



milch NRW.

Landesvereinigung der Milchwirtschaft
Nordrhein-Westfalen e.V.

2022

Eine Auswahl von Medienberichten

PRESSESPIEGEL

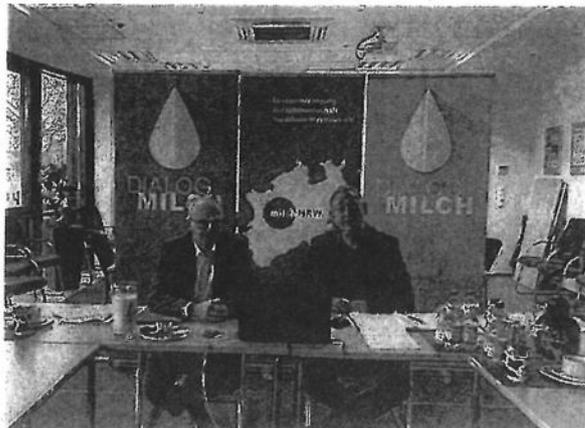
Der NRW-Milchmarkt 2021: Bringt weniger mehr?

Bringen weniger Kühe und weniger Milch im NRW-Milchjahr 2021 die ersehnte Trendwende und mehr Wertschöpfung? „Die Perspektiven für 2022 sind relativ gut“, so Benedikt Langemeyer, Westfälischer Vorsitzender der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. (Milch NRW), in der digitalen Jahres-

pressekonzferenz. Allerdings spiele die weltweite Produktion, das Handeln der neuen Bundesregierung und die Weiterentwicklung der Kostensituation für die Branche eine wesentliche Rolle. „Die Grundvoraussetzung für eine regionale, nachhaltige Milcherzeugung ist für NRW gegeben und wird durch den gesellschaftlichen Wertewandel sogar gestärkt“, betont der Rheinische Vorsitzende Hans Stöcker. „Im Binnenmarkt kommt es nun darauf an, dass der Handel die Kosten in der Kette berücksichtigt, Gewinne weitergibt und nicht als Inflationsbremse missbraucht.“ Bislang habe die Milchbranche die Coronazeit auch im zweiten Jahr in Folge gut gemeistert, so Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt. Die Mitte 2021 eingesetzte deutliche Marktbelebung auf den nationalen und internationalen Märkten dürfe auch in 2022 anhalten. Aufgrund rückläufiger Betriebs- und Kuhzahlen ist auch im kommenden Jahr eine eher verhaltene bis rückläufige Milchlieferung in Deutschland und NRW zu erwarten. Damit wären die Voraussetzungen für weiterhin hohe und stabile Milchpreise gegeben. Dennoch warten auch in 2022



vielfältige Herausforderungen auf die deutschen Milcherzeuger und Molkeereien. Die gesellschaftlichen und politischen Diskussionen um Natur-, Klima-, Insektenschutz, Tierwohl, Kälberhaltung und bauliche Anpassungen werden weitergehen und viele Kraftanstrengungen von Milcherzeugern und Molkeereien verlangen. Die Milcherzeuger sind bereit, diesen Weg mitzugehen, müssen die erheblichen Mehraufwendungen aber entweder über den Milchpreis oder über gezielte Zahlungen ausgeglichen bekommen. Einen Ansatz bietet die anstehende Einföhrung einer Haltungsstufenkennzeichnung bei einem Teil der Konsummilch. Herausforderungen kommen auch aufgrund der veränderten Verzehrsgewohnheiten der Verbraucher auf die Milchwirtschaft zu.



Bisher fand eine „Verschiebung“ von Produkten innerhalb der Milchfamilie statt. So griff der Verbraucher anstatt zur konventionellen Trinkmilch vermehrt zu Spezialmilchen wie Bio- oder Weidemilch. Durch den enormen Marketingaufwand, den die Hersteller von Milchimitaten (Hafer-, Sojadrinks etc.) betreiben, ist ein regelrechter Hype um diese Milchalternativen entstanden. Bei enormen Wachstumsraten haben die Milchalternativen mittlerweile einen Anteil von bis zu 10 Prozent am Trinkmilchsegment. Noch kann niemand sagen, wie sich diese Entwicklung fortsetzt. Viele Molkereien setzen auf diese Nische und holen somit einen Teil der Wertschöpfung in die Branche zurück.

NRW-Milchmarkt kompakt

Die in NRW konventionell erzeugte Milchmenge (Jan.-Okt. 2021) ist im Vergleich zum Vorjahr um 2,2 Prozent gesunken und bewegt sich damit ähnlich wie auf Bundesebene (-2 Prozent). Die Verbraucherpreise für Milchprodukte haben alle moderat angezogen. Bei Butter und MilCHFett ist zu beobachten, dass diese das ganze Jahr 2021 über als stetig steigend an der Börse notiert wurden. Für den Verbraucher lagen die Preise für Butter (250 g, als Handelsmarke) 4,9 Prozent über dem Vorjahresniveau also pro Päckchen im Schnitt bei 1,49 Euro (Jan.-Okt. 2021) und derzeit bei 1,65 Euro. Der Absatz von Milch und Käse ist in Deutschland in 2021 (Jan.-Okt.) über das gesamte Sortiment der weißen und gelben Linie zurückgegangen. Zuwächse sind lediglich bei Bio-Trinkmilch (+3,3 Prozent) und wiederholt stark bei Weidemilch (+21,1 Prozent) im Vorjahresvergleich zu verzeichnen. Die Auszahlungspreise bewegten sich in NRW im Jahr 2021 mit 34,28 Cent pro kg konventioneller Milch (4,0 Prozent Fett/3,4 Prozent Eiweiß) mit einem Plus von 6,5 Prozent bzw. 2,09 Cent/kg über dem Vorjahresniveau

Abbildungen Seite 6

Bild oben: Der geschäftsführende Vorstand der LV Milch NRW stand Rede und Antwort: Benedikt Langemeyer (rechts im Bild) und Hans Stöcker (links im Bild).

Bild unten: Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt (links im Bild) und Pressereferent Frank Maurer (rechts im Bild) bei der digitalen Jahrespressekonferenz der LV Milch NRW.



