

getränke aus norddeutschland

sonnabend/sonntag, 18./19. august 2018 taz  am wochenende



Splashmob:
Unterstützer der
Wasserinitiative
Viva con Agua
protestieren
gegen die
schlechte
Qualität des
Alsterwassers
Foto: Daniel
Bockwoldt

Andrea Maestro über Alkohol und Auswirkungen

Strothmann, vom Winde verweht

Als Jugendliche war meine Kotze oft grün. Manchmal sogar mintgrün, obwohl das damals noch keine Trendfarbe war. Quitschgrünen Pfeffi gab es bei uns aber nicht. Das scheint mir so ein Großstadtding zu sein: Dass der Schnaps gleich nach Zahnpasta schmeckt, wenn man ihn sich noch einmal durch den Kopf gehen lässt. Eigentlich ganz schlau, und das waren wir eher nicht.

Beleg dafür ist unsere Getränkeauswahl, die optisch meist harmlos daherkam. Mit goldenem Deckel, mintgrüner Flüssigkeit und mickrigen 16 Prozent Alkohol zum Beispiel: Strothmann Waldmeister Sahne schmeckte zuckersüß, war cremig und meistens lauwarm, weil niemand daran gedacht hatte, die Flasche rechtzeitig kalt zu stellen. Der Mund wird von dem Zucker ganz pappig – und der Kopf schnell düsig.

Die Kurven zur 12,6 Kilometer entfernten Dorfdisko, in ein Kaff, das auf „-bokol“ endet, gaben mir schon den Rest. Statt mitzufeiern blieb ich im Auto sitzen, hielt die Luft an, bis wir wieder am Ortsschild vorbeigefahren waren, ließ mit einem Knopfdruck das Fenster herunter und verstreute den guten Strothmann im Wind.

Hätte ich es in die Disko geschafft, hätten mich dort – neben mittelmäßigen DJs, Käfigen, in denen Betrunkene tanzten, und den BESTEN Pommes aller Zeiten – auch Tabletts voller Mischen erwartet. In der Dorfdisko wird Korn serviert – meistens mit Cola. Besonders zugehörig kam rüber, wer „KGB“ bestellte, Korn und gelbe Brause, mit lang gezogenem E. Dazu alle Kurzen, die die Berentzen-Produktpalette hergibt: Apfelkorn, Waldmeister ohne Sahne! (aus Fehlern lernt der Mensch), saurer Apfel, Wildkirsche und das Pflaumenschnäppchen Plum.

Diese Kurze-Kultur hat sich ursprünglich aus dem Herrengedeck der Arbeiter entwickelt. Nach getaner Arbeit wurde nicht nur in Norddeutschland 'n Bier und 'n Köm bestellt. Im Alten Land hat man den Korn schon immer auch mit Apfelsaft gemischt – schmeckt halt besser. 1976 hat der Spirituo-

senhersteller Berentzen mit Sitz im emsländischen Haselünne das Ganze dann in Flaschen verpackt und als Partymischung auf den Markt gebracht. Damit haben schon meine Großeltern gefeiert – obwohl die auch gern Jägermeister getrunken haben.

Mit 14 oder 15 feierte ich Silvester mal bei einer Freundin auf dem Dorf. Am nächsten Tag ging dann ein Rudel jugendlicher von Haus zu Haus. Wir klingelten bei den Omis und Opis vom Schützenverein, wünschten ein „Frohes Neues!“ und bekamen einen Plum. Die Erwachsenen machten es genau so.

