



Ergebnisse des ersten Sonntagstalks von DIALOG MILCH

„Die Milch ist mehr wert!“

Online-Diskussion am 25.10.: Hochkarätiges Panel empfiehlt emotionalere Kommunikation / Mit Geschichten zum Produkt für mehr Wertschätzung in der Gesellschaft sorgen / Image verbessern

Krefeld, 27. Oktober 2020: Der erste Sonntagstalk von DIALOG MILCH auf Facebook hat am 25. Oktober ein klares Bild ergeben: Milch als Lebensmittel ist sehr wertvoll und verdient eine höhere gesellschaftliche Wertschätzung. Die Referenten, Landwirt und Milchkuhhalter Basti Bützler aus der Nordeifel, Andreas Möller, Autor des Buches „Zwischen Bullerbü und Tierfabrik“, und Dr. Rupert Ebner, Tierarzt und Vorstandsmitglied von Slowfood Deutschland e. V., waren sich einig: Eine intensivere, am hohen Nähr-„Wert“ orientierte und zugleich emotionalere Kommunikation zum Thema Milch ist für mehr Akzeptanz bei den Konsumenten unabdingbar.

„Milch ist ein wertvolles Lebensmittel, aber wir haben ein zu großes Angebot, das immer auf den Preis drückt“, sagte Hans Wortelkamp in seiner Anmoderation. „Die über die Milcherzeugung und die Landwirtschaft geführte Debatte ist sehr polarisiert, und ‚Milch‘ ist ein hochemotionales Thema“, stellte Andreas Möller fest.

Von anderen Debatten überlagert

Milch und die Wertschätzung für Milch würden heute von vielen Debatten überlagert. Das gelte beispielsweise für den Klimawandel, der zum Teil Fragen des Tierwohls überlagere und dazu führe, dass nicht nur der Milchkonsum, sondern die gesamte Tierhaltung hinterfragt würde. Andreas Möller machte deutlich, dass aus seiner Sicht zwar Milch und die Vielzahl der Milcherzeugnisse von den Konsumenten geliebt würden, deren Produktion aber keine Wertschätzung mehr finde. Deshalb plädierte er dafür, Landwirtschaft wie auch andere Wirtschaftszweige an modernen Entwicklungen teilhaben zu lassen. „Nur die Landwirtschaft soll so sein wie in Ostpreußen um 1900. Das ist der Blick, den ich anprangere.“

Mehr „Geschichten erzählen“

Mit dem Hinweis auf eine Handelskette in Österreich lud Moderator Hans Wortelkamp die Landwirte und die in der landwirtschaftlichen Kommunikation Tätigen dazu ein, über die reine Information hinaus mehr Geschichten zu erzählen. In Österreich würden zuliefernde Landwirte regelmäßig in Supermärkte eingeladen, um den Konsumenten aus erster Hand – auch emotionale – Einblicke in die Erzeugung zu vermitteln. Die Reaktion von Landwirt Bützler: „Ich könnte mir auf jeden Fall gut vorstellen, auch im heimischen Supermarkt zu sagen und zu zeigen, was, warum und wie wir es machen. Wir Landwirte haben nichts zu verbergen!“



Auch Dr. Ebner griff in einem seiner Statements den Widerspruch zwischen Kopf und Bauch auf. Ein Slogan wie das frühere „Die Milch macht's“ sei zu wenig. Dem Wert der Milch und ihrer Inhaltsstoffe werde das nicht gerecht. Es brauche stattdessen ein glaubwürdiges Marketing, und das erfordere, dass auch die Produktionsbedingungen dahinter dem entsprächen, was die Werbung erzähle.

Nicht zuletzt müsse man aber auch Verständnis dafür haben, so Andreas Möller, dass viele Konsumenten etwa bei Milch preissensitiv entscheiden würden, wenn andererseits Mieten, der öffentliche Nahverkehr oder auch der Kinobesuch immer teurer würden. „Eine Geschichte zur Milch zu erzählen, ist wohl der einzige Weg. Diese Geschichte muss nicht Bio sein, nicht regional, aber sie muss den Menschen dahinter zeigen.“ Ob die Konsumenten das dann annehmen würden, werde allerdings erst die Zukunft zeigen.

Eine Aufzeichnung der Diskussionsrunde steht auf der Facebook-Seite von DIALOG MILCH (<https://www.facebook.com/MilchDialog/>) sowie auf den YouTube-Kanälen von DIALOG MILCH und Nordeifel Agrarvideos zur Verfügung.

Über DIALOG MILCH:

Die Internet-Plattform www.dialog-milch.de richtet sich an Verbraucher und Journalisten, die daran interessiert sind, mehr über die Milchwirtschaft zu erfahren und zugleich zu der auch gesellschaftlich geforderten Neupositionierung der Milchbranche beizutragen. Sie lädt zum Nachfragen und zum Diskurs ein. Speziell an Journalisten richtet sich das Angebot, Milchkuhbetriebe für einen Reportage-Besuch oder für Hintergrundrecherchen zu vermitteln. DIALOG MILCH wird von den Landesvereinigungen der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen getragen.

Mehr zu DIALOG-MILCH unter

<https://www.dialog-milch.de/>
<https://www.facebook.com/MilchDialog/>
<https://twitter.com/dialogmilch>

Pressekontakt:

Frank Maurer
Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 02151-4111-410

Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V.
Bischofstraße 85
47809 Krefeld