Datum: 12.01.2022

Quelle: LV NRW + Niedersachsen

Dr. Rudolf Schmidt (links) und Frank Maurer leiteten durch die virtuelle Pressekonferenz der Landesvereinigung Milchwirtschaft in NRW.

„Die Perspektiven für 2022 sind relativ gut“, sagt Benedikt Langemeyer. Der Westfälische Vorsitzende der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. zielt mit seiner Einschätzung auf den Tatbestand weniger Kühe und weniger Milch im Milchjahr 2021 ab. Erwartet wird jedenfalls aufgrund rückläufiger Betriebs- und Kuhzahlen auch im laufenden Jahr eine eher verhaltene bis rückläufige Milchanlieferung in Deutschland und NRW. Dennoch werden Klimaschutz und Tierwohl weitere Kraftanstrengungen von Milcherzeugern und Molkereien verlangen. Bislang habe die Milchbranche die Coronazeit auch im zweiten Jahr in Folge gut gemeistert, bilanziert LV-Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt. Die Grundvoraussetzung für eine regionale, nachhaltige Milcherzeugung sei für das Land NRW gegeben, betont auch der Rheinische Vorsitzende Hans Stöcker. Im Binnenmarkt komme es nun darauf an, dass der Handel die Kosten in der Kette berücksichtige, Gewinne weitergebe und nicht als Inflationsbremse missbrauche, meinte Stöcker.

Neue Herausforderungen kommen insbesondere durch veränderte Verzehrsgewohnheiten der Verbraucher auf die Milchwirtschaft zu. Bisher fand eine Verschiebung von Produkten innerhalb der Milchfamilie statt. Jetzt sei ein regelrechter Hype um die Milchalternativen entstanden, heißt es bei der Landesvereinigung. Gestützt auf gute Wachstumsraten verzeichnen die Milchalternativen mittlerweile einen Anteil von bis zu zehn Prozent am Trinkmilchmarkt.

Jahr 2022 - Stabil hoher Milchpreis notwendig



Trotz der Ende 2021 steigenden Corona-Zahlen, scheint ein erneuter, flächendeckender Lockdown nicht zu befürchten. Die Mitte 2021 eingesetzte deutliche Marktbelebung auf den nationalen und internationalen Märkten dürfte auch in 2022 anhalten. Aufgrund rückläufiger Betriebs- und Kuhzahlen ist auch in 2022 eine eher verhaltene bis rückläufige Milchanlieferung in Deutschland und NRW zu erwarten. Damit wären die Voraussetzungen für weiterhin hohe und stabile Milchpreise gegeben.

Dennoch warten auch in 2022 vielfältige Herausforderungen auf die deutschen Milcherzeuger und Molkereien. Die gesellschaftlichen und politischen Diskussionen um Natur-, Klima-, Insektenschutz, Tierwohl, Kälberhaltung, bauliche Anpassungen etc. werden weitergehen und viele Kraftanstrengungen von Milcherzeugern und Molkereien verlangen. Die Milcherzeuger sind bereit, diesen Weg mitzugehen, müssen die erheblichen Mehraufwendungen aber entweder über den Milchpreis oder über gezielte Zahlungen ausgeglichen bekommen. Geschieht dies nicht, wird der Strukturwandel in der deutschen Milchwirtschaft noch schneller voranschreiten.

Herausforderungen kommen auch aufgrund der veränderten Verzehrgegewohnheiten der Verbraucher auf die Milchwirtschaft zu. Bisher fand eine „Verschiebung“ von Produkten innerhalb der Milchfamilie statt. So griff der Verbraucher anstatt zur konventionellen Trinkmilch vermehrt zu Spezialmilchen wie Bio- oder Weidemilch. Durch den enormen Marketingaufwand, den die Hersteller von Milchimitaten (Hafer-, Sojadrinks etc.) betreiben, ist ein regelrechter Hype um diese Milchalternativen entstanden. Bei enormen Wachstumsraten haben die Milchalternativen mittlerweile einen Anteil von bis zu zehn Prozent am Trinkmilchsegment. Noch kann niemand sagen, wie sich diese Entwicklung fortsetzt. Viele Molkereien setzen auf diese Nische und holen somit einen Teil der Wertschöpfung in die Branche zurück.

Diesem Hype auch medial zu begegnen, wird eine große Herausforderung für die neu gegründete Kommunikationsplattform der Milchbranche, die „Initiative Milch“, sein. Die Milchimitate überzeugen ja nicht durch Inhaltstoffe oder Nährwerte. So muss es grundsätzlich gelingen, Milch und Milchprodukte wieder mehr in den Fokus der Verbraucher zu rücken – die Milch spannender zu machen. Über das Projekt DIALOG MILCH verfügen die Landesvereinigungen Milch aus NRW und Niedersachsen schon über einen Werkzeugkasten an Maßnahmen. Gemeinsam mit der „Initiative Milch“ und den weiteren Landesvereinigungen muss die kommunikative Kompetenz im Sinne der deutschen Milchwirtschaft weiter ausgebaut werden.

Anfang 2022 steht die Einführung des Haltungsstufenkonzepts für Milch in den Geschäften des LEH an. Damit reagiert der LEH auf Wünsche von Verbrauchern, auch bei der Milch mehr Klarheit über die Haltung und Fütterung der Milchkühe zu erhalten. In zahlreichen kritischen und kontroversen Diskussionen ist das bundeseinheitliche QM Milch System an das Haltungsstufenkonzept des Handels angepasst worden. Auch Fragen zum finanziellen Ausgleich von Mehraufwendungen mussten gelöst werden. Die Umsetzung wird die ganze Branche vor Herausforderungen stellen. Zur Einführung soll nur ein Teil der Trinkmilch unter dem Haltungsstufenkonzept verkauft werden. Es wird sich zeigen, wie groß der Zuspruch der Verbraucher sein wird, und ob das Haltungsstufenkonzept auch auf andere Produkte ausgeweitet werden wird. Milcherzeuger und Molkereien werden auf jeden Fall einen höheren Aufwand haben; Milcherzeuger durch die Erfüllung von bestimmten Kriterien in Haltungsstufe 2 und Molkereien durch eine getrennte Erfassung und Verarbeitung der „Stufenmilch“. Es ist zu hoffen, dass die Mehraufwendungen bei Milcherzeugern und Molkereien ausreichend ausgeglichen werden können. Ansonsten wird dies für einen weiteren Impuls im Strukturwandel sorgen.

