



milch NRW.

Landesvereinigung der Milchwirtschaft
Nordrhein-Westfalen e. V.

2021

Eine Auswahl von Medienberichten

PRESSESPIEGEL



Datum: 23.11.2020

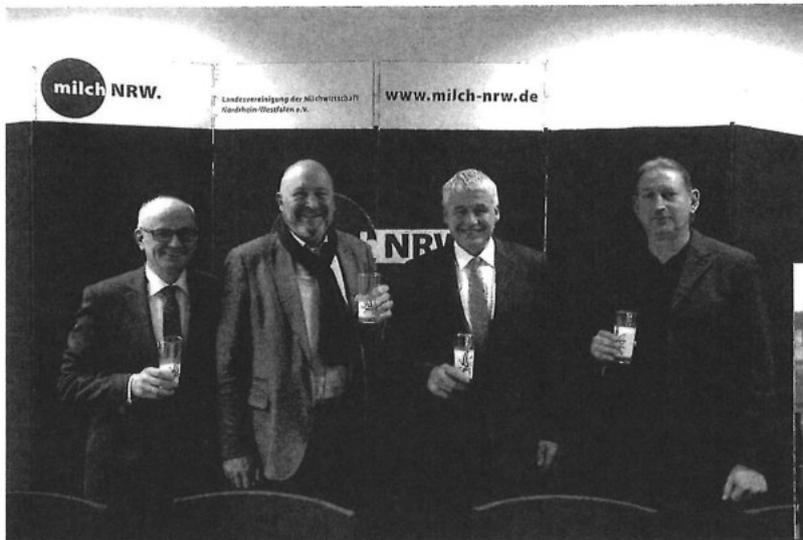
Quelle: LV NRW

Gülle-Problematik, Methanausstoß durch Kühe oder zurückgegangene Weidehaltung – es gibt zahlreiche Bereiche der Milcherzeugung, die von der Gesellschaft kritisch diskutiert werden. Nun suchen Landwirte den Dialog zu Verbrauchern, aber auch zum Lebensmitteleinzelhandel und zu den Medien. Der Weg ist außergewöhnlich: Es gibt eine Videobotschaft. Unter dem Titel #gemeinsam werden Probleme aufgezeigt, mögliche Lösungen präsentiert und der persönliche Dialog angeboten. Denn, so der Tenor, nur gemeinsam findet man einen Weg zu einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Milcherzeugung.

Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen möchte mit einem neuen Projekt „Runde Tisch der Milchwirtschaft“ alle am Milchmarkt beteiligten Akteure – vom Landwirt, über Molkerei und Handel bis hin zum Verbraucher – ansprechen und zum Dialog auffordern. Über den Instagram-Account hashtaggemeinsam (#gemeinsam) können alle, die sich für das Thema interessieren, Fragen stellen, Anregungen einbringen oder einen Kontakt zum persönlichen Gespräch oder Besuch auf einem Milchkuhbetrieb vereinbaren. Darüber hinaus berichten einige Landwirte, die auch am Filmprojekt mitgewirkt haben, regelmäßig über ihren Alltag auf dem Hof und stehen Rede und Antwort bei Fragen rund um die

Der NRW-Milchmarkt 2020:

Viel Corona, aber eben nicht nur



Der NRW-Milchmarkt verzeichnete aufgrund der Corona-Pandemie im Gastronomiebereich Absatzeinbußen von bis zu 75 Prozent. Andere Segmente (Trinkmilch, Quark) konnten zeitweise zwar profitieren, aber insgesamt die Negativeffekte nicht ausgleichen. Der Export als wichtiger Faktor des Marktes stand ebenfalls unter Druck. Die Molkeereien und Milcherzeuger mussten, wie alle Wirtschaftsbeteiligten, erhebliche Schutzmaßnahmen zur Verhinderung

eines Corona-Ausbruchs etablieren und Prozesse anpassen. Dies sei der Milchbranche bislang sehr gut gelungen, so Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt in der ersten digitalen Jahrespressekonferenz der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. (LV Milch NRW): „Das systemrelevante Segment Milchwirtschaft in NRW hat im Bereich Erzeugung, Verarbeitung und Logistik einen wirklich guten Job gemacht“. Im dritten Jahr in Folge hat die Trockenheit

in vielen Regionen von NRW erhebliche Auswirkungen gehabt. Nicht nur die Futtersituation werde zunehmend knapper, viele Betriebe sehen sich im Jahr 2020 in einer Art Belagerungszustand. Niedrige Erlöse, hohe Produktionskosten, die Auswirkungen der Düngeverordnung sowie steigende Anforderungen des Handels und eine gesellschaftliche Diskussion um Nachhaltigkeits- und Tierwohlthemen belasten die Milcherzeuger. In vielen Betrieben mussten bereits die letzten Reserven



mobilisiert werden. Im Ergebnis ist landesweit eine deutliche Reduzierung der Rinder- und Milchviehbestände festzustellen. Die Milchproduktion blieb jedoch bislang stabil. Positiv ist zu vermerken: Regionalität punktet wieder. Direktvermarkter, Hofläden und Milchtankstellen erleben einen deutlichen Aufschwung. Die Bereiche Gastronomie und Export haben ab Mitte des Jahres wieder leicht aufgeholt, sehen sich jetzt aber wieder verschärften Marktsituationen gegenüber.

NRW-Milchmarkt kompakt

Die in NRW konventionell erzeugte Milchmenge (Jan.-Okt. 2020) ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,7 Prozent gestiegen. Auf Bundesebene zeigt sich der Anstieg mit einem Plus von nur 0,3 Prozent deutlich moderater. Bei Butter und MilCHFett ist zu beobachten, dass diese im Jahresverlauf bis Oktober als durchaus stabil zu bezeichnen sind, wenn auch preislich rund 7 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Butter (250 g, als Handelsmarke) lag im Schnitt bei 1,42 Euro (Jan.-Okt. 2020). Der Absatz von Milch und Käse ist in Deutschland in 2020 (Jan.-Okt.) über das gesamte Sortiment der weißen und gelben Linie angestiegen. Erneut sind deutliche Zuwächse bei Bio-Trinkmilch (+15,5 Prozent) und bei Weidemilch (+17,9 Prozent) im Vorjahresvergleich zu verzeichnen. Die Auszahlungspreise bewegten sich in NRW - wie auch auf der Bundesebene - im Jahr 2020 weniger volatil als in den Vorjahren: mit 32,19 Cent pro kg konventioneller Milch (4,0 Prozent Fett/3,4 Prozent Eiweiß) leicht (-1,4 Prozent) unter dem Vorjahresniveau.

Die Milchwirtschaft werde ihrer Verantwortung für eine umweltbewusste und nachhaltige Produktion von Milch und Milchprodukten seit langem gerecht, so Wilhelm Brüggemeier, Westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW. Dabei sei eine flexible Orientierung in dem sich verändernden Umfeld der gesellschaftlichen und agrarpolitischen Anforderungen zwingend. Dies gelinge aber nur durch eine nachhaltig wirtschaftliche Milchproduktion. Die bundesweiten Protestaktionen in der zweiten Jahreshälfte haben den Blick auf die bedrohliche Situation der Milcherzeuger geschärft, dennoch stehen immer mehr Erzeugerbetriebe vor der Existenzfrage.



Link zum Film: youtu.be/3OkCmwW-Wvs; Link zu Instagram: [instagram.com/hashtaggemeinsam/?hl=de](https://www.instagram.com/hashtaggemeinsam/?hl=de)

LV der Milchwirtschaft NRW

#gemeinsam

Das Filmprojekt #gemeinsam der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen möchte für eine nachhaltige und zukunftsfähige Milcherzeugung alle am Milchmarkt beteiligten Akteure miteinander ins Gespräch bringen. Gülle-Problematik, Methanausstoß durch Kühe oder zurückgegangene Weidehaltung – es gibt zahlreiche Bereiche der Milcherzeugung, die von der Gesellschaft kritisch diskutiert werden. Nun suchen Landwirte den Dialog zu Verbrauchern, aber auch zum Lebensmitteleinzelhandel und zu den Medien. Der Weg ist außergewöhnlich, denn die Kommunikation erfolgt per Videobotschaft. Unter dem Titel #gemeinsam werden Probleme aufgezeigt, mögliche Lösungen präsentiert und der persönliche Dialog angeboten. Über den Instagram-Account hashtaggemeinsam können alle, die sich für das Thema interessieren, Fragen stellen, Anregungen einbringen oder einen Kontakt zum persönlichen Gespräch oder Besuch auf einem Milchkuhbetrieb vereinbaren. Darüber hinaus berichten einige Landwirte regelmäßig über ihren Alltag auf dem Hof.

Landesvereinigung NRW

Milch im Dialog

Immer häufiger werden landwirtschaftliche Bereiche innerhalb der Milcherzeugung von der Gesellschaft kritisch diskutiert. Nun suchen Landwirte den Dialog zu Verbrauchern und zugleich auch zum Lebensmittel-einzelhandel. Der Weg über eine Videobotschaft ist etwas außergewöhnlich. Unter dem Titel #gemeinsam werden in diesem Clip Probleme aufgezeigt, mögliche Lösungen präsentiert und der persönliche Dialog angeboten. Denn, so der Tenor, nur gemeinsam findet man einen Weg zu einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Milcherzeugung.

Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen möchte mit diesem Projekt, das unter der Headline „Der runde Tisch der Milchwirtschaft“ steht, alle am Milchmarkt beteiligten Akteure – vom Landwirt, über Molkerei und Handel bis hin zum Verbraucher – ansprechen und zum Dialog auffordern.

Neue Milch-Güteverordnung ab Sommer 2021

Aufgrund des technologischen Fortschritts und sich ändernder Qualitätsanforderungen wird die Milch-Güteverordnung (Milch-GüV) aus dem Jahr 1980 durch die neue Verordnung zur Förderung der Güte von Rohmilch (RohmilchGüV) ersetzt. Einer entsprechenden Änderung des Rohmilchgüterrechts hat der Bundesrat zugestimmt. Die neuen Regelungen werden Anfang 2021 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht und treten dann nach einer Übergangszeit von sechs Monaten im kommenden Sommer in Kraft.

Die neue Verordnung führt prinzipiell die bisherigen Elemente des bewährten Güterrechts weiter: Sie regelt die Untersuchung, Bewertung und Bezahlung der angelieferten Milch. Neu ist, dass die Umsetzung des Rohmilchgüterrechts nun bundeseinheitlich erfolgen wird. In Zeiten länderübergreifender Milchanlieferungen verringere dies den Verwaltungsaufwand, heißt es in der Begründung zur neuen Verordnung.

Auch der Umrechnungsfaktor von Liter in Kilogramm wird angepasst. Während bisher die Formel 1,02 galt soll mit der neuen Verordnung bundesweit der Faktor 1,03 gelten.

Eine stärkere Bedeutung als bisher erhält künftig die Prüfung auf Hemmstoffe, die durch Antibiotika-Behandlungen der Kühe in die Milch gelangen können. Der Abnehmer hat jegliche Rohmilch vor deren Umfüllung durch einen Schnelltest auf mindestens die Hemmstoffgruppen Penicilline und Cephalosporine zu testen. Dies war bisher auch schon Praxis, wurde nun aber in die Verordnung aufgenommen. Auf weitere Hemmstoffgruppen soll mit festgelegten Verfahren und einer Mindestanzahl von Proben in Prüfstellen getestet werden. Dabei werden die Zulassung von Hemmstofftests sowie die Anforderungen an die Probennehmer bundeseinheitlich geregelt.

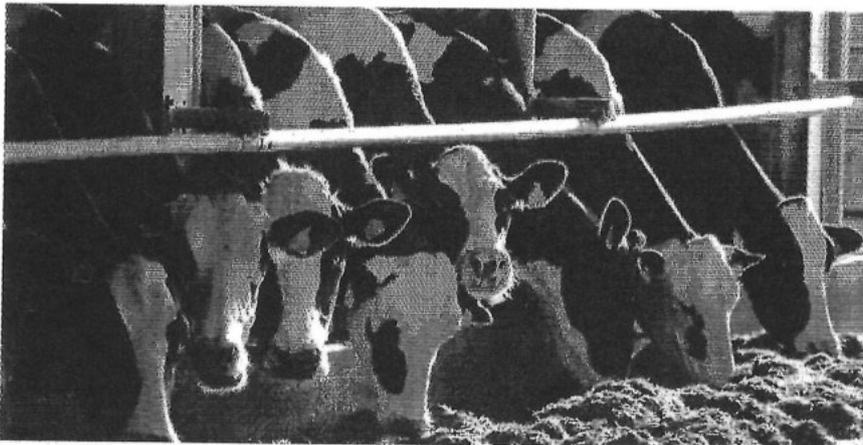
Die Verordnung findet keine Anwendung für Abnehmer, die innerhalb

eines Jahres täglich im Schnitt weniger als 500 l Rohmilch erfassen. Liegt die tägliche Durchschnittsmenge unter 5.000 l, darf die Probenahme auch an einem anderen als dem Übernahmeort stattfinden; alternativ muss dann die Anlage zur Probenahme nicht die schärferen Bestimmungen für größere Rohstoffmengen erfüllen. Laut Verordnung sind sechs Gütemerkmale der Milch zwingend zu prüfen, nämlich der Fett- und Eiweißgehalt, die Gesamtkeimzahl, das Vorhandensein von Hemmstoffen, die somatischen Zellen sowie der Gefrierpunkt. Die Untersuchung auf weitere Gütemerkmale kann zwischen Abnehmer und Erzeuger vereinbart werden.

Quelle: topagrar/milchNRW

Streit mit dem Handel: Milchbauern fordern höhere Preise – keine Kostendeckung möglich

Von Eliana Berger 13.01.21, 17:01 Uhr



Milchkühe im Stall

Foto: dpa

Krefeld - Um ihre Position gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zu stärken, fordert die Landesvereinigung der Milchwirtschaft in NRW eine Änderung des Kartellrechts. Es herrsche ein „absolutes Ungleichgewicht“ zwischen beiden Parteien, sagte der Co-Vorsitzende Wilhelm Brüggemeier am Mittwoch. Daher bedürfe es eines Gegensteuerns der Politik, um die Marktmacht des „Oligopols“ um Edeka, Rewe, die Schwarz-Gruppe (Lidl) und Aldi einzuschränken. Zuletzt hatte Aldis Ankündigung, den Preis für Butter zu senken, große Proteste bei Landwirten ausgelöst.

Deutliches Plus gefordert

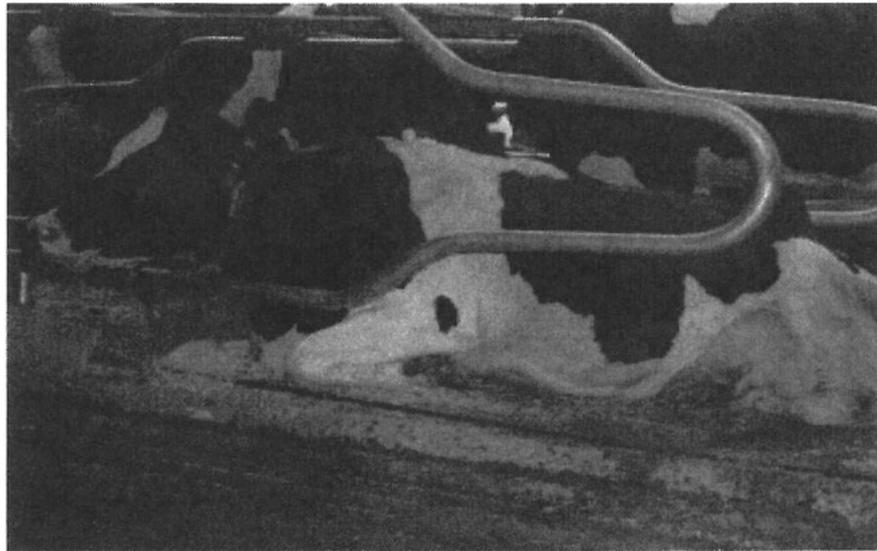
Die Landesvereinigung betont, die derzeitigen Milchpreise seien für die Tierhalter nicht mehr kostendeckend. Es müsse ein deutliches, nachhaltiges Plus geben. „Die aus der Gesellschaft kommenden Anforderungen an die Tierhaltung können durch den Marktpreis nicht erfüllt werden“, sagte Brüggemeier. Nach Schätzungen des Verbands sank der Auszahlungspreis der Molkereien an die Milchbauern zuletzt um 1,4 Prozent auf 32,19 Cent je Kilogramm Milch.

Die Zahl der Milchbetriebe sank dem Verband zufolge im vergangenen Jahr um 215 auf 5166. Das entspricht einem Rückgang von fast 90 Prozent seit 1980. Dafür steigt seitdem die Anzahl der Kühe pro Halter an, ebenso wie die Menge der konventionell erzeugten Milch: 2020 wuchs sie um etwa 1,7 Prozent auf 2,77 Millionen Tonnen.

13.01.2021 | 16:11 | Niedrige Milchpreise

Milchwirtschaft befürchtet beschleunigtes Höfesterben

Krefeld - Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft befürchtet ohne deutliche Einkommensverbesserungen für die Landwirte ein beschleunigtes Höfesterben in Nordrhein-Westfalen.



In Nordrhein-Westfalen geben immer mehr Milchbetriebe auf. (c) proplanta

Die Erlöse der Milchbauern bewegten sich auf dem Niveau von vor 40 Jahren trotz deutlich gestiegener Kosten beispielsweise für Umweltschutz, Energie und Löhne, sagte Co-Vorsitzender Wilhelm Brüggemeier am Mittwoch in einer Online-Pressekonferenz. Der durchschnittliche Auszahlungspreis der Molkereien an die Milchbauern ist 2020 nach einer Schätzung des Verbandes um 1,4 Prozent auf 32,19 Cent je Kilogramm konventionell erzeugter Milch leicht zurückgegangen.

Nach den Bauernproteste gegen Preissenkungen im Lebensmittelhandel beklagte Brüggemeier ein Ungleichgewicht zwischen Handelsriesen mit einer großen Marktmacht auf der einen Seite und den Molkereien und Landwirten auf der anderen Seite. «Ich freue mich über die Proteste, die unsere Berufskollegen da gemacht haben», sagte er.

Signifikante Verbesserungen seien aber nur schwer zu erreichen. «Hier brauchen wir eine Änderung des Kartellrechtes.» Es sollte nicht nur das Wohl der Verbraucher, sondern auch das Wohl der Landwirte und verarbeitenden Betriebe im Fokus stehen. Co-Vorsitzender Hans Stöcker kritisierte insbesondere den Discounter Aldi für eine Senkung des Butterpreises in den vergangenen Wochen. Der Weltmarkt sei relativ stabil gewesen.

Im vergangenen Jahr haben in Nordrhein-Westfalen nach Angaben des Verbandes weitere 215 Milchbetriebe aufgegeben. Das entspricht einem Rückgang von vier Prozent auf 5.166 Milchkuhhalter. Im Vergleich zum Jahr 1980 sind das 88 Prozent weniger. Pro Betrieb werden im Durchschnitt jetzt 76 Milchkühe gehalten, 1980 waren es lediglich 14.

Bei vielen Betrieben geht es nach Schilderung der Landesvereinigung um einen Generationswechsel. Die in NRW konventionell erzeugte Milchmenge stieg in den ersten zehn Monaten des vergangenen Jahres trotz des starken Rückgangs bei den Milchkuhhaltern um 1,7 Prozent weiter an.

Milch NRW

Milchprodukte sind gefragt

Der aktuelle Milchmarkt ist angespannt, aber durch den guten Absatz von Milchprodukten gestützt. Das berichtet die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW.

14.01.2021



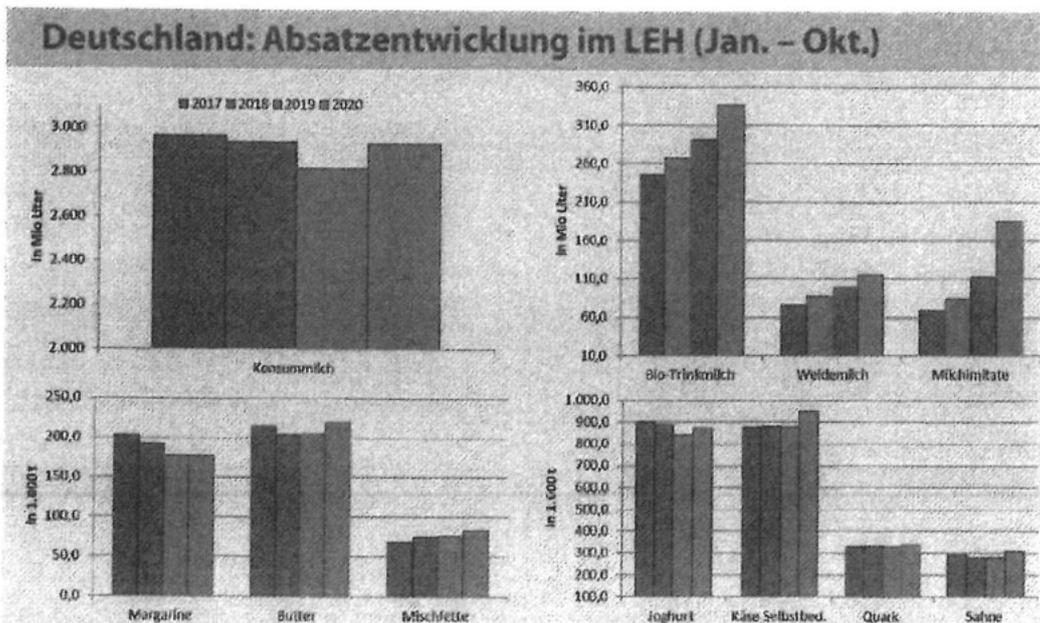
Der Absatz von Milchprodukten im LEH profitiert von der Corona-Situation. (Bildquelle: Deter)

Der NRW-Milchmarkt verzeichnete aufgrund der Corona-Pandemie im Gastronomiebereich Absatzeinbußen von bis zu 75 %. Zwar konnten zweitweise andere Segmente profitieren, aber insgesamt die Negativeffekte nicht ausgleichen. Das berichtet Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der

Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW (LV Milch NRW) beim digitalen Jahresgespräch und ist überzeugt: „Die Milchwirtschaft in NRW hat in der Erzeugung, Verarbeitung und Logistik einen wirklich guten Job gemacht“.

Absatz im Einzelhandel gestiegen

Der Absatz von Milchprodukten im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist deutschlandweit in allen Segmenten gestiegen. Das gilt nicht nur für Milch und Käse sondern produktübergreifend. Die Corona-Situation hat dabei einen großen Einfluss, so Dr. Schmidt. Besonders Bio-Trinkmilch und Weidemilch verzeichnen ein deutliches Plus von 15,5 bzw. 17,9 %. Auch der Absatz von Milchimitaten ist deutlich gestiegen. Diese Produkte machen am Gesamt-Absatz noch wenig aus, stellen jedoch eine zunehmende Konkurrenz dar.



Der Absatz von Milchprodukten im LEH entwickelte sich 2020 positiv. (Bildquelle: LV Milch NRW)

Nicht nur der Einzelhandel profitiert vom aktuellen Einkaufsverhalten: Die Stimmung in regionalen Käsereien und auf Betrieben mit Direktvermarktung ist positiv. Hofläden, Milchtankstellen und andere Formen der direkten Vermarktung erleben gerade einen deutlichen Aufschwung.

NRW: Milcherzeugung

Die konventionell erzeugte Milchmenge (Januar bis Oktober 2020) ist laut der LV Milch NRW um 1,7 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Der Anstieg auf Bundesebene liegt bei einem Plus von 0,3 %. Der durchschnittliche Auszahlungspreis für Milch in NRW lag 2020 bei 33,34 ct/kg. Dieser Preis wurde im Jahr 1984 zwar ebenfalls gezahlt, jedoch haben sich die Produktionskosten seitdem weiterentwickelt. Für 2021 erwartet die LV Milch NRW eine stabile Entwicklung.

Butter und MilCHFett halten sich stabil, liegen preislich mit 1,42 € im Schnitt (Januar bis Oktober 2020) jedoch rund 7 % unter Vorjahresniveau.

Butterpreis nicht nachvollziehbar

Die aktuelle Preissenkung von Butter um 56 ct/kg im Einkaufspreis war auch bei dem Jahresgespräch der LV Milch NRW ein Thema. „Der deutliche Preisnachlass ist nicht unbedingt dem Markt geschuldet – der Butterpreis war zum Jahresende eigentlich stabil“, sind sich Hans Stöcker und Wilhelm Brüggermeier, Vorsitzende der LV Milch NRW, einig. Die Marktconstellation und die Macht des LEH seien hier ausschlaggebend. Mit den Demonstrationen und Blockaden übten die Landwirte Druck auf den LEH aus. Jetzt sei es die Aufgabe der Politik, diesen Druck zu halten und Lösungen zu finden.

MILCHWIRTSCHAFT IN NRW

Molkereien müssen Strukturen anpassen

Krefeld. Die Molkereien in Nordrhein-Westfalen haben 2020 eine Rekordmenge an Rohmilch angeliefert bekommen. Die corona-bedingt größere Nachfrage im Lebensmittelhandel hat jedoch Einbrüche im Großverbraucherbereich von bis zu 75 Prozent nicht ausgleichen können. Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft erwartet weitere Strukturanpassungen bei den sechs Molkereiunternehmen des Landes. Die hohen Produktionskosten in der Pandemie und die zunehmenden Anforderungen der Politik und des Handels würden nicht honoriert, bemängelt Geschäftsführer Rudolf Schmidt. Bei einer aktuellen Erhebung der Ladenverkaufspreise stellte der Verband ein Novum fest: Aldi scheint nicht mehr das Maß aller Dinge zu sein. Edeka und Lidl verkauften konventionelle Frischmilch bis zu 3 Cent billiger. Bei Spezialmilchen differierten die Preise der Handelskonzerne sogar um bis zu 70 Cent. *Mur/lz 02-21*



Preise wie vor 40 Jahren

LV Milch NRW informierte über Situation auf dem Milchmarkt

Auch den Milchmarkt in NRW hat die Corona-Pandemie 2020 durcheinandergerührt. Molkereien und Milcherzeuger mussten, wie alle Wirtschaftsbeteiligten, erhebliche Schutzmaßnahmen zur Verhinderung eines Corona-Ausbruchs etablieren und Prozesse anpassen. „Und dies ist der Milchbranche bislang sehr gut gelungen“, stellte Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW (LV Milch NRW), in der digitalen Jahrespressekonferenz am Mittwoch vergangener Woche fest. „Die Milchwirtschaft in NRW hat im Bereich Erzeugung, Verarbeitung und Logistik einen wirklich guten Job gemacht.“

► Enormer Strukturwandel

Und von kräftigen Abzügen beim Milchgeld sind die NRW-Milcherzeuger trotz Corona verschont geblieben. Nach Schätzung der Landesvereinigung dürfte sich der durchschnittliche Milcherzeugerpreis im vergangenen Jahr für eine Milch mit 4 % Fett und 3,4 % Eiweiß in NRW auf 33,3 Cent/kg belaufen. Das wären 0,4 Cent oder 1,2 % weniger als 2019. Für die Milcherzeuger ist das Preisniveau aber alles andere als befriedigend. „Es sind Milchpreise wie vor 40 Jahren“, kritisierte Schmidt. Die Preise seien gleich geblieben, aber die Milcherzeuger seien mit ständig höheren Anforderungen beim Umwelt-, beim Klima- oder beim Tierschutz konfrontiert. Hinzu kämen Futterknappheit durch Dürrejahre.

Dies führe zu einem erheblichen Druck auf den Betrieben und bleibe nicht ohne Folgen. Allein im vergangenen Jahr hätten in NRW weitere 215 Milchviehbetriebe aufgegeben. Das entspräche einem Rückgang von 4 % auf 5 166 Milchkuhhalter. „Im Vergleich zum Jahr

1980 sind es fast 90 % weniger Milcherzeuger in NRW“, erläuterte der Geschäftsführer. Ohne deutliche Einkommensverbesserungen für die Milcherzeuger befürchtet er in Zukunft nicht nur einen weiteren Strukturwandel, sondern möglicherweise sogar einen regelrechten Strukturbruch.

► Marktconstellation ist schuld

Und wie geht es weiter mit den Milchpreisen? Nach Einschätzung von Hans Stöcker, rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, sind die Marktbedingungen zum Jahresbeginn ausgeglichen und deuten auf relativ stabile Milchpreise hin. Allerdings gebe es Risiken wie die Corona-Krise, aber auch Chancen, beispielsweise durch eine Verhaltensänderung des Handels aufgrund der Bauernproteste, unter anderem gegen die aktuelle Preissenkung von Butter um über 50 Cent im Einkaufspreis. Natürlich war der drastische Butterpreis auch großes Thema bei der Pressekonferenz. Stöcker machte dabei eines deutlich: „Dieser Preisnachlass ist nicht dem Markt geschuldet. Im Gegenteil: Der Butterpreis war zum Jahresende eigentlich stabil.“ Es seien nicht die Marktbedingungen gewesen, die zu den Butterpreissenkungen geführt hätten, sondern die Marktconstellation in Deutschland. „Wir können es nicht mehr akzeptieren, wenn ein Oligopol von vier großen Lebensmitteleinzelhändlern den ganzen Markt diktiert“, stellte Stöcker klar. „Hier brauchen wir die Politik und eine Änderung des Kartellrechts“, forderte Wilhelm Brügge-meier, der westfälische Vorsitzende der LV Milch. Nicht nur das Wohl der Verbraucher dürfe dabei gesehen werden, sondern auch das Wohl in der gesamten Kette mit Milchproduzenten und Weiterverarbeitern. ef

Corona und der Milchmarkt

Nach Angaben der LV Milch NRW hat das Corona-Jahr 2020 am NRW-Milchmarkt im Gastronomie- und Foodservicebereich zu Absatzeinbußen von bis zu 75 % geführt, die wertmäßig nicht vollständig über den Mehrabsatz im LEH ausgeglichen wurden. In den Supermärkten stiegen coronabedingt bundesweit die Verkaufszahlen an. Das galt nicht nur für Butter, Joghurt, Käse oder Quark, sondern erstmals auch wieder für Konsummilch. Laut LV Milch NRW ist es dabei im Basissortiment der Trinkmilch zu einer stärkeren Preisdifferenzierung bei den Handelsketten gekommen. Ein erneut starkes Wachstum verzeichnete der Absatz von Biomilch, die im Zeitraum Januar bis Oktober 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 15,5 % zulegte, bei Weidemilch waren es 17,3 %.

