ich reingekommen bin“, sagt sie. Landbäcker Stephan Sembritzki berichtet, dass er dabei sei, mit Hilfe der Merzdorfer Straußenfarm ein neues Brot auszutüfteln. „Roggen aus dem Fläming, Kartoffeln aus dem Fläming, Zwiebeln aus dem Fläming und dazu Straußenschinken aus unserem Flämingort Merzdorf“, zählt der Bäcker die Zutaten auf. „Auf der Grünen Woche im nächsten Jahr wollen wir das Brot vorstellen – natürlich mit dem ‚Echt-Fläming‘-Siegel drauf.“

Das Verwenden von ausschließlich regionalen Rohstoffen, der völlige Verzicht auf Gentechnik, künstliche Konservierungs-, Aroma- und Farbstoffe sind die wichtigsten Qualitätskriterien der Marke „Echt Fläming“. Bianca Moeller sagt: „Durch die gemeinsame Vermarktung in der Region soll die Wertschöpfung ausschließlich in der Region erfolgen.“ Auch Künstler, Kunsthandwerker und Kulturschaffende will man einbinden, um die Marke und deren Angebotsvielfalt noch breiter bekannt zu machen. „Wir wollen deutlich machen“, sagt Bianca Moeller, „dass ‚Echt Fläming‘ vor allem Tradition, Originalität, Wahrheit und Natürlichkeit bedeutet.“