Den Soundtrack für unsere Eskapaden lieferte uns ein Ostfrieze: Im Taxi nach Hause zum Eierbraten sangen wir lauthals „Wir haben Grund zum Feiern“ von Otto; ich vor allem den Refrain, aber andere schmetterten zum Verdross der leidgeplagten Taxifahrer jede Zeile: „Keiner kann mehr laufen / Doch wir könn' noch saufen.“

In Norddeutschland legen Boßler, von Jägermeistern und Feiglingen getragen, kilometerweite Strecken zurück. Hier wurde, um sich ganz auf das Wesentliche zu beschränken, das Kurvensaufen perfektioniert: Dabei läuft man mit einem Bollerwagen Feldwege entlang und trinkt – Überraschung! – an jeder Kurve, wobei darüber gefachsimpelt werden muss, welcher Knick tatsächlich schon eine Kurve ist. Die behenkelten Kurzen gläser tragen die Sportler an einer Schnur um den Hals.

Seit ich aus meinem Heimatort weggezogen bin, sind die lustigen roten und grünen Schnäppchen, die die Kotze so niedlich verfärben, aus meinem Partyumfeld verschwunden. Einmal saß ich mit einem Freund in einer Kneipe und schwelgte in Erinnerungen. Er meinte es gut und bestellte mir an der Bar einen Kurzen, pisswarm und klar. Alles in mir schüttelte sich. So hart, dass wir den Korn pur getrunken haben, waren wir nie. Aber wie sollte mein Freund das Prinzip, dass Kurze schmecken sollen, auch verstanden haben? Er kommt aus dem Harz – und trinkt man da nicht nur Schierker Feuerstein?

Wir klingelten bei den Omis und Opis vom Schützenverein, wünschten ein „Frohes Neues!“ und bekamen einen Plum

Jeder Schluck eine Spende

Der ehemalige Zweitliga-Profi Benny Adrion vom FC St. Pauli hilft mit seinem Verein Viva con Agua Menschen auf der ganzen Welt, an sauberes Trinkwasser zu gelangen

Von Marco Carini

Diese Geschichte beginnt mit der Verwandlung eines Fußballprofis in einen Sozialunternehmer. Anfang 2005 ging es für den ehemaligen Zweitliga-Profi Benny Adrion mit seinem Verein, dem FC St. Pauli ins Wintertrainingslager nach Kuba. Dort erlebte der Mittzwanziger, wie schwierig die Trinkwasserversorgung auf der Insel war. Das Thema ließ Adrion nicht mehr los und so kümmerte sich der Profi immer mehr um das Thema Trinkwasser und immer weniger um seinen eigentlichen Job.

Die Folge: Die Profikarriere Adrions endete im zarten Alter von 25 Jahren im Sommer 2006. Im selben Jahr gründete er mit ein paar Mitstreitern den Verein Viva con Agua (VCA) de Sankt Pauli und führte im Zusammenhang mit der Welthungerhilfe in Havanna das erste Projekt durch, wo in 153 Kindergärten und vier Sportinternaten Wasserspender zur Versorgung mit sauberem Trinkwasser aufgestellt wurden.

Die Geschichte des Profifußballers, der seine Karriere bei dem ohnehin etwas anderen Profiverein FC St. Pauli aufgibt, um sich für die Wasserversorgung von Menschen in allen Tei-

len der Welt zu engagieren, begeisterte die Medien, und Benny Adrion, der immer ein Lächeln auf den Lippen trägt und es versteht, mit einer Kamera zu flirten, wurde zu einer Art alternativen Pop-Star aufgebaut.

Viva con Agua wurde bundesweit bekannt, wuchs schnell und Adrion eilte von Ehrung zu Ehrung für sein Engagement. 2009 erhielt er das Bundes-

Für die meisten Supermärkte und Kneipen gehört es zum guten Ton, Viva con Agua zu führen

verdienstkreuz am Bande, obwohl er auch heute noch nicht über das eigentlich erforderliche Mindestalter von 40 Jahren verfügt. Bereits drei Jahre zuvor hatte Adrion den taz Panter Preis eingeheimst.