Allerdings auch stark nach oben gingen die Verkäufe von Milchmilitaten, die um rund 60 % auf etwa 180 Mio. l stiegen und damit den Weidemilchabsatz klar überflügeln. Insgesamt läge der Absatz von Milchmilitaten zwar auf einem niedrigen Niveau, sie nähmen aber an Bedeutung zu und müssten im Auge behalten werden, betonte Dr. Rudolf Schmidt. Am Thema Wertschätzung und Image der Milch müsse weiter in der Branche gearbeitet werden.

Übrigens: Nicht nur der LEH profitiert vom aktuellen Einkaufsverhalten in Corona-Zeiten. Auch Regionalität punktet: Direktvermarkter, Hofläden und Milchtrankstellen erleben derzeit einen deutlichen Aufschwung. ef

Ein Minusgeschäft

Die deutschen Milcherzeuger müssen weiterhin ohne kostendeckende Erlöse arbeiten. Darauf hat am Freitag vergangener Woche die Milcherzeugergemeinschaft (MEG) Milch Board aufmerksam gemacht und auf entsprechende Berechnungen des Büros für Agrarsoziologie & Landwirtschaft (BAL) zum Milch Marker Index verwiesen. Demnach lagen im Oktober 2020 die durchschnittlichen Produktionskosten für 1 kg Milch im Bundesgebiet bei 46,69 Cent, während sich der mittlere Milcherzeugerpreis nur auf 32,64 Cent/kg belief. Zur Vollkostendeckung fehlten den Milchbauern somit 14,05 Cent/kg oder 30 %. „Die Milcherzeugung in Deutschland ist für die meisten Betriebe ein Minusgeschäft und gefährdet sie in ihrer Existenz“, beklagte der Vorstandsvorsitzende der MEG Milch Board, Frank Lenz. In der Gesprächsbereitschaft des Handels und den ersten zögerlichen Preiszugeständnissen sieht er jedoch einen ersten Erfolg. „In der Sache besteht eine starke Einigkeit: Die Preise müssen hoch“, betonte Lenz. Über den Weg dahin werde noch diskutiert, obwohl es dazu bereits ausgefeilte Konzepte gebe. Die Verhandlungsebene müsse jetzt dringend auf die Stufe der Verarbeiter verschoben werden. Denn wenn diese bei der nächsten Preisrunde wieder einknickten, purzelten die Preise. Bei Butter habe man dies bereits in diesen Tagen schmerzhaft beobachten können. „Für eine nachhaltige Milchpreisgestaltung reicht es nicht mehr aus, die Preise punktuell zu verhandeln. Vielmehr müssen Kontrakte für einen bestimmten Lieferzeitraum abgeschlossen werden“, betonte der MEG-Vorsitzende. Diese müssten neben dem Preis und der Laufzeit selbstverständlich auch die Liefermenge beinhalten. AgE

21. Januar 2021, 6:53 Uhr Agrar - Krefeld

Hofläden und Milchtankstellen immer beliebter: Dickes Plus



Krefeld (dpa/lnw) - Aufschwung statt Krise: Die Hofläden und Direktverkaufsstellen der landwirtschaftlichen Betriebe werden nach Angaben der Milchwirtschaft bei den Verbrauchern immer beliebter. Schon vor der Corona-Krise hätten der Trend zu regionalen Produkten, das Einkaufserlebnis auf dem Hof und die rund um die Uhr zugänglichen Verkaufsautomaten beispielsweise an den sogenannten Milchtankstellen für Kundenzuwächse gesorgt, sagte ein Sprecher der Landesvereinigung der Milchwirtschaft. Der Ausbruch der Pandemie verstärkte den Trend. Dabei gehe es einigen Kunden auch um eine Alternative beim Einkauf landwirtschaftlicher Produkte zu stärker frequentierten Supermärkten.

Nach Erkenntnissen der Marktforscher von GfK haben die Hofläden überproportional gewonnen. "Von allen Händler haben sie die deutlich stärkste Steigerungsrate", sagte GfK-Experte Robert Kecskes der Deutschen Presse-Agentur. Im Zeitraum Januar bis November 2020 betrage der bundesweite Umsatzzuwachs im Bereich Bauer/Erzeuger, der im Wesentlichen von den Hofläden getragen werde, gut 29 Prozent. In Nordrhein-Westfalen gibt es nach einem groben Überblick rund 70 Milchtankstellen, an denen frische Milch an einem Automat gekauft werden kann. Direkt daneben werden laut der Landesvereinigung der Milchwirtschaft zunehmend auch weitere landwirtschaftliche Produkte wie Eier, Wurst und Käse in Verkaufsautomaten angeboten. Für die Milchbauern sei das Angebot eine zusätzliche Einnahmequelle. Der Anteil des Direktverkaufes von Milch und Milchprodukten vor Ort mache an der gesamten Milchmenge in Nordrhein-Westfalen allerdings weit weniger als fünf Prozent aus, schätzt die Landesvereinigung.

"Laut einer Umfrage des NRW-Umweltministeriums wünschen sich 75 Prozent der Menschen in Nordrhein-Westfalen mehr regionale Angebote", sagte der Präsident des Landesamtes für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz, Thomas Delschen, in einer Mitteilung der Milchwirtschaft zur Internationalen Grüne Woche, die in diesem Jahr digital bis zu diesem Donnerstag stattfindet. Regional erzeugte Produkte zeichneten sich durch kurze Wege zum Verbraucher und einem hohen Vertrauen in ihre Erzeugung aus.

Der NRW-Milchmarkt 2020: Viel Corona, aber eben nicht nur

Der NRW-Milchmarkt verzeichnete aufgrund der Corona-Pandemie im Gastronomiebereich Absatzeinbußen von bis zu 75 %. Andere Segmente (Trinkmilch, Quark) konnten zeitweise zwar profitieren, aber insgesamt die Negativeffekte nicht ausgleichen. Der Export als wichtiger Faktor des Marktes stand ebenfalls unter Druck.

Die Molkereien und Milcherzeuger mussten erhebliche Schutzmaßnahmen zur Verhinderung eines Corona-Ausbruchs etablieren und Prozesse anpassen. Dies sei der Milchbranche bislang sehr gut gelungen, sagt Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt in der ersten digitalen Jahrespressekonferenz der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. (LV Milch NRW): „Das systemrelevante Segment Milchwirtschaft in NRW hat im Bereich Erzeugung, Verarbeitung und Logistik einen wirklich guten Job gemacht.“

Im dritten Jahr in Folge hat die Trocken-

heit in vielen Regionen von NRW erhebliche Auswirkungen gehabt. Nicht nur die Futtersituation werde zunehmend knapper, viele Betriebe sehen sich im Jahr 2020 in einer Art Belagerungszustand. Niedrige Erlöse, hohe Produktionskosten, die Auswirkungen der Düngeverordnung sowie steigende Anforderungen des Handels und eine gesellschaftliche Diskussion um Nachhaltigkeits- und Tierwohlthemen belasten die Milcherzeuger. In vielen Betrieben mussten bereits die letzten Reserven mobilisiert werden. Im Ergebnis ist landesweit eine deutliche Reduzierung der Rinder- und Milchviehbestände festzustellen. Die Milchproduktion blieb jedoch bislang stabil. Positiv ist zu vermerken: Regionalität punktet wieder. Direktvermarkter, Hofläden und Milchtankstellen erleben einen deutlichen Aufschwung.

Die Bereiche Gastronomie und Export haben ab Mitte des Jahres wieder leicht aufgeholt, sehen sich jetzt aber wieder



Foto: LV Milch NRW

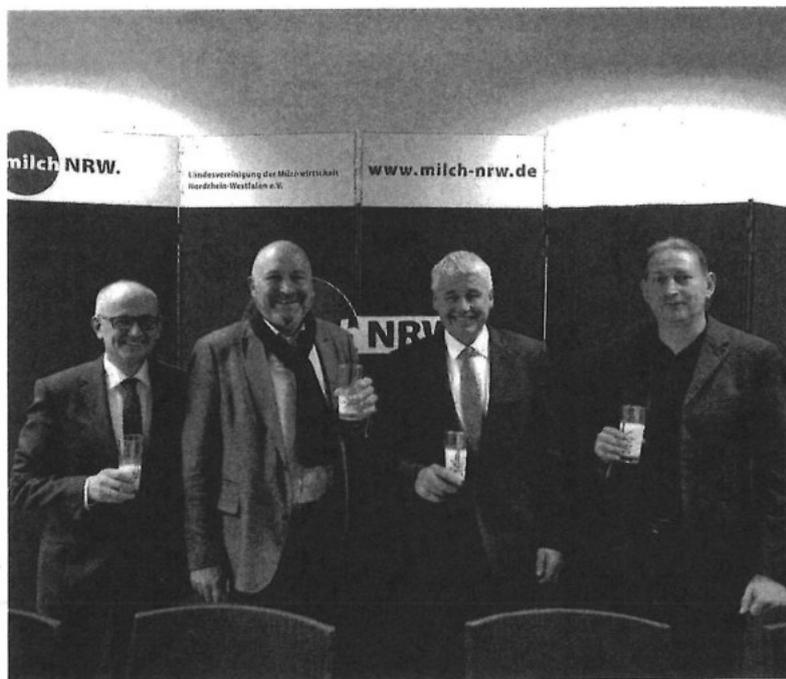
verschärften Marktsituationen gegenüber. Die Milchwirtschaft werde ihrer Verantwortung für eine umweltbewusste und nachhaltige Produktion von Milch und Milchprodukten seit langem gerecht, so Wilhelm Brüggemeier, Westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW. Dabei sei eine flexible Orientierung in dem sich verändernden Umfeld der gesellschaftlichen und agrarpolitischen Anforderungen zwingend. Dies gelinge aber nur durch eine nachhaltig wirtschaftliche Milchproduktion. Die bundesweiten Protestaktionen in der 2. Jahreshälfte haben den Blick auf die bedrohliche Situation der Milcherzeuger geschärft, dennoch stehen immer mehr Betriebe vor der Existenzfrage.

Dr. Silke WARTENBERG, Bonn

Der NRW-Milchmarkt 2020 - Viel Corona, aber eben nicht nur

Der NRW-Milchmarkt verzeichnete aufgrund der Corona-Pandemie im Gastronomiebereich Absatzeinbußen von bis zu 75 Prozent. Andere Segmente wie Trinkmilch und Quark konnten zwar profitieren, aber insgesamt die Negativeffekte nicht ausgleichen, so Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. auf der Jahresauftakt-Presskonferenz, die Anfang Januar online stattfand.

„Der Export als wichtiger Faktor des Marktes stand ebenfalls unter Druck“, sagte Schmidt. „Die Molkereien und Milcherzeuger mussten, wie alle Wirtschaftsbeteiligten, erhebliche Schutzmaßnahmen zur Verhinderung eines Corona-Ausbruchs etablieren und Prozesse anpassen. Dies sei der Milchbranche bislang sehr gut gelungen. Das systemrelevante Segment Milchwirtschaft in NRW hat im Bereich Erzeugung, Verarbeitung und Logistik einen wirklich guten Job gemacht.“ Im dritten Jahr in Folge hat die Trockenheit in vielen Regionen von NRW erhebliche Auswirkungen gehabt. Nicht nur die Futtersituation werde zunehmend knapper, viele Betriebe sehen sich im Jahr 2020 in einer Art „Belagerungszustand“: Niedrige Erlöse, hohe Produktionskosten, die Auswirkungen der Dürreverordnung sowie steigende Anforderungen des Handels und eine gesellschaftliche Diskussion um Nachhaltigkeits- und Tierwohlthemen belasten die Milcherzeuger. In vielen Betrieben mussten bereits die letzten Reserven mobilisiert werden. Im Ergebnis ist landesweit eine deutliche Reduzierung der Rinder- und Milchviehbestände festzustellen. Die Milchproduktion blieb jedoch bislang stabil.



Sprechergruppe der Jahrespressekonferenz 2021 der LV Milch NRW - Archivbild, v. l. n. r.: Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt, geschäftsführende Vorstände Wilhelm Brüggemeier und Hans Stöcker sowie Pressesprecher Frank Maurer. (Foto: Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V.)



Digitale Jahrespressekonferenz 2021 der LV Milch NRW

Positiv ist zu vermerken: Regionalität punktet wieder. Direktvermarkter, Hofläden und Milchtankstellen erleben einen deutlichen Aufschwung. Die Bereiche Gastronomie und Export haben ab Mitte des Jahres wieder leicht aufgeholt, sehen sich jetzt aber wieder verschärften Marktsituationen gegenüber. Die Milchwirtschaft werde ihrer Verantwortung für eine umweltbewusste und nachhaltige Produktion von Milch und Milchprodukten seit langem gerecht, so Wilhelm

Brüggemeier, Westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW. Dabei sei eine flexible Orientierung in dem sich verändernden Umfeld der gesellschaftlichen und agrarpolitischen Anforderungen zwingend. Dies gelinge aber nur durch eine nachhaltig wirtschaftliche Milchproduktion. Die bundesweiten Protestaktionen in der zweiten Jahreshälfte haben den Blick auf die bedrohliche Situation der Milcherzeuger geschärft, dennoch stehen immer mehr Erzeugerbetriebe vor der Existenzfrage.

MILCHMARKT NRW 2020 (QUELLE LV MILCH NRW)

Kennzahl	2019	2020	2020:2019
Zahl der Rindviehhalter (Novemberzählung)	16.246	15.930	-1,9 %
davon Milchkuhalter	5.381	5.166	-4,0 %
Zahl der Rinder ** (Novemberzählung)	1.337.372	1.299.528	-2,8 %
davon Milchkühe	401.403	393.221	-2,0 %
Milchkühe je Betrieb	75	76	2,0 %
Kuhmilchanlieferung konv. von NRW-Milcherzeugern an dt. milchverarb. Unternehmen in Tonnen (Jan-Okt)	2.725.508	2.771.912	1,7 %
Kuhmilchanlieferung ökol./biol. von NRW-Milcherzeugern an dt. milchverarb. Unternehmen in Tonnen (Jan-Okt)	75.501	76.957	1,9 %
Preise, angelieferte konventionelle Kuhmilch (Jan-Okt) (€/100kg ab Hof ohne MwSt., bei 4% Fett und 3,4% Eiweiß in Ct./kg)	32,66	32,19	-1,4 %
Preise, angelieferte ökol./biol. Kuhmilch (Jan-Okt) (€/100kg ab Hof ohne MwSt., bei 4% Fett und 3,4% Eiweiß in Ct./kg)	46,25	46,12	-0,30%

*vorläufig, z.T. geschätzt, **inkl. der Haltungen und Bestände von Büffeln und Bisons

#AusGutemGrundAusNRW

Regionale Erzeugnisse stehen weit oben in der Gunst der Verbraucher in NRW. Seit Ausbruch von Corona hat der Absatz noch einmal zugelegt. Die Landwirtschaft sorgt für ein vielfältiges Angebot, um die Nachfrage zu bedienen. Daher haben sich die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW, Mein-ei.nrw und der Westfälisch-Lippische Landwirtschaftsverband unter dem Motto und Hashtag #AusGutemGrundAusNRW zusammengetan, um einen gemeinsamen Dialog über die Produktion von Eiern, Fleisch, Getreide und Milch aus der Region anzustoßen.

Die Verbände stehen für regionale „Ur-Produkte“. Ihre Mitglieder seien von vielen Herausforderungen betroffen, wie sie die EU beispielsweise in der „Farm to Fork“-Strategie formuliert. Die Partner wollen einerseits das Verständnis für die jeweils anderen landwirtschaftlichen Bereiche und den Kontakt und Dialog unter den Mitgliedern fördern. Andererseits wollen sie gemeinschaftliche Angebote entwickeln, über die sie Verbraucher, Bildungseinrichtungen und andere Marktteilnehmer informieren und Dialog über die landwirtschaftlichen Produktionsweisen einladen.

#AusGutemGrundAusNRW

Mehr Infos zur regionalen Landwirtschaft in NRW

In Nordrhein-Westfalen soll den Verbrauchern die Produktionsweise der heimischen Landwirtschaft vor Ort noch näher gebracht werden. Deshalb haben sich die Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen (LV Milch), der Verein „mein-ei.nrw“ und der Westfälisch-Lippische Landwirtschaftsverband (WLV) unter dem Motto und Hashtag #AusGutemGrundAusNRW zusammengetan, um gemeinschaftlich den Dialog über die regionale Erzeugung von Eiern, Fleisch, Getreide und Milch anzustoßen. „Wir alle stehen vor den wichtigen Zukunftsthemen wie Klimaschutz, Tierwohl und Wertschätzung von Lebensmitteln und müssen diese kommunizieren und Kräfte bündeln“, erklärte der LV Milch-Vorsitzende Hans Stöcker. Dabei müsse auch proaktiv auf Kritiker zugegangen werden, teilte die Landesvereinigung am Mittwoch vergangener Woche mit. Regionale Erzeugnisse stünden ganz weit oben in der Gunst der Verbraucher in Nordrhein-Westfalen, und die heimische Landwirtschaft Sorge für ein vielfältiges, qualitativ hochwertiges und buntes Angebot, um die Nachfrage zu bedienen. „Eine transparente, regionale und nachhaltige Landwirtschaft braucht einen gemeinsamen Ansatz“, betonte

WLV-Präsident Hubertus Beringmeier. In der neuen Kooperation seien die wichtigen Grundnahrungsmittel Eier, Fleisch, Getreide und Milch vertreten. Deren landwirtschaftliche Erzeugung solle weiterentwickelt sowie der Dialog mit dem Verbraucher gesucht werden.

Die drei Partner wollen der LV Milch zufolge einerseits das gegenseitige Verständnis für die jeweils anderen landwirtschaftlichen Bereiche und den Kontakt und Dialog unter den Mitgliedern fördern. Andererseits sollen gemein-

schaftliche Angebote entwickelt werden, über die Verbraucher, Bildungseinrichtungen und andere Marktbeteiligte zu Information und Dialog über die diversen landwirtschaftlichen Produktionsweisen eingeladen werden. Der Vereinsvorsitzende von mein-ei.nrw, Dietrich Vriesen, erklärte: „Wenn wir die Gründe für die steigende Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln nachvollziehen und das Vertrauen in uns landwirtschaftliche Erzeuger rechtfertigen wollen, dann ist das doch Grund genug, in offener und transparenter Weise darüber zu informieren, wie unsere Produkte entstehen.“ Denn die heimische Landwirtschaft sei es, die die Vorgaben für eine nachhaltige Versorgung mit gesunden Lebensmitteln für die Menschen im Land umsetze. ◀

Foto:
monicore, Couleur,
Hans – pixabay.com





Conrad-von-Ense-Schule gewinnt Parkour-Set im Wert von 10000 Euro

Acht Jahre lang brachte das Projekt „Milchparkour“ die Trendsportart Le Parkour an weiterführende Schulen in Nordrhein-Westfalen – 2016 auch an die Conrad-von-Ense-Schule. Da das Projekt nicht mehr von der Landesregierung gefördert wird, verlos-

te die Landesvereinigung Milch NRW jetzt drei Sets mit Equipment im Wert von je 10000 Euro an die Schulen, die in den vergangenen Jahren teilgenommen haben. Mark Winkler, Abteilungsleiter für die Klassen 8 bis 10 in Bremen, meldete die Con-

rad-von-Ense-Schule erfolgreich an. Gemeinsam mit Fachbereichsleiter Sport, Bernd Wißmann, nahm er das Equipment am Donnerstag entgegen. Corona-bedingt geht Wißmann davon aus, dass die Materialien bis Ende des Schuljahres nicht mehr zum

Einsatz kommen werden. Anschließend werde man sie in den Sportunterricht integrieren. Unser Bild zeigt Frank Maurer von der Landesvereinigung Milch NRW, Bernd Wißmann und Mark Winkler (von links).

FOTO: HILKE-SCHIEDER

Schüler in Bewegung — LV Milch NRW schenkt drei Schulen in NRW Parkour-Equipment

Acht Jahre lang brachte das Projekt Milchparkour die Trendsportart Le Parkour erfolgreich an weiterführende Schulen in NRW.

Der Milchparkour ist eine altersgerechte Bewegungs- und Aktionsarena, der die Trendsportart „Le Parkour“ zugrunde liegt. Hier galt es, Hindernisse von verschiedenen Schwierigkeitsstufen zu überwinden. Die dazu benötigten Sportgeräte wurden für den Aktionstag in der schuleigenen Turnhalle aufgebaut. Zwei ausgebildete Übungsleiter führten die Schüler durch das Programm.

Da das Projekt nicht mehr gefördert wird, verlor die Landesvereinigung Milch NRW e.V. nun drei Sets mit Equipment aus dem Projekt an Schulen aus NRW. „Wir freuen uns, dass das Projekt an den Schulen weiterlebt und gratulieren den Gewinnern“, so Frank Maurer, stellvertretender Geschäftsführer der LV Milch NRW. An der Verlosung hatten 43 Schulen aus NRW teilgenommen.

Glückliche Gewinner sind die Gesamtschule Bergheim, die Conrad-von-Ense-Schule in Ense und die Betty-Reis-Gesamtschule in Wassenberg.

Der Milchparkour vereint sportliche Anforderungen mit den Bedürfnissen von Heranwachsenden. Für die Schulen kann er Impulsgeber sein, neue Elemente in den traditionellen Sportunterricht zu integrieren und so selbst Bewegungsmuffel für den Sport zu begeistern.

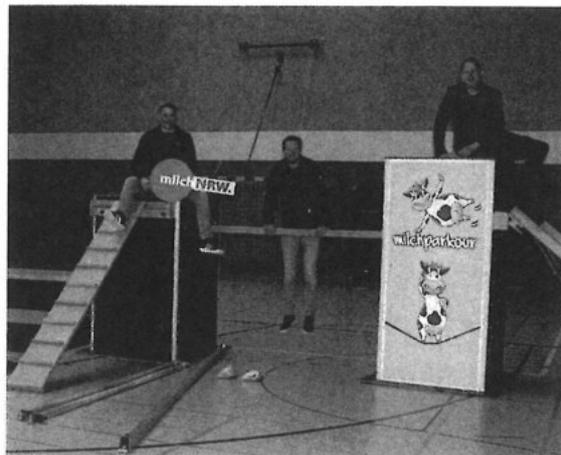
Eine gute Ernährung und viel Bewegung sind die besten Voraussetzungen, um den ganzen Schultag fit und konzentriert zu sein. Genau da setzte das Schulmilchförderungs-Projekt der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. und des Landes NRW an.

Oben: Freuen sich über zukünftige Parkour-Aktionen (v.l.n.r): Bernd Wißmann, Vorsitzender der Fachschaft Sport und Mark Winkler, Abteilungsleiter Stufen 8-10, der Conrad-von-Ense-Schule in Ense nehmen von Frank Maurer, Pressesprecher der LV Milch NRW, die Parkour-Elemente entgegen.

Mitte: Frank Maurer (z.v.r), Pressesprecher der LV Milch NRW, übergibt Parkour-Elemente an Claus Wallat (z.v.l), Schulleiter, Volker Achenbach (i.v.l.), stellvertretender Schulleiter und Felix Nierrad (i.v.r), Sportlehrer, der Gesamtschule Bergheim, wo die Parkour-Elemente zukünftig dafür sorgen, dass die Bewegung im Vordergrund steht.

Unten: Neues Rezept für mehr Bewegung im Schulalltag: Arian Berkigt, Sportlehrer und die Schüler Niklas, Jannik und Maximilian aus der Q2 der Betty-Reis-Gesamtschule in Wassenberg empfangen von Frank Maurer, Pressesprecher der LV Milch NRW, die Parkour-Elemente.

Bei allen Bildern wurde Corona-gerecht die Maske nur für den Moment der Aufnahme abgenommen.



Schüler in Bewegung

LV Milch NRW schenkt drei Schulen in NRW Parkour-Equipment

Der Milchparkour ist eine altersgerechte Bewegungs- und Aktionsarena, der die Trendsportart „Le Parkour“ zugrunde liegt. Hier galt es, Hindernisse von verschiedenen Schwierigkeitsstufen zu

überwinden. Die dazu benötigten Sportgeräte wurden für den Aktionstag in der schuleigenen Turnhalle aufgebaut. Zwei ausgebildete Übungsleiter

führten die Schüler durch das Programm. Da das Projekt nicht mehr gefördert wird, verlor die Landesvereinigung Milch NRW nun drei Sets mit Equipment aus dem Projekt an Schulen



Acht Jahre lang brachte das Projekt Milchparkour die Trendsportart „Le Parkour“ erfolgreich an weiterführende Schulen in NRW.

Foto: LV Milch NRW

überwinden. Die dazu benötigten Sportgeräte wurden für den Aktionstag in der schuleigenen Turnhalle aufgebaut. Zwei ausgebildete Übungsleiter

aus NRW. „Wir freuen uns, dass das Projekt an den Schulen weiterlebt und gratulieren den Gewinnern“, so Frank Maurer, stellvertretender Geschäftsfüh-



rer der LV Milch NRW. An der Verlosung hatten 43 Schulen aus NRW teilgenommen. Glückliche Gewinner sind die Gesamtschule Bergheim, die Conrad-von-Ense-Schule in Ense und die Betty-Reis-Gesamtschule in Wassenberg.

Der Milchparkour vereint sportliche Anforderungen mit den Bedürfnissen von Heranwachsenden. Für die Schulen kann er Impulsgeber sein, neue Elemente in den traditionellen Sportunterricht zu integrieren und so selbst Bewegungsmuffel für den Sport zu begeistern. Eine gute Ernährung und viel Bewegung sind die besten Voraussetzungen, um den ganzen Schultag fit und konzentriert zu sein. Genau da setzte das Schulmilchförderungs-Projekt der LV Milch NRW und des Landes NRW an.

LV Milch NRW



Neue interaktive Lernbausteine

Was passiert mit dem Kuhmist? Welchen Zusammenhang gibt es zwischen Milchwirtschaft und Klima? Welche Rolle spielt Grünland als Lebensraum und Landschaftselement? Zu diesen wichtigen Themen hat die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW (LV Milch NRW) drei interaktive Lernbausteine entwickelt.

Sie sind auf der Internetseite www.wegedermilch.de verfügbar und kön-

nen auch für das Home-Schooling hervorragend genutzt werden. Lehrkräfte der weiterführenden Schulen können so auf ein weiteres Lernmodul im digitalen Unterricht zurückgreifen, das zum Bildungsprojekt „Wege der Milch“ gehört.

Neben einem Online-Quiz, digitalen Bildergeschichten und Stationenlernen lassen sich jetzt Basisinhalte vom Weg

der Milch zum Beispiel im Biologie- und Geografieunterricht online bearbeiten. Dazu sind unter anderem Textfelder auszufüllen, Schieberegler einzustellen oder individuelle Mindmaps zu gestalten. Jedes Ergebnis kann dann mit einem Link an die Lehrer oder an Mitschüler geteilt werden.

Begleitet werden die digitalen Lernbausteine von einem neuen Facebook- und Twitter-Account, die die Inhalte präsentieren und erklären. Unter dem Namen „Entdecke Milch“ werden dort zunächst die neuen digitalen Lernbausteine beschrieben. Zukünftig stellt die LV Milch NRW hier alle Medien vor, die von Fach-, Lehr- und Beratungskräften in Kindergarten und Schule eingesetzt werden können. Ergänzt wird dies auch durch Hinweise, wie interessierte Eltern das Material nutzen können. Zu den Lernbausteinen geht es online unter www.wegedermilch.de/lehmaterial/digitalelernbausteine.

LV Milch NRW

Wer melken will, braucht Zertifikate

FrieslandCampina will Milchmenge und Kapitalbeteiligung künftig verknüpfen. Einige Mitglieder müssen dann Geld nachschießen.



Hans Stöcker
Aufsichtsrat
Friesland-
Campina

Herr Stöcker, wie sieht Ihre Mitgliederfinanzierung aus?

Seit der Fusion zu FrieslandCampina sind Mitgliederfinanzierung sowie Milchlieferung getrennt – im Gegensatz zu deutschen Genossenschaften. Jedes Mitglied kann die Milchmenge ausdehnen, ohne die Kapitalbeteiligung an der Molkerei zu erhöhen. Wir haben damals jedem Mitglied Obligationen von 6 Cent/kg zugeteilt. Es gibt feste Obligationen, die auf Namen der Mitglieder bleiben, aber dem Unternehmen als Kapital zur Verfügung stehen. Und freie Obligationen, die Mitglieder intern im Unternehmen handeln oder sich auszahlen lassen können. Die Obligationen sind gut verzinst, die Zinsen bekommen die Mitglieder. Wer die Milchviehhaltung aufgibt, kann die Obligationen an andere Mitglieder verkaufen. Muss er aber nicht, und die anderen Mitglieder müssen sie auch nicht kaufen.

Warum wollen Sie das System ändern?

