

## Regionales: Auf dem Land gemacht – Kulinarik und mehr **Brücker Mühle**

Thomas Kleinschmidt, Müllermeister und Eigentümer der Brücker Mühle

Die Brücker Mühle arbeitet seit 1248 als Getreidemühle – und das heute noch! Sie liegt an der Kreuzung alter Handelsstraßen im Tal der Ohm bei Amöneburg in Mittelhessen. Mit der Philosophie „Nur eine arbeitende Mühle ist eine lebendige Mühle“ wird das heutige Industrie- und Kulturdenkmal erhalten und betrieben. Es vereint viele Aspekte der Regionalität in sich: einen Hofladen, einen Gastronomiebetrieb, ein Mühlenmuseum mit Führungen und den eigentlichen Müllereibetrieb, der mit historischer Technik und historischen Getreidesorten arbeitet.



Thomas Kleinschmidt  
Foto: Salome Rössler

### Die Brücker Mühle ist ...

Die Brücker Mühle ist ein uralter Familienbetrieb. Herr Kleinschmidt verwaltet das Erbe in der dritten Generation. Sie ist eine der ältesten funktionierenden Mühlen im gesamten Bundesgebiet. Der Müller als Traditionshandwerker und somit die Mühlen wurden 2018 in das nationale Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes der UNESCO aufgenommen. Seit 2003 erkennt die UNESCO lebendige gemeinschaftsstiftende Traditionen, Ausdrucksformen sowie Wissen und Können als immaterielles Kulturerbe an.

### Ausrichtung auf die Zukunft

Ziel des Unternehmens ist es, die Traditionen in die Zukunft zu führen. Die Erhaltung des Mühlenbetriebs war jedoch allein durch die Erzeugung großer Mengen Mehl nicht möglich. Vielmehr wurde bereits in den 80er Jahren begonnen, die Produktion regional-ökologisch auszurichten. So hat die Brücker Mühle als eine der ersten Mühlen ökologisches Getreide verarbeitet und eine neue Getreidereinigung für Öko-Getreide eingebaut. Schritt für Schritt entstand daraus ein Naturkost-Mühlenladen und anschließend eine Gastronomie, die ebenfalls schrittweise gewachsen ist. Weitere Angebote sind ein Bestell- und Lieferservice, der im Umkreis von bis zu 25 km – auch Samstags! – liefert oder z.B. auch Picknick-Körbe für Wanderer bereitet, sowie ein Mühlen-Kiosk.

Da sich die Gäste mehr und mehr auch für die Funktionsweise der Mühle interessierten, wurden in einem weiteren Schritt Mühlenführungen angeboten. Bis zu 70 Führungen pro Jahr – auch für Schulklassen – werden durchgeführt. Letztlich war diese Diversifizierung des Angebots ein wesentlicher Faktor dafür, dass der Betrieb insgesamt erhalten werden konnte. Von Vorteil dafür sind auch touristische Anknüpfungspunkte wie Wander- und Fahrradwege oder die Sehenswürdigkeiten der nahegelegenen Stadt Marburg.

Die gelungene Kombination der regionaltypischen Angebote machte die Mühle auch interessant für die Medien, sodass durch Meldungen in Presse und Fernsehen der Bekanntheitsgrad deutlich zugenommen hat.



Quelle: © privat, Brücker Mühle

### **Vom Feld direkt in die Küche – regionale Liefernetzwerke**

Die Zutaten für die Speisen kommen zum größten Teil aus dem Sortiment des mühleneigenen Bioladens. Dabei wird großer Wert auf die Saisonalität der Produkte gelegt, die unmittelbar aus der Region stammen. Diese ländliche Küche wird modern gestaltet und nutzt die Ressourcen voll aus, indem z.B. überschüssiges Gemüse mitverbraucht und in neuen Kreationen genutzt wird. Zulieferer für die Angebote der Mühle sind die Landwirte aus der Gegend, ein Biogroßhändler und mehrere Metzgereien aus der Region. Die regionalen Liefernetzwerke sind von großer Bedeutung, um die erforderlichen Mengen für den Bedarf und die Qualitätsansprüche der Mühlengastronomie sicher zu stellen. Kleine Erzeuger können häufig nicht sehr große Mengen liefern, sodass sich mit der Zeit ein Netzwerk von Zulieferern entwickelt hat. Dieses Netzwerk zu pflegen und aufrecht zu erhalten, erfordert einerseits großen Organisationsaufwand und stellt andererseits auch logistische Herausforderungen dar.

### **Flexibilität ist gefragt**

Um das traditionelle Erbe in die Zukunft zu übertragen ist viel Flexibilität gefragt. So sind infolge der Corona-Pandemie große Nachfragegruppen wie Busreisende, Schülergruppen oder große Wandergruppen – die 70% der Auslastung ausmachten – weggefallen. Gesellschaften und Weihnachtsfeiern fallen

ebenfalls in dieser Zeit aus. Aus diesen Gründen ist eine Neuaufstellung der Gastronomie erforderlich sowie grundsätzlich neue Angebote.

Daher werden neue Konzepte entwickelt: die Mühle wird digitalisiert! Im Rahmen eines Förderprogramms des Bundeslandwirtschaftsministeriums „Vom Korn zum Brot“ werden zukünftig Museums-Apps installiert. Ziel ist es, die antike Mühle für die nächste Generation in Wert zu setzen, wobei alle Sinne angesprochen werden sollen: Sehen, Fühlen, Schmecken, Riechen.

Wichtige Unterstützung dazu liefert der Brücker-Verein & Arbeitskreis Dörfliche Kultur e.V. Veranstaltungen, der viele Veranstaltungen in der Mühle organisiert und auch die digitale Weiterentwicklung der Mühle mit großem Engagement unterstützt.

### **Werbung und Qualität sind wichtig**

Die Angebote der Mühle werden im Internet, in den sozialen Medien und in Kooperation mit der lokalen und regionalen Tourismusverbänden sowohl in Mittel- als auch in Nordhessen beworben.

Dabei gilt es, die Alleinstellungsmerkmale herauszustellen, da die Gäste großen Wert auf Qualität legen. So werden z.B. bestimmte alte Getreidesorten nur noch von wenigen Bäckern verarbeitet. Dieses Brot kann ausschließlich in der Mühle und bei diesem Bäcker erworben werden. Mit solch einzigartigen Angeboten wird gleichzeitig die Wertschöpfungskette in der Region gestützt.

Die Brücker Mühle ist ein gutes Beispiel dafür, wie regionale Potentiale im Sinne der hessischen Landtourismusstrategie kombiniert werden können für touristische Zwecke, für Bildung sowie zur Erhaltung der Bau- und Technikkultur, um die Besonderheiten der Region zu pflegen und touristisch in Wert zu setzen – auch im Interesse der regionalen Erzeuger und Verarbeiter. Dafür ist viel persönliches Engagement, Weitblick, Mut und Flexibilität erforderlich, die auch von den Nachfolgern aufgegriffen werden müssen. Auf solche Weise kann es gelingen, das Strategiefeld „Regionalität“ der Landtourismusstrategie Hessen mit Leben zu füllen und das Qualitätsbewusstsein der Zielgruppe des sozial-ökologischen Milieus anzusprechen.