Mit medialem Rückenwind wuchs Viva con Agua, das immer eng auch mit dem FC St. Pauli verbunden blieb. So stellt der Fußballklub jeden Sommer sein Stadion für die Kunstausstellung „Millerntor Gallery“ zur Verfügung, deren Erlöse zum großen Teil Viva con Agua zu-

gute kommen, und erlaubt dem Verein das Sammeln von Pfandbechern bei Heimspielen.

Der gemeinnützige Verein Viva con Agua gründete Tochterunternehmen, etwa eine Stiftung und eine Beteiligungsgesellschaft, und hat zahlreiche Aktivitäten ins Programm aufgenommen, um Spenden für sauberes Trinkwasser zu generieren. Heute gibt es Ortsgruppen, sogenannte Crews, in über 50 Städten, Ableger des Vereins auch in der Schweiz, Österreich, Spanien, den Niederlanden und in Uganda. Die Vereins-Aktivisten sammeln auf vielen Open-Air-Events wie dem Hurricane-Festival Pfandbecher.

Seit 2010 verkauft Viva con Agua über eine seine Tochterfirma Mineralwasser. Längst gehört es für die meisten Supermarktketten, aber auch zahlreiche Kneipen und Restaurants zum guten Ton, die Marke im Sortiment oder auf der Getränkekarte zu führen. Verkauften sich 2010 eine halbe Million Flaschen, waren es im vergangenen Jahr schon mehr als 23 Millionen. Im laufenden Jahr werden es wohl über 30 Millionen Flaschen sein.

Der Überschuss aus dem Non-Profit-Projekt – 2017 mehr als 700.000 Euro – fließt in weltweite Wasserprojekte. „Wir möchten

den Menschen einfache Möglichkeiten bieten, sich im Alltag zu engagieren, in diesem Fall durch eine simple Kaufentscheidung“, erläutert der Geschäftsführer der VCA-Wasser GmbH das ziemlich gute Geschäft mit dem schlechten Gewissen.

Inzwischen ist sogar schon – natürlich recyceltes – VCA-Klopapier auf dem Markt. Dass auch Mineralwasser aufwendig verpackt und transportiert werden muss, ist den Verantwortlichen bewusst. Obwohl es der eigenen Geschäftsidee schadet, gibt der Verein die Parole aus: „Leitungswasser ist die nachhaltigste Variante des Wassergenusses!“



Voelkel
Die Naturkostsafterei

100% SAMENFEST
100% FELDFRISCH

Gleich nach der Ernte pressen wir die samenfesten Demeter-Möhren und füllen den Saft direkt in die Flasche. So entsteht die einzigartige Feldfrische von Voelkel – mit viel Geschmack und natürlichen Nährstoffen.

Voelkel GmbH | Fahrstraße 1 | 29478 Hübbeck/OT Pevestorf | www.voelkeljuice.de | Öko-Kontrollstelle: DE-ÖKO-007



Nüchtern gesehen

Drei Hamburger behaupten sich mit dem alkoholfreiem Craft-Bier „Uwe“ auf dem Markt. Es war quasi eine Notgeburt

Von **Marthe Ruddat**

Alkoholfreies Bier schmeckt ihm nicht. Weil Philip Wienberg aber aus gesundheitlichen Gründen keinen Alkohol mehr trinken kann, beschloss er einfach, sein eigenes Bier zu brauen, zusammen mit seinen Freunden Laia Gonzalez und Sönke Schmidt. Natürlich ein Craft-Bier, das läuft in deutschen Kiosks und Bars immer noch wie geschneit Brot, nur eben ohne Alkohol.

Neben dem Umstand, dass einer aus dem Gründerteam auf der Suche nach dem guten Geschmack war, erklärt Laia Gonzalez die Entscheidung, auf ein alkoholfreies Getränk zu setzen, so: „Alkoholfreies Bier hat einen schlechten Ruf. Das wollen wir ändern.“ Die 32-Jährige sitzt vor einer kleinen Pop-up-Galerie im Hamburger Karolinenviertel. Mit ihren Freunden und Philip Wienberg stellt sie hier auf einer Vernissage „Uwe“ vor, so haben sie ihr Bier genannt.