Vor allem aus drei Gründen: Erstens hat sich der Strukturwandel in den vergangenen Jahren erhöht und die Liquidität auf den Betrieben verschlechtert. So konnten aktive Mitglieder relativ wenig zusätzlich investieren. Deshalb ist das Verkaufsangebot von Obligationen deutlich höher als die Nachfrage. Das hat zweitens zur Folge, dass es ein Missverhältnis gibt. Ein Teil der Mitglieder hat viel Kapital pro Kilogramm Milch ins Unternehmen investiert, während andere weniger oder sogar viel weniger Kapital pro Kilogramm Milch eingelegt haben. Drittens bewerten Banken die festen Obligationen zwar als Eigenkapital des Unternehmens. Dieses sei aber nicht 100 % widerstandsfähig, daher verschlechtert sich unsere Kreditwürdigkeit.

Wie soll die neue Finanzierung ablaufen?

Wir treten von der Freiwilligkeit zurück: Jedes Mitglied braucht für jedes gelieferte Kilogramm Milch ein Anlieferungszertifikat.



Fotos: Friesland-Campina

Neu bei FrieslandCampina: Pro Kilogramm Milch ist ein Anlieferungszertifikat nötig.

Der Wert beträgt 8 Cent/kg. Basis für die Anzahl der Zertifikate ist die Milchmenge zwischen 1. Oktober 2020 und 30. September 2021.

Wie sollen Ihre Mitglieder das bezahlen?

Es gibt drei Ansätze: Zum einen können sie ihre Obligationen auflösen und mit dem Kauf der Anlieferungszertifikate verrechnen. Etwa 70 % unserer Mitglieder könnten es so regeln. Sie können die Zertifikate aber auch mit „frischem Geld“ kaufen und die Obligationen behalten. Oder aber sie nutzen ein Darlehen der Molkereien und zahlen die Zertifikate über zehn Jahre ab. Die drei Varianten lassen sich auch kombinieren.

Welche Vorteile sehen Sie?

Gleich mehrere: Milchmenge und Kapitalbeteiligung sind verknüpft. Damit sind wir zukunftsfähig – egal, ob in den kommenden Jahren mehr oder weniger Milch kommt. Die Regelung für ausgewogenes Wachstum, bei der wir Mitgliedern 10 Cent/kg für die Menge abziehen, die sie überproportional steigern, können wir abschaffen. Zudem verbessert sich

unsere Stellung bei Banken, die Zertifikate sind sogenanntes Widerstandsvermögen. Und, das war ein langer Wunsch: Wir können die Nachzahlung auf die tatsächliche Milchmenge ausschütten, nicht an die Obligationen.

Wie soll das genau gehen?

Einmal jährlich ziehen wir die tatsächlich gelieferte Milchmenge sowie die Anzahl der Zertifikate glatt. Also gegebenenfalls muss das Mitglied Zertifikate nachkaufen oder bekommt sie er-

stattet. Auf diese Anzahl der Zertifikate verteilen wir den Gewinn. Das Geld kommt so komplett bei den aktiven Milcherzeugern an.

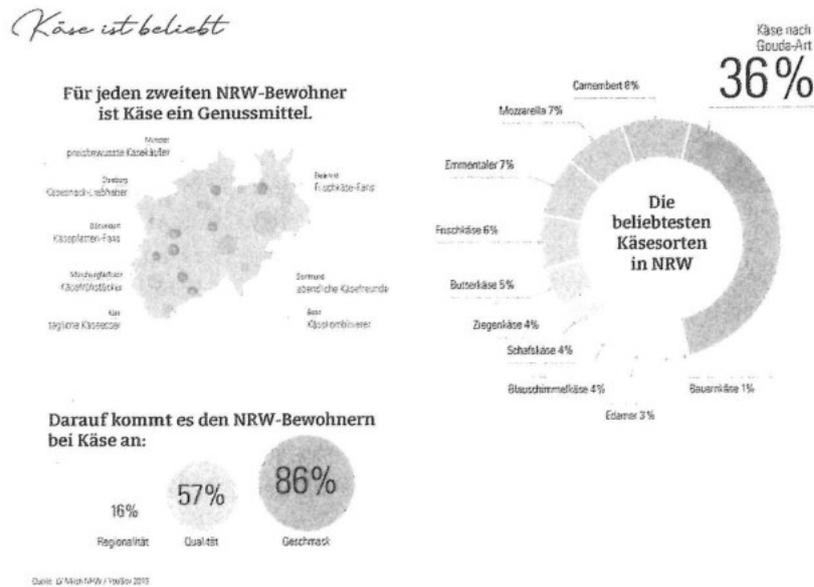
Für 2020 gibt es keine Nachzahlung, Ihre Mitglieder müssen sogar die Vorauszahlung zurückzahlen. Für die Zertifikate gibt es keine Verzinsung. Und der aktuelle Milchpreis ist mäßig. Ihre Mitglieder werden kaum Hurra schreien ...

Die Diskussion über die Mitgliederfinanzierung ist vor Corona gestartet. Ohne Frage: Die Pandemie hat unsere Molkerei hart getroffen, mit dem Ergebnis 2020 können wir nicht zufrieden sein. Die Enttäuschung der Mitglieder ist berechtigt. Aber wir haben auch in diesem schwierigen Jahr wichtige Restrukturierungen sowie Maßnahmen, um die Kosten zu senken, eingeleitet. Deshalb starten wir nach Corona wieder durch. Und das wird sich auszahlen: Für 2030 kalkulieren wir mit einem Leistungspreis von 40 Cent/kg.

Wie geht es jetzt weiter?

In dieser Woche sind die Frühjahrsgespräche mit den Mitgliedern gestartet. Ich erwarte lebhaftes Gespräch, aber am Ende einen Konsens. Am 16. Juni wollen wir entscheiden. Los gehen soll es dann am 1. Januar 2022. pl

„Für 2030 kalkulieren wir mit einem Leistungspreis von 40 Cent/kg Milch.“



Nordrhein-Westfalen

Käsemacher im Westen

Die neue Broschüre „Käsemacher aus NRW – Hofkäsereien aus der Region stellen sich vor“ zeigt, dass Nordrhein-Westfalen (NRW) ein käseriches Land ist. Exemplarisch werden darin sechs Käsereien vorgestellt. Sie stehen stellvertretend für die Vielfalt der etwa 50 Käsemacher aus NRW. Dazu gibt es allerhand Wissenswertes zum regionalen Käse aus dem Westen und jeweils passende Rezepte. Die Broschüre wird von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW herausgegeben und von dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW gefördert. Sie ist bei den Käsereien vor Ort, bei Bestellung über den Facebook-Kanal „Käsekompass NRW“ oder über die E-Mail-Adresse info@milch.de erhältlich. Mit der Website kaesekompass-nrw.de verfolgt die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. das Ziel, Verbraucher über Käse zu informieren und für die Käse-Spezialitäten aus NRW zu begeistern. Sie enthält Rezepte, Informationen zu Käsespezialitäten aus dem Bundesland sowie Ergebnisse einer repräsentativen Studie.



Manchmal ist es eine Herausforderung, Kinder und Wandermuffel zu einer Runde an der frischen Luft zu bewegen. Themenrouten mit spannenden Geschichten und Erlebnispfade mit Mitmachstationen eignen sich für solche Fälle als guter Anreiz. Wir haben uns nach Themenwanderungen in der Region umgeschaut und stellen euch ein paar Routen mit besonderem Extra vor:

LÖWENZAHN-ERLEBNISPFAD

Der Löwenzahn-Erlebnispfad in der Eifel bietet Natur und Geschichte zum Mitmachen. Auf der sechs Kilometer langen Wanderroute, die am Naturzentrum Eifel beginnt und endet, könnt ihr in die Natur eintauchen, auf den Spuren der Römer wandeln, Tiere beobachten und selbst Fossilien sammeln. Olly der Igel weist euch den Weg durch das Urftal, der von 20 Mitmach-Stationen begleitet wird. Den Namen hat der Löwenzahn-Erlebnispfad übrigens durch eine Auszeichnung der ZDF-Kindersendung „Löwenzahn“ erhalten.

Info: Länge 6 Kilometer, www.naturzentrum-eifel.de

RÄUBERWEG

Der Räuberweg führt über schmale Wald- und Wiesenwege und gut ausgebaute Wanderwege. Der Erlebnisweg im Rhein-Sieg-Kreis ist genau das Richtige für kleine und große Räuber:innen, die sich an vielen Mitmachstationen austoben können. Die Route beginnt beim Campingplatz „Im Eichenwald“ in Mittelhof, bei dem ihr auch gut parken könnt, und schlängelt sich dann fast fünf Kilometer lang durch das Osenbachtal und über den Steckensteiner Kopf. Am Ende des Rundweges könnt ihr euch bei der Anmeldung des Campingplatzes ein Räuberdiplom abholen.

Info: Länge 4,6 Kilometer, www.naturregion-sieg.de

Weitere Themenwanderungen
und Erlebnispfade findet ihr unter
www.kaenguru-online.de



MILCHWEG WIPPERFÜRTH

Der Milchweg in Wipperfürth führt Groß und Klein durch die Ku(h)lturlandschaft des Bergischen Landes. Hier ist die Milchkuhhaltung noch allgegenwärtig und schwarzbunte oder rotbunte Kühe sind auf vielen Weiden zu sehen. Wissenswertes rund um die Milchwirtschaft ist auf acht Tafeln zu lesen, die entlang des ungefähr vier Kilometer langen Milchwegs aufgestellt sind. Sie erzählen euch unter anderem vom Alltag auf dem Bauernhof und Milchprodukten, ebenso wie von verschiedenen Kühen und dem Naturschutz.

Info: Länge 4,2 Kilometer, www.kuhlturlandschaft.de/milchweg-wipperfuertth.html

KLANGPFAD

Dieser Rundwanderweg, der bei Schloss Homburg in Nümbrecht beginnt und endet, lässt euch die Ohren spitzen. Sechs Bildtafeln entlang des Klangpfads informieren über hörende Pflanzen, tierische Superohren und darüber, warum Kommunikation unter Wasser schwierig ist. Außerdem könnt ihr an verschiedenen Erlebnisstationen euer eigenes Gehör testen. Die Wanderung im Bergischen Land zum Thema „Klang, Schall und Lärm“ ist ungefähr sechs Kilometer lang.

Info: Länge 6,1 Kilometer, www.bergisches-wanderland.de

Sport für Körper und Geist



Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, und Anne Loth, Bürgermeisterin der Hansestadt Wipperfürth, enthüllen gemeinsam die aktualisierte Starttafel des Milchwegs.

Nicht nur während des Lockdowns gehen die Menschen gerne wandern. Wer dabei auch noch etwas lernen möchte, ist auf dem Wipperfürther Milchweg genau richtig. Pünktlich zum Saisonstart wurden alle acht Wegetafeln des 4 km langen Milchwegs inhaltlich und grafisch neu gestaltet und erstrahlen nun im frischen Glanz. Aus diesem Anlass wurde am Mittwoch vergangener Woche mit der Enthüllung der Starttafel an der Jugendherberge Wipperfürth der Rundweg von Anne Loth, Bürgermeisterin der Hansestadt Wipperfürth, und Hans Stöcker, geschäftsführender Vorstand der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V., offiziell neu eröffnet.

Das vom Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (MULNV NRW) und der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW initiierte Projekt „Milch macht Ku(h)lturlandschaft“ startete 2008 mit dem Milchweg Wipperfürth. Die Bedingungen sind mit Milchkuhbetrieben am Weg und der Jugendherberge, die von vielen Schulklassen über das Jahr besucht wird, optimal. „Der Milchweg wird hier in der Region sehr begrüßt und gut angenommen, da er

in idealer Weise die im Bergischen Land wichtigen Themen Milchwirtschaft, Tourismus und Naturschutz in sich vereint“, so Bürgermeisterin Loth bei der Neueinweihung. „Die insgesamt neun Milchwege in NRW – sechs Wanderwege und drei Radwege – machen Landwirtschaft für Groß und Klein erlebbar“, ergänzte Hans Stöcker. „Zudem bieten sie den Menschen aufgrund der derzeitigen stark eingeschränkten Freizeitgestaltungsmöglichkeit ein ideales Angebot.“

Der 4 km lange Rundweg in Wipperfürth startet an der Jugendherberge, führt an einem ehemaligen Milchkuhbetrieb in Stillinghausen sowie an drei aktiven Milchkuhbetrieben in Lendringhausen vorbei. Über den Bahntrassen-Radweg und später links den Wald hinauf gelangen die Wanderer zurück



Die Tafeln entlang des Milchwegs informieren über verschiedene Themen.

zum Startpunkt. Acht Wegetafeln informieren die Besucher über die Bedeutung der Milchwirtschaft für die Entstehung und Erhaltung der regional typischen Kulturlandschaft im Bergischen Land. Darüber hinaus ist viel Wissenswertes zu den Themen Milch, Milcherzeugung und Vertragsnaturschutz zu lesen. Im unteren Teil der Tafeln findet sich ein Beitrag von NRW-Milchmascottchen Kuh Lotte speziell für Kinder. Die Kooperationspartner des Milchweges sind neben den Projektinitiatoren die Landwirtschaftskammer NRW, die Biostation Oberberg und der Naturpark Bergisches Land.



Insgesamt acht Tafeln säumen den 4 km langen Weg.

Mit Milch quer durchs Land

Der 1. Juni ist der Internationale Tag der Milch. Aus diesem Anlass hat die Gemeinschaft der Milchwirtschaftlichen Landesorganisationen (GML) ein Video auf den Weg gebracht, in dem Milchfans von Bundesland zu Bundesland regionale Milchspezialitäten vorstellen. Denn diese sind vielfältig und haben zum Teil lange regionale Traditionen. Zu sehen ist der Kurzfilm ab dem 1. Juni auf der Website www.milchwirtschaft.com und den Social-Media- und Web-Auftritten der beteiligten Organisationen. In den Videoclips aus den Bundesländern wird jeweils ein regionaltypisches Gericht aus leckeren Milchprodukten gezeigt. Dann sind die Zuschauer gefordert und sollen entscheiden: Welches Milchgericht ist ihr Favorit? Wer das beantwortet, kann kuh-le Preise gewinnen – darunter einen Urlaub auf dem Bauernhof. Einsendeschluss ist der 15. Juni. Alle Infos zum Gewinnspiel und die Teilnahmebedingungen gibt es auf der Website www.milchwirtschaft.com. In NRW findet rund um den Aktionstag die Milchwoche statt, in diesem Jahr im Kreis Steinfurt. Aus diesem Anlass wird Fernsehkoch Björn Freitag am 29. Mai auf dem Milchradweg unterwegs sein. Alle Aktionen werden auf Facebook sowie Instagram für Interessierte erlebbar gemacht. ◀



Milchwoche mit Björn Freitag

Rund um den Internationalen Tag der Milch am heutigen 1. Juni findet im Kreis Steinfurt die Milchwoche 2021 statt. Der bekannte Fernsehkoch Björn Freitag (2.v.r.) war bereits am Samstag auf dem Milchrادweg im Kreis unterwegs und besuchte mehrere landwirtschaftliche Betriebe.

Foto: prf



Internationaler Tag der Milch

Datum: 02.06.2021

Quelle: LV Milch NRW

Barista-Workshop bei der Privatmolkerei Naarmann zum Internationalen Tag der Milch 2021 (LV Milch NRW)

Den Internationalen Tag der Milch (ITM) am 1. Juni feierte die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW mit einem bunten Programm. Rund um den Ehrentag der Milch fand im Kreis Steinfurt – coronagerecht – die Milchwoche 2021 statt.

Am 1. Juni 2021 kamen einige Vertreter von Landwirtschaft, Politik und Presse exklusiv in den Genuss eines Barista-Workshops. Die LV Milch NRW richtete diesen zusammen mit der Privatmolkerei Naarmann aus. Thema war die Vielfältigkeit von Kaffee-Kreationen mit Milch. Das Credo: Durch Milch wird Kaffee erst richtig gut. Hier zeigte sich echte „Milchkaffee-Liebe“.

Das gleichnamige LV-Projekt spielte am Vormittag bei der Privatmolkerei Naarmann eine Rolle, als der Video-Clip „Aus dem Milchlabor“ produziert wurde. Mit dem „Milchkaffee-Liebe“-Projekt möchte die LV Milch NRW mittels verschiedener Filme, einem Podcast, Anzeigen und einer Postkarten-Serie, den Blick des Verbrauchers auf die regionale Milchproduktion lenken.

Bereits seit dem 29. Mai 2021 fanden täglich Aktionen im Rahmen der Milchwoche statt. Der bekannte Fernsehkoch Björn Freitag war auf dem Milchradweg im Kreis Steinfurt unterwegs und besuchte dabei zwei Milchkuhbetriebe und eine Molkerei. Am 30. Mai 2021 fand eine lebhafte Live-Diskussion auf Facebook zum Thema „Milchpreis: Für die Bauern zu niedrig?“ beim zweiten DIALOG MILCH-Sonntags-Talk statt. Und am 31. Mai 2021 bereiste das NRW-Milchmaskottchen Kuh Lotte den Kreis.

FML-24-Stunden-Live-Stream

Die Landesvereinigung beteiligte sich am 24-Stunden-Milchmarathon, den das Forum Moderne Landwirtschaft anlässlich des ITMs organisiert hatte. Über den Youtube-Link: <https://youtu.be/uMNWAjQBwjQ> wurden am 1. Juni von 0 bis 24 Uhr spannende Infos rund um die Milch gezeigt.

GML-Gewinnspiel-Aktion

Anlässlich des Internationalen Tags der Milch hat die Gemeinschaft der Milchwirtschaftlichen Landesorganisationen (GML) einen neuen Milchclip produziert, in dem jedes Bundesland ihr regional-typische Milchspezialität vorstellt. Das Video zeigt, dass Milch unglaublich vielseitig ist und in den regionalen Küchen seit Jahrhunderten kulinarisch verwurzelt ist. Mit der Nennung ihrer Lieblingsspezialität können zudem alle Zuschauer bis zum 15. Juni 2021 an einem Gewinnspiel teilnehmen, bei dem es einen „Urlaub auf dem Bauernhof“ zu gewinnen gibt.

LP-Serie: Ernährung bunt und gesund

Hille Hansmann-Machula: „Je bunter das Essen, desto gesünder die Ernährung“



Gesund, bunt und selbstgemacht geht es auch in der heimischen Küche von Hille Hansmann-Machula zu.

Nicole Vo

Weringhausen/Kreis Olpe. Wenn sich Hille Hansmann-Machula in Kindergärten und Schulen in den Kochtopf schauen lässt, ist es darin bunt und gesund. Die ausgebildete Hauswirtschaftsmeisterin weiß, dass Kinder Spaß am Kochen haben.

„Das Thema Ernährung sollte einen wichtigen Stellenwert in den Familien einnehmen. Wir sollten versuchen auf unseren Körper zu hören und lernen welche Nahrungsmittel uns gut tun und welche nicht. Dabei sollten wir uns nicht durch Werbung, Modetrends oder ähnlichem beeinflussen lassen“, rät die Weringhauserin.

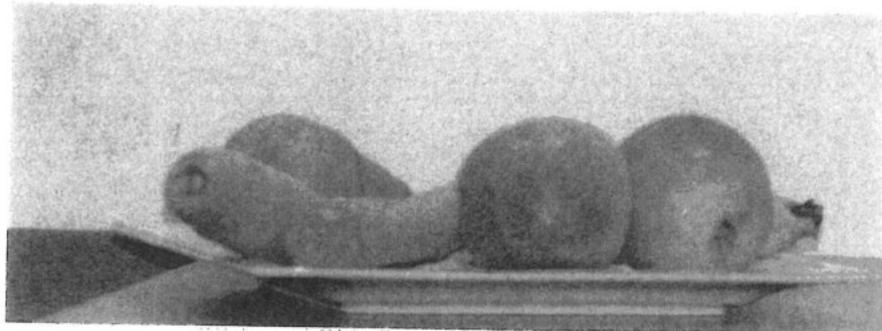
In der Regel sind Kinder begeisterte Köche. Ein hübsch angerichteter Obstteller oder ein selbst hergestellter Milchshake sind selbst mit kleinen Kindern schnell zubereitet. So kann man die Vielfalt an Nahrungsmitteln den Kindern nahe bringen. Dazu dient auch das Schulmilch und Schulobstprogramm welches in vielen unserer Schulen etabliert ist. Dies begleitet Hille mit pädagogischen Unterrichtseinheiten.



Selbstgemacht schmeckt es doch am besten.

„Je bunter euer Essen ist, desto gesünder ernährt ihr euch“, erklärt Hille Hansmann-Machula. Das mit „bunt“ nicht Gummibärchen gemeint sind, versteht sich fast von selbst. Dabei gibt sie zu bedenken, dass die Ernährung Grundnahrungsmittel erhalten solle und nicht zuviel drumherum. Die Ernährungsexpertin und ihre Mitstreiterinnen möchten Anregungen geben und zum Ausprobieren animieren. „Was ich vermisse ist, dass manche Eltern zu wenig überlegen, welche Ernährung in Frage kommt“, sagt Hille Hansmann-Machula. Und weiter: „Das Thema Ernährung wird zu sehr an Andere abgegeben.“

Jeder sollte spüren, was der Körper braucht. Das müssen nicht ausschließlich Bio-Produkte sein. Zu einer ausgewogenen Ernährung gehört zuerst der Verstand.“ Zum Probieren dient auch das Schulobst-Programm.



Ein Teller mit knackigem Gemüse und frischem Obst steht immer bereit.

Nicole Vos

Erwähnenswert ist auch, dass es laut der Landfrau viele Kinder gebe, die schon sehr viel über gesunde Ernährung wissen. „Die Kinder haben bunte Butterbrotdosen und man sieht, dass das Thema Ernährung in vielen Familien gelebt wird“, so Hille Hansmann-Machula.

Die Nebenerwerbslandwirtin warnt vor Zusatzstoffen in Fertigprodukten, die es früher nicht gegeben habe. Rigoros spricht sie sich gegen vegane Ernährung bei Kindern aus, da wichtige Nährstoffe fehlen würden. Die Kenntnis und Wertschätzung gesunder frischer Lebensmittel ist wertvolles Basiswissen für Kinder und das Ziel der Landfrauen.

Sie möchten helfen, Kompetenzen bei der Zubereitung von Speisen zu vermitteln, um das Ernährungsverhalten langfristig positiv zu beeinflussen.

Ernährungsverhalten positiv beeinflussen

Sobald es die Lage erlaubt, gibt es dazu ein weiteres Programm: „Frühstücksexperten“. Kitas, die Interesse daran haben, können Kontakt zu Hille Hansmann-Machula (machula65@yahoo.de)

Das Projekt „Frühstücksexperten“ ist eine pädagogische Begleitmaßnahme des EU-Schulprogramms NRW mit Obst, Gemüse und Milch - durchgeführt von geschulten Fachkräften.

Gefördert wird es vom Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW. Das Thema Landwirtschaft und daraus resultierend das Thema gesunde Ernährung können die Kinder außerdem bei Exkursionen auf den Bauernhof der Familie Hansmann-Machula hautnah erleben.

Gefördertes Programm

Ermöglicht werden diese besonderen Erfahrungen für Kinder durch die landesweite Schul-Tour „Kinder lernen kochen“, eine pädagogische Begleitmaßnahme innerhalb des EU-Schulprogramms für Obst, Gemüse und Milch. Gefördert werden die Aktion durch das Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW.

Dank einer mobilen Küche und umfangreichen Equipments wird aus einem ganz normalen Grundschul-Klassenraum im Handumdrehen eine Großküche für Kinder.

Wir l(i)eben Milch! – Mit Milch quer durch Deutschland

Milchspezialitäten sind überall in Deutschland vielfältig und haben zum Teil lange regionale Traditionen. Genauso vielfältig sind die Menschen, die diese Spezialitäten wertschätzen. Das zeigt der neue Milchclip der Gemeinschaft der Milchwirtschaftlichen Landesorganisationen (GML). Acht Landesorganisationen aus neun Bundesländern (Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz/Saarland, Schleswig-Holstein, Thüringen) brachten das Video anlässlich des Internationalen Tags der Milch am 1. Juni 2021 gemeinsam auf den Weg. Begeisterte Milchfans stellen im Clip von Bundesland zu Bundesland ihre regionalen Milchspezialitäten vor.

„Von der Küste bis zu den Bergen – in Deutschland leben auf etwa 60.000 Milchviehbetrieben knapp 4 Mio. Kühe“, sagt Jan Heusmann, Vorsitzender der GML. „Wir wollen mit dem Video zeigen: Milch ist unglaublich vielseitig und in den regionalen Küchen seit Jahrhunderten kulinarisch verwurzelt.“ Zu sehen ist der Kurz-



Wir l(i)eben Milch – Begeisterte Milchfans stellen ihre regionalen Milchspezialitäten vor.

Foto: GML

film seit dem 1. Juni auf der Seite www.milchwirtschaft.com und den Online-Kanälen der beteiligten Organisationen. In den Videoclips aus den Bundesländern wird jeweils ein regional-typisches Gericht aus leckeren Milchprodukten gezeigt. Jetzt sind die Zuschauer gefordert und sollen entscheiden: Welches Milch-Gericht ist ihr Favorit? Wer das beantwortet, kann kühle Preise gewinnen – darunter einen Urlaub auf dem Bauernhof. Einsendeschluss ist der 15. Juni 2021. Alle Infos gibt es online auf: www.milchwirtschaft.com.

In Nordrhein-Westfalen fand rund um den Internationalen Tag der Milch die Milchwoche statt – in diesem Jahr im Kreis Steinfurt. Das Ziel der Milchwoche 2021 ist es, das positive Image des Naturprodukts Milch und die gesellschaftliche Akzeptanz für die Milcherzeugung weiter auszubauen. Initiator ist die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW in Kooperation mit dem Westfälisch-Lippischen Landwirtschaftsverband und den Landfrauen. Unterstützt wird die Aktion vom NRW-Landwirtschaftsministerium.

Ein Tag für die Milch

LV Milch NRW wartete am Internationalen Tag der Milch mit vielfältigen Aktionen auf.

Den Internationalen Tag der Milch (ITM) am 1. Juni feierte die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW (LV Milch NRW) mit einem bunten Programm. Rund um den Ehrentag der Milch fand im Kreis Steinfurt – coronagegerecht – die Milchwoche 2021 statt.

► Echte „Milchkaffee-Liebe“

Am 1. Juni kamen einige Vertreter von Landwirtschaft, Politik und Presse exklusiv in den Genuss eines Barista-Workshops. Die LV Milch NRW richtete



Zum Tag der Milch gab es wieder eine kulinarische Aktion mit dem Sternekoch Björn Freitag (v.l.n.r.): Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, Björn Freitag, Benedikt Langemeyer, Vorsitzender Ausschuss Öffentlichkeitsarbeit der LV Milch NRW, und Claus Naarmann, Geschäftsführer der Privatmolkerei Naarmann GmbH.

diesen zusammen mit der Privatmolkerei Naarmann aus. Thema war die Vielfältigkeit von Kaffee-Kreationen mit Milch. Das Credo: Durch Milch wird Kaffee erst richtig gut. Hier zeigte sich echte „Milchkaffee-Liebe“. Das gleichnamige LV-Projekt spielte am Vormittag bei der Privatmolkerei Naarmann eine Rolle, als der Video-Clip „Aus dem Milchlabor“ produziert wurde. Mit dem „Milchkaffee-Liebe“-Projekt möchte die LV Milch NRW mithilfe verschiedener Filme, eines Podcasts, Anzeigen und einer Postkarten-Serie den Blick des Verbrauchers auf die regionale Milchproduktion lenken.

Bereits seit dem 29. Mai fanden täglich Aktionen im Rahmen der Milchwoche

statt. Der bekannte Fernsehkoch Björn Freitag war auf dem Milchradweg im Kreis Steinfurt unterwegs und besuchte dabei zwei Milchkuhbetriebe und eine Molkerei. Natürlich kamen an jeder Station seine Kochkünste zum Zug. Der Öffentlichkeit vorgestellt wurden an diesem Tag auch neue Hofbanner, die das Thema „Milchwirtschaft und Nachhaltigkeit“ aufgreifen. Am 30. Mai fand eine lebhafte Live-Diskussion auf Facebook zum Thema „Milchpreis: Für die Bauern zu niedrig?“ beim zweiten DIALOG MILCH-Sonntags-Talk statt. Eine Aufzeichnung des Sonntags-Talks steht

unter www.facebook.com/MilchDialog/ sowie auf dem Youtube-Kanal von DIALOG MILCH zur Verfügung. Und am 31. Mai bereiste das NRW-Milchmascottchen Kuh Lotte den Kreis Steinfurt. Sehenswürdigkeiten, Milchkuhbetriebe und eine Schule standen auf dem Programm. Alle Kitas und Schulen im Kreis erhielten zudem Überraschungspakete mit Bastelbögen und Give-aways.



Barista Haydar Wegner präsentiert Latte Art.

Fotos: LV Milch NRW

► Milchclip produziert

Anlässlich des Internationalen Tags der Milch hat die Gemeinschaft der Milchwirtschaftlichen Landesorganisationen (GML) einen neuen Milchclip produziert, in dem jedes Bundesland seine regional-typische Milchspezialität vorstellt. Das Video zeigt, dass Milch unglaublich vielseitig ist und in den regionalen Küchen seit Jahrhunderten kulinarisch verwurzelt ist. Mit der Nennung ihrer Lieblings-spezialität können zudem alle Zuschauer bis zum 15. Juni am GML-Gewinnspiel „Wir l(i)eben Milch! – Mit Milch quer durch Deutschland“ teilnehmen, bei dem es einen Urlaub auf dem Bauernhof zu gewinnen gibt. LV Milch NRW

Frischer Wind im Kuhstall

Veröffentlicht am 14.06.2021 | Lesedauer: 5 Minuten

Von Guido M. Hartmann



Auf seinem Hof in Kamp-Lintfort hat Kevin Anhamm gerade erst den Kuhstall erweitert, um den Tieren mehr Auslauf zu ermöglichen

Quelle: Carlos Albuquerque

Milchviehbetriebe gelten als Verursacher großer Mengen klimaschädlicher Gase. Einige Bauern wollen jetzt etwas dagegen unternehmen.