■ Geschäftsführender Vorstand, Hans Stöcker
und Benedikt Langemeyer

Agrar - Krefeld

NRW-Milchwirtschaft verzeichnet Rückgänge

12. Januar 2022, 15:33 Uhr | Lesezeit: 1 min

Direkt aus dem dpa-Newskanal

Krefeld (dpa/lnw) - Weniger Betriebe, weniger Kühe, weniger Milch: Die Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen hat im vergangenen Jahr deutliche Rückgänge verzeichnet. Die Zahl der Milchviehhalter sank um 3,5 Prozent und damit erstmals unter die Marke von 5000 Betrieben, teilte die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW am Mittwoch mit. Die bislang relativ stabile Zahl der Milchkühe nahm zugleich laut der Novemberzählung um 2,3 Prozent auf gut 384.200 ab. Geschäftsführer Rudolf Schmidt sprach von einer Trendumkehr bei der Milchkuhzahl. Die Milchmenge schrumpfte um 2,2 Prozent auf 2,7 Millionen Tonnen.

Immer weniger Landwirte halten Milchkühe. Dieser Trend ist bereits seit vielen Jahren zu beobachten. Allerdings ging dieser Prozess bisher mit immer größeren Tierbeständen bei den Landwirten einher, die an der Milchproduktion festhalten. Im Durchschnitt sind das aktuell 77 Milchkühe je Betrieb. Das sei nach sprunghaften Anstiegen jetzt nur noch ein leichtes Wachstum um eine Milchkuh je Betrieb oder 1,3 Prozent mehr, sagte Schmidt. Auch gebe es weniger junge Kühe, die noch nicht gekalbt haben und den Nachwuchs in den Ställen bilden: Die Zahl der Färsen sei binnen zwei Jahren um 15 Prozent gesunken.

Die Molkereien in NRW produzierten gut 10 Prozent weniger Trinkmilch. Die Landesvereinigung berichtete, dass pflanzliche Milchalternativen beispielsweise auf Hafer-, Soja- oder Mandelbasis weiter kräftige Zuwächse verzeichneten und inzwischen etwa 8 bis 10 Prozent der Trinkmilchmenge im Einzelhandel ausmachten. Die als Genussmittel wieder entdeckte Butter erlebe hingegen eine kleine Renaissance. Auch sei das wichtige Exportgeschäft wieder in Schwung kommen. Der Auszahlungspreis an die Landwirte sei zum Jahresende im Durchschnitt auf etwa 40 Cent je Kilogramm Rohmilch gestiegen. Die Landwirte spürten starken Druck durch höhere Energie- und Futterpreise.

Handelsketten wollen auch bei Milch mehr auf Tierwohl setzen

Essen/Mülheim - Immer mehr große Handelsketten in Deutschland wollen schrittweise Milch aus wenig tiergerechter Haltung aus ihren Kühlregalen verbannen.



(c) proplanta

Nach dem Edeka-Verbund kündigten am Donnerstag auch die Discounter Aldi Nord und Aldi Süd an, in absehbarer Zeit bei ihren Eigenmarken vollständig auf Milch verzichten zu wollen, bei deren Herstellung nur die gesetzlichen Mindestanforderungen an die Tierhaltung erfüllt werden. Die Umstellung soll bis 2024 erfolgen.

Deutschlands größter Lebensmittelhändler Edeka und dessen Discountkette Netto haben sich sogar das Ziel gesetzt, diesen Schritt schon in diesem Jahr zu gehen, wie sie Anfang der Woche mitteilten. Weitere Milch- und Molkereiprodukte sollen folgen.

Der Hintergrund: Alle großen Lebensmittelhändler in Deutschland haben in den vergangenen Wochen angekündigt, die bis zum Jahreswechsel nur bei Fleisch und Fleischwaren verwendete vierstufige Haltungskennzeichnung 2022 auch bei Milch- und Molkereiprodukten einzuführen. Mit ihren vier Stufen - 1: Stallhaltung, 2: Stallhaltung plus, 3: Außenklima, 4: Premium - ermöglicht sie es Verbraucherinnen und Verbrauchern, beim Einkauf auf den ersten Blick zu erkennen, wie hoch das Tierwohl-Niveau bei der Haltung der Nutztiere ist.

Die Aldi-Nord-Managerin Tanja Hacker hielt fest: «Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt: Die Nachfrage nach Tierwohl-Produkten wächst stetig.» Spätestens bis 2030 soll nach ihren Angaben die gesamte Eigenmarken-Milch bei Aldi aus den Haltungsformen 3 und 4 stammen.

Handel startet Wettbewerb um Haltungskennzeichnung bei Milch

Aldi und Edeka nennen konkrete Ziele – Molkereien und Bauern kritisieren Preisaufschlag als nicht kostendeckend

Gleich zu Jahresbeginn versuchen die Händler, sich mit Initiativen zur Haltungskennzeichnung bei Milch zu übertrumpfen. Molkereien und Bauern üben Kritik und stellen Forderungen auf.

Nachdem die Kennzeichnung der Haltungskategorie auf Fleischwaren bereits etabliert ist, nimmt der Lebensmittelhandel in diesem Jahr Milch- und Molkereiprodukte in Angriff. Die Unterschiede liegen dabei im Detail. Am konkretesten werden Aldi Nord und Süd. Sie versprechen den für Fleisch

angekündigten Haltungsverwechsel bis 2030 auch für Trinkmilch. Bis 2030 will Aldi in Deutschland nur noch Trinkmilch aus den tierwohlgerechten Haltungskategorien 3 und 4 anbieten. Bereits ab 2024 soll H- und Frischmilch unter der Eigenmarke nur noch aus heimischer Landwirtschaft stammen. Aktuell trifft das bereits auf Frischmilch zu. Schon heute stammen bei den Aldi-Schwestern 25 Prozent des Umsatzes mit Trinkmilch-Eigenmarken aus den Haltungskategorien 3 und 4. Bis 2023 soll dieser Anteil auf 40 Prozent steigen.