Uwe soll nicht auf den ersten Blick als alkoholfreies Bier erkannt werden. Denn die fallen immer schon durch ihre Etikette auf. „Auf Partys fragen dann alle, warum man keinen Alkohol trinkt. Das bringt die Menschen in eine gewisse Entschuldigungshaltung“, sagt Gonzalez. Man könne aber auch alkoholfreies Bier trinken, ohne sich zum Affen zu machen, so verspricht es ihr Werbeslogan.

Die drei Gründer kennen sich durch ihre frühere Arbeit in einer Werbeagentur, bei der sie auch an Projekten für eine große Hamburger Brauerei gearbeitet haben. Mehr als ein Jahr brütete das Trio über seine Idee. Viele Fragen zu Geschmack, Marketing und Vertrieb galt es zu beantworten. Wirklich Angst vor der Selbstständigkeit hatte sie nicht, sagt Laia Gonzalez. „Wir haben einfach geschaut, wer welche Stärken hat, und danach entschieden, wer

welche Aufgabe übernimmt“. Entscheidend sei auch die Vernetzung innerhalb der Branche gewesen.

Die Bierherstellung überlassen sie einem Profi. Nach langer Suche und vielen Absagen fanden die Jungunternehmer eine familiengeführte Brauerei in Sachsen. Gemeinsam mit dem Brauer entwickelten die Hamburger die ersten zwei Biersorten: ein alkoholfreies Indian Pale Ale (IPA) und ein alkoholfreies Summer Ale.

Seine Gründung finanzierte das Trio komplett aus eigener Tasche. Damit die ersten Biere in den Supermärkten und Kiosken im Kühlschrank stehen konnten, investierten sie einen Betrag im unteren bis mittleren fünfstelligen Bereich. Wie viel sie genau in die Hand genommen haben, wollen sie nicht verraten. Die Finanzen seien der belastendste Teil einer Gründung, erzählt Gonzalez. „Wir haben alles vorinvestiert und sind komplett auf Risiko gegangen“, so die Geschäftsführerin des Bier-Unternehmens. „Ich bin ein recht mutiger Mensch, aber es gibt auch Nächte, in denen ich deshalb nicht gut schlafe.“

Dabei läuft es gut für das alkoholfreie Bier aus Hamburg. Anfang Mai kam der erste Lastwagen voll mit „Uwe“-Bieren in Hamburg an. Mittlerweile haben mehr als 30 Kioske und Supermärkte das Bier im Angebot, Tendenz steigend. Die Verkaufszahlen entwickeln sich deutlich besser, als von den Gründern zuvor kalkuliert. Obwohl die Konkurrenz groß ist. Uwe ist nicht das einzige alkoholfreie Craft-Bier aus Hamburg.

Gonzalez, Schmidt und Wienberg planen weitere Aktionen wie die Bier-Vernissage, um den Hamburgern die neue selbstbewusste Nüchternheit schmackhaft zu machen. Auch weitere Sorten sind in Planung.

www.trinkuwe.de

Fast zu schade zum Versaften: Äpfel auf einer Streuobstwiese
Foto: Michael Kappeler /dpa



„So ist das, wenn man Saft im Blut hat“

In vierter Generation öko: Seit 1936 stellt die Familie von Jurek Voelkel im Wendland Säfte her. Alle Zutaten kommen aus nachhaltiger Landwirtschaft. Die Firmengründer waren unter den Ersten, die sich an den Prinzipien der damals im Entstehen begriffenen Anthroposophie orientierten

Interview **Naomi Bruhn**

taz: Herr Voelkel, Sie sind die vierte Generation des Familienunternehmens Voelkel. Wie groß war der Druck, mit ins Unternehmen einzusteigen?