In Kamp-Lintfort hat Milchbauer Kevin Anhamm gerade für 400.000 Euro seinen Stall erweitert. Das verringere die sozialen Rankämpfe unter den Kühen, die Tiere seien jetzt ausgeglichener. „Und sie geben sogar zwei bis drei Liter mehr Milch am Tag“, erzählt der Landwirt vom Niederrhein. In seinem gut belüfteten Stall gibt es auch automatische Massagebürsten, Beregnungsanlagen für heiße Sommertage und einen Durchgang ins Freie. „Unsere 240 Kühe können raus, wann immer sie wollen“, sagt Anhamm.

Rund 400.000 Milchkühe gibt es derzeit noch in NRW, 1980 waren es noch mehr als 600.000. Anhamm berichtet, dass auch bei ihm im Kreis Wesel (<https://www.welt.de/themen/wesel/>) viele Bauern aufgeben oder die Zahl ihrer Tiere reduzieren würden. Neben den lange Zeit niedrigen Milchpreisen beklagen viele Landwirte immer strengere Umweltauflagen, etwa beim Düngen und dem Ausbringen von Gülle. Diese Verordnungen

sind in den benachbarten Niederlanden bereits seit Jahren besonders streng, was die dortigen Bauern massiv unter Druck gebracht hat, viele geben auf. Auch in NRW gebe es vielerorts Existenzängste, heißt es bei der Landesvereinigung Milchwirtschaft.

Erschwerend kommt hinzu, dass bei der Viehhaltung auch verschiedene Treibhausgase entstehen, die dem Image der Milchbauern schaden. Futterfermentation ist der Fachbegriff für einen Vorgang in den Vormägen der Kühe, bei dem Methan freigesetzt wird. Bei der hiesigen Art der Kuhhaltung habe man es mit jährlich etwa 100 Kilogramm Methan pro Kuh zu tun, teilt das NRW-Landwirtschaftsministerium mit. Hinzu kommt Kohlenstoffdioxid (CO₂) aus dem Einsatz von Geräten, Futtermitteln und der Melktechnik, Methan wird auch durch Mist und Gülle frei. Lachgas wiederum entsteht durch anorganische Düngemittel für die Felder, gepflügte und bearbeitete Böden sowie bei der Lagerung von Mist und Gülle. „Wir kommen beim Klimaschutz als Gesellschaft und Milchbauern nicht aus der Verantwortung, das wollen wir auch nicht“, sagt Anhamm.

Anreize sollen helfen

Der 36-Jährige möchte den seit Jahrhunderten in Familienbesitz befindlichen Hof fit für die Zukunft machen. Er ist Genosse der Großmolkerei Arla und hat seit 2020 an deren neuem, europaweitem Klimacheck-Programm teilgenommen. In einem ersten Schritt haben die teilnehmenden Landwirte Daten zu 203 Fragen bei Arla eingereicht. Darin geht es um die Anzahl der Tiere, die Futterzusammensetzung, den Anbau von Getreide, den Einsatz von Düngemitteln, den Umgang mit Gülle sowie die Nutzung von Strom, Kraftstoff und erneuerbaren Energien. Mit Unterstützung von externen Beratern wird dann gemeinsam nach Stellschrauben gesucht, mit denen die Bauern ihre Umweltbilanz verbessern können.

Das Ganze sei nicht so einfach, sagt Anhamm. Schon für die Datenerfassung brauche er einige Tage. Im Gegenzug gibt es von der Arla-Molkerei einen zusätzlichen Cent pro Liter Milch als Anreiz, somit bekommt Anhamm derzeit 36,8 Cent. Bei den 2,3 bis 2,5 Millionen Liter Milch, die seine 240 Kühe jährlich liefern, sind das immerhin gut 23.000 Euro. Auch sonst sind die Preise für die Erzeuger derzeit nicht mehr ganz so schlecht, vor zwei Jahren lag der Literpreis noch bei 25 Cent.

In der Auswertung des Klimachecks hat Anhamm bei Wärme und Strom, den

Futtermitteln und bei den Gasen, die die Tiere bei der Verdauung ausstoßen, noch etwas schlechter abgeschnitten als eine Vergleichsgruppe dänischer Betriebe. In Dänemark und Schweden, wo die Genossenschaft Arla ihren Ursprung hat, gibt es den Klimacheck bereits seit 2013. Bis 2030 will Arla die CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette um 30 Prozent gegenüber 2015 reduzieren. Bis 2050 wolle man sogar auf Netto-null-Emissionen hinarbeiten, sagt Arla-Sprecher Markus Teubner. Doch das wird nur mit Kompensationszahlungen gehen, Milchkuhhaltung ohne Klimagase könne es nie geben.

Neue Anlage in der Eifel

Andere Molkereien verfolgen ähnliche Strategien. So wurde bei Friesland-Campina mit ihrer Deutschland-Zentrale in Düsseldorf (<https://www.welt.de/themen/duesseldorf/>) für alle 17.000 Mitgliedsbetriebe in Europa ein CO₂-Rechner eingeführt, mit dem die Treibhausgasemissionen bestimmt werden können. Bis 2030 sollen 40 Prozent des CO₂-Ausstoßes in den Anlagen von Friesland-Campina und 33 Prozent in den Mitgliedsbetrieben gegenüber 2015 eingespart werden.

Die in der Eifel dominierende Molkerei Hochwald baut im Kreis Euskirchen (<https://www.welt.de/themen/euskirchen/>) eine Anlage mit energiesparender Technik. Auch Biomilch-Produzenten arbeiten an ähnlichen Konzepten. Doch der Anteil der Biomilch in NRW liegt bislang bei nur 3,8 Prozent. Biomilch in Supermärkten und Discountern stammt überwiegend aus Dänemark und Österreich, mit langen Transportwegen und entsprechendem CO₂-Ausstoß.

Doch wie kann ein Bauer die Klimabilanz seiner Kühe verbessern? Arla-Sprecher Teubner erklärt, wie das im Detail funktioniert. Jeder Schritt, von der Futterbeschaffung bis zur Verdauung der Kuh, müsse optimiert werden. „Wichtig beim Füttern sind genau abgestimmte, qualitativ hochwertige Rationen für eine gesunde Ernährung.“ Sonst entstehe ein Methan-Überschuss. „Die Kunst ist, Überschuss oder Mangel an verschiedenen Nährstoffen auszugleichen.“ Wichtig sei auch, dass der Mix zwischen Grund- und Kraftfutter stimme. Gülle müsse effizient auf die Felder gebracht werden, damit möglichst wenig Emissionen entweichen – und damit Kunstdünger, der eine schlechte CO₂-Bilanz hat, eingespart werden könne.

Verbraucher setzen auf regionale Produkte

Eine erste Analyse ergab, dass Bauer Anhamm seinen Gülle-Einsatz verbessern könnte. Gute Werte hat er bei der Futterqualität, dem Tierwohl auf dem Hof und beim Alter seiner Kühe erzielt. Die werden bei ihm bis zu sieben Jahre alt, auf anderen Höfen werden die Tiere oft nach fünf Jahren ersetzt. Das ist ein wichtiger Faktor: Je länger eine einzelne Kuh für die Milchproduktion zur Verfügung steht, desto weniger Tiere werden insgesamt benötigt. Anhamm hat auch schon Fotovoltaikanlagen auf dem Dach, bislang verkauft er den Strom ans öffentliche Netz.

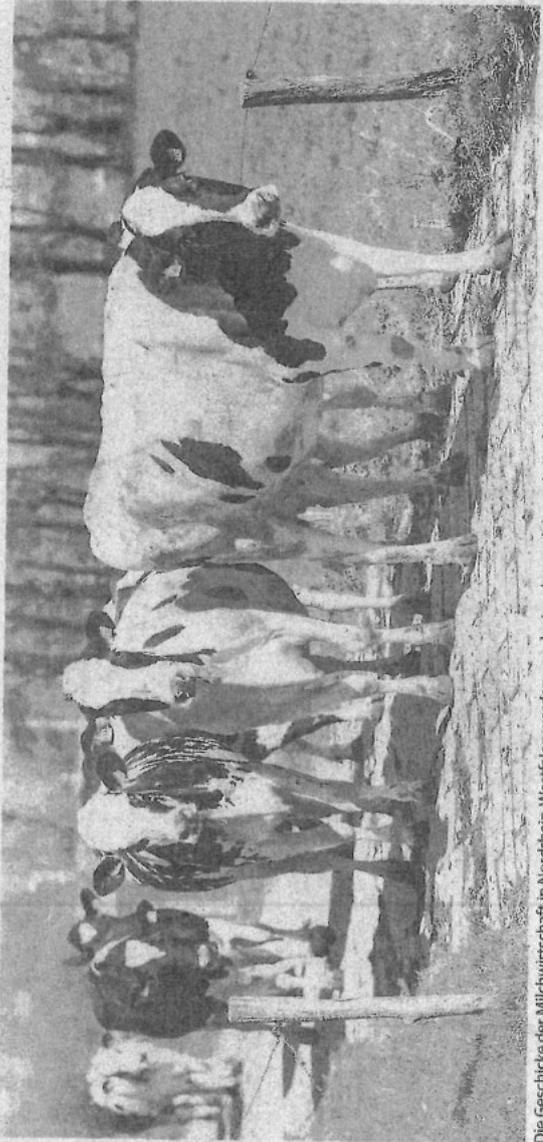
Bei allem Druck auf die Betriebe gibt es auch positive Nachrichten. So setzen immer mehr Verbraucher auf Regionalität. Direktvermarkter, Hofläden und Milchtankstellen erlebten einen deutlichen Aufschwung, sagt Frank Maurer, Sprecher der Milchwirtschaft NRW. „Mit der Klimadiskussion befasst sich die Branche nicht erst seit Greta Thunberg.“ Die Landwirte und Molkereien seien auf einem guten Weg, die CO₂-Freisetzung weiter zu minimieren.

„Milch ist einer der schwierigsten Rohstoffe“

Aus dem einst regionalen Produkt Kuhmilch ist ein global gehandelter Rohstoff geworden. Das hat Auswirkungen für die heimischen Landwirte. Deren Interessenvertretung sitzt in Krefeld und geht nun neue Wege mit dem „Dialog Milch“ - einem virtuellen Sonntagstags-Talk für Marktteilnehmer.

VON NORBERT STRIKEN

Angesichts stark gestiegener Kosten haben am Wochenende in Nord- und Süddeutschland Milchbauern für höhere Milchpreise demonstriert. In Westdeutschland laufen die Fäden der Diskussion in Krefeld zusammen. An der Bischofsstraße in Oppum ist die Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen ansässig. Der eingetragenen Vertretung mit dem Titel „Dialog Milch“ bringt er die Protagonisten zusammen. Ein großes Angebot am (globalen) Markt schwäche die Position der Erzeuger. Wichtig sei es deshalb, die Wertigkeit von Milch und Milcherezeugnissen auch jenseits der Mische zu kommunizieren und mit Spezialitäten zu punkten, lautete ein Fazit des virtuellen Sonntag-Talks. Krefeld ist nicht unbedingt eine Hochburg der Milchkuh-Haltung. Gleichwohl nimmt die Siedendstadt eine herausragende Rolle für die



Die Geschicke der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen werden von der Landesvereinigung in Krefeld gemanagt. FOTO: JAUKE-CHRISTIAN DITTMICH/DA

INFO
Kunden zahlen 37,34 Euro monatlich für Milchprodukte
2020 produzierten 33 Betriebe des verarbeitenden Gewerbes in Nordrhein-Westfalen Milch und Milchzeugnisse im Wert von 1,6 Milliarden Euro. Wie das Statistische Landesamt mitteilt, war der Absatzwert um 1,0 Prozent höher als 2019. Der Anteil der Konsumausgaben der privaten Haushalte für Milchprodukte an den monatlichen Konsumausgaben für Nahrungsmittel lag 2018 mit 37,34 Euro bei rund 15,3 Prozent. Damit waren die Ausgaben laut aktueller Erhebung des Landesamtes für Statistik (LNRW) um 4,65 Euro höher als 2008. Höhere Anstiege gab es für Nahrungsmittel lediglich bei Obst (plus 6,88 Euro) sowie Gemüse und Kartoffeln (plus 7,10 Euro)

nur in Zeiten eines knappen Angebots höhere Preise durchsetzen. nicht aber, wenn ein reichliches Angebot verfügbar sei.
Einig waren sich die Teilnehmer dieser Diskussionsrunde darin, dass der übliche Erzeugerpreis für Milch, den die Landwirte erhalten, zu niedrig ist. Es brauche neben innovativen Produkten und Vermarktungswegen insbesondere auch Transparenz sowie eine offene und positive Kommunikation, die ein zutreffendes Bild der modernen Milchkultivierung, von Tierwohl und dem Wert der Milch als Lebensmittel an die Verbraucher übermitteln.

molken, das direkt verarbeitet werden muss. Das schwäche die Position der Erzeuger. Dies ist nach Ansicht von Arens ein Grund dafür, warum sich derzeit flächendeckend kaum höhere Milchpreise am Markt durchsetzen lassen. Hans Stocker verwies in diesem Zusammenhang darauf, dass der Milchmarkt nicht auf Deutschland oder Europa begrenzt sei. Der Preis werde durch Angebot und Nachfrage letztlich auf globaler Ebene bestimmt. Hinzu komme, dass den fünf großen Ketten im Lebensmittel Einzelhandel rund 100 Molkeereien als Anbieter gegenüberstehen. Die könnten

land-Campina klar gegen staatliche Subventionen für den Milchpreis aus. Neben der Bewusstseinsbildung zu einer gesunden Ernährung, die noch viel stärker in Kitas und Schulen hineingetragen werden müsse, sei es vielmehr mit Transparenz intensiver Kommunikation sowie der erfolgreichen Entwicklung und Platzierung von Premiumprodukten möglich, eine höhere Wert-erreichung für die Milchhalter zu erreichen, lautete ein Ergebnis der Diskussion.
„Milch ist einer der schwierigsten Rohstoffe der Welt. Zweimal täglich wird ein großes Milchangebot ge-

Wertgewicht aus 30 Molkeereien summiert sich auf 10.000 Tonnen im Monat und 120.000 Tonnen im Jahr. Ara gehören 460 Landwirte aus Krefeld und vom gesamten Niederrhein an.
Der Dialog Milch der Landesvereinigung habe deutlich gemacht, dass die Wertigkeit des Lebensmittels Milch oft nicht angemessen honoriert werde. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage, die sich daraus ergebe, sprachen sich die Milchkuhhalterin Birgit Blömer, der Marketing-Spezialist Wolfgang Arens und Hans Stocker als Mitglied im Aufsichtsrat der Molkerei Fries-

Milchwirtschaft ein. Neben dem Sitz der Interessenvertretung marziert etwa die in Europa führende Sennossenschaft Aia einen Großteil ihrer Logistik bis hin in die USA von der Märkischen Straße in Krefeld aus. In der Spitze verkehren täglich 120 Lastwagen im Gewerbegebiet nahe Fressnapf und Steinkühler. Sie kommen aus der Eifel, den Niederlanden, aus Großbritannien und Dänemark, um insgesamt 400 verschiedene Artikel anzuliefern. Im Monat kommen auf diese Weise rund 20.000 Paletten mit Milch, Joghurt, Sahne, Käse, Butter und anderen Produkten zusammen. Das



Dieses neue Hofbanner zum Thema „Milchwirtschaft und Nachhaltigkeit“ kann jetzt bestellt werden.

Foto: LV Milch NRW

Milch – das Original

Ab sofort gibt es bei der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW (LV Milch NRW) neue Hofbanner zu bestellen, die das Thema „Milchwirtschaft und Nachhaltigkeit“ aufgreifen. Kuhmilch als Originalprodukt sowie die Kuh als Grasveredlerin, Landschaftspflegerin und Insektenschützerin stehen laut LV Milch NRW im Fokus. Die Hofbanner im breiten Querformat sollen die Aufmerksamkeit auf das Originalprodukt – die Milch – und die Produzentin – die Kuh – lenken. Wie die LV Milch NRW mitteilt, ist Milch von der Kuh ein regional erzeugtes Naturprodukt, das traditionell ein für den Menschen wichtiger

Bestandteil einer ausgewogenen, vollwertigen Ernährung ist. Neben ihren inhaltlichen Vorteilen punkte Kuhmilch mit einer beträchtlichen Produktauswahl und ihrer vielfältigen Einsetzbarkeit in der Küche. Kühe gehörten zu den wenigen Tierarten, die in der Lage seien, Gras zu einem für den Menschen hochwertigen Lebensmittel zu veredeln – zur Milch.

Aber die Kuh gibt nicht nur Milch. Sie ist auch, wie die LV Milch NRW betont, im Bereich Landschaftspflege und Insektenschutz ein ernst zu nehmender Faktor für das Thema Nachhaltigkeit.

So betrieben Kühe Landschaftspflege, indem sie das Gras kurz hielten und damit einer Verwilderung vorbeugten. Sie würden somit unsere artenreichen Kulturlandschaften erhalten. Zudem summe und krabble es im Sommer auf der Kuhweide. Kuhfladen beherbergten eine große Masse an Insekten der verschiedensten Arten.

Mit dem neuen Hofbanner – zugleich Blickfänger und klares Statement pro Milch – will die LV Milch NRW alle Milchkuhhalter im Land in ihrer Öffentlichkeitsarbeit für ihr Produkt unterstützen. Das Hofbanner kann bei allen Kreisbauernschaften sowie direkt bei der Landesvereinigung über info@milch-nrw.de bestellt werden. ◀

Mit Transparenz und Innovation aus der Milchpreis-Falle

Die Online-Diskussion zum Milchpreis hat gezeigt: Ein großes Angebot am (globalen) Markt schwächt die Position der Erzeuger. Wichtig ist es deshalb, die Wertigkeit von Milch und Milcherzeugnissen auch jenseits der Nische zu kommunizieren und mit Spezialitäten zu punkten.

Der zweite Sonntags-Talk von DIALOG MILCH machte deutlich, dass die Wertigkeit des Lebensmittels Milch oft nicht angemessen honoriert wird. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage, die sich hieraus ergibt, sprachen sich die Milchkuhhalterin Birgit Blömer aus Rhede, der Marketing-Spezialist Wolfgang Arens von der WA GmbH und Hans Stöcker als Mitglied im Aufsichtsrat der Molkerei Friesland-Campina klar gegen staatliche Subventionen für den Milchpreis aus. Neben der Bewusstseinsbildung zu einer gesunden Ernährung, die noch viel stärker in Kitas und Schulen hineingetragen werden müsse, sei es vielmehr mit Transparenz, intensiver Kommunikation sowie der erfolgreichen Entwicklung und Platzierung von Premiumprodukten möglich, eine höhere Wertschöpfung für die Milchkuhhalter zu erreichen.

Globaler Markt

„Milch ist einer der schwierigsten Rohstoffe der Welt. Zweimal täglich wird ein großes Milchangebot gemolken, das direkt verarbeitet werden muss. Das schwächt die Position der Erzeuger.“ Dies ist nach Ansicht von Wolfgang Arens ein Grund dafür, warum sich derzeit flächendeckend kaum höhere Milchpreise am Markt durchsetzen lassen. Hans Stöcker verwies in diesem Zusammenhang darauf, dass der Milchmarkt nicht auf Deutschland oder Europa begrenzt ist: „Der Preis wird durch Angebot und Nachfrage letztlich auf globaler Ebene bestimmt. Hinzu kommt, dass den fünf großen Ketten im Lebensmittel-einzelhandel rund 100 Molkereien als Anbieter gegenüberstehen. Die können nur in Zeiten eines knappen Angebots höhere Preise durchsetzen, nicht aber, wenn ein reichliches Angebot verfügbar ist.“ Höhere Erzeugerpreise sind bei Direktvermarktung möglich, wenn das regionale



Zweiter DIALOG MILCH Sonntagstalk (von links oben nach rechts unten): Hans Wortelkamp, Hans Stöcker, Wolfgang Arens und Birgit Blömer. Foto: Screenshot

Angebot nicht schon zu groß ist oder die räumliche Nähe zur potenziellen Kundschaft fehlt. Bei dem Familienbetrieb von Birgit Blömer konnte mit der Direktvermarktung von Rohmilch erfolgreich eine Absatzschiene entwickelt werden, über die bis zu fünf Prozent der erzeugten Milch höherpreisig vermarktet werden. „Einen höheren Anteil können wir so nicht verwerten. Dazu müssten wir aufwendig in Molkereitechnik investieren, und das kommt für uns als Familienbetrieb auch aus arbeitswirtschaftlichen Gründen nicht infrage.“

Genau diesen Weg ist Wolfgang Arens von der WA GmbH zusammen mit einem Hof in der Eifel gegangen. Der Betrieb erzeugt A2-Milch, verarbeitet diese in der eigenen Hofmolkerei und vermarktet die Erzeugnisse sehr erfolgreich als Premiumprodukte unter einem eigenen Label über Märkte von Rewe, Edeka, Globus und Kaufland. Dazu Wolfgang Arens: „Die Besonderheit dieser Milch, die von reinrassig gezüchteten Ur-Rindern stammt, ist eine etwas veränderte Eiweißzusammensetzung. Sie führt dazu, dass die Milch auch von Menschen mit Milchunverträglichkeit

sehr gut vertragen wird. Diese Milch wird – wie im Übrigen auch andere Nischenprodukte wie Weide- oder Heumilch – von den Verbrauchern gut angenommen. Das zeigt, dass die Bereitschaft da ist, auch im Lebensmitteleinzelhandel einen höheren Preis zu bezahlen, wenn in dem Produkt ein Mehrwert gesehen wird.“

Näher zum Verbraucher

Einig waren sich die Teilnehmer dieser Diskussionsrunde dann, dass der übliche Erzeugerpreis für Milch, den die Landwirte erhalten, zu niedrig ist. Es brauche neben innovativen Produkten und Vermarktungswegen insbesondere auch Transparenz sowie eine offene und positive Kommunikation, die ein zutreffendes Bild der modernen Milchkuhhaltung, von Tierwohl und dem Wert der Milch als Lebensmittel an die Verbraucher übermittele. Dazu Hans Stöcker: „Nur so kann dafür gesorgt werden, dass die Anforderungen der Verbraucher im Hinblick auf Qualität, Frische und Tierwohl auch dazu führen, dass über den Milchpreis eine faire Entlohnung auf die Höfe zurückfließt.“

Milchpreise müssen steigen!

LV Milch NRW informierte über Situation auf dem Milchmarkt



Gaben sich vor der Presse optimistisch und hoffen auf höhere Milcherzeugerpreise im zweiten Halbjahr (v.l.n.r.): Dr. Rudolf Schmidt, Wilhelm Brüggemeier, Hans Stöcker und Gerd Krewer, Geschäftsführer der DEULA Rheinland, wo in diesem Jahr die Halbjahrespressekonferenz der LV Milch NRW stattfand.

Foto: Dr. Elisabeth Legge

Eigentlich sehe es im Moment gar nicht schlecht aus auf dem Milchmarkt. Theoretisch müssten die Milcherzeugerpreise ansteigen und dies sei auch bitter nötig. Dies waren die Hauptbotschaften auf der Halbjahrespressekonferenz der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen (LV Milch NRW), die am Donnerstag vergangener Woche im Tagungszentrum der DEULA Rheinland in Kempen stattfand. Ein Teil der Journalisten verfolgte die Pressekonferenz digital am Bildschirm.

Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der Landesvereinigung, gab zunächst einen Überblick über die aktuelle Milchlieferung. In der EU-27 sei die Milchlieferung von Januar bis April 2021 weitgehend stabil gewesen und nur um 0,1 % im Vergleich zum Vorjahresniveau angestiegen. „Vor allem in den Hauptproduktionsländern der EU, das sind Deutschland, Frankreich und die Niederlande, verzeichnen wir in diesem Jahr bislang eine geringere Milcherzeugung“, betonte Schmidt. Die Milchlieferung in Deutschland liege für den Zeitraum Januar bis April mit -1,4 % leicht unter den Vorjahresmengen. Was die Milchlieferung an die NRW-Molkereien im Zeitraum von Januar bis April betrifft, so fällt diese nach Aussagen von Schmidt mit -2,6 % deutlich stärker aus als in Deutschland und der EU.

Einen deutlichen Rückgang hat NRW auch bei den Kuhzahlen zu verzeichnen. Die Anzahl der Milchviehbetriebe in NRW habe sich im Vergleich zum Vorjahr um 3,6 % auf 5 055 reduziert und die Zahl der Milchkühe um 2,5 % auf 387 862. Somit halte ein drastischer Strukturwandel an, bei dem sich die Anzahl der Milchkuhbetriebe in den letzten zehn Jahren in etwa halbiert habe. „Die Situation ist besorgniserregend“, stellte der Geschäftsführer fest.

Natürlich hat die Corona-Pandemie den Molkereien insbesondere im Food Ser-

vice große Umsatzeinbrüche beschert. Die aktuellen Lockerungen trügen aber, wie Schmidt erläuterte, zu einer Entspannung der Situation und einer Belebung der Nachfrage bei. Auch das Drittlandsgeschäft ziehe insbesondere durch China wieder an. „Weltweit erwarten wir eine Marktbelebung“, so Schmidt.

Laut Landesvereinigung lag der Milcherzeugerpreis in NRW für eine Standardmilch mit 4 % Fett und 3,4 % Eiweiß von Januar bis April mit durchschnittlich 32,51 Cent/kg Milch um 0,5 Cent oder 1,5 % unter dem Vorjahresniveau und damit auf dem Niveau von 2019. „Im Moment steigen die Erzeugerpreise, aber diese reichen nicht, um die entstandenen Mehrkosten der Milcherzeuger auszugleichen“, betonte Schmidt. Die Milcherzeuger hätten mit höheren Produktionskosten bei Futter und Energie zu kämpfen, hinzu kämen weitere Kosten durch neue Auflagen. „Leider haben wir nur leicht steigende Erzeugerpreise, obwohl alle Indikatoren eigentlich nach oben zeigen“, so der Geschäftsführer. Die Landesvereinigung erwarte daher in der zweiten Jahreshälfte ansteigende Milchpreise.

Davon geht auch Hans Stöcker, rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, aus. Die Milcherzeugerpreise müssten jetzt den steigenden Notierungen bei den Milchbasisprodukten folgen. Stöcker geht allerdings davon aus, dass zunächst einmal die Molkereien, die hauptsächlich Basisprodukte erzeugen, die Milchpreise steigen werden und dann die Molkereien, die Frischprodukte produzieren, ihre Milchpreise erhöhen. Er zeigte sich allerdings auch überzeugt, dass künftig das höhere Milchgeld nicht nur vom Markt kommen könne, sondern hier sei auch die öffentliche Hand gefordert. „Sonst bekommen wir in der Milcherzeugung einen enormen Strukturwandel“, warnte der Landwirt.

Dass höhere Milchpreise dringend erforderlich sind, machte auch Wilhelm Brüggemeier, westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW, deutlich. Der Lebensmittel Einzelhandel übe einen enormen Druck auf die Molkereien aus und letztes Glied in der Kette sei der Milcherzeuger. Auch vonseiten der Politik werde immer größerer Druck auf die Landwirte ausgeübt. „Bei uns Milcherzeugern kommt nur Druck an, aber nicht mehr Geld“, kritisierte Brüggemeier und fügte hinzu: „Wir brauchen dringend höhere Milchpreise und dabei ist es nicht mit 1 oder 2 Cent pro Kilogramm mehr getan. Nötig sind eher 8 Cent“, so Brüggemeier.

Wo bleibt die konventionelle Trinkmilch?

Auf der Halbjahrespressekonferenz der LV Milch NRW wurden auch Zahlen zum Absatz von Bio-Trinkmilch, Weidemilch und den sogenannten Milchimitaten genannt. Und dies sind Zahlen, die nachdenklich stimmen müssen. So beträgt der Anteil der Bio-Trinkmilch an der konventionellen Trinkmilch inzwischen 13 %. In den vergangenen vier Jahren gab es hier einen Anstieg von 43 %. Der Anteil der Weidemilch an der konventionellen Trinkmilch entspricht rund 5 %, die Steigerung in den letzten vier Jahren betrug sogar 80 %. Und enorm ist die Steigerung bei den Milchimitaten. Ihr Anteil stieg in den letzten vier Jahren um über 200 % an und liegt derzeit bei 9 % im Vergleich zur gesamten Trinkmilch. Die Landesvereinigung geht davon aus, dass sich diese Tendenz fortsetzen wird und in den kommenden fünf Jahren die konventionelle Trinkmilch um 35 % zurückgehen könnte.

el

el

Milchpreis von 35 Cent/kg notwendig

Damit Kuhbetriebe überleben, muss der Milchpreis mehr als 35 Cent/kg betragen. Der Strukturwandel ist besorgniserregend.

Die Erzeugerpreise für Milch steigen aktuell zwar leicht, reichen aber nicht aus, um die Mehrkosten für Futter, Tierwohl, Baurecht und Klimaschutz auszugleichen. Etwas Mut machte Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW (Milch NRW): „Die Marktbedingungen sind derzeit gut und sprechen für ein höheres Preisniveau in der zweiten Jahreshälfte.“ Auch Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender, prognostiziert eine solide Nachfrage nach Milchprodukten auf dem Weltmarkt. Aktuell (Januar bis April) liegt der Erzeugerpreis laut Schmidt mit 32,51 Cent/kg Milch (4 % Fett, 3,4 % Eiweiß) allerdings rund 1,5 % unter dem Vorjahresniveau.