Edeka und Netto Marken-Discount kündigen an, Trinkmilch der Haltingstufe 1 aus ihren Märkten verbannen und im Jahresverlauf 2022 das gesamte Eigenmarkensortiment auf die Haltungskategorie 2 oder höher umzustellen. Nach der Trinkmilch sollen weitere Molkereiprodukte folgen.

Lidl verweist darauf, dass die Trinkmilch bereits heute zu 100 Prozent aus Deutschland stammt und 65 Prozent des Trinkmilchsportiments den Haltungskategorien 3 oder 4 entspricht. In 50 Prozent der Lidl-Filialen ist demnach Weidemilch der Mindeststandard im Frischebereich. Rewe und Penny sowie Kaufland hatten bereits Ende Dezember erklärt, ihre Bio-Produkte mit der Haltungskategorie 4 auszuweisen.

Auf einer Pressekonferenz von Milch NRW kritisierten Hans Stöcker

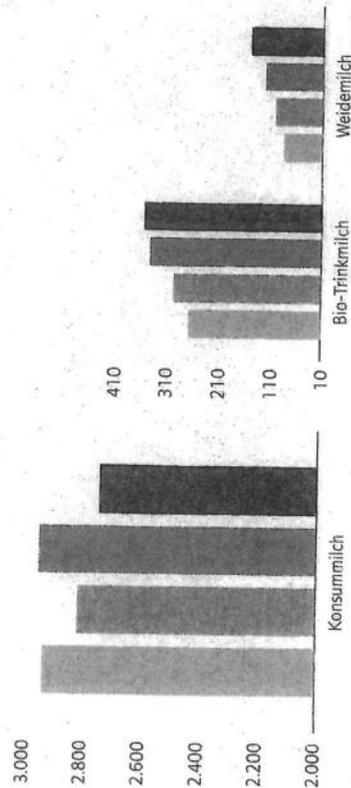
Gute Marktlage verbessert die Verhandlungsposition der Molkereien

(Vorstandsmitglied bei FrieslandCampina) und Benedikt Langemeyer (DMK-Aufsichtsrat) den Aufschlag für Milch der Haltungskategorie 2 als gering. Der decke nicht die Kosten der Bauern und der Molkereien. Für Milch nach dem Standard QM+ zahlt der Handel einen Aufschlag von 1,2 Cent pro kg Milch.

Langemeyer fordert vom LEH langfristige Abnahme- und Preiszusagen. Anderenfalls könnten die Bauern mehr Tierwohl nicht planen und bezahlen. Stöcker verweist darauf, dass sich die Verhandlungsposition der Molkereien gegenüber dem Handel derzeit verbessert: Eine starke Nachfrage im Export und die sinkende Erzeugung in Deutschland würden den Wert des Rohstoffs in die Höhe treiben.

Aldi Süd-Einkäufer Erik Döbele legt Wert auf ein klares Signal an die Marktbeteiligten: „Wir verstehen uns ausdrücklich als Partner in der Wertschöpfungskette und bieten Landwirtinnen und Landwirten mit einem realistischen Stufenplan über Jahre hinaus Planungssicherheit und verlässliche Absatzperspektiven für Tierwohlware aus Deutschland.“ Gleichzeitig appelliert Döbele an Politik, Handel und Industrie, gemeinsam mit Aldi „an einem der bedeutsamsten Transformationsprojekte – der Zukunftssicherung der deutschen Landwirtschaft – mitzuarbeiten“.

Der Trend geht zu Bio- und Weidemilch
Absatzentwicklung Deutschland im LEH (Jan.-Okt) in Mio. Liter



■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021

LZ GRAFIK; QUELLE: MILCH NRW

Gute Perspektiven für den Milchmarkt 2022

Krefeld - Der Milchmarkt ist fest in das neue Jahr gestartet, und die Preise dürften vorerst auf einem vergleichsweise hohen Niveau bleiben.



Hohes Preisniveau am Milchmarkt dürfte sich vorerst fortsetzen - Weniger Bauern und sinkende Milchkuhbestände sorgen für eine Begrenzung des Rohmilchangebots. (c) proplanta

Doch damit sei längst noch nicht „alles in Butter“, stellte der Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen (LV Milch), Dr. Rudolf Schmidt, bei der Jahrespressekonferenz der Vereinigung am Mittwoch (12.1.) fest.

Es gebe einen „dramatischen Rückgang“ bei den Milcherzeugern, deren Zahl in den vergangenen elf Jahren in Nordrhein-Westfalen um rund 40 % abgenommen habe; auch der Kuhbestand sinke stetig. Dies hat sich dem Experten zufolge im vergangenen Jahr in einer um rund 2 % geringeren Milchproduktion niedergeschlagen und dürfte sich tendenziell auch 2022 fortsetzen.

Das schwächere Angebot habe bei einer guten Nachfrage zuletzt deutlich gestiegene Milcherzeugerpreise zur Folge gehabt, die im Jahresmittel 2021 in Nordrhein-Westfalen für eine Standardmilch inklusive aller Zu- und Abschläge bei etwa 34,8 Cent/kg Milch liegen dürften; das wären 1,9 Cent mehr als im Vorjahr. Das Milchpreisniveau habe bei einigen Molkereien im Bundesgebiet im Dezember bereits die 40-Cent-Marke geknackt, und dieses Niveau dürfte sich angesichts der Marktlage auch in der ersten Jahreshälfte 2022 verfestigen, prognostizierte der Experte.

Doch wird laut Schmidt das höhere Milchgeld „durch die stark gestiegenen Produktionskosten relativiert“. Angesichts der gesellschaftlichen und politischen Anforderungen an die Milchbauern seien weitere Preissteigerungen nötig; ansonsten werde sich der Strukturwandel weiter verschärfen. Laut dem rheinischen Vorsitzenden der LV Milch, Hans Stöcker, kommt es nun im Binnenmarkt darauf an, „dass der Handel die Kosten in der Kette berücksichtigt, Gewinne weitergibt und sie nicht als Inflationsbremse missbraucht“.