Jurek Voelkel: Es gab grundsätzlich gar keinen Druck, man muss es sich eher so vorstellen: Wir haben gleich neben der Firma gewohnt und dort nach der Schule unsere Zeit verbracht. Im Herbst bin ich mit meinen Geschwistern auf dem Möhrenhaufen direkt neben der Mosterei herumgeklettert. Später halfen wir bei der Apfelernte. Immer sonntags machte mein Vater Tankkontrolle. Das ließ sich keins von uns Kindern entgehen. Die erste Bioschorle haben wir alle zusammen in unserer Küche gemischt. So sind meine Brüder und ich da reingewachsen.

Können Sie Privates von Beruflichem trennen – oder wäspreschen Sie beim Abendessen über die Arbeit?

Das kann ich nicht trennen. Ich halte das aber auch nicht für notwendig. Für mich ist es Luxus, einen Job zu haben, in dem ich mich verwirklichen kann. Richtig abschalten ist schwierig, aber so ist das, wenn man Saft im Blut hat.

Ihr Unternehmen wurde unter dem nationalsozialistischen Regime gegründet. Wie hat sich das auf die Firma ausgewirkt?

Meine Urgroßeltern gründeten die Lohnmosterei im Jahr 1936. Die Lehren Rudolf Steiners, die Margret und Karl Voelkel damals für ihr Leben entdeckten, wurden auch vom nationalsozialistischen Regime aufgegriffen und für faschistische Ideologien missbraucht. Ein anthroposophisch inspiriertes Kleinstunter-

nehmen, das Obst verarbeiten und Saft verkaufen wollte, musste damals nicht mit Schwierigkeiten rechnen, auch wenn es keine nationalsozialistische Gesinnung zeigte. Mit Ausbruch des Krieges wirkte sich das NS-Regime zunehmend negativ auf die Entwicklung der jungen Mosterei aus. Zu den ohnehin großen alltäglichen Herausforderungen der Zeit kam eine Vielzahl an Entbehrungen. Der Wunsch, sich in einem eigenen Anbauprojekt nach ersten Demeter-Ideen zu verwirklichen, wurde von den Nazis unterbunden. Zwei Söhne sind gefallen.

Seit 1936 gab es Hungersnot, Krieg und Hitzewellen. Wie hat Ihr Unternehmen das überlebt?

Margret und Karl machten einfach immer weiter. Sie waren derart inbrünstig überzeugt davon, sich eine Existenz aufbauen zu können, dass es auch bei Rückschlägen und Aussichtslosigkeit keine Alternative gab. Kriegsmüde, enttäuscht auch von der Kirche und auf der Suche nach geistigem und seelischem Nährboden, fanden sie Antworten in der Anthroposophie, die Zeit ihres Lebens zum Kraftquell wurde. Die Überzeugung, dass es einen übergeordneten Sinn für alles Erlebte gebe, machte Hunger, Krieg und den schmerzhaften Verlust von zwei Söhnen verkraftbar.

Voelkel ist geprägt von den landwirtschaftlichen Lehren Rudolf Steiners und der von ihm begründeten Anthroposophie. Was bedeutet das konkret?

Wir sind Teil des Demeter-Verbandes und unterstützen ungeschränkt den Demeter-Gedanken, der durch die Lehren Steiners inspiriert wurde. Dieser formuliert die natürlichen Kreisläufe in der Landwirtschaft.

Das bedeutet konkret: Der Landwirt hält seine Tiere artgerecht und erzeugt das Futter für seinen Viehbestand selbst auf seinem Hof. Er nutzt den Mist der Tiere, um seine Felder zu düngen und die Bodenqualität zu verbessern. Darüber hinaus spielen im Demeter-Anbau biodynamische Präparate eine wichtige Rolle, die als ausgleichende Heilmittel eingesetzt werden. Sie begünstigen energetischen Nachschub und vitale Lebensprozesse. Ein Beispiel hierfür sind Kuhhörner, die mit Kuhmist, Hornkiesel und diversen Kräutern gefüllt, bei einer bestimmten Mondstellung vergraben und nach einiger Zeit wieder ausgegraben werden. In feiner Dosierung tragen die Landwirte die Mischung dann auf ihre Felder. Das ist sozusagen Homöopathie für den Boden und sie regt die Aktivität der Mikroorganismen im Boden nachweislich an. Demeter ist die strengste zertifizierte Bioqualität, die wir, wann immer möglich, in unseren Produkten umsetzen.

