

# DACHMARKE RHÖN

Die Marken der Rhön in den  
Landkreisen Bad Kissingen, Fulda, Rhön-Grabfeld, Schmalkalden-Meiningen, Wartburgkreis

## AKTUELLE PRESSEMITTEILUNG



Die Streck-Bräu aus Ostheim ist ein Partnerbetrieb der Dachmarke Rhön, der schon seit Generationen das Miteinander von Landwirten, Beschäftigten der Mälzerei Mellrichstadt und Brauereiangestellten lebt und damit für funktionierende regionale Wirtschaftskreisläufe steht. Der Verkauf eines Kastens Streck-Bräu sichert dem ortsansässigen Landwirt eine Anbaufläche von sechs Quadratmetern – das symbolisieren diese Paletten, auf denen Landwirt Alfred Stielh aus Bahra, die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön GmbH Barbara Vay, Brauereichef Axel Kochinki, Landwirt Klaus Büttner aus Oberwaldbehungen, Thomas Lang von der Rhön-Malz GmbH Mellrichstadt, Landwirt Rainer Blum aus Oberstreu und Streck-Bräu-Braumeister Gerhard Felber (von links) stehen. Foto: Dachmarke Rhön / Carsten Kallenbach

## Ein lebendiger Rhöner Wirtschaftskreislauf

Streck-Bräu betreibt seit jeher Vertragsanbau bei Braugerste

OSTHEIM. Wenn von der Dachmarke Rhön die Rede ist, dann geht es dabei in erster Linie um das Wiederbeleben regionaler Wirtschaftskreisläufe und darum, Geld in der Region zu erwirtschaften und wieder in die Region zu investieren. Genau das betreibt die Streck-Bräu im bayerischen Ostheim schon seit Generationen.

„Mit dem Verkauf eines Kastens Streck-Bräu sichern wir sechs Quadratmeter Anbaufläche in der Rhön“, sagt Geschäftsführer Axel Kochinki. „Das sind sechs Quadratmeter Ackerfläche,



die vom Landwirt vernünftig bestellt werden können und einen Beitrag zum Erscheinungsbild unserer Kulturlandschaft leisten“, ergänzt er. Schon seit Generationen habe das Familienunternehmen mit Landwirten der umliegenden Orte Gerstenanbauverträge abgeschlossen. Außerdem sei die Rhön-Malz GmbH in Mellrichstadt ein unverzichtbarer Partner. Für Kochinki ist die Zusammenarbeit mit derzeit fünf Landwirten, die Braugerste anbauen, der Mälzerei Mellrichstadt und seines eigenen Unternehmens ein Konstrukt, das Sinn macht. „Unsere Landwirte wissen schon bevor sie ihren Boden bestellen, was sie erwirtschaften. Der Weg nach Mellrichstadt in die Mälzerei ist kurz, das spart Kilometer und schont das Klima“, nennt er die Vorzüge dieser regionalen Kooperation. Außerdem kenne die Brauerei jeden ihrer Partner persönlich – das sei in der heutigen Zeit der immer mehr zunehmenden Konzentration von Betrieben ein unschlagbarer Vorteil. „Die Preise für Braugerste waren in diesem Jahr im Keller. Die Landwirte haben eigentlich nur noch von Subventionen gelebt; verdient haben sie lediglich in der Größenordnung von Almosen“, meint Kochinki. Streck-Bräu habe diesem Trend bewusst entgegengewirkt. „Im Rahmen der Anbauverträge haben wir 100 Prozent mehr für die Gerste bezahlt, als sie preislich derzeit auf dem freien Markt zu haben ist“, sagt der Unternehmer. Er glaube jedoch, dass sich diese Investition in die Region auszahle – schließlich hingen an der regionalen Kooperation Ausbildungs- und Arbeitsplätze in der Landwirtschaft, bei der Rhön-Malz GmbH und auch bei Streck-Bräu selbst. „Wenn wir das jetzt aufrecht erhalten, profitieren wir alle in Zukunft“, ist sich Kochinki sicher. Das mittelständische Unternehmen erwirtschaftet 80 Prozent seines Absatzes in einem Umkreis von 40 Kilometern. „Solche regionalen Wirtschaftskreisläufe dienen aus meiner Sicht auch dazu, dass unsere Felder sinnvoll bestellt werden können und nicht nur noch mit Mais für die Biogasanlage. Damit vermeiden wir letztlich die Zunahme von Monokulturen“, nennt Kochinki einen anderen Aspekt.

Für die Geschäftsführerin der Dachmarke Rhön GmbH, Barbara Vay, ist die regionale Kooperation von Streck-Bräu ein klares Bekenntnis zur Heimat seitens des Dachmarken-Partnerbetriebs. „Die Großkonzerne kümmert es nicht, wo ihre Gerste und ihr Malz herkommen. Bei ihnen zählt nur der Preis“, sagt sie. Die Dachmarke Rhön begrüße und unterstütze solche Prozesse, wie sie in dem Ostheimer Familienbetrieb seit Generationen gelebt werden. Die einzelnen Siegel der Dachmarke Rhön, mit dem die regionalen Produkte ausgezeichnet sind, vermitteln dem Kunden ihrer Ansicht nach ein Stück Sicherheit. „Er kann sicher sein, dass solche Produkte eine gute Qualität haben, dass sie aus der Region kommen und dass er mit dem Kauf derselben einen Beitrag zum Erhalt der Region leistet“, fasst es Barbara Vay zusammen. Zurzeit gebe es rund 200 Unternehmen in 14 verschiedenen Branchen der Rhön, die die verschiedenen Siegel der Dachmarke nutzen.

Für Axel Kochinki ist es wichtig, dass die Verbraucher der Region wissen, wie ein regionales Unternehmen wirtschaftet. „Dann können sie bei ihrer Kaufentscheidung auch berücksichtigen, ob sie bewusst zu einem regionalen Bier greifen oder ob sie einem billigen oder einem überregionalen Bier den Vorrang geben. Wenn der Konsument weiß, welche Folgen an dieser Kaufentscheidung hängen, wird er auf jeden Fall überlegen, was er tut“, ist sich der Brauereichef sicher. Er sei deshalb dankbar, dass die Dachmarke Rhön diesbezüglich Aufklärungsarbeit leiste.

Für Thomas Lang von der Rhön-Malz GmbH in Mellrichstadt liegt der Vorteil der Regionalität vor allem darin, dass die Wertschöpfung im Landkreis verbleibt. Außerdem werde so ein Stück Qualität erhalten. „Je mehr Bier von wenigen Brauereien hergestellt wird, desto mehr Geschmacksvielfalt und Anspruch an Qualität gehen verloren“, hebt Lang hervor. Streck-Bräu produziere derzeit neun verschiedene Sorten Bier – „und jede schmeckt anders“, betont Lang.