Der westfälische Vorsitzende Benedikt Langemeyer hob hervor, dass „die Anspannung

auf den Milchviehbetrieben aufgrund der Kostensituation groß ist“ und bei anhaltender Teuerung selbst 40 Cent/kg Milch wohl noch zu knapp bemessen seien.

Milchgeldspreizung

Nach Einschätzung von Stöcker wird es bei den Milchpreisen 2021 im Bundesgebiet zu einer Spreizung kommen. Im Norden Deutschlands würden vermehrt Basisprodukte wie Butter und Magermilchpulver hergestellt, deren Preise auch weltweit stark gestiegen seien. Deshalb seien dort die Milcherzeugerpreise bereits schneller und deutlicher nach oben gegangen.

In Nordrhein-Westfalen würden mehr Frischeprodukte hergestellt, weshalb das Land bei den Milchpreisen etwas hinterherhinke. Ganz wichtig für die Branche sei der Export, vor allem nach Asien, hob Stöcker hervor. Ohne die dort zuletzt gute Nachfrage, insbesondere in China, wäre der jüngste Preisanstieg kaum möglich gewesen. Es müsse nun gelingen, dies auch in den Kontraktverhandlungen mit dem LEH umzusetzen.

Stöcker betonte, „dass die Milchwirtschaft grundsätzlich hinter eindeutigen Kennzeichnungen, auch der neuen Haltungskennzeichnung des Handels, steht“. Nur so ließen sich die Anstrengungen der Milcherzeuger für mehr Tierwohl sichtbar machen. Allerdings, so der Vorsitzende, sei der bisher ausgehandelte Zuschlag zwischen den Handelsunternehmen und der Milchwirtschaft zu gering; er decke nicht die vollen Kosten.

Vorleistungen nicht honoriert

Langemeyer wies darauf hin, dass die Erzeuger bereits mit Laufställen und anderem in Vorleistung getreten seien, ohne dass dies honoriert worden sei. Der Handel müsse sich darüber im Klaren sein, dass jede Erweiterung der Anforderungen Investitionen und Geld koste, was nicht alle Erzeuger leisten könnten.

Ein weiteres Problem sei, dass die Initiative Tierwohl (ITW) Programmphasen von drei Jahren habe, Stallbauinvestitionen jedoch längerfristig kalkuliert würden. Die Vorschläge der Borchert-Kommission böten hingegen längerfristige Planungssicherheit, weshalb diese noch umgesetzt werden sollten.

Milchimitate legen zu

Laut LV Milch hat der Absatz von Milchprodukten im Lebensmittelhandel 2021 nicht mehr an die Rekordmarken des Vorjahres heranreichen können, als es wegen Corona teilweise Hamsterkäufe in den Geschäften und längere Schließungsphasen für Restaurants, Kantinen und Hotels gab. So wurden weniger Butter, Joghurt, Quark und Käse in der Selbstbedienungstheke gekauft.

Besonders deutlich war der Absatzrückgang von Januar bis Oktober gegenüber dem Vorjahreszeitraum 2020 mit 7,1 % bei der Trinkmilch. Ausgenommen hiervon waren jedoch die Biomilch mit einem Plus von 3,3 % sowie die Weidemilch mit einem kräftigen Verkaufsanstieg von 21,1 %. Weiter deutlich zulegen konnten in der Verbrauchergunst auch die Milchimitate wie Soja- oder Hafermilch, die mit einer Absatzmenge von rund 250 Mio. Litern mittlerweile fast 10 % des gesamten Konsummilchverbrauchs ausmachten.

Für diese zahlen die Kunden in den Läden zudem höhere Preise als für normale Trinkmilch, weshalb immer mehr Molkereien auch in diesem Geschäftsfeld tätig sind und einen Teil der Wertschöpfung in die Branche zurückholen wollen. „Wir lassen diesen Markt nicht an uns vorbeigehen“, erklärte Stöcker, der auch Vorstandsmitglied bei FrieslandCampina ist. Er kündigte an, dass sich die Brancheninitiative Milch dieses Themas annehmen und über die Vorzüge der „echten Milch“ informieren werde.

Gute Perspektiven für den Milchmarkt 2022

Der Milchmarkt ist fest in das neue Jahr gestartet, und die Preise dürften vorerst auf einem vergleichsweise hohen Niveau bleiben. Doch damit sei längst noch nicht „alles in Butter“, stellte der Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen (LV Milch), Dr. Rudolf Schmidt, bei der Jahrespressekonferenz der Vereinigung am 12. Januar fest. Es gebe einen „dramatischen Rückgang“ bei den Milcherzeugern, deren Zahl in den vergangenen elf Jahren in Nordrhein-Westfalen um rund 40 Prozent abgenommen habe; auch der Kuhbestand sinke stetig. Dies hat sich dem Experten zufolge im vergangenen Jahr in einer um rund zwei Prozent geringeren Milchproduktion niedergeschlagen und dürfe sich tendenziell auch 2022 fortsetzen. Das schwächere Angebot habe bei einer guten Nachfrage zuletzt deutlich gestiegene Milcherzeugerpreise zur Folge gehabt, die im Jahresmittel 2021 in Nordrhein-Westfalen für eine Standardmilch inklusive aller Zu- und Abschläge bei etwa 34,8 Cent/kg Milch liegen dürften; das wären 1,9 Cent mehr als im Vorjahr. Das Milchpreinsniveau habe bei einigen Molkereien im Bundesgebiet im Dezember bereits die 40-Cent-Marke geknackt, und dieses Niveau dürfe sich angesichts der Marktlage auch in der ersten Jahreshälfte 2022 verfestigen, prognostizierte der Experte. Doch wird laut Schmidt das höhere Milchgeld „durch die stark gestiegenen Produktionskosten relativiert“. Angesichts der gesellschaftlichen und politischen Anforderungen an die Milchbauern seien weitere Preissteigerungen nötig; ansonsten werde sich der Strukturwandel weiter verschärfen. Laut dem rheinischen Vorsitzenden der LV Milch, Hans Stöcker, kommt es nun im Binnenmarkt darauf an, „dass der Handel die Kosten in der Kette berücksichtigt, Gewinne weitergibt und sie nicht als Inflationsbremse missbraucht“. Der westfälische Vorsitzende Benedikt Langemeyer hob hervor, dass „die Anspannung auf den Milchviehbetrieben aufgrund der Kostensituation groß ist“ und bei anhaltender Teuerung selbst 40 Cent/kg Milch wohl noch zu knapp bemessen seien. Nach Einschätzung von Stöcker wird es bei den Milchpreisen 2021 im Bundesgebiet zu einer Spreizung kommen. Im Norden Deutschlands würden vermehrt Basisprodukte wie Butter und Magermilchpulver hergestellt, deren Preise auch weltweit stark gestiegen seien. Deshalb seien dort die Milcherzeugerpreise bereits schneller und deutlicher nach oben gegangen. In Nordrhein-Westfalen würden mehr Frischeprodukte hergestellt, weshalb das Land bei den Milchpreisen etwas hinterherhinke. Ganz wichtig für die Branche sei der Export, vor allem nach Asien, hob Stöcker hervor. Ohne die dort zuletzt gute Nachfrage, insbesondere in China, wäre der jüngste Preisanstieg kaum möglich gewesen. Es müsse nun gelingen, dies auch in den Kontraktverhandlungen mit dem LEH umzusetzen. Stöcker betonte, „dass die Milchwirtschaft grundsätzlich hinter eindeutigen Kennzeichnungen, auch der neuen Haltungskennzeichnung des Handels, steht“. Nur so ließen sich die Anstrengungen der Milcherzeuger für mehr Tierwohl sichtbar machen. Allerdings, so der Vorsitzende, sei der bisher ausgehandelte Zuschlag zwischen den Handelsunternehmen und der Milchwirtschaft zu gering; er decke nicht die vollen Kosten.