Wie zeichnet sich das in der Arbeit des Unternehmens ab?

Wir selbst betreiben keine Landwirtschaft, da wir uns als Verarbeitungsbetrieb verstehen. Wir wollen auch kein Land besitzen. Unsere Intention ist nicht der Besitz von Boden, sondern die Förderung von kontrolliert biologischer Landwirtschaft. Für unsere Produkte versuchen wir



Foto: Voelkel
Jurek Voelkel, 28, ist eines von vier Geschwistern. Er leitet den Vertrieb und das Marketing des Saftherstellers.

die Rohwaren soweit möglich aus Demeter-Anbau zu beziehen. Wir unterstützen die Landwirte darin, diese Weise der Landwirtschaft zu verstehen und sich als Demeter-Landwirt zertifizieren zu lassen. Dafür zahlen wir einen deutlichen Aufpreis. Wir engagieren auch Demeter-Berater, die wir mit ins Ausland nehmen, um dort unseren Partnern die biodynamische Landwirtschaft nahe zu bringen. Für echte Demeter-Landwirtschaft braucht es nämlich nicht nur eine Zertifizierung. Ebenso wichtig ist das genaue Verständnis der Inhalte, die Rudolf Steiner mit seinen Lehren vermittelt.

Steiners Lehren sind sehr umstritten, gelten als rassistisch. Das Gesamtwerk von Steiner ist sehr umfassend und liefert uns viel Wertvolles. Leider enthält es auch rassistische Formulierungen und fragwürdige Theorien, die zu einer Zeit verfasst wurden, die in der saloffenen Vielfalt, die im aktiven Sprachwortschatz der meisten Menschen heute Gott sei Dank nicht mehr vorkommen. Wir stehen als Safthersteller hinter den Inhalten, die Steiner als wertvolle Impulse für die Landwirtschaft liefert und distanzieren uns klar von jeglicher Form von Rassismus und Ausgrenzung. Wir sind von Haus aus Anhänger der natürlichen Vielfalt, das schließt kulturelle Vielfalt ganz klar ein.

Als würden Sie Steiners landwirtschaftliche Lehre vom Rest seiner Ideologie trennen? Wenn man betrachtet, was aus Steiners Lehren heraus entstanden ist – Waldorfschulen, Naturkosmetik, die GLS-Bank –, dann sind das Dinge und Institutionen, die sich für vielfältiges Leben aussprechen. Für mich

persönlich hat Anthroposophie nichts mit Rassismus zu tun und ja: Ich würde Bestandteile von Steiners Lehren fernab dieses Kontexts isoliert betrachten.

Nicht alle Zutaten der Voelkel-Produkte werden in Deutschland angebaut, sondern weltweit. Wie wird der nachhaltige Anbau dort geprüft?

Zunächst durch die Kontrollstellen, die die Zertifizierung vornehmen. Darüber hinaus besuchen wir alle unsere Lieferanten einmal pro Jahr unangemeldet und prüfen vor Ort die Einhaltung der Standards. Dabei nehmen wir Proben, um Hygienestandards sicherzustellen und überzeugen uns von der Einhaltung sozialer Bedingungen.

Voelkel hat sich fairem Handel verpflichtet. Wie setzen Sie das um?

Vor allem durch langfristige Zusammenarbeit, bei der Vertrauen zu den einzelnen Händlern aufgebaut wird. Wichtig ist aber auch das Mehraugenprinzip, also dass nicht blind irgendwelche Fair-Zertifizierungen gekauft werden. Jedes Fair-Trade-Projekt muss individuell überprüft werden.