Bessere Milchpreise sind notwendig, da die Liquiditätslage auf vielen Milchviehbetrieben mehr als angespannt ist, erklärte Schmidt bei der Halbjahrespressekonferenz von Milch NRW. Er betonte: „Milcherzeuger benötigen Milchpreise von mindestens 35 Cent/kg Milch, um weiterzumachen.“ Auch Vorsitzender Wilhelm Brüggemeier bekräftigte: „Entweder wir bekommen höhere Milchpreise oder große Milchmengen werden künftig im Ausland produziert.“

In NRW hat sich die Zahl der Betriebe in diesem Jahr um 3,6 % auf 5055 reduziert. Die Zahl der Milchkühe lag bei der Maizählung bei 387 862, machte Schmidt den drastischen Strukturwandel deutlich. So habe sich die Zahl der Kuh-

Ein Erzeugerpreis von 32,51 Cent/kg Milch reicht nicht aus, um die steigenden Produktionskosten zu decken.

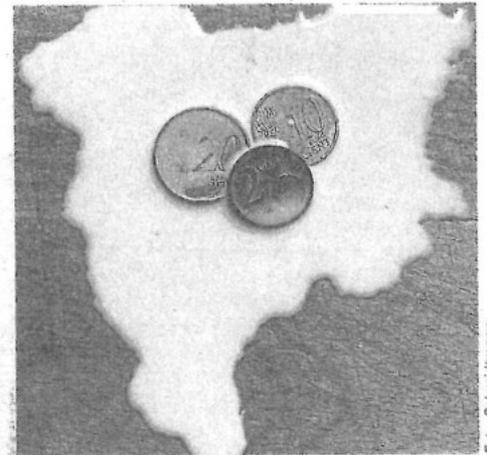


Foto: Schmidtmann

betriebe in den vergangenen zehn Jahren etwa halbiert. Auch die Milchanlieferung sei von Januar bis April in NRW um 2,6 % und landesweit um 1,4 % gesunken. Schmidt gab auch zu bedenken:

„Im Handel ist ein starker Absatzrückgang bei konventioneller Trinkmilch zu beobachten.“ Dafür boome der Markt für Bio- und Weidemilch sowie für pflanzliche Milchalternativen. acs

Neue Broschüre mit Argumentationshilfen

Die Initiative „Dialog Milch“ gibt mit der Broschüre „Dialog.Macher“ Milchkühaltern eine Argumentationshilfe für kritische Verbraucherfragen an die Hand. Neben den häufigsten Fragen aus den Bereichen Ökonomie, Ökologie, Tierwohl und Ernährung bietet das Medium Gastbeiträge von Experten, Best-Practice-Beispiele aus der Landwirtschaft und vieles mehr. Der „Dialog.Macher“ wird über die Molkerereien verteilt und ist zudem auch bei den Initiatoren, den Landesvereinigungen der Milch-

wirtschaft in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen, zu bestellen.

Der Hintergrund: Häufig müssen Landwirte neben ihren schon tagesfüllenden Aufgaben auch noch in die Rolle der Öffentlichkeitsarbeiter schlüpfen. Ob mit Spaziergängern auf Feldwegen, in den sozialen Medien oder beim Elternabend der Kinder: Das Gespräch über ihren – für viele außergewöhnlichen – Job fordert auch manches Mal heraus. Denn eines wird immer wieder deutlich: Ein gro-

ßer Teil der Menschen hat keinen persönlichen Bezug mehr zum Berufsstand Landwirt. Das sorgt dafür, dass in manchen Köpfen ein Bild der Landwirtschaft von vor 100 Jahren hängen geblieben ist oder in anderen Bilder von Massentierhaltung dominieren. Hier helfen ein sachlicher Dialog und das persönliche Gespräch mit einem ernsthaften Interesse für die Sichtweisen des Gegenübers. Bestellt werden kann der „Dialog.Macher“ per E-Mail an info@milch-nrw.de. *LV Milch NRW*



Aktuell ist die neue Broschüre „Dialog.Macher“ erschienen, die Milchkühaltern praktische Argumentationshilfen für kritische Verbraucherfragen an die Hand gibt.

Foto: LV Milch NRW

Der NRW-Milchmarkt in der ersten Jahreshälfte

Die Halbjahrespressekonferenz der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V. (Milch NRW) fand anlässlich der Errichtung eines neuen Tagungshauses im rheinischen Bildungszentrum der „grünen Berufe“, der DEULA Rheinland GmbH in Kempen statt.

Der Geschäftsführer, Dr. Rudolf Schmidt, bilanzierte die Situation auf dem NRW-Milchmarkt: Die Milchlieferungsmenge sei im Zeitraum Januar bis April im Vergleich zum Vorjahr in NRW um 2,6 % und in Deutschland um 1,4 % gesunken. In der EU sei im ersten Quartal mit einem minimalen Plus von 0,1 % eine ausgeglichene Tendenz zu beobachten. Der Erzeugerpreis befinde sich mit 32,51 ct/kg Milch (4 % Fett, 3,4 % Eiweiß) 1,5 % unter dem Vorjahr. Auch wenn die Erzeugerpreise aktuell leicht steigen, reichen diese nicht, um die entstandenen Mehrkosten der Milch-erzeuger (Futter, Energie, Tierwohl, Bau-recht, Klimaschutz u.a.) auszugleichen. Die Anzahl der Betriebe in NRW habe sich um 3,6 % auf 5.055 reduziert, die Zahl der Milchkuhe um 2,5 % auf 387.862. Somit halte ein drastischer Strukturwandel an,

bei dem sich die Anzahl der Milchkuhbetriebe in den letzten zehn Jahren in etwa halbiert hat.

Die aktuellen Lockerungen tragen zu einer Entspannung der Situation und einer Belebung der Nachfrage bei. Auch das Drittlandgeschäft ziehe insbesondere durch China wieder an, wenn auch die Verfügbarkeit von Containern zum Transport der Ware beklagt wird. Auf nationaler und internationaler Ebene hat Corona auch in der Milchwirtschaft die Verflechtung der weltweiten Wirtschaftsströme und die Bedeutung von funktionierenden Lieferketten deutlich gemacht.

Wie sich die Veränderung der Vertragslaufzeiten bei der Weißen Linie auswirkt, bleibt abzuwarten. Hinterfragt werden muss auch, ob die konventionelle Konsummilch aufgrund des anhaltenden Absatzrückgangs überhaupt noch eine „Leitpreisfunktion“ haben kann. In der Nische boome der Absatz von Bio- (+11,3 %) und Weidemilch (+27,7 %). Jedoch ebenso eine Vielzahl an pflanzlichen Milchalternativen. Die Milcherzeuger stellen sich der gesellschaftlichen Diskussion



Stoßen auf die Milch an (v.l.n.r.): Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der LV Milch NRW, Wilhelm Brüggemeier, Westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW, Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, und Gerd Krewer, Geschäftsführer der DEULA Rheinland.
Foto: LV Milch NRW

von Klimawandel über Tierwohl bis zum Insektenschutz. Sie können dies aber nur tun, wenn die entsprechenden Mehraufwendungen durch höhere Erzeugerpreise ausgeglichen werden, so Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der Landesvereinigung Milch NRW.

▷ Die Initiative Dialog Milch will Landwirte bei einem konstruktiven Austausch mit Verbrauchern unterstützen.

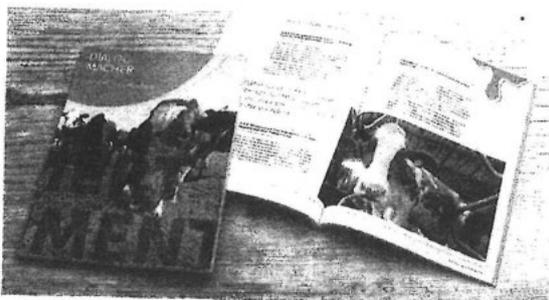


Foto: Werkbild

Antworten auf kritische Fragen

► Die neue Broschüre „Dialog.Macher“ für Milchkuhhalter soll Antworten auf kritische Verbraucherfragen liefern. Zum Inhalt gehören häufige Fragen aus den Bereichen Ökonomie, Ökologie, Tierwohl und Ernährung sowie Gastbeiträge von Experten und Best Practice-Beispiele aus der Landwirtschaft.

Ob mit Spaziergängern auf Feldwegen, in den Sozialen Medien oder beim Elternabend: Häufig machen Landwirte ganz nebenbei Öffentlichkeitsarbeit.

Um Vorurteile abzubauen, hilft es nicht, auf den unwissenden Verbraucher zu schimpfen. Zielführender sind ein konstruktiver Dialog und das persönliche Gespräch mit Interesse für die Sichtweisen des Gegenübers.

Die Initiative Dialog Milch will dabei unterstützen. Das Heft „Dialog.Macher“ wird über die Molkereien verteilt und ist bei den Landesvereinigungen der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen bestellbar.

Podiumsdiskussion über Nachhaltigkeit der Milcherzeugung

Eine Podiumsdiskussion über das Thema „Ist Milch der neue Diesel?“ veranstaltet die Initiative Dialog Milch am 12. August ab 18.00 Uhr in Berlin. Dabei soll nach eigenen Angaben zunächst beleuchtet werden, wie die Automobilindustrie mit dem Thema „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ umgeht. Diese Branche führe die Nachhaltigkeitsdebatte schon seit Jahren und verzeichne weiterhin große Umsätze. In einem zweiten Schritt sollen daraus Schlüsse für die Milchbranche gezogen werden. Während die Nachhaltigkeit von Milchalternativen in den Himmel gelobt werde, herrsche bei der Kuhmilch oft der Eindruck, sie stehe am Pranger.

Daraus ergebe sich die Frage: „Ist Milch der neue Diesel?“. Auf dem Podium werden unter anderem der Vizepräsident und Milchpräsident des Deutschen Bauernverbandes (DBV), Karsten Schmal, sowie der Berater und Kommunikationsexperte aus der Automobilindustrie, Stephan Lützenkirchen, erwartet. Außerdem wird Dr. Winnie Isabel Sonntag, die sich an der Universität Göttingen mit dem Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte beschäftigt, auf dem Podium sitzen.

Moderieren wird der Chefredakteur des Fachmagazins „top agrar“, Matthias Schulze Steinmann. Interessierte können die Veranstaltung online über einen Livestream verfolgen. (www.dialog-milch.de/ist-milch-der-neue-diesel)

AgE



Geht's mit der Trinkmilch in Zukunft bergab? Pflanzliche Drinks und eine allgemeine Zurückhaltung setzen dem Konsum zu.

Landesvereinigung NRW

Nur Bio-Milch erfüllt die Erwartungen

Von einer „insgesamt positiven Marktsituation“ berichtete Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V., kürzlich vor der Presse. Dennoch sei zu beklagen, dass die Erzeugerpreise trotz leichtem Anstieg nicht ausreichen würden, die entstandenen Mehrkosten der Milcherzeuger auszugleichen. Kostentreiber seien vor allem Futter, Energie, Tierwohl, Baurecht oder Klimaschutz. Dabei sei ein stärkerer Anstieg der Erzeugerpreise allein schon aufgrund der derzeit guten Marktbedingungen durchaus angemessen, bekräftigte Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der Landesvereinigung.

Sorge bereitet nicht nur den Milchlandwirten die Aussicht, dass die konventionelle Konsummilch stark rückläufig ist. Eine düstere Prognose lieferte Rudolf Schmidt mit seiner Einschätzung, dass in den kommenden fünf Jahren der Trinkmilchkonsum um ein Drittel einbrechen könnte. Positiv entwickeln sich in diesem Segment eigentlich nur Nischenprodukte, wie Bio- (+11,3 Prozent) und Weidemilch (+27,7 Prozent). Aber ebenso auch die sogenannten Milchalternativen auf Pflanzenbasis, die in den zurückliegenden Jahren ein Wachstum von über 200 Prozent hingelegt haben.

Dialog Milch

MIT SPEZIALITÄTEN PUNKTEN

„Milch ist einer der schwierigsten Rohstoffe der Welt. Zweimal täglich wird eine große Milchmenge gemolken, die direkt verarbeitet werden muss. Das schwächt die Position der Erzeuger“, ist nach Ansicht von Marketingberater Wolfgang Arens mit ein Grund dafür, warum sich derzeit flächendeckend kaum höherer Milchpreis am Markt durchsetzen lassen. Mit Arens zusammen diskutierten Milchkuhhalterin Birgit Blömer aus Rhede und Hans Stöcker als Mitglied im Aufsichtsrat der Molkerei Friesland-Campina zum Thema Milchpreis im Sonntags-Talk der Reihe „Dialog Milch“. Ein Internet-Modul, das sich an Verbraucher und Journalisten richtet. „Dialog Milch“ wird von den Landesvereinigungen der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen getragen.

Einig waren sich die Teilnehmer dieser Diskussionsrunde, die erneut von **Milch-Marketing**-Herausgeber Hans Wortelkamp moderiert wurde, darin, dass der übliche Milch-Erzeugerpreis, den die Landwirte erhalten, zu niedrig ist. Es brauche neben innovativen Produkten und Vermarktungswegen insbesondere auch Transparenz sowie eine offene und positive Kommunikation, die ein zutreffendes Bild der modernen Milchkuhhaltung, von Tierwohl und dem Wert der Milch als Lebensmittel an die Verbraucher übermittelt.



Dazu Hans Stöcker: „Nur so kann dafür gesorgt werden, dass die Anforderungen der Verbraucher in Hinblick auf Qualität, Frische und Tierwohl auch dazu führen, dass über den Milchpreis eine faire Entlohnung auf die Höfe zurückfließt.“

Eine Aufzeichnung des Sonntags-Talks gibt's auf dem YouTube-Kanal von Dialog Milch.

Ist die Milch der neue Diesel?

Die Initiative Dialog Milch lädt am 12. August ab 18 Uhr zu einer Podiumsdiskussion zum Thema „Ist Milch der neue Diesel?“ ein. Hierbei wird ein Blick darauf geworfen, wie die Automobilindustrie mit dem Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz umgeht, um daraus Schlüsse für die Milchbranche zu ziehen. Interessierte können die Veranstaltung, die in Berlin stattfindet, online über einen Live-Stream miterleben.

An der Podiumsdiskussion nehmen teil: Karsten Schmal, Vizepräsident und Milchpräsident beim Deutschen Bauernverband, Stephan Lützenkirchen, freier Berater und Kommunikationsexperte aus der Automobilindustrie, und Dr. Winnie Isabel Sonntag, Universität Göttingen, Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte. Hier der Link zum Live-Stream: <https://www.dialogmilch.de/ist-milch-der-neue-diesel>. ◀

Podiumsdiskussion über Nachhaltigkeit der Milcherzeugung

Eine Podiumsdiskussion über das Thema „Ist Milch der neue Diesel?“ veranstaltet die Initiative Dialog Milch am 12. August ab 18.00 Uhr in Berlin. Dabei soll nach eigenen Angaben zunächst beleuchtet werden, wie die Automobilindustrie mit dem Thema „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ umgeht. Diese Branche führe die Nachhaltigkeitsdebatte schon seit Jahren und verzeichne weiterhin große Umsätze. In einem zweiten Schritt sollen daraus Schlüsse für die Milchbranche gezogen werden. Während die Nachhaltigkeit von Milchalternativen in den Himmel gelobt werde, herrsche bei der Kuhmilch oft der Eindruck, sie stehe am Pranger. Daraus ergebe sich die Frage: „Ist Milch der neue Diesel?“. Auf dem Podium werden unter anderem der Vizepräsident und Milchpräsident des Deutschen Bauernverbandes (DBV), Karsten Schmal, sowie der Berater und Kommunikationsexperte aus der Automobilindustrie, Stephan Lützenkirchen, erwartet. Außerdem wird Dr. Winnie Isabel Sonntag, die sich an der Universität Göttingen mit dem Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte beschäftigt, auf dem Podium sitzen. Moderieren wird der Chefredakteur des Fachmagazins „top agrar“, Matthias Schulze Steinmann. Interessierte können die Veranstaltung online über einen Livestream verfolgen.

(www.dialog-milch.de/ist-milch-der-neue-diesel)

(AgE) ▲

Der NRW-Milchmarkt in der ersten Jahreshälfte 2021

Die Halbjahrespressekonferenz der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V. (Milch NRW) fand anlässlich der Errichtung eines neuen Tagungshauses im rheinischen Bildungszentrum der „grünen Berufe“, der DEULA Rheinland GmbH in Kempen statt.

Der Geschäftsführer, Dr. Rudolf Schmidt, bilanzierte die Situation auf dem NRW-Milchmarkt: Die Milchlieferungsmenge sei im Zeitraum Januar bis April im Vergleich zum Vorjahr in NRW um 2,6 Prozent und in Deutschland um 1,4 Prozent gesunken. In der EU sei im ersten Quartal mit einem minimalen Plus von 0,1 Prozent eine ausgeglichene Tendenz zu beobachten. Der Erzeugerpreis befinde sich mit 32,51 Cent/kg Milch (4 % Fett, 3,4 % Eiweiß) 1,5 Prozent unter dem Vorjahr. Auch wenn die Erzeugerpreise aktuell leicht steigen, reichen diese nicht, um die entstandenen Mehrkosten der Milchherzeuger (Futter, Energie, Tierwohl, Baurecht, Klimaschutz u. a.) auszugleichen.

Ein stärkerer Anstieg der Erzeugerpreise wäre auch aufgrund der derzeit guten Markt-

bedingungen absolut notwendig, weil die Liquiditätslage in vielen Betrieben sehr angespannt ist. Die Anzahl der Betriebe in NRW habe sich um 3,6 Prozent auf 5.055 reduziert, die Zahl der Milchkühe um 2,5 Prozent auf 387.862. Somit halte ein drastischer Strukturwandel an, bei dem sich die Anzahl der Milchkuhbetriebe in den letzten zehn Jahren in etwa halbiert hat. Nach aktuellen Daten des Landeskontrollverbandes wird sich diese Tendenz im ersten Vierteljahr 2021 auch bei Betrieben mit hohen Tierzahlen weiter beschleunigen.

Die Corona-Pandemie hat den Molkereien insbesondere im Food-Service große Umsatzeinbrüche beschert. Die aktuellen Lockerungen tragen zu einer Entspannung der Situation und einer Belebung der Nachfrage bei. Auch das Drittlandgeschäft ziehe insbesondere durch China wieder an, wenn auch die Verfügbarkeit von Containern zum Transport der Ware beklagt wird. Auf nationaler und internationaler Ebene hat Corona auch in der Milchwirtschaft die Verflechtung der weltweiten Wirtschaftsströme und die Be-

deutung von funktionierenden Lieferketten deutlich gemacht.

Wie sich die Veränderung der Vertragslaufzeiten bei der Weißen Linie auswirkt, bleibt abzuwarten. Hinterfragt werden muss auch, ob die konventionelle Konsummilch aufgrund des anhaltenden Absatzrückgangs überhaupt noch eine „Leitpreisfunktion“ haben kann. In der Nische boome der Absatz von Bio- (+ 11,3 Prozent) und Weidemilch (+ 27,7 Prozent). Jedoch ebenso eine Vielzahl an pflanzlichen Milchalternativen.

Die Milchherzeuger stellen sich der gesellschaftlichen Diskussion von Klimawandel über Tierwohl bis zum Insektenschutz. Sie können dies aber nur tun, wenn die entsprechenden Mehraufwendungen durch höhere Erzeugerpreise ausgeglichen werden, so Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der Landesvereinigung Milch NRW. Eine solide Nachfrage nach Milchprodukten auf dem Weltmarkt, gute Pulverpreise und eine Marktbelebung bei Abflauen der Pandemie sind nach Ansicht von Hans Stöcker gute Voraussetzungen für weiter anziehende Erzeugerpreise. ▲



Stoßen auf die Milch an: (v.l.n.r.) Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der LV Milch NRW, Wilhelm Brüggemeier, Westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW, Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, und Gerd Krewer, Geschäftsführer der DEULA Rheinland (Foto: Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V.)

Milch wieder „sexy“ machen

Ein Artikel in der „WirtschaftsWoche“ mit dem Titel „Ist Milch der neue Diesel?“ erweckt den Eindruck, dass Kuhmilch derzeit am Pranger steht. Hat Milch ein Imageproblem – ähnlich wie die Autoindustrie beim Abgasskandal 2015?

Milch macht müde Männer munter – so behauptete zumindest eine Werbung in den 1950er-Jahren. Später hieß es: Die Milch macht's. Promis wie Fußballer Miroslav Klose unterstützten diese Slogans. Doch seitdem ist es ruhig geworden mit überzeugenden Kampagnen rund um die Milch. Zum Teil werden Diskussionen um das einst beliebteste Grundnahrungsmittel kontrovers geführt. Kritiker legen den Finger in die Wunde: Haltungsformen werden hinterfragt sowie gesundheitliche Vorteile von Kuhmilch angezweifelt. Zeitgleich gewinnen Milchalternativen an Beliebtheit und füllen Supermarkt-Regale. Auch in puncto Nachhaltigkeit werden Hafer-, Soja-, Mandeldrinks und Co. in den Himmel gelobt. Autor Mario Bück von der „WirtschaftsWoche“ brachte es im Mai dieses Jahres im Artikel „Ist Milch der neue Diesel?“ auf den Punkt. Er zieht Vergleiche zwischen der Autoindustrie und der Milchbranche. Unter anderem verdeutlicht er, wie Hersteller von Pflanzendrinks klassischen Molkereien mit fast schon aggressiver Werbung einen Imageschaden verpassen – ähnlich wie es die Autoindustrie damals beim Abgasskandal erfuhr.

Milch und Diesel: Parallelen

Lässt sich aus der Automobilbranche diesbezüglich etwas lernen? In einer Podiumsdiskussion der Initiative „Dialog Milch“ am Donnerstag vergangener Woche in Berlin ging es um genau diese Frage. Und um sachlich an das Thema heranzugehen, schlugen die Veranstalter einen eher ungewöhnlichen Weg ein und luden einen Kenner der Automobilbranche aufs Podium: Stephan Lützenkirchen. Er ist seit 30 Jahren im Geschäft tätig und begleitet heute die „großen“ Fahrzeughersteller bei den Themen Digitalisierung und Geschäftsmodell-Entwicklung als Berater. Schnell „outete“ sich Lützenkirchen als Laie in Sachen



Milch-Alternativen stellen mit auffälliger Verpackung und interessanten Werbeslogans Kuhmilch zunehmend in den Schatten. Verliert Milch ihren Lifestyle-Charakter?

Landwirtschaft. Zwar erinnere er sich, wie er als Kind mit der Milchkanne zum nächsten Bauern gewandert sei. Heute greift er „fürs gute Gefühl“ eher ins Biomilch-Regal. Doch richtige Berührungspunkt habe er mit der aktuellen Milchviehhaltung nicht. Dies erklärt er sich unter anderem mit der geringen Medienpräsenz. „Als normaler Verbraucher bekomme ich nicht viel mit. Höchstens, wenn es um schlechte Milchpreise geht.“ Zwischen der Milch- und Autobranche sieht der Berater Parallelen und fasste diese wie folgt zusammen: „Beide Sektoren bewegen sich auf großen Märkten, haben gesamtwirtschaftlich gesehen eine enorme Relevanz, sind stark reguliert und bieten ideologische Projektionsflächen.“ Nicht zu kurz käme in beiden Bereichen auch die Emotionalität. Hier sieht der Experte die wohl

größte Chance für die Milchbranche – es müsse ihr lediglich gelingen, die „emotionale Energie in positive Energie umzuwandeln“. So sei beim damaligen Dieselskandal in erster Linie das Vertrauen der Verbraucher zerstört worden. „Das kann ich bei der Milch nicht feststellen“, betonte der Fachmann. Vertrauen sei in beiden Branchen das A und O sowie es hinzubekommen, beim Verbraucher ein gutes Gefühl zu erzeugen: „Dies erfordert großes Engagement an regelmäßiger Information, Transparenz und Kommunikation!“

Gegenseitige Empathie

Und somit stand die Frage im Raum, ob die Branche es versäumt hätte, zuletzt den Verbraucher auf positive Weise mitzunehmen? Hier sieht Dr. Winnie Sonntag, Marketingexperte für Lebensmittel und Agrarprodukte an der Universität Göttingen, noch Luft nach oben. Während die einen den Status quo behalten und nichts unternehmen, um Kuhmilch in ein besseres Licht zu rücken, gäbe es immer mehr – vor allem jüngere Betriebsleiter – die sich selbstkritisch hinterfragen. Ihrer Meinung nach müsse Kommunikation als Lehrfach in der Ausbildung von Landwirten angeboten werden. Doch wie muss laut Dr. Sonntag gute Kommunikation aussehen? „Es kommt nicht drauf an, auf der eigenen Meinung zu beharren, sondern seinem Gegenüber zuzuhören und auch dessen Meinung zu akzeptieren.“ Zudem spielen

Emotionen eine wichtigere Rolle als fachlich ausgerichtete Argumente. „Landwirte erwarten Empathie aus der Bevölkerung. Doch dann müssen Milchviehhalter auch mit Empathie an die Kritiker herangehen“, betonte die Podiumsteilnehmerin. Zuspruch diesbezüglich erhielt Dr. Sonntag von Lützenkirchen: „Ihr Riesenvorteil sind die rund 60 000 Milchviehbetriebe in Deutschland. Kuhhalter müssen ihre Türen öffnen und Verbrauchern erklären, was sie tun und wieso sie es tun.“ Den Anspruch dabei, alle 82 Mio. Verbraucher in Deutschland erreichen zu wollen, sollten Landwirte nicht haben. „Es wird nicht gelingen, über Nacht alle Menschen zu Katholiken zu machen“, zög Lützenkirchen den Vergleich und weiter: „Die Milch hat ein Stückweit ihren Lifestyle-Faktor verloren.“ Ersatzprodukten sei es dagegen gelungen, das Interesse beim Verbraucher zu wecken – durch geschickte Platzierung, auffällige Verpackungen und Schriftzüge, nannte Dr. Sonntag einige Beispiele. „Selbst der Karton fühlt sich anders an“, sagte die Marketingexperte. Vielleicht gelinge es mit modernen Verpackungen und einem ansprechenden Label, Kuhmilch wieder mehr in die Mitte der Gesellschaft zu rücken.

Schau her, das kann Milch

Zu diesem Punkt meldete sich Kerstin Wriedt, Initiative Milch, aus dem Publikum: „Es ist an der Zeit, dass die Milch wieder etwas über sich erzählt. Denn mehr als 90 % der Konsumenten haben Milch im Kühlschrank, jedoch nicht im Herzen.“ Und genau hier möchte sich die Initiative verstärkt an die Öffentlichkeit wenden. Unter dem Motto: „Schau her, das kann Milch“ soll wieder eine emotionale Bindung zur Kuhmilch hergestellt werden. Die Milch also neu inszenieren – sie nicht erklären, sondern sie zeigen. Für Karsten Schmal, DBV-Milchpräsident und selbst Kuhhalter, war dies wohl die wichtigste Erkenntnis der Veranstaltung. Emotionale Impulse zu setzen und das schon von Kindesbein an: „Es ist wichtig, dass auch heute Kleinkinder mit Milch in Berührung kommen, damit sie Milch als Grundnahrungsmittel akzeptieren“, so der Praktiker. „Wir wissen alle, welch wichtigen Baustein die Milch in unserer Ernährung einnimmt. Nun ist es an der Zeit, durch Kommunikation und Authentizität verstärkt aufzuzeigen, warum Milch so sexy ist“, lautete Schmals Appell an seine Berufskollegen. EVB

„Es muss der Milchbranche gelingen, emotionale Energie in positive Energie umzuwandeln.“

Stephan Lützenkirchen

8 | FRAGEN & MEINUNGEN



Das aktuelle Interview

Schulmilch wird zu 100 % gefördert

In der kommenden Woche startet in NRW wieder die Schule. Das neue Schuljahr wartet dabei mit Änderungen bei der Schulmilchförderung auf. Über die Neuheiten und den Einsatz von Landfrauen als Botschafterinnen für die Milch sprach die LZ mit Iris Venus, Ernährungswissenschaftlerin der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW.

LZ | Rheinland: Frau Venus, zu Beginn des neuen Schuljahres gibt es wieder Änderungen bei der Förderung von Schulmilch. Was genau ändert sich?

I. Venus: Seit 2018 gibt es das neue EU-Schulprogramm, bei dem erstmals die beiden Programmteile Schulobst und Schulmilch zusammengeführt wurden. Allerdings wurden die Programme bislang noch unterschiedlich gehandhabt. Beim Schulobst erfolgte eine kostenlose Abgabe – in der Regel zwei bis drei Portionen pro Woche – an die teilnehmenden Schulen. Hierzu gab es ein

mussten sich ab dem 22. März für das Schulmilchprogramm im neuen Schuljahr bewerben. An den Einrichtungen, die den Zuschlag bekommen haben, erhalten die Kinder jetzt ein Jahr lang zweimal pro Woche 200 oder 250 ml Schulmilch oder Joghurt, und zwar kostenlos. Dabei handelt es sich um Milch pur oder Naturjoghurt. Der Schulkakao ist ja bekanntlich nicht mehr im Schulmilchprogramm.

LZ | Rheinland: Wie viele Grundschulen, Förderschulen und Kindertageseinrichtungen haben denn in NRW den Zuschlag für die Schulmilchförderung erhalten? Und wo liegen die Schwerpunkte?

I. Venus: Derzeit sind es insgesamt 100 Grund- und Förderschulen und 728 Kindertageseinrichtungen (Anm. d. Red.: Der aktuelle Stand kann auf der Website des Landwirtschaftsministeriums unter www.schulobst-milch.nrw.de eingesehen werden). Es gibt also einen

ganz klaren Trend hin zu den Kindertageseinrichtungen. Man wird vermehrt das Augenmerk auf die Jüngsten setzen, um dort schon gleich die Chance zu nutzen, beispielsweise Vorschulkinder auf ein gesundes Schulfrühstück mit Milch und Obst und Gemüse entsprechend vorzubereiten.

