

## 15 Jahre Streuobstinitiative im Stadt- und Landkreis Karlsruhe e.V.

### „Was ist das für ein herrlich Obst“



Hans-Martin Flinspach hält Rück- und Ausblick vor zahlreichen Jubiläumsgästen

(coo) So lobte schon Heinz Ehrhardt den köstlichen Apfel, auch wenn seine Erfahrungen mit der „Untermieterin“ ihm den Genuss vergällten. Zum Jubiläum der Streuobstinitiative dagegen war der Genuss naturtrüb, gemischt oder klar mit den bekanntesten und neuen Produkten des Vereins. Mehr als 100 Gäste erlebten ein eindrucksvolles Programm in der Gaststätte auf dem Michaelsberg bei Untergrombach. Bundes-, Landes- und Kommunalpolitiker, zahlreiche Vertreter aus der Verwaltung sowie von Verbänden und Initiativen aus unterschiedlichen Interessengruppen, Obstbauern und Interessierte konnte Landrat Dr. Christoph Schnaudigel willkommen heißen zu einem ungewöhnlichen Jubiläum eines nicht alltäglichen Vereins. „Für Erhalt und Pflege der Streuobstwiesen zu werben, die ökologische Bedeutung herauszustellen, allein mit diesen idealen Werten ist es nicht getan“, erläutert Schnaudigel und fügt hinzu, „dass für den Obstbauern auch ein wirtschaftlicher Sinn darin liegen muss“. Dieser wird über die Garantien, Lehrgänge, Dienstleistungen und Beratung erzielt. Er dankte allen für ihren ehrenamtlichen Einsatz und versprach für den Landkreis, auch weiterhin

dem Verein die Bühne zu bieten, die er benötigt. Es wird auch weiterhin die jährliche Vorstellung der Säfte im Landratsamt geben.

Die Oberbürgermeisterin von Bruchsal, Cornelia Pätzold-Schick, betonte, dass sie der Idee des Vereins nicht nur in der Gemarkung Raum gebe, sondern auch den Raum, das Produkt „an den Mann“ zu bringen. Sie setzt

auf die ständige und qualitative Erneuerung der Produkte. Für diese Weiterentwicklung des Vereins steht auch in Zukunft Hans-Martin Flinspach. Thomas Adam, der vor 15 Jahren noch dem Gründungsvorstand angehörte, sprach für die Vereine, Verbände und Naturschutzgruppen. Er konnte rückblickend feststellen, dass die Initiative die Mitglieder vereint und nicht vereinnahmt, was zweifellos ihr erfolgreiches Wachstum gefördert hat. „Sie ist ein sanfter Dach- und Fachverband.“ Der Vorsitzende der Initiative Flinspach gab sodann einen ausführlichen Rückblick auf die 15 Jahre, die nicht nur Erfolg, sondern auch manches Bangen besonders bei der Rekordernte im Jahr 2000 mit sich brachten. Mit dem hohen Garantiepreis stand damals die Initiative „mit dem Rücken an der Wand“. Doch das war eine Lehre und eine Satzungsänderung verhindert in Zukunft, dass sich ein solcher Engpass wiederholen kann. Über den beeindruckenden Zuwachs an Mitgliedern, aber auch an Flächen konnte Flinspach seine Freude nicht verbergen und seine Produktideen sind mit dem neuen Apfel-Mango-Saft und dem fast fertigen Bio-Cidre noch längst nicht am Ende. Sein Wunsch ist, dass künftig bei Empfängen, Konferenzen, Seminaren oder sonsti-

gen Meetings in Gemeinden oder Firmen nur noch heimische Qualitätssäfte anstelle der scheinbar obligatorischen aromatisierten Sprudelgetränke gereicht werden.

Gewachsen ist vor allem auch die Abteilung „Immobilien“, meinte Flinspach scherzhaft. Vogelhäuser für den Steinkauz, für den die Initiative die Patenschaft übernommen hat, und Bienenstöcke für Wildbienen haben zahlenmäßig kräftig zugelegt. Hier zeigen sich vor allem die deckungsgleichen Interessen verschiedener Verbände mit denen der Streuobstinitiative.

Was alles möglich ist, will man ein Produkt der heimischen Streuobstwiesen vermarkten, das zeigte in einem brillanten Vortrag Jürgen H. Krenzer, ein „apfelverrückter“ Streuobstwiesenbesitzer und Hotelier mit 200 eigenen Apfelbäumen und weiteren 150 Bäumen verschiedener Obstsorten aus der Rhön. Mit pfeffrigem Humor präsentiert er anhand simpler Erlebnisse die einfachsten Regeln des Erfolges. Dass er mit seinem Apfelsherry in Spanien, der Hochburg des Sherrys schlechthin, auf einer Messe zahlreiche Preise abräumte, mag verdeutlichen, dass es sich durchaus lohnen kann, „einen Eimer Wasser mit ins Schwimmbad zu nehmen“. Seine Aussage zur Qualität war deutlich und er forderte insbesondere die Gastronomie auf, anstelle billiger Handelsket-



Köstlicher Genuss in Flaschen, die Produkte der Initiative

ten-Konzentrat-Säfte endlich heimische Qualitätsware zu servieren. Gleichzeitig warnt er unmissverständlich, dass Massenproduktion für billige Handelsketten den Untergang für diese einzigartige Obstwirtschaft darstellt. „Eine gute Idee erkennt man daran, dass alle lachen“, berichtet er aus Erfahrung, und sein Morgenbet spiegelt seine Persönlichkeit: „Lieber Gott, hilf mir, mich auch heute dem Gewöhnlichen zu widersetzen.“ Genau das muss die Grundlage des Vermarktungskonzeptes sein, damit aus einem gemeinen Apfel ein Kultprodukt wird, stets authentisch und immer anders.

„Das Einfache und Echte kann man nicht hoch genug einschätzen“, lehrt Krenzer. Und dann gab es noch eine Probe des köstlichen Apfel-Sherrys, der auf der Stelle seine Liebhaber fand.



Jürgen H. Krenzer überzeugt mit brillantem Vortrag und köstlichem Sherry  
Fotos: coo