Langemeyer wies darauf hin, dass die Erzeuger bereits mit Laufställen und anderem in Vorleistung getreten seien, ohne dass dies honoriert worden sei. Der Handel müsse sich darüber im Klaren sein, dass jede Erweiterung der Anforderungen Investitionen und Geld koste, was nicht alle Erzeuger leisten könnten. Ein weiteres Problem sei, dass die Initiative Tierwohl (ITW) Programmphasen von drei Jahren habe, Stallbauinvestitionen jedoch längerfristig kalkuliert würden. Die Vorschläge der Borchert-Kommission böten hingegen längerfristige Planungssicherheit, weshalb diese noch umgesetzt werden sollten.

Laut LV Milch hat der Absatz von Milchprodukten im Lebensmittelhandel 2021 nicht mehr an die Rekordmarken des Vorjahres heranreichen können, als es wegen Corona teilweise Hamsterkäufe in den Geschäften und längere Schließungsphasen für Restaurants, Kantinen und Hotels gab. So wurden weniger Butter, Joghurt, Quark und Käse in der Selbstbedienungstheke gekauft. Besonders deutlich war der Absatzrückgang von Januar bis Oktober gegenüber dem Vorjahreszeitraum 2020 mit 7,1 Prozent bei der Trinkmilch. Ausgenommen hiervon waren jedoch die Biomilch mit einem

Plus von 3,3 Prozent sowie die Weidemilch mit einem kräftigen Verkaufsanstieg von 21,1 Prozent. Weiter deutlich zulegen konnten in der Verbraucher-gunst auch die Milchimitate wie Soja- oder Hafermilch, die mit einer Absatzmenge von rund 250 Mio. Litern mittlerweile fast zehn Prozent des gesamten Konsummilchverbrauchs ausmachten. Für diese zahlen die Kunden in den Läden zudem höhere Preise als für normale Trinkmilch, weshalb immer mehr Molkereien auch in diesem Geschäftsfeld tätig sind und einen Teil der Wertschöpfung in die Branche zurückholen wollen. „Wir lassen diesen Markt nicht an uns vorbeiziehen“, erklärte Stöcker, der auch Vorstandsmitglied bei FrieslandCampina ist. Er kündigte an, dass sich die Brancheninitiative Milch dieses Themas annehmen und über die Vorzüge der „echten Milch“ informieren werde. (AgE) ▲

Zwischen Superfood und No-Go:

Nordwestdeutscher Milchtreff findet zum ersten Mal digital statt



Der Nordwestdeutsche Milchtreff schließt sich normalerweise an den Milch-Montag der Grünen Woche an und ist ein beliebtes Branchentreffen. Organisiert von den Landesvereinigungen der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein werden bei dieser Gelegenheit jedes Jahr spannende Themen rund um die Milch aufgegriffen und diskutiert. Aufgrund der aktu-

ellen Corona-Lage fand der Nordwestdeutsche-Milchtreff in diesem Jahr digital statt. Das Thema: Zwischen Superfood und No-Go: Die Geschichte der Milch und ihre Chancen.

Rund 200 Zuschauer verfolgten am Abend des 25. Januar den Live-Stream der Veranstaltung auf dem Youtube-Kanal von DIALOG MILCH. Moderiert von Tomma Hangen, Kommunikationstrainerin aus Oldenburg diskutierten die vier Podiumsgäste zum Image der Milch und dazu, welche Chancen sie für die Zukunft sehen.

Einleitend gab Prof. Dr. Gunther Hirschfelder einen kurzen Impuls zur Kulturgeschichte der Milch, aber auch zur Entwicklung ihrer Rolle für die Ernährung in den vergangenen Jahrzehnten.

So erklärte er, dass Essen und Trinken eine emotionale Sache sei. Ein Punkt, der auch in der Werbung berücksichtigt werden müsse. „Wir müssen mit der ganzen Branche über Marken und Produktsetting nachdenken.“

Ebenso wichtig sei der Blick auf das Essverhalten der Menschen, die zunehmend Snacks statt großer Mahlzeiten zu sich nehmen. „Dafür eignen sich Milch und Milchprodukte sehr gut. Allerdings müssten dann auch Verpackungsgrößen angepasst werden.“

Klaus-Peter Lucht ist Milchkuhhalter aus Mörel und Vorsitzender MEV Schleswig-Holstein. Er erklärt in der Diskussion die Notlage vieler Landwirte. „Es gibt bereits Dörfer, in denen es keinen Landwirt mehr gibt. Da geht für die Gesellschaft etwas verloren, da Landwirtschaft auch für das Sozialleben im Ort wichtig ist.“ Um den Kontakt zwischen Landwirten und Verbrauchern wieder zu verbessern, sieht er eine Chance in der Bildung und im Besuch von Schulklassen auf Höfen.