LZ | Rheinland: Was wird künftig überhaupt noch im Rahmen des Schulmilchprogramms gefördert?

I. Venus: Die Gelder, die von der EU in das Schulmilchprogramm fließen, gehen zu 100 % in das Produkt, das gefördert wird. Also zu 100 % in die Förderung Schulmilch. Darüber hinaus genießen wir in NRW den Vorteil, dass Landesmittel zur Verfügung gestellt werden, mit denen das pädagogische Begleitprogramm zur Schulobst- und Schulmilchförderung zu 100 % finanziert wird. Hierzu gehört auch der Einsatz von Landfrauen, die zum Thema Milch und bessere Ernährung mit Unterrichtseinheiten in die Schulen gehen und Aufklärungsarbeit in den Kindertageseinrichtungen leisten. Insgesamt sind derzeit 46 Fachfrauen für das EU-Schulprogramm unterwegs. Diesen Einsatz gibt es in NRW bereits seit 22 Jahren. Daneben setzen sie das Projekt „Kinder lernen kochen“ mit den Modulen „Kinder lernen kochen“-Tour und „Frühstücksexperten“ um.

LZ | Rheinland: Was verbirgt sich hinter diesen Projekten?

I. Venus: Unter Anleitung einer Fachfrau werden bei der „Kinder lernen kochen“-Tour in Grund- und Förder-

Insgesamt 100 Grund- und Förderschulen sowie 728 Kindertageseinrichtungen haben in NRW den Zuschlag fürs EU-Schulmilchprogramm erhalten.

Iris Venus



Bewerbungsverfahren, an dem sich die Schulen beteiligen konnten. Dieses Verfahren wurde einmal jährlich durchgeführt und bei dieser Vorgehensweise sind 100 % der EU-Mittel in das Produkt Obst und Gemüse geflossen. Bei der Schulmilch galt dagegen bislang, dass alle Schulen und Kindertageseinrichtungen in NRW am EU-Schulmilchprogramm teilnehmen konnten und jedes Kind konnte 200 oder 250 ml Milch mit einem geringen Eigenanteil für die Eltern erhalten. Die Förderung floss also nicht zu 100 % in das Produkt Milch, sondern zielte darauf ab, an möglichst vielen Einrichtungen ein Angebot zu schaffen. Jetzt ist das Verfahren für die Schulmilch an das Schulobstprogramm angeglichen worden. Und das bringt folgende Änderungen mit sich: Die Schulen und Kindertageseinrichtungen



Bundesweit einmalig: 46 Fachfrauen aus dem Team des NRW-Schulprogramms sind derzeit in Grund- und Förderschulen sowie Kindertageseinrichtungen im Einsatz.



Die Kleinen und Großen sind begeistert von der „Kinder lernen kochen“-Tour. Fotos: LV Milch NRW

schulen gemeinsam internationale Rezepte mit Obst, Gemüse und Milch gekocht. Dabei ist auch eine mobile Küche im Einsatz. Bei den „Frühstücksexperten“ handelt es sich um ein Projekt für die Kindertageseinrichtungen. Hier geht es darum, den Kids möglichst früh Wissen über gesunde Ernährung und gesunde Lebensmittel zu vermitteln. Dieses Projekt ist sehr nah an der Lebenswelt der Kinder. Spielerisch versucht man hier Wissen über Lebensmittel überzubringen. In einem mobilen Kaufladen kaufen die Kinder die Lebensmittel ein und bereiten an mehreren Kochstationen dann gemeinsam ein leckeres Frühstück zu. So werden die Kids regelrecht zu kleinen Frühstücksexperten.

LZ | Rheinland: Und waren die Fachfrauen auch während der Corona-Pandemie aktiv?

I. Venus: Ja, viele von ihnen waren auch freiwillig während der Pandemie aktiv. In diesem Zusammenhang möchte ich allen Fachfrauen einen ganz besonderen Dank aussprechen, denn dies ist ja in solch einer Situation keine Selbstverständlichkeit und ging auch einher mit einem nicht unerheblichen Risiko für die eigene Gesundheit. Und dabei haben wir immer wieder gehört, dass die Frauen darauf hingewiesen haben, dass man einfach den Kontakt zu den Schulen nicht abreißen lassen will, um das Thema gesunde Ernährung an Schulen aufrecht zuerhalten. Natürlich sind die Fachfrauen von uns regelmäßig geschult worden und wurden auch auf ein entsprechendes Hygienekonzept vorbereitet. Hinzu kamen die jeweiligen Hygienekonzepte der Schulen und auch der Kindertageseinrichtungen, die es umzusetzen galt. Dies erforderte ein hohes Maß an Flexibilität. Immerhin konnten aber im vergangenen Schuljahr bei der „Kinder lernen kochen“-Tour 35 geplante Unterrichtseinheiten durchgeführt werden und so 778 Kinder

erreicht werden. Das ist ein ganz tolles Ergebnis. Und das Projekt ist auch weiterhin sehr stark nachgefragt von den Schulen. Momentan stehen 29 Grundschulen auf der Warteliste für die Tour. In Zeiten der Corona-Pandemie haben wir aber auch noch die „Kinder lernen kochen“-Tour auf ein digitales Format umgestellt. Die Fachfrauen haben dann aus ihrer Küche zu Hause in die Schulen gesendet und dort wurde dann gemeinsam mit den Kindern dieses Projekt im Klassenraum durchgeführt. In Corona-Zeiten wurden insgesamt 125 Einrichtungen von den Fachfrauen kontaktiert. Insgesamt wurden 37 Einsätze in Sachen Schulmilch und 38 Einsätze im Bereich Schulobst durchgeführt. Und das ist auch gut gelaufen.

LZ | Rheinland: Kommen wir zurück zum aktuellen Schuljahr. Gibt es genügend Fachfrauen im Team des NRW-Schulprogramms oder werden speziell im Rheinland noch weitere Interessentinnen gesucht?

I. Venus: Ja, wir suchen derzeit noch Interessentinnen für das Rheinland. Aktuell suchen wir noch Frauen oder auch Männer, die im Team des NRW-Schulprogramms mitmachen, und zwar für den Köln-Bonner Raum, das Bergische Land und den Rhein-Sieg-Kreis. Vor allen Dingen für junge Frauen ist es eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit, die sich gut mit Hof und Familie vereinbaren lässt und sich gut für den Wiedereinstieg ins Berufsleben eignet. Natürlich wird diese Tätigkeit vergütet und auch die Reisekosten werden erstattet.

LZ | Rheinland: Und welche Voraussetzungen müssen Neueinsteigerinnen mitbringen?

I. Venus: Wichtig ist, dass die Interessentinnen Freude am Umgang mit Kindern besitzen und Spaß an Öffentlichkeitsarbeit haben. Dabei suchen wir

?! FRAGEN & MEINUNGEN

natürlich insbesondere Frauen, die von einem Milchvieh- oder sonstigen landwirtschaftlichen Betrieb kommen oder auch eine landwirtschaftliche beziehungsweise hauswirtschaftliche Ausbildung haben. Natürlich bieten sich für die Arbeit im Team des NRW-Schulprogramms auch Frauen an, die sich im Bereich Bauernhofpädagogik weitergebildet haben. Voraussetzung für Neueinsteigerinnen ist die Teilnahme an zweitägigen Schulungen, die wir von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft jedes Jahr anbieten. Die Neueinsteigerinnen stehen im engen Austausch mit uns, aber auch mit Frauen, die schon lange in diesem Bereich tätig sind. Voraussichtlich findet die nächste Schulung im September statt. Allerdings wird die Schulung auch in diesem Jahr wieder digital abgehalten.

LZ | Rheinland: Welche Aufgaben kommen denn auf die Neueinsteigerinnen zu? Wie sieht die Arbeit in den Schulen und Kindertageseinrichtungen aus?

I. Venus: Hierzu gehört zunächst einmal als Aufgabengebiet die Kontaktaufnahme zu den Schulen und Kindertageseinrichtungen. Hinzu kommt das Aufgabengebiet der Planung und Durchführung von Informationsabenden für Schule und Elternpflegschaften rund um das gesunde Schulfrühstück mit Milch und Obst. Und die Haupttätigkeit ist natürlich die Planung und Durchführung von Unterrichtseinheiten. Möglichst kindgerecht sollen hier den Kids die Produkte Milch und Obst nähergebracht werden. Natürlich halten wir als Landesvereinigung zur Unterstützung der Einsätze der Fachfrauen auch Informationsmaterialien für den Unterricht bereit. Die Neueinsteigerinnen stehen zudem in einem engen Austausch mit uns, aber auch mit Frauen, die schon lange in diesem Bereich tätig sind. Wer einmal eine Fachfrau begleiten will, der kann dies gerne tun. Man kann sich anschauen, wie der Kontakt zur Schule hergestellt wird und was vor Ort passiert. So kann man dann sehr schön in dieses Projekt reinrutschen. Es wäre schön, wenn sich noch Neueinsteigerinnen melden würden. el

Interessentinnen bitte melden

Landfrauen, die sich für den Einsatz im NRW-Schulprogramm interessieren, sollten sich direkt an Iris Venus von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW wenden unter Telefon: 0 21 51/4 11 14 13.

Podiumsdiskussion: „Ist Milch der neue Diesel?“

„Ist Milch der neue Diesel?“ Dazu lud die Initiative DIALOG Milch zur Podiumsdiskussion mit Beteiligung des DBV am 12. August 2021 in Berlin ein. Es ging um Parallelen und Unterschiede der beiden bedeutenden Branchen bei den Themen Nachhaltigkeit/Klimaschutz und um den Dialog mit dem Verbraucher.



Mit dabei bei der Podiumsdiskussion (v.l.): Matthias Schulze-Seinmann, Chefredakteur „top agrar“, Dr. Winnie Isabel Sonntag von der Universität Göttingen, Karsten Schmal, Vize- und Milchpräsident des Deutschen Bauernverbands, sowie Stephan Lützenkirchen, freier Berater und Kommunikationsexperte aus der Automobilindustrie.
Fotos: DIALOG Milch

Die Headline „Ist Milch der neue Diesel“ aus einem Beitrag der „Wirtschaftswoche“ stand Pate für die Podiumsdiskussion der Initiative DIALOG Milch. Auf dem Podium in der Vertretung des Landes Niedersachsen beim Bund in Berlin: Karsten Schmal, Vizepräsident und Milchpräsident beim Deutschen Bauernverband, Dr. Winnie Isabel Sonntag, Universität Göttingen, Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte, sowie Stephan Lützenkirchen, freier Berater und Kommunikationsexperte aus der Automobilindustrie.

Lützenkirchen stellte Parallelen und Unterschiede zwischen Automobil- und Milchbranche vor. Die Moderation über-

nahm Matthias Schulze-Seinmann, Chefredakteur der Fachzeitschrift „top agrar“. Angemeldete Teilnehmer konnten die Diskussion auch online verfolgen.

Lützenkirchen, „ein Kind der späten 60er Jahre“, betonte, er sei kein Kritiker der Milch. Im Gegenteil. Seine Mutter habe ihn immer mit der Milchkanne zum benachbarten Bauernhof geschickt, wo ihn die Bäuerin, Frau Hoffmann, während des Melkens auf den Rücken der Kuh hob. Lützenkirchen zeigte Präsentations-Folien mit der damaligen typisch einprägsamen Werbung für Milchprodukte, an die er sich gerne erinnere. Die Milch bezeichnete er als „ein Kulturgut“. Er greife, wie der heu-

tige Verbraucher auch, in das Kühlregal mit den Bioprodukten, „ob des guten Gefühls“, ohne einen Gedanken an die Kuh und wie sie lebt.

Der entscheidende Unterschied

Zwischen der Automobilindustrie und der Milchwirtschaft gebe es laut Lützenkirchen einen gewaltigen Unterschied: „Einen entscheidenden Unterschied sehe ich darin, dass die Automobilindustrie das Vertrauen im Dieselskandal irreparabel zerstört hat. In der Milchwirtschaft gibt es dagegen einfach kontroverse Meinungen.“

Aber auch Gemeinsamkeiten: Die Herausforderungen durch neue Trends. So wie die Autoindustrie neue Antriebsformen und neue Geschäftsmodelle erforscht, sei die Milchindustrie mit Innovationen wie pflanzliche Milch-Alternativen konfrontiert. Zwischen seinem Arbeitsgebiet und der Milchwirtschaft gebe es eine besondere Verbindung: So habe eine Caravanning-Umfrage ergeben, dass viele Deutsche die App „Landvergnügen“ benennen und nutzen. Dazu informiert die Pressestelle des Berliner Betreibers, dass „mehr als 1.100 landwirtschaftliche Betriebe in ganz Deutschland als Gastgeber mit „Landvergnügen“ auch in der Saison 2021 Wohnmobilreisende begrüßen können. Nebenbei werde die regionale Ab-Hof-Vermarktung unterstützt. Der Gründer Ole Schnack lernte diese Gastgeber-Idee durch France Passion in Frankreich kennen.

Milchpräsident Karsten Schmal – er bewirtschaftet einen großen Milchviehbetrieb – sprach von enorm steigenden Produktionskosten der Landwirtschaft und dem Risiko von Extremwetterlagen. Seine Forderung: „Es muss mehr Geld auf die Höfe unserer Milchbauern.“ Im übrigen seien Milchbauern bei den aktuellen Themen wie Klimaschutz und Tierwohl schon auf gutem Weg. Die grüne Plakette habe die Milch verdient, aber die Bemühungen bräuchten auch ein „Preisschild“. Zum Tierwohl: „Unser Ziel ist, dass die Tiere viel länger auf unseren Höfen bleiben können.“ Die Landwirtschaft sei besonders bei der Digitalisierung sehr gut vorangekommen. Auch was die Ausbildung angeht, habe man in den letzten Jahren große Fortschritte zu verzeichnen. Der DBV-Vizepräsident: „Milch ist kein Luxusgüter, sondern ein alternativloses Grundnahrungsmittel. Die Gewinnraten von Auto- und Milchwirtschaft sind überhaupt nicht vergleichbar. Der Automarkt ist nicht so preissensibel wie wir es vom Markt eines Lebensmittels kennen.“

Wertewandel notwendig

Die Marketing-Expertin für Lebensmittel und Agrarprodukte von der Universität Göttingen, Dr. Sonntag: „Wir müssen uns als Branche immer stärker rechtfertigen und uns eine nachhaltigere Wirtschaftsweise aneignen, um Wertschätzung in der Gesellschaft zu erreichen.“ Manches

sei schwierig zu kommunizieren, wenn es um Milchviehhaltung, speziell die Anbindehaltung gehe. „Wir haben Landwirte, die in dem System gefangen sind.“ Manche Bauern könnten nicht umbauen. Man müsse nach einer Lösung suchen.

Ein Podiumsteilnehmer: „Wie kriegen wir die 82 Mio. Menschen dazu, dass sie sich für die Milchbranche interessieren?“ Möglichst viele zu erreichen, so Lützenkirchen, sei das Ziel. „Schule spielt für mich eine große Rolle, Medien spielen für mich eine große Rolle. Ohne den Anspruch zu haben, 82 Mio Menschen ‚katholisch‘ zu machen.“

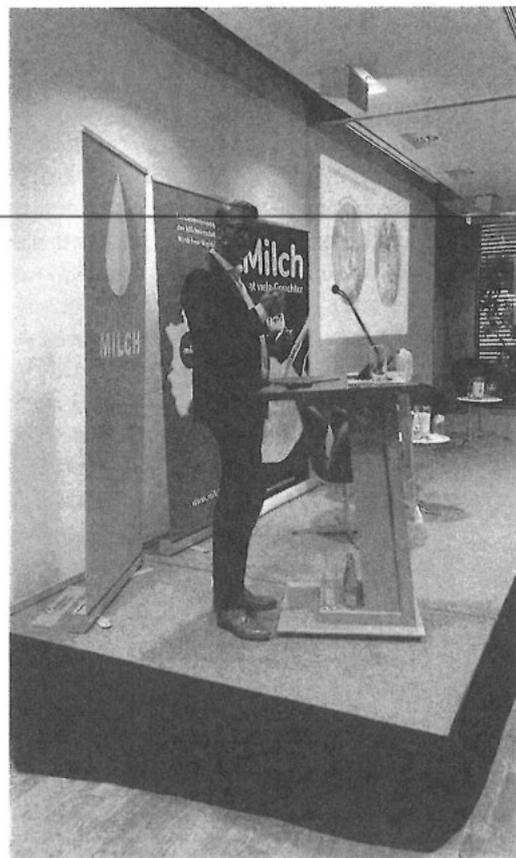
Sonntag gab zu bedenken: „Man hat als Verbraucher nur eine gewisse Lust und Zeit, sich zu informieren.“ Immer deutlicher zeige sich, dass das Thema „Labeling“ eine große Popularität bekommt. „Wenn Sie einen Joghurt sehen – da sind z.T. drei Label drauf – das ist ein Stückweit Überforderung. Es wird immer schwieriger, eine Tiergerechte Entscheidung zu treffen.“ Sonntag: „Der Trend ist, dass wir einen Wertewandel haben, Tierwohl, Klimaschutz, Nachhaltigkeit. Das sind Dinge, die interessieren als Verbraucher. ALDI hat den Pflock eingerammt. Das wird vermutlich die Marschrichtung für die Haltung der Tiere sein.“

Zum Thema der höherpreisigen Milch-Alternativen sagte Schmal, er sehe in manchen Supermärkten, dass bereits ein Drittel des Kühlregals mit Milch-Alternativen befüllt sei. Dabei bräuchten diese Produkte überhaupt keine Kühlung. Aber das werde bewusst so platziert. „Wir müssen eine Antwort darauf geben.“ Schmal: „Die Deutschen geben nur ca. 11 % ihres Einkommens für Lebensmittel aus. Das kenne ich von der Schweiz und Frankreich anders.“

Jan Heusmann, Vorsitzender der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V., die auch mit der Landesvereinigung Milchwirtschaft NRW in einem Boot sitzt, sprach von weiteren Optimierungen in der Milchbranche, „die ins Haus stehen“. Nach dem heutigen Wissensstand könne jedoch der CO₂-Fußabdruck bei der Milch nicht auf Null gebracht werden.

Sonntag: „Es gibt sehr viel Werbung bei den Milchersatz-Produkten und einen Riesen-Etat dafür. Die Unternehmen würden das nicht machen, wenn es sich nicht lohnen würde.“ Das gelte auch für das Verpackungsdesign dieser Lifestyle-Produkte. Die Wissenschaftlerin (Universität Göttingen) gab den Teilnehmern der Podiumsdiskussion eine Empfehlung für den Dialog mit Verbrauchern mit auf den Weg: „Kommunikation fängt beim Zuhören an. Zeigen wir unserem Gegenüber, dass wir seine Sorgen ernst nehmen und versuchen wir uns in seine Position zu versetzen.“

hs



Stephan Lützenkirchen stellte Parallelen und Unterschiede zwischen Automobil- und Milchbranche vor.

Milch und Diesel - Parallelen und Unterschiede in der aktuellen Situation

➤ Dialog Milch lud zur Podiumsdiskussion nach Berlin.

Am 12. August 2021 lud die Initiative Dialog Milch zur Podiumsdiskussion „Ist Milch der neue Diesel?“ ein. Vertreter aus der Milchwirtschaft diskutierten mit den Kommunikations-Experten Stephan Lützenkirchen und Dr. Winnie Sonntag in der Vertretung des Landes Niedersachsen beim Bund in Berlin. Zahlreiche Interessierte verfolgten die spannende Diskussion, die zeigte, dass die beiden Situationen nur bedingt vergleichbar sind, über einen Live-Stream.

Plakette, PS und Überholspur – was hat das mit Milch zu tun? Renommiertere Gäste kamen auf Einladung der Initiatoren von Dialog Milch dazu ins Gespräch: Karsten Schmal, Vizepräsident beim Deutschen Bauernverband, Stephan Lützenkirchen, freier Berater und Kommunikationsexperte aus der Automobilindustrie, sowie Dr. Winnie Isabel Sonntag von der Universität Göttingen, die dort im Bereich Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte tätig ist.

Die Moderation des Abends übernahm Matthias Schulze Steinmann, Chefredakteur von top agrar.

Stephan Lützenkirchen arbeitete Parallelen und Unterschiede im Umgang mit dem Thema „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ heraus: „Einen entscheidenden Unterschied sehe ich darin, dass die Automobilindustrie das Vertrauen im Dieselskandal irreparabel zerstört hat. In der Milchwirtschaft gibt es dagegen einfach kontroverse Meinungen.“

Beide Branchen würden aber gleichermaßen von Trends beeinflusst, hätten große wirtschaftliche Bedeutung und seien herausgefordert durch emotional aufgeladene Diskussionen. Lützenkirchen empfahl eine offene, ehrliche Kommunikation mit Kontinuität. Um langfristig ein gutes Gefühl für das Produkt Milch aufzubauen, brauche es viel Engagement. Milch sei ein Kulturgut! Aus seiner Sicht hat die Milch ein Stück weit den „Lifestyle“-Effekt verloren, was die Hersteller



Interessante Einblicke: „Ist Milch der neue Diesel“ diskutierten (v. l.) Moderator Matthias Schulze Steinmann, Dr. Winnie Sonntag, Universität Göttingen, DBV-Vizepräsident Karsten Schmal und Kommunikationsexperte Stephan Lützenkirchen in Berlin.



Stephan Lützenkirchen zeigte bei der Veranstaltung von Dialog Milch Parallelen und Unterschiede bei der Situation von Diesel und Milch auf. (Fotos: Dialog Milch)

von Produkten auf pflanzlicher Basis bei ihrem Marketing nutzen. Es gelte die Milch für die Konsumenten neu zu entdecken, wofür vermutlich ein größerer Aufwand am Point-of-Sale notwendig sei.

Zwei-Wege-Kommunikation notwendig zur Problemlösung

Dr. Sonntag brachte die Erfahrungen aus ihrer wissenschaftlichen Arbeit an der Universität Göttingen in die Diskussion ein und bekräftigte den Weg einer Wertekommunikation: „Kommunikation fängt beim Zuhören an. Zeigen wir unserem Gegenüber, dass wir seine Sorgen ernst nehmen und versuchen wir uns, in seine Position zu versetzen. Dabei sind Emotionen manchmal wichtiger als Fakten und so bauen wir Vertrauen auf.“ Ein Thema, dass in diesem Bereich falle, sei bspw. die Anbindehaltung, die ohnehin schwer zu kommunizieren ist und langfristig dem Verbraucher nicht mehr zu vermitteln sei. Das müsse dann einerseits auch als Problem angenommen werden, aber andererseits sollten dann auch die vorhandenen Hindernisse bei der Lösung klar angesprochen werden. Generell werde noch mehr Professionalisierung hinsichtlich der Kommunikation notwendig. So sei es sinnvoll einige der Landwirte in diesem Bereich zu schulen, um so auch die Öffentlichkeit noch besser zu erreichen. Einen Ansatz, bei dem nur die Vorteile der Milch im Vordergrund stünden, um die Kritiker zum Verstummen zu bringen, wie ihn ein Diskussionssteilnehmer aus dem Audi-

torium forderte, lehnte sie ab. Der Ursprung der Kritik an der Branche sei Besorgnis und Unsicherheit bei Themen wie Tierschutz oder Gewässerbelastungen. Da reiche es nicht aus die Produkte aufzuwerten. Da werde eine andere Ansprache gebraucht, so Dr. Sonntag.

Finanzieller Ausgleich für die Bemühungen notwendig

„Milch ist kein Luxusschlitten, sondern ein alternativloses Grundnahrungsmittel. Die Gewinnraten von Auto- und Milchwirtschaft sind überhaupt nicht vergleichbar. Der Automarkt ist nicht so preissensibel wie wir es vom Markt eines Lebensmittels kennen“, sagte Vizepräsident Karsten Schmal. Milchbauern seien bei den aktuellen Themen wie Klimaschutz und Tierwohl schon auf gutem Weg. Die grüne Plakette habe die Milch verdient, aber die Bemühungen bräuchten auch ein Preisschild.

Von verschiedenen Seiten werde die Branche vor Herausforderungen gestellt, aber die notwendige finanzielle Wertschätzung zu deren Bewältigung, sei nicht da. In anderen Ländern wie bspw. Frankreich oder Schweiz sei der Anteil der Gelder für Lebensmittel an den Gesamtausgaben deutlich höher als hierzulande.

Das Fazit des Abends zog Matthias Schulze Steinmann. Er habe gelernt, dass es zwar Parallelen zur Diesel-Situation gebe, aber im Gegensatz zu dessen Vertrauensverlust, die „Schlacht“ bei der Milch hierzulande noch lange nicht verloren sei. ▲



Forum Milch NRW 2021, Podium von links: Heinrich Gropper, Molkerei Gropper, Georg Geuecke, Bundesverband Rind und Schwein, Ludwig Börger, QM Milch und DBV, Benedikt Langemeyer, LV Milch NRW und DMK

Forum Milch NRW 2021

Welche Zukunft braucht die Milchwirtschaft?

Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. konnte am 28. September zum ersten Mal seit zwei Jahren ihr traditionelles Forum Milch NRW wieder live abhalten. Wenn auch die Teilnehmerzahl vor Ort in Schwerte durch die Hygieneauflagen begrenzt war, fand dennoch eine rege Diskussion zum Thema „Welche Zukunft braucht die Milchwirtschaft?“ statt. Molkerei-Industrie stellt die wesentlichen Aussagen der Tagung zusammen.

LV-Vorstand Wilhelm Brüggemeier wies in seiner Begrüßung darauf hin, dass die neue Regierung gesellschaftliche „Wünsche“ nach mehr Tier- und Umweltschutz umzusetzen versuchen werde. Die Borchert-Kommission habe jedoch bereits aufgezeigt, dass der Markt die damit zusammenhängenden Mehrkosten nicht decken wird. Die Zukunft werde zeigen, ob die Umsetzung der Wünsche wirtschaftlich erfolgen kann.

Ordnungspolitik wird es nicht richten



NRW-Landwirtschaftsministerin Ursula Heinen-Esser wies darauf hin, dass sich die Milchwirtschaft gemäß den gesellschaftlichen Forderungen verändern muss. Allerdings müsse die Gesellschaft die gewollte Veränderung auch bezahlen. Reines Fokussieren der Politik auf ordnungspolitische Vorgaben, ohne dass an die Erlösseite gedacht wird, werde die Produktion nur zunehmend ins Ausland wandern lassen. Mit der Sektorstrategie habe die Milchwirtschaft eine gute Grundlage zur Bewältigung der anstehenden Aufgaben. Selbstkritisch erklärte Heinen-Esser, dass es hätte gelingen müssen, noch vor der Bundestagswahl Leitplanken zu ziehen, die auf den Befunden der Borchert-Kommission basieren. Nun werde es bis in

den Sommer 2022 dauern, bis sich die Ausschüsse in Berlin wieder mit dem Thema befassen können. Klar sei, dass das Bau- und das Emissionsrecht an die Forderungen nach mehr Tierwohl und Nachhaltigkeit anzupassen sind.

Die NRW-Regierung bereitet eine Bundesratsinitiative vor, berichtete Heinen-Esser, die Tierwohl ins Benehmen mit dem Bau- und Emissionsrecht bringen und Berlin zwingen soll, sich mit dem Konnex auseinander zu setzen.

Auf den Markt einstellen



In der Podiumsdiskussion erklärte Heinrich Gropper, Geschäftsführer der Molkerei Gropper, die zusammen mit Dr. Oetker auch ein Werk im nordrhein-westfälischen Moers betreibt, dass sich die Molkereien wie auch die Landwirte auf den Markt auszurichten haben. Einfach so viel Milch zu produzieren wie man will und den Rest der Molkerei zu überlassen, sei nicht mehr zeitgemäß. Gropper sucht gezielt Nischen, in denen eine höhere Wertschöpfung möglich ist, an der dann auch die Lieferanten beteiligt werden. Die 120 Mio. kg

Tierwohl-Milch, die Gropper verarbeitet, bringen den Erzeugern 3 – 4 Cent mehr. Dieser Milchstrom ist zwar noch eine Nische, sagte Gropper, aber er werde auf Sicht zu einem generell höheren Standard in der Milcherzeugung führen.

Seit Kurzem bedient Gropper auch den Markt der pflanzlichen Mopro-Alternativen, mit gutem Erfolg, wie der Unternehmensinhaber berichtete. Diese Produkte haben inzwischen 6 – 8% Anteil am Milchmarkt, nächstes Jahr werden es zehn Prozent und auf Sicht möglicherweise 20%. Diese Menge komme nicht als Zusatz, sondern es wird wohl weniger Milch konsumiert werden. Für die Differenz heiße es, so Gropper, Verwertungen zu finden. Gropper kritisierte eine gewisse Behäbigkeit bei den Molkereigenossenschaften, die es bei Privaten so gar nicht geben könne.

Vieles zu unklar



Ludwig Börger, Geschäftsführer QM Milch e. V. und Referatsleiter Milch beim Deutschen Bauernverband, wies darauf hin, dass Tierwohl und Nachhaltigkeit zur Umsetzung verlässliche Rahmenbedingungen benötigen. Leider hätten die Borchert-Kommission wie auch die Zukunftskommission Landwirtschaft Fragen zur Finanzierung und zum Genehmigungsrecht offengelassen. Alles sei zu wolkig und zu unklar formuliert, wo die Landwirtschaft doch einen klaren Fahrplan brauche. Ungleich zu den Initiativen Weidemilch und VLOG, wo der Handel keinerlei Zusagen gemacht habe, sei nun auch der LEH aufgerufen, sich entsprechend einzubringen.

Forum Milch NRW

Diskussionen über die Zukunft der Milchwirtschaft

Die Milcherzeugung bewegt sich in eine unsichere Zukunft. Vertreter aus Politik, Milchindustrie und Landwirtschaft diskutieren aktuelle Probleme.