Als Hersteller von Demeter-Produkten hat man einen hohen Qualitätsanspruch, der nicht einfach herzustellen ist. Wie schafft Voelkel es, auf dem Markt zu überleben, und dabei die Qualität zu halten?

Wir haben den Vorteil, dass wir eine der wenigen Saftfirmen sind, die die meisten Rohwaren selbst selber verarbeitet. Viele andere Firmen lassen auf der ganzen Welt fremd produzieren und sind nicht mehr nah am Produkt dran. Diese Leute sind meist Marketingprofis, aber halt keine Saftprofis, so wie wir. Durch intensive

Zusammenarbeit mit den Bauern und durch die regelmäßigen Besuche bei den Partnern überall auf der Welt können wir eine bessere Qualität herstellen.

Heutzutage sind Nachhaltigkeit und Veganismus ein großer Trend. Wie stehen Sie dazu?

Es ist gut, wenn die Menschheit ein Bewusstsein dafür entwickelt, dass individuelle Kaufentscheidungen in der Masse große Auswirkungen auf die Erde haben. Wer auf Nachhaltigkeit und Veganismus schaut, der ist per se achtsamer beim Lebensmittelkauf. Ich glaube nicht, dass diese Trends wieder verschwinden werden, weil hoffentlich immer mehr Menschen klar wird, dass wir letztlich nicht überleben können, wenn wir unsere Lebensgrundlage kaputt machen. Mutter Erde ist es ziemlich egal, ob es uns Menschen gibt oder nicht.

Es gibt auch eine Voelkel-Stiftung. Was ist deren Zweck?

Uns ging es darum, die Firma aus dem Besitz der Familie Voelkel zu nehmen. Klingt in Zeiten des Superkapitalismus erst mal absurd. Aber unser Unternehmen ist nicht so groß geworden, weil unsere Familie so toll ist, sondern weil ganz viele Bauern mitgearbeitet haben, ganz viele Bioläden die Marke groß gemacht haben und ganz viele Endverbraucher unsere Produkte kaufen und uns vertrauen. Wir wollen erreichen, dass möglichst viele Menschen unsere Getränke kaufen und somit weniger zu konventionellen Getränken greifen. Dadurch wird der Bedarf an Bio- und Demeter-Produkten wachsen und mehr Bauern stellen auf zukunftsfähige Landwirtschaft um. Alles Geld, was die Firma erwirtschaftet, soll diesem Zweck dienen.

kurz und nahrhaft

Gläserne Eiskunden

Die Deutschen essen pro Person im Schnitt 110 Eiskugeln im Jahr – das haben iPads in den Händen der Eiskäufer ans Licht gebracht. Wie eine Auswertung eines Anbieters solcher Kassensysteme ergab, kaufen 38 Prozent beim Eisdienbesuch zwei Kugeln, 20 Prozent nur eine Kugel. Die beliebtesten Sorten sind Vanille, Erdbeere, Schoko, Stracciatella und Amarena. (taz)

Regionale Erzeugnisse

Die Nordbauern Schleswig-Holstein beteiligen sich am 16. September in Eckernförde am „Green Market“ der Zeitschrift *Mohltied!*. Die Mitglieder des Direktvermarkter-Vereins verkaufen ihre Produkte zwischen Hafenspitze und Holzbrücke. Von 10 bis 18 Uhr haben Besucher die Auswahl aus dem ganzen kulinarischen Spektrum Schleswig-Holsteins: vom Obst bis zum Obstbrand. Eintritt frei. (taz)