Katharina Leyschulte, Milchkuhhalterin aus Wester Cappeln, ergänzt, dass sie deshalb auch das Schulmilchprogramm als gute Chance betrachtet, um an Schüler und Lehrkräfte heranzutreten. „Wir müssen den Menschen immer und immer wieder erklären, wie wir arbeiten.“ Als wichtigen Kommunikationskanal zum Erklären ihrer Arbeit sieht sie hier auch die sozialen Medien und appelliert an andere Landwirte, diese ebenfalls zu nutzen.

Als Milchkuhhalter aus Wahrenholz und engagierter My KuhTuber ist Helmut Evers als Podiumsgast mit dabei. Auch er sieht eine wichtige Arbeit in der Kommunikation der Branche und jedes einzelnen Landwirts. „Wir müssen Geschichten erzählen von unseren Höfen und Dinge so erklären, dass die Leute sie verstehen.“



Der Aufzeichnung der gesamten Diskussion im Rahmen des Nordwestdeutschen-Milchtreffs ist dauerhaft online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=ra5oAdTUXo>

Milch ist unser ältestes „Superfood“

Nordwestdeutscher Milchtreff Wie steht es um das Ansehen der Milch, wie hat es sich in der Vergangenheit verändert und wie können wir dieses Wissen für die Zukunft nutzen? Fest steht: In der Milch steckt noch viel Marketingpotenzial.



Milchviehhaltung prägt auch das Landschaftsbild. Mit Kühen lässt sich Dauergrünland nutzen, um Lebensmittel zu erzeugen. Ohne Nutztiere wäre es für die Menschen wertlos.

Milch begleitet die Menschen schon seit Beginn der Sesshaftwerdung. Lange war sie in Europa fester Bestandteil der Ernährung. Jeder wusste, sie ist gesund und wichtig. Doch wie ist die Milch vom „Superfood“ zu einem Lebensmittel geworden, das im Hinblick auf Tierschutz, Umweltschutz und ihre gesundheitlichen Folgen in der Kritik steht? Und kann sie den Ruf als Superfood zurückbekommen? Daran ging es vergangene Woche beim Nordwestdeutschen Milchtreff der milchwirtschaftlichen Landesorganisationen aus Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen.

Wie wurde Milch „vom Superfood zum No-Go“?

Der Kulturwissenschaftler Prof. Günther Hirschfelder von der Universität Regensburg sieht den Beginn des Wandels der Milch „vom Superfood zum No-Go“ in der Zeit der Industrialisierung. Mit der zunehmenden Technisierung sei die Landwirtschaft zunehmend aus dem Nahbereich der Menschen verschwunden. Dazu sei die Angst

vor zu viel Technik und Wandel und einer hungerrnden Welt gekommen. Je mehr Landwirtschaft und Gesellschaft sich entremdeten, desto mehr sei Milch vom Erfolgsprodukt zum Skandal geworden.

Allerdings sieht Hirschfelder auch ein erhebliches Marketingpotenzial in der Milch:

■ Gerade junge Menschen wollen nicht mehr nur satt sein, sondern erwarten von Lebensmitteln einen Zusatznutzen für ihre Gesundheit.

■ Es gibt immer mehr Einpersonenhaushalte und anstelle von festen Mahlzeiten steigt die Nachfrage nach gesunden Snacks für unterwegs.

■ Milch kommt aus der Region und Regionalität ist ein Trend.

■ Konsumenten denken im Kontext von Marken und gehen davon aus, dass die positiven Eigenschaften der Marke auf sie übergehen. Hier gibt es positive Beispiele in der Branche, die mit Bildern und Geschichten arbeiten wie Skyr oder Kerrygold.

■ Nach dem Motto „Food is fashion“ sind immer wieder neue Produkte nötig, aber aus Milch lassen sich viele verschiedene Produkte herstellen.

■ In Deutschland gibt es immer mehr Menschen mit Migrationshintergrund. Milch und die Farbe Weiß ist im arabischen Kulturkreis positiv belegt.

■ Um weltweit immer mehr Menschen zu ernähren, müssen wir Hunger, Fehl- und Unterernährung in den Griff bekommen und können es uns nicht erlauben, das älteste etablierte Lebensmittel über Bord werfen.

All das muss man laut Hirschfelder berücksichtigen und Marken und Produktsetzungen entsprechend überarbeiten – mit neuen Produkten, kleineren Verpackungsgrößen und einer Kommunikation, die die Milch als ältestes und bestes Superfood, als regional und nachhaltig hervorhebt. Emotionen müssten dabei im Vordergrund stehen: „Wir können die Leute über Ernährung aufklären, aber Essen und Trinken ist eine emotionale Sache – da schalten wir den Verstand aus.“

Weitere starke Argumente für die Milch sprachen die Teilnehmer der Diskussionsrunde an. Die nordrhein-westfälische Jungbäuerin Katharina Ley-schulte unterstrich die Rolle der Milchviehhaltung für die Um-

welt. „Wir Milchviehhalter sind auch Landschaftspfleger und -gestalter. Unsere Kühe sind die einzige Möglichkeit, Dauergrünland zu nutzen.“ Helmut Evers, Milchkuhhalter aus Wahrenholz, verwies zu dem auf die hocheffiziente Wirtschaftsweise der deutschen Milchviehhalter.

Landwirtschaft prägt auch das soziale Leben

Nicht zuletzt spielt Landwirtschaft eine entscheidende Rolle für das soziale Leben im ländlichen Raum, betonte Klaus-Peter Lucht, Vizepräsident des Bauernverbandes Schleswig-Holstein und Vorsitzender der dortigen Milcherzeugervereinigung. „In den ersten Dörfern gibt es keine Landwirte mehr. Das hat Auswirkungen auf die Vereine und das kulturelle Leben, es findet nichts mehr statt. Da geht für die Gesellschaft etwas verloren.“

Um den Kontakt zwischen Landwirten und Verbrauchern wieder herzustellen, sieht Lucht eine Chance in Bildung und im Besuch von Schulklassen auf Höfen. Ley-schulte sprach dazu auch das Schulmilchprogramm an als Möglichkeit. Schullehrer und Lehrer zu erreichen. Hirschfelder betonte, dass hier die Politik gebraucht werde, um auch Schüler in Städten zu erreichen.