30.09.2021 von

Tabea Rinklake



Das diesjährige Forum Milch NRW fand in der Rohrmeisterei in Schwerte statt. (Bildquelle: LV Milch NRW)

Die Zukunft der Milchwirtschaft war das Thema auf dem 14. Forum Milch NRW der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen (LV Milch NRW). Rund 100 Branchenvertreter tauschten sich unter der Moderation von Detlef Steinert, Chefredakteur der LZ-Rheinland, dazu aus.



Der Blick in die Glaskugel, wie es zukünftig mit der Milchwirtschaft weitergeht, ist schwierig. Fest steht, dass mit der Umsetzung des Borchert-Plans Milcherzeuger vor großen Herausforderungen stehen.

TIER

Fotos: Yendilstock.adobe.com, Schildmann; Montage: Schildmann

wird schwer. Der Deutsche fährt mit seinem Porsche zum Discounter, während der Franzose mit seinem Renault Clio den Feinkostladen ansteuert.“ Eine Finanzierung durch eine höhere Mehrwertsteuer lehnt sie deshalb ab. „Mir wäre eine Abgabe, beispielsweise 20 Cent/kg Fleisch, die liebste Methode, um Betriebe bei der Umstellung zu unterstützen“, erklärte Heinen-Esser.

Verlässlichkeit ist gefragt

Für eine vernünftige Umstellung sind allerdings klar definierte Rahmenbedingungen notwendig, so der Appell von Georg Geuecke, Vorsitzender vom Bundesverband Rind und Schwein und selbst Milchviehhalter: „Die Politik muss die Leitplanken setzen.“ Und diese müssten breit genug sein, damit sinngemäß entlang des Weges noch Platz besteht, an Maßnahmen, die eventuell nicht so gut umsetzbar sind, noch zu justieren. Als Sprecher vor allem für Familienbetriebe verdeutlichte er, wie wichtig die Verlässlichkeit für Praktiker ist. Hier knüpfte auch der zweite Praktiker im Podium, Benedikt Langemeyer, an. Mit verlässlichen Rahmenbedingungen seien vor allem verlässliche Finanzierungsaussichten gemeint, die den Betrieben auf viele Jahre gesehen Planungssicherheiten bieten. Ihm fehlt zudem die ehrliche Diskussionskultur zwischen Erzeugern, Handel und Verbrauchern.

Die Referenten zogen am Ende der Veranstaltung folgendes Fazit:

- Mit Mut und Zuversicht in die Zukunft blicken.
- Die Borchert-Pläne sollten als Chance und nicht als Gefahr betrachtet werden.
- Für eine realistische Umsetzung sind verlässliche Finanzierungspläne auf lange Sicht unabdingbar.

EvB

Borchert als Chance sehen

Welche Zukunft braucht die Milchwirtschaft? Die Branche ist sich einig: Die Kriterien und Finanzierung des Borchert-Plans für mehr Tierwohl hätten besser gestern als heute stehen müssen. So das Fazit beim Forum Milch NRW.

Immer mehr Anforderungen seitens Politik und Handel belasten die Milcherzeugung. So werden verstärkt bisherige Produktionsverfahren hinterfragt und neue, kostenintensive Vorgaben an Haltungssysteme geäußert. Grund genug für die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW, bei ihrem diesjährigen Forum Milch am Dienstag vergangener Woche in Schwerte (Kreis Unna) eine Frage in den Fokus zu stellen: Welche Zukunft braucht die Milchwirtschaft?

Konkreter Fahrplan

So richtig wagte keiner der vier Podiumsteilnehmer den Blick in die Glaskugel. Einige zeigten sie sich allerdings schon: Die deutsche Milchviehhaltung hat Zukunft. Es

fragt sich nur, in welcher Form. Ludwig Börger, Geschäftsführer von QM Milch und DBV-Referatsleiter Milch, brachte es auf den Punkt: „Die Milchwirtschaft benötigt für den langfristigen Erfolg Unternehmer, die bereit sind, die Erwartungen des Marktes zu erfüllen.“ Dabei begrüßte er die Ziele der Borchert-Kommission, kritisierte jedoch, dass die Details – vor allem die genauen Kriterien und die Finanzierung des Ganzen – bislang unbeantwortet blieben. „Die Antworten auf diese Fragen hätten wir schon gestern gebraucht“, gab Börger zu bedenken. Hier sehe er die Politik in der Pflicht: „Mit der neuen Regierung brauchen wir jetzt einen konkreten Fahrplan.“ Doch dieser wird wohl auf sich warten lassen. So die Bestätigung

von NRW-Ministerin Ursula Heinen-Esser, die als Ehrengast zum Forum geladen war. Es sei ärgerlich, dass es nicht gelungen sei, die Borchert-Ergebnisse vor der Bundestagswahl am vergangenen Sonntag umzusetzen. „Jetzt wird es dauern“, kündigte sie an und weiter: „Vermutlich wird es Mitte 2022 sein, bis sich die neue Regierung damit beschäftigt.“ Klare Worte fand sie zudem in puncto Finanzierung der angedachten Tierwohl-, Klima- und Umweltschutz-Maßnahmen: „Es muss sich für jeden Landwirt rechnen.“ Doch die Wunschvorstellung, dass der Verbraucher sein Kaufverhalten ändert und für Mehrwert auch mehr bezahlt, sei unrealistisch. „Ein Umerzählen

Verbraucherorientiertes Produktportfolio

Wie knallhart das Business rund um Milch und Milchprodukte sein kann, erläuterte Heinrich Gropper, Geschäftsführer der Molkerei Gropper in Bissingen. Seit 30 Jahren ist Gropper im Geschäft tätig. Verhandlungen mit dem LEH sind oftmals schwierig und keinesfalls auf Augenhöhe. „In Gesprächen mit den wenigen großen Handelsplayern im Milchsegment wird die Austauschbarkeit ganz deutlich gemacht“, betonte er. Anders formuliert: Wenn das eine Molkereiunternehmen nicht zu einem genannten Preis liefert, wird es ein anderes tun. Entscheidend für ihn als Unternehmer ist die Fähigkeit, ein an den Bedürfnissen der

Verbraucher orientiertes Produktportfolio realisieren zu können. „Augen auf, alle Antennen auf an und schauen, was der Markt uns abverlangt“, so lautet seine Devise. Bereits 2017 ist Gropper mit einem eigenen Tierschutz-Label (basierend auf Vorgaben des Deutschen Tierschutzbundes) für Frischmilch auf den Markt gegangen. Und das mit Erfolg. Wie eine Teilnehmerin aus dem Publikum im Schwerte berichtete, erhält sie bis zu 4 Cent je kg mehr für besagte Milch: „Die Anforderungen sind realisierbar, die Audits konstruktiv und es fühlt sich sehr gut an, dass endlich mehr im Portemonnaie ankommt.“



Foto: von Beschwitz

Gaben Impulse zur Zukunft der Milchwirtschaft (von links): Ludwig Börger, Heinrich Gropper, Georg Geuecke und Benedikt Langemeyer.

Ohne Milch? Ohne mich!

Die Initiative Milch ruft zum Dialog auf und will sich für Kuhmilch stark machen. Kerstin Wriedt ist die Geschäftsführerin und spricht im Interview über Ziele und Herausforderungen.

Frau Wriedt, was genau steckt hinter der Initiative Milch?

Wriedt: Die Initiative Milch will sich für die Milch stark machen. Bisher gibt es kein bundesweites Organ, das mit einer einheitlichen Stimme über Milch in Richtung Verbraucher spricht. Wir wollen Kräfte bündeln, uns in Gespräche einbringen, sachlich aufklären, aber auch emotional erzählen. Bisher urteilen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Kritiker über die Milch, ohne dass jemand etwas dagegen setzt. Das ist gefährlich, weil sich die öffentliche Meinung insbesondere über die Google-Suche oder Soziale Medien bildet. Die Milch muss also auch im digitalen Raum lauter werden.

Wer hat die Initiative Milch ins Leben gerufen und wie finanziert sich das Projekt?

Wriedt: Die Idee der sogenannten Branchenkommunikation ist während der Ausarbeitung der Sektorstrategie 2030 entstanden. Initiatoren sind also die drei großen Verbände Deutscher Bauernverband (DBV), Milchindustrie-Verband (MIV) und Deutscher Raiffeisenverband (DRV).



Foto: Initiative Milch

△ Kerstin Wriedt setzt sich als Geschäftsführerin der Initiative Milch für das Image ein.

Die Finanzierung erfolgt auf freiwilliger Basis durch Molkereien. Sie haben sich bereit erklärt, 15 ct/t angelieferter Rohmilch zu zahlen. Es ist gelungen, rund 80 % der deutschen Milchmenge dafür zu bündeln. In Summe stehen 4 Mio. € für das Projekt zur Verfügung. Die Laufzeit ist erstmalig auf vier Jahre angelegt.

Was genau verbindet Sie mit dem Thema Milch?

Wriedt: Unabhängig davon, dass ich immer Milch im Kühlschrank habe, hatte ich auch beruflich schon viel damit zu tun. Ich war in einer internationalen Agentur tätig, in der ich den Food-Bereich mit aufgebaut und später geleitet habe. Dort habe ich an der Seite von Unternehmen wie Danone oder Mars gearbeitet. Es ging in dem Job um Produktrezepturen, aber auch

um integrierte Kommunikation und Mediengestaltung unter anderem für Milchprodukte.

Warum sind Sie die Richtige, um Imagewerbung für Milch zu machen?

Wriedt: Mich fasziniert das schöne Produkt Milch mit der Emotionalität, dem Genuss und der Vielfalt. Außerdem reizt mich die Herausforderung, viele Akteure der Branche zusammen in eine Richtung zu bringen. Es geht darum, gesellschaftliche Fragen ganzheitlich zu beantworten. Meine Stärke ist außerdem das Übersetzen. Also die verständliche Vermittlung von komplexen Informationen. Das habe ich insbesondere während meiner Agenturzeit gelernt. Da ich in einer Großstadt lebe, kenne ich außerdem die Bedürfnisse junger Familien und Menschen, die weit entfernt von der Landwirtschaft sind. Das halte ich für sehr wichtig, da

SCHNELL GELESEN

Die Initiative Milch ist ein vom Deutschen Raiffeisenverband, vom Deutschen Bauernverband und vom Milchindustrie-Verband ins Leben gerufenes Organ.

Die Molkereien beteiligen sich freiwillig mit 15 ct/t Milch an der Finanzierung der sogenannten Branchenkommunikation.

Ziel ist, die Kräfte der Milchbranche zu bündeln, Milch wieder zu einem Lifestyle-Produkt zu machen und kritischen Fragen mit Fakten zu begegnen.

Die Kommunikation richtet sich über Social Media, Influencer, Pressearbeit und klassische Werbemaßnahmen wie Plakate an junge Verbraucher.

„Bisher urteilen NGOs und Kritiker über die Milch, ohne dass jemand etwas dagegen setzt.“

die Zielgruppe der Initiative Milch Verbraucher sind. Dennoch ist es mir natürlich wichtig, auch die Landwirte im Blick zu behalten.

Wie gelingt Ihnen das?

Wriedt: Meine große Aufgabe ist zurzeit ein Netzwerk aufzubauen. In Zeiten von Corona ist das nicht so einfach, da keine Veranstaltungen stattfinden. Umso schöner ist es, dass im Sommer wieder persönliche Begegnungen möglich waren, wie beispielsweise kürzlich bei der Podiumsdiskussion von Dialog Milch. Die Landesvereinigung Milch NRW und Milchland Niedersachsen sind im Übrigen auch wichtige Ansprechpartner für mich.

Die Diskussion um die Branchenkommunikation läuft schon eine ganze Weile. Passiert ist bislang wenig. Woran hakt es?

Wriedt: Passiert ist schon einiges, allerdings hinter den Kulissen. Wir haben zunächst einen Pool mit Experten aus

**„Unser Ziel ist, Milch
wieder zu einem Lifestyle-
produkt zu machen.“**

den verschiedenen Themenbereichen zusammengestellt. In unserem Pressebüro haben wir uns außerdem mit vorhandenen Milchmythen beschäftigt: Welche gibt es, wo begegnen sie uns und mit welchen Fakten können wir argumentieren? Wir reagieren gezielt auf Beiträge von Zeitungen oder anderen Redaktionen und beziehen selbst über redaktionelle Beiträge Stellung für die Milch. Dazu haben wir auch schon positive Rück-

meldungen bekommen: Ein Ehepaar bedankte sich, dass endlich mal wieder jemand eine Lanze für die Milch bricht.

Wir haben außerdem eine komplett neue Website (Anmerkung der Redaktion: www.initiative-milch.de) aufgesetzt. Unsere Social Media-Kanäle stehen in den Startlöchern und es läuft die Vernetzung mit Stakeholdern.

Wie genau dürfen wir uns die Imagewerbung für die Milch vorstellen?

Wriedt: Es geht eben nicht um klassische Werbung. Das Produkt Milch steht im Vordergrund. Wir bieten Inspirationen über Genuss und Informationen, zum Beispiel über die Produktion. Landwirtschaft und Tierwohl stehen nicht im Vordergrund, fließen aber mit ein. Wir wollen der Öffentlichkeit zeigen, was die Branche unternimmt und in den Austausch gehen.

Ziel ist, Milch wieder zu einem Lifestyle-Produkt zu machen. Dazu arbeiten wir auch mit Influencern

zusammen, die zum Teil schon jetzt Imagearbeit in den Sozialen Medien für die Milch für uns betreiben. Die Bandbreite reicht von Rezeptideen über Impulse zu persönlichen Verbindungen zur Milch. Mithilfe der Sozialen Medien wollen wir die positiven Aspekte in die Breite bringen. Sie sollen aber auch eine Plattform für kontroverse Diskussionen sein, die in Verbindung mit Milch stehen.

Sie rechnen also mit Kritik?

Wriedt: Ja, ich rechne fest damit, dass wir herausgefordert werden.

Wie bereiten Sie sich und die Influencer darauf vor?

Wriedt: Wir stimmen gerade ein Grundlagenpapier mit Experten der drei Verbände ab. Denn die Infos, die wir rausgeben, müssen Hand und Fuß haben. Den Influencern geben wir Antworten zu häufig gestellten Fragen an die Hand. Außerdem haben wir vorab ihre Position gegenüber Milch besprochen. Wichtig ist, dass alle Multiplikatoren aus persönlicher Überzeugung hinter dem Produkt Milch stehen. Wir sind in einem regen und regelmäßigen Austausch mit ihnen. Grundsätzlich agieren die Influencer aber für sich.

Das heißt, die Influencer übernehmen die eigentliche Imagearbeit?

Wriedt: Sie sind ein wichtiger Teil der Kommunikation, wir entwickeln aber auch eigene Formate, wie z. B. einen Youtube-Auftritt mit „Milch-TV Webcasts“. Dort nehmen wir in Gesprächen mit Personen in- und außerhalb der landwirtschaftlichen Branche Themen auf.

Zusätzlich wird es Unterstützung durch Pressearbeit und klassische Werbemaßnahmen, wie Plakate, Onlineformate und Print geben. Damit wollen wir Reichweite aufbauen und den Dialog mit interessierten Verbrauchern starten.



Foto: Initiative Milch

▷ Keine Werbung im klassischen Sinne: Die Initiative Milch will sowohl auf digitalen Kanälen als auch auf altbewährte Weise mit Postern Imagearbeit für die Milch betreiben.

Wer Öffentlichkeitsarbeit für die Landwirtschaft betreibt, läuft häufig Gefahr, innerhalb eben dieser landwirtschaftlichen Blase zu bleiben. Wie wollen Sie das vermeiden?

Wriedt: Es liegt in der Aufbereitung der Themen und der Kanäle. Wir agieren dabei immer aus Sicht der Verbraucher und orientieren uns daran, welche Themen in digitalen Kanälen aktuell sind. Die Influencer und Social Media-Kanäle tragen mit dazu bei, die Themen in die breite Masse zu tragen.

In den Reihen der Landwirte gibt es einige Kritiker gegenüber der Kommunikationskampagne. Wie gehen Sie damit um, was raten Sie denen?

Wriedt: Ich empfehle der Milchwirtschaft dringend, sich ein eigenes Organ zu schaffen. Denn, wie schon gesagt, es gibt niemanden, der positiv und emotional in Richtung Verbraucher spricht und professionell NGOs oder Tierschutzorganisationen die Stirn bietet. Als hochwertiges Lebensmittel verdient es die Milch, dass sich jemand für sie stark macht.

Der Milchpreis ist derzeit eines der drängendsten Themen auf den Höfen. Führt die Initiative Milch zu mehr Wertschöpfung?

Wriedt: Unser Ziel ist erstmal, das Thema Milch positiv zu besetzen und bei Verbrauchern Rückhalt durch Verständnis und Wertschätzung aufzubauen. Das ist eine wichtige Grundlage für alles Weitere.

Zurzeit sind Milchalternativen auf dem Vormarsch. Die Anbieter haben hohe Werbebudgets zur Verfügung. Die Initiative Milch kann für die Laufzeit von 4 Jahren lediglich auf ein Etat in Höhe von 4 Mio. € zurückgreifen. Wie will Kuhmilch da mithalten?

Wriedt: Pflanzliche Milchalternativen sind momentan deutlich präsenter in der Wahrnehmung als Kuhmilch. Dabei steht das in keinem Verhältnis zum Marktanteil. Denn bei der großen Mehrzahl der Haushalte steht Kuhmilch im Kühlschrank. Diese Milchfans wollen wir ansprechen und motivieren und kritische Verbraucher abholen. Wenn alle Akteure der Branche mitmachen, bündeln wir immense Kräfte.

Es ist davon auszugehen, dass es beim Thema Milch früher oder später um Kritikpunkte wie bspw. die Trennung von Kuh und Kalb geht. Wie bereiten Sie sich darauf vor?

Wriedt: Tierhaltung ist ein sehr sensibles Thema. In diesem Bereich muss ich zu 100 % sicher sein, dass wir fachlich korrekt, gut und schlüssig argumentieren. Dazu haben wir die Unterstützung aus den Fachbereichen. Hier sind aber auch die Beispiele aus dem Alltag wichtig, die die Mensch-Tier-Beziehung und moderne Haltung zeigen. Darin betten wir auch den Umgang mit Kälbern ein. Wir wollen Anreize für Verbraucher schaffen, sich tiefer zu informieren und stellen die Verbindung zu den richtigen Ansprechpartnern her.

„Die Sozialen Medien sollen auch eine Plattform für kontroverse Diskussionen sein.“

„Ich möchte, dass auch in vier Jahren weiterhin 90 % der Haushalte gerne Milch im Kühlschrank stehen haben.“

Initiatoren der Initiative sind die drei großen Milchverbände. Hand aufs Herz: Wie selbstbestimmt dürfen Sie handeln?

Wriedt: Das Konzept wurde ja schon im Vorfeld von allen freigegeben. Es gibt regelmäßige Telefonate, in denen wir uns austauschen. Die Agentur FischerAppelt und ich dürfen entscheiden, wie wir vorgehen und welche Inhalte wir bringen. Wichtig ist, dass am Ende das Ergebnis stimmt.

Und welche Ergebnisse möchten Sie in den vier Jahren Laufzeit erzielen?

Wriedt: Mein Ziel ist, dass wir die verschiedenen Kräfte der Milchbranche bestmöglich zusammengefügt haben. Wir wollen im Idealfall ein konstantes Bild der Milch schaffen, an dem wir stetig selbst mitarbeiten. Ich möchte, dass auch in vier Jahren weiterhin 90 % der deutschen Haushalte gerne Milch im Kühlschrank haben. Außerdem habe ich mir vorgenommen, den handwerklichen Hintergrund von Milch mehr hervorzuheben – sowohl von landwirtschaftlicher als auch von molkereiwirtschaftlicher Seite. Ich möchte, dass Verbraucher ein positives Gefühl mit Kuhmilch assoziieren und wissen, dass Milch eine zukunftsrelevante Branche ist, in der mit viel Liebe, Knowhow und Leidenschaft gearbeitet wird.

Stellen Sie sich vor, wir schreiben das Jahr 2031. Wird es die Initiative Milch noch geben?

Wriedt: Die Initiative Milch ist zunächst für eine Laufzeit von vier Jahren fest eingeplant. Aus meiner Sicht ist es unverzichtbar, ein gemeinsames Organ zu haben. Sei es die Initiative Milch oder möglicherweise in zehn Jahren eine vergleichbare Instanz, die sich für die Milch stark macht. Und genau damit fangen wir jetzt an!

Forum Milch NRW 2021 in Schwerte:

Welche Zukunft braucht Milchwirtschaft?

Das 14. Forum Milch NRW der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e. V. (LV Milch NRW) fand am 28. September 2021 in der Rohrmeisterei in Schwerte statt. Rund 100 Branchenvertreter diskutierten dort das Thema: „Welche Zukunft braucht Milchwirtschaft?“ Zusätzlich wurde die Veranstaltung per Livestream auch im Netz übertragen.



Frau Ministerin Heinen-Esser mit Impulsen zur Zukunft der Milchwirtschaft.

In Ihrem Grußwort brachte die Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz, Ursula Heinen-Esser, ihre Anerkennung zum Ausdruck, dass Milcherzeuger und Molkereien in der Corona-Pandemie bewiesen haben, wie konkurrenzstark und krisensicher sie aufgestellt sind. Die Versorgung mit Milch und Milcherzeugnissen sei zu jeder Zeit sichergestellt gewesen. Mit Blick in die Zukunft müsse sich aber auch die Milchwirtschaft verändern, um den gesellschaftlichen Anforderungen an das Tierwohl, den Klima- und Umweltschutz sowie der Biodiversität gerecht zu werden. Die Milchbranche könne

sich dabei auf ihre Stärken stützen. Die notwendigen Änderungen müssten gemeinsam verfolgt werden und mit der Sektorstrategie sei bereits ein guter Grundstein gelegt. Klar sei aber auch, ein gesellschaftlich gewollter oder gesetzlich festgeschriebener höherer Aufwand müsse durch einen entsprechenden Ausgleich kompensiert werden. Unter dem Strich müsse sich das Geschäft für den Landwirt und die Molkereien rechnen.

Der Geschäftsführer der Molkerei Gropper GmbH und Co. KG in Bissingen, Heinrich Gropper, erklärte, dass die deutsche Milchwirtschaft in Zukunft vor allem eine Vision und Leidenschaft brauche. Ihre Zukunftsvorstellungen realisiere sie am besten mit Reaktionsschnelligkeit, der entsprechenden Kostenstruktur und einem verstärkt an den Bedürfnissen der Verbraucher orientierten Produktportfolio. Dabei könnten beispielsweise Mehrwertkonzepte zu den gesellschaftlichen Fokus-Themen (Tierwohl, Regionalität, Nachhaltigkeit), die in Partnerschaften zwischen Erzeugern, Molkereien und Handel erarbeitet und umgesetzt werden, auch eine bestimmte Rolle einnehmen. Nur so könne ihr Bestehen im Wettbewerb mit anderen internationalen Unternehmen auf den Märkten gesichert werden.

Für Georg Geuecke, Vorsitzender vom Bundesverband Rind und Schwein e. V. und Mitglied in der Borchert-Kommission, hat Milchwirtschaft auch zukünftig ihren festen Platz. Dies begründe sich gerade mit Blick auf die Klimadiskussion schon allein





Aktiver Dialog am „runden Tisch“ der Milchwirtschaft (v.l.n.r.: Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, Wilhelm Brüggemeier, Westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW, Ludwig Börger, Geschäftsführer vom QM Milch e.V. und Referatsleiter Milch beim Deutschen Bauernverband, Heinrich Gropper, Geschäftsführer der Molkerei Gropper GmbH und Co. KG, Georg Geuecke, Vorsitzender vom Bundesverband Rind und Schwein e. V. und Mitglied in der Borchert-Kommission, Benedikt Langemeyer, Vorsitzender Ausschuss Öffentlichkeitsarbeit und DMK-Aufsichtsrat, Detlef Steinert, Chefredakteur LZ Rheinland, Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer LV Milch NRW)

aus dem Wirtschaften in einer Gunstregion, in der Milch vergleichsweise ressourcenschonend produziert werde. Milchwirtschaft sei mit Blick auf die Zukunft der Welternährung immer auch im globalen Kontext zu betrachten. Für ihn sei es wichtig, Rahmenbedingungen zu schaffen, die die Position der Familienbetriebe stärken.

kommission Landwirtschaft könne unter dieser Voraussetzung für die neue Bundesregierung zu einem Mammutprojekt werden. Es zeige sich, dass die Akteure aus der Lebensmittelkette schneller agieren – das solle bei allen politischen Aktivitäten Berücksichtigung finden.

Für Benedikt Langemeyer, Vorsitzender Ausschuss Öffentlichkeitsarbeit der LV Milch NRW und DMK-Aufsichtsrat, brauche es für eine gute Zukunft zum einen verlässliche Rahmenbedingungen durch Politik und Handel, die den in Deutschland geleisteten Mehraufwand für Maßnahmen im Bereich Tierwohl, Tierschutz, Klima und Nachhaltigkeit entsprechend honorieren. Zum anderen wünscht er sich eine Diskussionskultur, die ehrlich, vertrauensvoll und von gegenseitigem Respekt geprägt ist.

Moderiert vom Chefredakteur der LZ-Rheinland, Detlef Steinert, nutzten die Teilnehmer im Publikum die Gelegenheit, die angesprochenen Aspekte eingehend mit den Referenten zu diskutieren und zu vertiefen. Aktiver Dialog am „runden Tisch“ der Milchwirtschaft.

Reges Interesse an Podiumsdiskussion beim Forum Milch NRW

Ludwig Börger, Geschäftsführer vom QM Milch e.V. und Referatsleiter Milch beim Deutschen Bauernverband in Berlin, stellte fest, die Milchwirtschaft benötige für den langfristigen Erfolg vor allem Unternehmer, die bereit seien, die Erwartungen des Marktes zu erfüllen. Diese Erwartungen würden sich mit Blick auf Umwelt-, Klima- und Tierschutz mit immer höherer Schlagzahl weiterentwickeln. Der Erfolg politischer und wirtschaftlicher Initiativen solle deshalb vor allem daran gemessen werden, ob und in welchem Maß sie zu einer höheren Verlässlichkeit für landwirtschaftliche und milchwirtschaftliche Unternehmen beitragen. Die Umsetzung der Vorschläge der Borchert-Kommission und der Zukunfts-



„Frühstücksexperten“ zu Gast in der Kita

16 Vorschulkinder bereiteten in dem Düsseldorfener Kindergarten mit sichtlich Spaß leckere Gerichte mit Milch, Obst und Gemüse zu. Ein besonderes Highlight dieser pädagogischen Praxiseinheit: ein Kaufladen mit allem, was zum Einkaufen dazu gehört. Dieser wird vom Team der LV Milch NRW, die dieses Projekt durchführt, gleich mitgebracht und im Gruppenraum aufgebaut. So lernen die Kids nicht nur, die landwirtschaftlichen Erzeugnisse zu verarbeiten, sondern auch, wie man umweltbewusst einkauft. „Bei unserem Einkaufsspiel kann ich den Kindern besonders gut wertvolle Tipps vermitteln. So können sie praktische Anregungen, wie beispielsweise beim Einkaufen eine Tasche mitzubringen und auf Umverpackungen zu verzichten, direkt in die Tat umsetzen“, so Hildegard Hansmann-Machula, Landfrau und Fachfrau im Schulmilchteam NRW. Frank Maurer von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. betont: „Am Weltschulmilchtag mit unserem neuen Projekt „Frühstücksexperten“ hier zu Gast in der Kita in Düsseldorf zu sein, ist für uns von besonderer Bedeutung. Die



Die Kinder der Kita „Kleiner Elefant“ hatten viel Freude beim Einkaufen der Zutaten für ihr gesundes Frühstück.
Foto: Milch NRW

Anzahl der milchbeziehenden Kindergärten ist deutlich gestiegen. Diesen Trend wollen wir nutzen, um Kinder bereits im Kindergartenalter über die Bedeutung der richtigen Ernährung aufzuklären und wichtige Informationsarbeit bei Eltern, Erzieherinnen und Erziehern zu leisten.“

Zukunft braucht mehr Unterschiede

14. Forum Milch NRW der Landesvereinigung fand in Schwerte statt



Aktiver Dialog am runden Tisch der Milchwirtschaft (v.l.n.r.): Hans Stöcker, Rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, Wilhelm Brüggemeier, Westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW, Ludwig Börger, Geschäftsführer QM-Milch und Referatsleiter Milch beim DBV, Heinrich Gropper, Geschäftsführer Molkerei Gropper, Georg Geuecke, Vorsitzender BRS, Benedikt Langemeyer, Vorsitzender Ausschuss Öffentlichkeitsarbeit der LV Milch NRW und DMK-Aufsichtsrat, Detlef Steinert, Chefredakteur LZ Rheinland, und Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer LV Milch NRW. Foto: Frank Maurer

Milch hat eine Zukunft. Darin waren sich die Teilnehmer einer Diskussionsrunde anlässlich des 14. Forum Milch NRW der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. (LV Milch NRW) einig. Sie gingen am Dienstag vergangener Woche in der Rohrmeisterei in Schwerte der Frage nach: „Welche Zukunft braucht die Milchwirtschaft?“. Rund 100 Branchenvertreter verfolgten vor Ort die teils konträren Standpunkte, weitere Zuschauer hatten die Möglichkeit, per Livestream teilzunehmen. Einen Konsens fanden die Vertreter aus Molkereiwirtschaft, Zuchtorganisationen, Verbänden, Praxis und Politik jedoch. Diversifizierung, also eine Differenzierung des Angebots entsprechend den Wünschen der Verbraucherschaft, kann der Schlüssel für die Zukunft des Sektors sein. Voraussetzungen dafür seien allerdings verlässliche Rahmenbedingungen und eine entsprechende Entlohnung des Mehraufwands. Außerdem sollte besser gebündelt wer-

viehalter die an sie gestellten Anforderungen einhalten. Ein leicht verständliches System aus einer Hand wäre dafür hilfreich.