Populärer Weißwein

Der Riesling ist offenbar die beliebteste Rebsorte der Deutschen. 51 Prozent gaben in der Umfrage zum Weinatlas 2018 an, sie würden gern einen Riesling trinken. Mit 36 Prozent folgt Merlot und mit 33 Prozent der Spätburgunder, wie das Marktforschungsinstitut Splendid Research in Hamburg mitteilte. Schlüssel bilden die Rebsorten Nero d'Avola. Durchschnittlich 8,18 Euro zahlen Weinfreunde für eine Flasche. Im Weinhandel kaufen 24 Prozent, 17 Prozent beim Winzer. (epd)

Gutes Honigjahr

Imker in Niedersachsen haben in diesem Jahr besonders viel Honig geerntet, wie aus einem vom Bauernverband Landvolk veröffentlichten Bericht hervorgeht. Die Imker und ihre Bienen bekommen aber die Folgen der hohen Temperaturen zu spüren: Die Blütezeit der unterschiedlichen Trachtpflanzen für die Bienen sei sehr schnell und intensiv verlaufen. Insgesamt halten die 12.000 Imker im Land mehr als 80.000 Bienenvölker. Nur etwa jeder 100. Imker betreibt die Imkerei als Haupterwerb. (dpa)

Beliebtes Frühstück

Das Frühstück ist für die meisten Deutschen unverzichtbar, und oft gehört auch noch die Zeitung dazu. Laut dem Marktforschungsinstitut Score Media Group frühstücken fast drei Viertel der Deutschen fast immer. Bremen belegt mit Hamburg Platz zwei des Rankings – hinter Brandenburg. Jeder Vierte liest demnach beim Frühstück Zeitung, die Hälfte hört Radio, zwei Fünftel gehen online. (epd)



DAS FREIE
handwerklich hochwertig kreativ
Der **BRÖVHAM** ist wieder zurück! Einst der beliebteste Bierstil Norddeutschlands mit seinen süß-sauren Noten haben wir ihn nach 200 Jahren Abwesenheit in der edlen Steingutfflasche zurückgebracht. Auch klassische Biere wie Pilsener, Weizen und Porter.
DAS FREIE GUTSHOFBRAUEREI
gebraut in der Region Hannover
weitere Infos unter www.das-freie.de

getreidemuehlen.de
gute Getreidemöhlen günstig!
Getreidemöhlen – Fachhandel seit 1988
Tel. 02931 939900 – www.getreidemuehlen.de
Gutenbergplatz 33-34 – 59821 Arnsberg

BioKonditorei Eichel
SCHMECKT NATÜRLICH BESSER
Die erste zertifizierte BioKonditorei Hamburgs!
Osterstraße 15 / Ecke Eppend. Weg • 20259 Hamburg
www.biokonditorei-eichel.de • info@biokonditorei-eichel.de
Tel.: 040/431 931 51 • Geöffnet: Di-So 11.30 bis 18.00 Uhr

MATE. URBAN DRINK
FLORA-POWER.DE

PROVIEH
Für ein besseres Leben. Für Mensch und Tier. www.provieh.de

Moin, moin sehr geehrte Kundschaft!
Bio-Lebensmittel für Leute, die gerne selber backen, kochen und mixen!
Ohne Plastik – sehr gerne!
www.mein-muesli-laden.de

taz  shop
taz.panterbräu (Sixpack)
Wenn die Redaktion Feierabend hat, trinkt sie am liebsten ein – na ja, vielleicht auch zwei – Rote Lager. Weil das rote Karamellmalz so gut zur taz passt. Und weil es von einer kleinen Brauerei handwerklich hergestellt wird. Wie es schmeckt? Süßig und vollmundig, fassbrausig und sauer malzig, frisch und rezent. 4,8 % Alkohol, naturtrüb, untergärig. 6 mal 0,33-l-Flasche.

€ 1200
10% Rabatt für taz-AbonnentInnen & taz-GenossInnen
taz Shop | taz Verlags- und Vertriebs GmbH | Rudi-Dutschke-Straße 23
10969 Berlin | T (0 30) 25 90 21 38 | tazshop@taz.de | www.taz.de/shop