Zu Beginn sprach Ursula Heinen-Esser, Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz, ein Grußwort und lobte die Krisensicherheit der Milchwirtschaft während der Pandemie: „Die Versorgung mit Milch und Milcherzeugnissen war zu jeder Zeit sichergestellt.“ Zukünftig müssten aber auch Veränderungen im Milchsektor vorgenommen werden, um den gesellschaftlichen Anforderungen an das Tierwohl und Klima- sowie Umweltschutz gerecht zu werden. Diesbezüglich blickt die Ministerin positiv in die Zukunft: „Ich sehe für die Milchwirtschaft gute Chancen, diese Herausforderungen zu meistern.“ Außerdem sprach sie sich dafür aus, keine neuen Anforderungen an die Landwirtschaft zu stellen, sondern ihr Zeit zu geben, sich auf die bestehenden

Im Anschluss diskutierten vier Vertreter der Milchwirtschaft ihre Zukunftsvisionen für die Branche untereinander, mit der Ministerin und mit dem Publikum. Die Diskussionspartner waren: Heinrich Gropper, Geschäftsführer der Molkerei Gropper GmbH & Co. KG, Georg Geuecke, Vorsitzender des Bundesverbandes Rind und Schwein (BRS) e.V. und Mitglied der Borchert-Kommission, Ludwig Börger, Geschäftsführer QM-Milch e.V. und Referatsleiter Milch beim Deutschen Bauernverband (DBV) e.V., und Benedikt Langemeyer, Vorsitzender Ausschuss Öffentlichkeitsarbeit der LV Milch NRW, DMK-Aufsichtsrat und praktischer Landwirt. Moderiert wurde die Diskussion von Detlef Steinert, Chefredakteur der LZ Rheinland.

► Provokante Thesen

Die Molkerei Gropper GmbH & Co. KG ist eine Privatmolkerei mit Hauptstandort im bayerischen Bissingen und produziert Handelsmarken für viele große europäischen Handelshäuser. Geschäftsführer Heinrich Gropper betonte, dass sich die Milchwirtschaft an den Anforderungen des Marktes orientieren müsse und möglichst schnell auf diese reagieren sollte. Mehrwertkonzepte zu Themen wie Tierwohl, Nachhaltigkeit oder Regionalität könnten Lösungen für die Zukunft sein. Außerdem könne nicht alles im Detail politisch geregelt werden, sondern die Verbraucher sollten mehr Eigenverantwortung tragen. „Warum kostet der Liter Milch im Laden 70 Cent und nicht 1 €? Ich sage Ihnen ganz sicher, dass der 1 € ausgegeben werden kann“, warf er in den Raum. Abschließend nannte er als seine Ziele für die Zukunft, ein verlässlicher Partner zu sein und mit innovativen Ideen marktfähig zu bleiben. Seit 2017 verarbeitet die Molkerei Gropper Milch des Labels „Für Mehr Tierschutz“ des Deutschen Tierschutzbundes e.V. (DTB). Im Jahr 2018 haben die Molkerei Gropper und der Nahrungsmittelkonzern Dr. Oetker das Start-up Moers Frischeprodukte GmbH & Co. KG gegründet. In der Diskussion meldete sich eine Landwirtin zu Wort, die Milch mit dem Tierschutzlabel an Moers Frischeprodukte liefert. „Wir haben schon lange Weidehaltung und end-

Georg Geuecke sieht die Ergebnisse der Borchert-Kommission zum Umbau der Tierhaltung als Chance, die genutzt werden sollte, und nicht als Gefahr. „Wir sind auf einem guten Weg“, blickte er positiv in die Zukunft. Ein Grund da-

für ist laut dem Vorsitzenden des BRS auch die vergleichsweise ressourcenschonende Milchproduktion hierzulande. „Ich wehre mich gegen ein Verpönnen des Exports“, stellte er außerdem klar. Für ihn sei Milchwirtschaft mit Blick auf die Zukunft der Welternährung auch immer in einem globalen Kontext zu betrachten.

Ludwig Börger sieht in Bezug auf die Borchert-Kommission noch viele offene Fragen und mahnte daher an: „Wir brauchen einen klaren Fahrplan für die Umsetzung und diese Ergebnisse bräuchte es eigentlich schon gestern.“ Denn der Erfolg politischer und wirtschaftlicher Initiativen solle vor allem daran gemessen werden, ob und in welchem Maß sie zu einer höheren Verlässlichkeit für landwirtschaftliche und milchwirtschaftliche Unternehmen beitragen. Er forderte: „Der Milchsektor sollte seine Standards selber definieren in Abstimmung mit dem Lebensmittel-einzelhandel, anstatt sich die Standards von Dritten definieren zu lassen.“ Laut Börger könne die deutsche Milch-

wirtschaft grundsätzlich positiv in die Zukunft blicken, da sie gut aufgestellt sei, was Klimateffizienz und moderne Produktionsmethoden angeht.

► Mehrwert hervorheben

Benedikt Langemeyer sprach sich dafür aus, dass der Wert und die Besonderheiten des Produkts Milch wieder mehr im Vordergrund stehen sollten, und sieht darin Chancen für die Zukunft. Die Anforderungen, die an die Landwirte gestellt werden, sollten seiner Meinung nach vermehrt aus einer Hand kommen. Denn der normale Milchviehhalter komme mit der Vielzahl nicht mehr zurecht und den Verbrauchern gehe es auf der anderen Seite genauso. „Wir brauchen wenige Systeme, die leicht verständlich sind und von allen in der Kette getragen und auch vom Verbraucher verstanden werden“, sagte Langemeyer. Zum Abschluss der Veranstaltung wünschte sich der Landwirt für die Zukunft eine bessere Erlössituation und mehr gesellschaftliche Akzeptanz. *kj*



Dritter Sonntags-Talk von
DIALOG MILCH zu dem Thema
„Ethik in der Nutztierhaltung –
darf der Tierhalter alles,

Dritter Sonntags-Talk von DIALOG MILCH s er kann?“

Datum: 18.10.2021

Quelle: DIALOG MILCH

Mit Dr. Kirsten Kemmerling und Prof. Dr. Peter Kunzmann diskutierten bei dem dritten Sonntags-Talk von DIALOG MILCH zwei ausgewiesene Experten über Ethik in der Nutztierhaltung. Gleich zu Beginn machte Prof. Kunzmann, Leiter des Instituts für Tierhygiene, Tierschutz und Nutztierethologie (ITTN) der Tierärztlichen Hochschule Hannover, deutlich, dass die Rechtmäßigkeit der Nutztierhaltung nicht leicht zu beurteilen ist. Welche Instanz sollte das in letzter Konsequenz beantworten können? Vor diesem Hintergrund böte das vor mehr als 50 Jahren in England entwickelte Prinzip der fünf Freiheiten eine gute Handreichung dafür, was der Mensch mit Tieren tun dürfe. „Dieses Prinzip umfasst die Freiheit von Hunger, Durst und Fehlernährung, von Unbehagen, von Schmerz, Verletzung und Krankheit, von Angst und Leiden sowie die Freiheit zum Ausleben normalen Verhaltens. Wenn wir Nutztiere halten, dann müssen wir diese Freiheiten mindestens gewährleisten“, so Kunzmann.

Für Dr. Kirsten Kemmerling, Referentin in der Stabsstelle Nutztierstrategie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) und selbst mit ihrer Schwester Leiterin eines Milchkuhbetriebs, ist es selbstverständlich, diese fünf Freiheiten einzuhalten. „Ich unterstelle jedem Tierhalter den guten Willen, verantwortungsvoll mit dem Mitgeschöpf umzugehen. Allerdings gibt es da eine Grauzone: Wer weiß denn genau, was das Beste für das Tier ist?“ Was für den Menschen und aus dessen Sicht gut sei, müsse für das Tier noch lange nicht gut sein, meinte Kemmerling und verwies beispielhaft auf das unterschiedliche Temperaturempfinden. „Wir Menschen freuen uns, bei 25 Grad draußen zu sein und das Wetter zu genießen. Die Kuh fühlt sich aber eher bei 7 Grad wohl – und geht bei 25 Grad in den schattigen Stall unter den Ventilator“, so die Milchkuhalterin.

Umgang mit „strittigen Fragen“

Wenn es beispielsweise um ein Thema wie die frühe Trennung von Kuh und Kalb gehe, seien aus Sicht der Ethik zwei Aspekte wichtig: „Was ist der Fall, und was ist der Konflikt? Was aus Sicht des Menschen eine Katastrophe ist, kann sich für das Tier völlig anders darstellen. Entscheidend ist erstens, ob es ein Maß für das mögliche Leiden gibt, und zweitens, welche Handlungsalternativen zur Verfügung stehen“, erläuterte Prof. Kunzmann. „Wir beobachten oft, dass die Tiere sehr positiv reagieren, wenn die Kälber nach der Zeit mit der Kuh im Abkalbestall in die ‚Kindergartengruppe‘ gehen und die Kühe wieder in die Herde zurückkönnen. Nach unserer Erfahrung gibt es keine generelle Regel, die mit der menschlichen Sicht auf dieses Thema vergleichbar wäre“, berichtet Kirsten Kemmerling.

Turbokühe ethisch vertretbar?

Die zentrale Frage lautet hier für Prof. Kunzmann, ob eine Züchtung auf hohe Leistung automatisch mit einer höheren Krankheitsanfälligkeit einhergeht, und ob dies, wenn es so ist, durch die optimal gestaltete Haltung kompensierbar ist. „Zu dieser Frage gibt es auch in der Fachwelt verschiedene Blickwinkel. Unter Beachtung der fünf Freiheiten – und in den richtigen Händen – könnte man die Zucht auf Hochleistung als ‚Risikotechnologie‘ bezeichnen; sobald aber dabei generell Probleme auftreten, ist das aus ethischer Sicht nicht mehr zu rechtfertigen“, so Peter Kunzmann.

Kirsten Kemmerling machte darauf aufmerksam, dass Turbo- oder Hochleistungskühe per se anders gehalten werden als Tiere mit einer geringeren Leistung. „Solche hohen Herden-Leistungen sind überhaupt nur möglich, wenn auch die optimale Haltung und Betreuung der gesamten Herde gewährleistet ist“, ist die Landwirtin überzeugt.

Wohin geht die Entwicklung?

Für beide Referenten gehen die Ansätze, wie sie beispielsweise von der Borchert-Kommission erarbeitet wurden, in die richtige Richtung. Es sei sehr positiv, dass in der Kommission ein breiter gesellschaftlicher Konsens dazu bestanden habe, dass eine Weiterentwicklung der Tierhaltung auf Basis der fünf Freiheiten möglich und vor allem auch wünschenswert sei, und keinesfalls auf Kosten der Tiere gehen dürfe. Dies müsse aber von allen Bürgern mitgetragen werden. „Die Ethik der Nutztierhaltung muss bis in den Supermarkt reichen. Die Gesellschaft insgesamt muss das mittragen und den ökonomischen Nachteil der Tierhalter ausgleichen, der mit den Investitionen der Betriebe in mehr Tierwohl verbunden ist – und dafür enthalten die Vorschläge der Borchert-Kommission gute Ansätze“, so Dr. Kemmerling und Prof. Kunzmann übereinstimmend.



Weit weg vom Supermarktregal

Datum: 16.10.2021

Quelle: KÄSE-THEKE Ort: Bad Breisig

Dass Käse und Wein harmonieren, ist bekannt. Aber Käse und Bier? Wie gut die beiden Lebensmittel zusammenpassen, hat der Düsseldorfer Koch Dennis Gasper bei einem Käse-Bier-Tasting kürzlich bewiesen.

Guter Käse aus der Region, ein kühles Bier, etwas Baguette – mehr braucht es nicht für den perfekten Genuss, meinte der Spitzenkoch. Den Beweis lieferte Dennis Gasper kürzlich bei einem Käse-Bier-Tasting im Rahmen des „Käsekompass NRW“. Das Event fand online statt. Fünf Käse und fünf Biere, allesamt hergestellt in Nordrhein-Westfalen, waren den 14 Teilnehmerinnen im Vorfeld zugeschickt worden.

Der Abend startete mit einer Einführung in die Käsewelt von Nordrhein-Westfalen. Dann wurde verköstigt. Die Reihenfolge reichte von mild über kräftig bis hin zu süß:

- „Bergischer Gouda“ von Jule's Käsekiste zusammen mit einem Pale Ale der Craftbeer-Brauerei Ale-Mania Bonn.
- Der in Rapsöl eingelegte Ziegenfrischkäse „Bööscher Ziegenkäse Natur“ der Hofkäserei Konnen mit einem Krombacher Weizen Naturtrüb.
- Der Bio-Rotschmierkäse „Der Freche Fockaffe“ der Hafenkäserei Münster kombiniert mit einem Altbier der Brauerei Schlösser.
- „Münsterländer Ziegenschnittkäse Natur“ der Hofkäserei Andres mit dem Bier „Düxer Bock“.
- Ein Cranberry-Camembert der Hofkäserei Wellie zusammen mit „Finne Pils“.

„Das ist ganz weit weg von Supermarktregal“, fasste Dennis Gasper die Auswahl zusammen. Mit der Veranstaltung wollte der Käsekompass NRW einmal mehr unter Beweis stellen, wie qualitativ hochwertig die lokalen Produkte sind und wie einfach Genuss sein kann. Auch Nicht-Biertrinkerinnen waren am Ende überzeugt von der Kombination von Käse und Bier – wenn es dann nicht das Standard-Pils vom Schützenfest ist.

Schulmilch

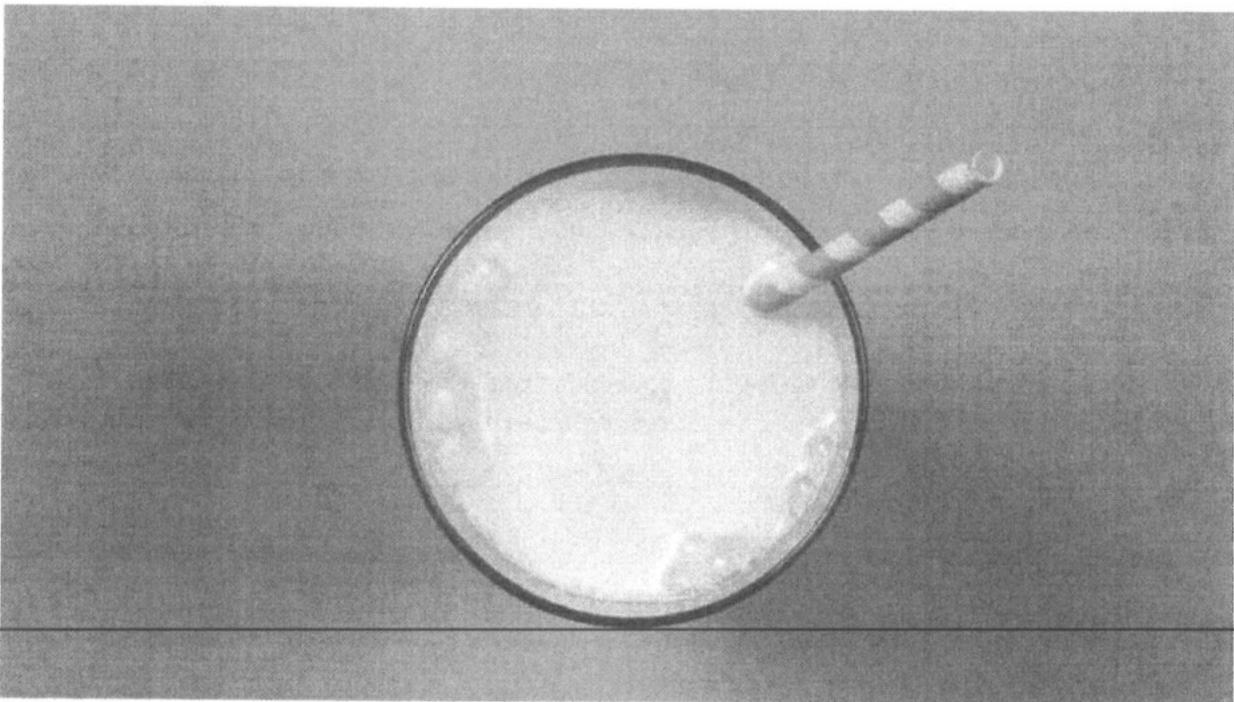
Schulmilch in Zukunft vegan?

Der Bundesrat fordert, dass es zukünftig zur Kuhmilch auch vegane Alternativen im Schulmilchprogramm geben soll. Pflanzlichen Drinks fehlen aber viele für Kinder wichtige Nährstoffe, sagt das BMEL.

25.10.2021 von



Kirsten Gierse-Westermeier



Das Schulmilchprogramm der EU geht von der Förderung von Kuhmilch aus. Bisher greift kein Fördertopf für pflanzliche Drinks. (Bildquelle: Heil)

Im Schulprogramm der EU soll es zukünftig nicht nur Kuhmilch, sondern auch vegane Alternativen geben. Das fordert zumindest der Bundesrat (top agrar berichtete). Die Bundesregierung solle sich auf EU-Ebene für eine Erweiterung

der Angebotspalette um zum Beispiel Drinks aus regional erzeugtem Hafer einsetzen.

Mit diesem Angebot würde man den aktuellen wissenschaftlichen Einschätzungen des Themenkomplexes „Ernährung-Nachhaltigkeit-Gesundheit“ gerecht und könnte zugleich die Wahlfreiheit für die Schüler erhöhen. Damit könne ein Beitrag zu einer nachhaltigen Kita- und Schulernährung geleistet werden, die den Zielen der EU-Farm-to-Fork-Strategie Rechnung trage. Das eröffne auch „verbindliche Absatzwege für regional erzeugte, ökologische Produkte jenseits von Milch, Obst und Gemüse“.

„Kuhmilch hat mehr Nährstoffe“

Anders sieht das Ludwig Börger, Milchreferent vom Deutschen Bauernverband: „Wir unterstützen diese Forderung nicht. Pflanzliche Milchalternativen haben nicht den gleichen Ernährungswert wie Milchprodukte.“

In die gleiche Kerbe schlägt auch Frank Maurer, Sprecher der Landesvereinigung Milch NRW: „Laut der Deutschen Gesellschaft für Ernährung leisten Milch und Milchprodukte einen wichtigen Beitrag zur Nährstoffversorgung. Vor allem auch bei solchen, deren Versorgung als kritisch gelten, wie Calcium, Vitamin B2 und Jod. Außerdem wirkt Milch präventiv zur Vermeidung ernährungsbedingter Krankheiten.“ Und auch eine Sprecherin des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) äußert sich auf Nachfrage von top agrar deutlich:

„Das EU-Schulprogramm in seiner jetzigen Form ermöglicht die Förderung von Trinkmilch und Trinkmilchprodukten. Die Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 über eine gemeinsame Marktorganisation geht hier grundsätzlich von Kuhmilch aus. Daneben werden auch Gemüse und Obst sowie frische Erzeugnisse des Bananensektors gefördert. Für pflanzliche Drinks greift daher keiner der beiden EU Fördertöpfe. Im Rahmen des seitens der Europäischen Kommission im Juli 2021 gestarteten Prozesses zur Überarbeitung des EU-Schulprogramms wird seitens der EU auch die Erweiterung der förderfähigen Erzeugnisse um Getränke auf pflanzlicher Basis in Betracht gezogen. Die öffentliche Konsultation wurde von der Kommission für das erste Quartal 2022 angekündigt. Dabei ist grundsätzlich zu bedenken, dass pflanzlichen Drinks in der Regel viele, der für die kindliche Entwicklung förderlichen und in Milch enthaltenen Nährstoffe fehlen oder in erheblich geringeren Mengen vorhanden sind. Eine gesundheitsförderliche Ernährung berücksichtigt jedoch die besonderen Bedarfe jeder Lebensphase.“

Zeitnahe Umsetzung unrealistisch

Bürger hält eine kurzfristige Umsetzung des Beschlusses für unrealistisch: „Erst kürzlich haben EU-Parlament, -Kommission und -Agrarministerrat im Rahmen der GAP-Reform die EU-Schulmilchförderung breit diskutiert und in der heutigen Fassung neu aufgelegt.“

Landesvereinigung Milch in NRW

Zukunft Milchwirtschaft

Das 14. Forum Milch NRW der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e. V. fand in der Rohrmeisterei in Schwerte statt. Rund 100 Branchenvertreter diskutierten dort das Thema: „Welche Zukunft braucht Milchwirtschaft?“ Zusätzlich wurde die Veranstaltung per Livestream im Netz übertragen. Molkereigeschäftsführer Heinrich Gropper wiederholte seinen Appell an die Zuhörer, dass die deutsche Milchwirtschaft eine Vision und Leidenschaft brauche. Zukunftsvorstellungen seien am ehesten mit Reaktionsschnelligkeit, einer angepassten Kostenstruktur und einem verstärkt an den Bedürfnissen der Verbraucher orientierten Produktportfolio zu realisieren. Und auch Ludwig Börger wies darauf hin, dass es vor allem Unternehmer bedürfe, um die Erwartungen des Marktes zu erfüllen. Der Geschäftsführer vom QM Milch e.V., zugleich auch Referatsleiter Milch beim Deutschen Bauernverband in Berlin, verwies darauf, dass Ansprüche und Erwartungen sich mit Blick auf Umwelt-, Klima- und Tierschutz mit immer höherer Schlagzahl weiterentwickeln würden. Der Erfolg politischer und wirtschaftlicher Initiativen solle deshalb vor allem daran gemessen werden, ob und in welchem Maß sie zu einer höheren Verlässlichkeit für landwirtschaftliche und milchwirtschaftliche Unternehmen beitragen.



Auf die Milch stießen mit einem Glas Milch an (v.l.): Hans Stöcker, Wilhelm Brüggemeier, Ludwig Börger, Heinrich Gropper, Georg Geuecke, Benedikt Langemeyer, Detlef Steinert und Dr. Rudolf Schmidt.

Gesellschaft & Soziales

Weidehaltung: Die Angst vorm Wolf wächst

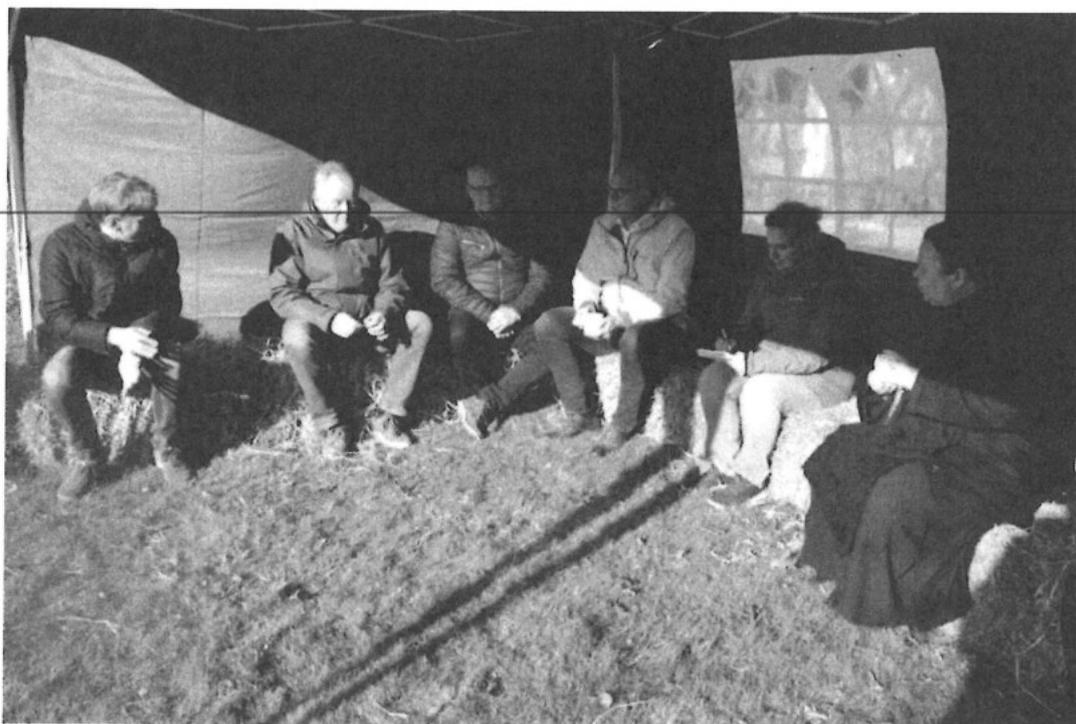
Landwirte sprechen mit NRW-Ministerin Heinen-Esser

Mettinger Landwirte machen sich Sorgen über eine mögliche Ausbreitung der Wolfspopulation. Die könnte zur Bedrohung für die Weidetierhaltung werden. Benedikt Langemeyer hatte daher die NRW-Ministerin Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz zu einem Gespräch auf seinen Hof am Grünen Weg eingeladen.



Von Oliver Langemeyer

Mettingen · Dienstag, 02.11.2021 - 18:30 Uhr



Die NRW-Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz, Ursula Heinen-Esser (r.) diskutierte bei einem Ortstermin auf dem Hof von



Der neue Landfrauenvorstand im Kreis Euskirchen-Eifel (v.l.n.r.): Kathrin Dahmen, Ute Gerber, Claudia Meyer-Kesternich, Michaela Jenniges, Anne Walter, Vera Meurer, Beate Römer, Alexandra Kreuzberg. Nicht im Bild ist Monika Berlingen.

Landfrauen im Kreis Euskirchen-Eifel wählten neuen Vorstand

Im Kreis Euskirchen wurde von den Delegierten der Ortsverbände Ende September ein neuer Kreisvorstand gewählt. Neue Vorsitzende ist Claudia Meyer-Kesternich aus Mechernich, ihre Stellvertreterin ist Ute Gerber (ebenefalls Mechernich). Die Kasse wird von Kathrin Dahmen aus Mechernich-Lorbach geführt, die Schriftführerin ist Michaela Jenniges aus Hellenthal. Als Beisitzerinnen gehören dem Vorstand Alexandra Kreuzberg (Euskirchen), Beate

Römer (Hellenthal), Monika Berlingen (Blankenheim), Anne Walter und Vera Meurer (beide aus Kall) an.

Vorab fanden die Wahlen in fünf Ortsverbänden statt. Aus den ehemaligen Bezirksverbänden ist nun ein Kreisverband Euskirchen-Eifel hervorgegangen. Im Rahmen der Wahlen konnten junge Landfrauen für Vorstandsämter gewonnen werden, die mit neuen Ideen das Programm bereichern werden. Gleich-



Doris Felser (r.) und Maria-Therese Klein gaben den Vorsitz ab.

Fotos: Maria Schäkel

zeitig soll es weiterhin Angebote für alle Altersgruppen geben.

Den beiden bisherigen Vorsitzenden auf Bezirksebene, Doris Felser und Maria-Therese Klein, wurde im Rahmen der Delegiertentagung für ihre langjährige Arbeit gedankt und ein Blumenstrauß überreicht. *Maria Schäkel*

Die „Frühstücksexperten“ zu Gast

16 Düsseldorfer Vorschulkinder bereiten am Weltschulmilchtag mit sichtlichem Spaß leckere Gerichte mit Milch, Obst und Gemüse zu. Ein besonderes Highlight dieser pädagogischen Praxis-einheit: ein Kaufladen mit allem, was zum Einkaufen dazugehört. Dieser wurde vom Team der LV Milch NRW, die dieses Projekt durchführt, gleich mitge-

bracht und im Gruppenraum aufgebaut. So lernten die Kinder nicht nur, die landwirtschaftlichen Erzeugnisse zu verarbeiten, sondern auch, wie man umweltbewusst einkauft. „Bei unserem Einkaufsspiel kann ich den Kindern besonders gut wertvolle Tipps vermitteln. So können sie praktische Anregungen, wie beispielsweise beim Einkaufen eine Tasche mitzubringen und auf Umverpackungen zu verzichten, direkt in die Tat umsetzen“, so Hildegard Hansmann-Machula, Landfrau und Fachfrau im Schulmilchteam NRW. Auch Britta Steffen, Kindheitspädagogin der Kita „Kleiner Elefant“, bestätigt, dass das Lernen beim Spiel besonders effektiv sei: „Kinder sind neugierige Entdecker, die im Alltag allzu oft in ihrem Forscherdrang gebremst werden. Das Rollenspiel bietet den Kindern die Möglichkeit, sich mit wichtigen Themen mit Spaß und Freude selbst auseinanderzusetzen.“ Das Wichtigste kam allerdings zum Schluss: das gemeinsame Essen von selbst gemachten Gemüse-Käse-Spießen, Frühstücksbrotchen mit Kräuterquark und Fruchtemüсли.

Frank Maurer von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW betonte: „Heute am Weltschulmilchtag mit unserem neuen Projekt ‚Frühstücksexperten‘



Gemeinsam wurden Gemüse-Käse-Spieße, Frühstücksbrote mit Kräuterquark und Fruchtemüсли vorbereitet. Fotos: LV Milch NRW

hier zu Gast zu sein, ist für uns von besonderer Bedeutung. Im letzten Jahr hat die Zielgruppe der Kindergärten und Kindertagesstätten im Rahmen der Schulmilchförderung an Bedeutung gewonnen. Die Anzahl der milchbeziehenden Kindergärten ist deutlich gestiegen. Diesen Trend wollen wir nutzen, um Kinder bereits im Kindergartenalter über die Bedeutung der richtigen Ernährung aufzuklären und wichtige Informationsarbeit bei Eltern, Erzieherinnen und Erziehern zu leisten.“



Anlässlich des Weltschulmilchtages waren die „Frühstücksexperten“ in der Düsseldorfer Kita „Kleiner Elefant“ im Einsatz.