Immer wieder erklären und Geschichten erzählen

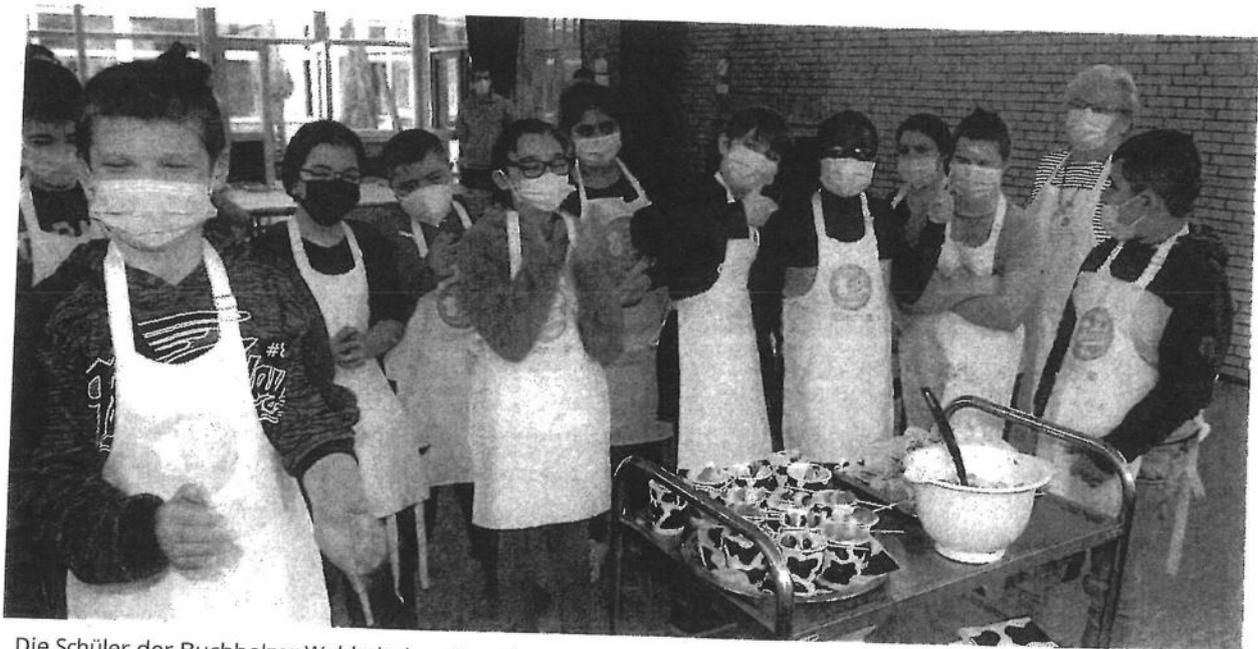
Ley-schulte rief ihre Berufskollegen auf, die sozialen Medien zu nutzen, um ihre Geschichten zu erzählen und ihre Arbeit immer wieder zu erklären. „Ich habe mich wie jeder andere Landwirt auch in diesen Beruf verliebt. Und das müssen wir zeigen.“

Dieser Aspekt lässt auch Evers optimistisch in die Zukunft blicken. „Unser Nachwuchs ist besser ausgebildet als je zuvor. Wer in diesen schwierigen Zeiten diesen Job macht, weiß, worauf er sich einlässt und hat Leidenschaft für diesen Beruf und die Milch.“

Laura Schneider

KINDER LERNEN KOCHEN

EU- Schulprogramm für Obst, Gemüse und Milch in NRW-Grund- und Förder-schulen



Die Schüler der Buchholzer Waldschule präsentierten stolz ihre gekochten Gerichte. • Foto: Frank Maurer • hochgeladen von [Marcel Faßbender](#).

20 kleine Köche aus den Klassen M und A3 der Buchholzer Waldschule bereiteten internationale Gerichte mit Obst, Gemüse und Milch zu. Die NRW-weite Kochtour Kinder lernen kochen animiert zum Kochen mit frischen Produkten.

Schnippeln, Brutzeln, Würzen hieß es diese Woche in der Aula der Förderschule in Walsum, welche mittels einer mobilen Küche vorübergehend in eine Kocharena für Kinder umgebaut wurde. Die Kochtour Kinder lernen kochen machte im Duisburger Süden Station. Landfrau Anneliese Uppang aus Vreden und ihr Team erklärten den Umgang mit Küchengeräten, halfen beim Zerkleinern der frischen Lebensmittel und gaben Tipps zum sicheren Umgang mit den Schneidegeräten.

Indischer Lassi, spanischer Milchreis sowie amerikanische Wraps standen auf dem Kochplan. Die 20 Schüler waren mit vollem Eifer dabei und lernen mit viel Spaß, wie man fri-

er lernen kochen: EU- Schulprogramm für Obst, Gemüse und... <https://www.lokalkompass.de/duisburg/c-kultur/eu-schulprog>
sche Lebensmittel fachgerecht zubereitet. Zum Abschluss wurden die selbstzubereiteten

Gerichte mit großem Appetit verschmaust.

Ziel des Projekts ist es, die Ernährungskompetenz bei Kindern im Grund- und Förder-
schulbereich für eine Ernährung mit frischen und regionalen Produkten zu begeistern.

Denn Kinder, die sich gut ernähren, kommen fit und leistungsstark durch den Schulall-
tag, haben mehr Freude am Lernen und bessere Chancen auf Erfolgserlebnisse. Auch zu
Corona-Zeiten kann dieses Projekt stattfinden, da jederzeit auf größte Hygiene geachtet
wird. Die Köche tragen Mundschutz und Einweghandschuhe beim Zubereiten der Mahl-
zeiten.

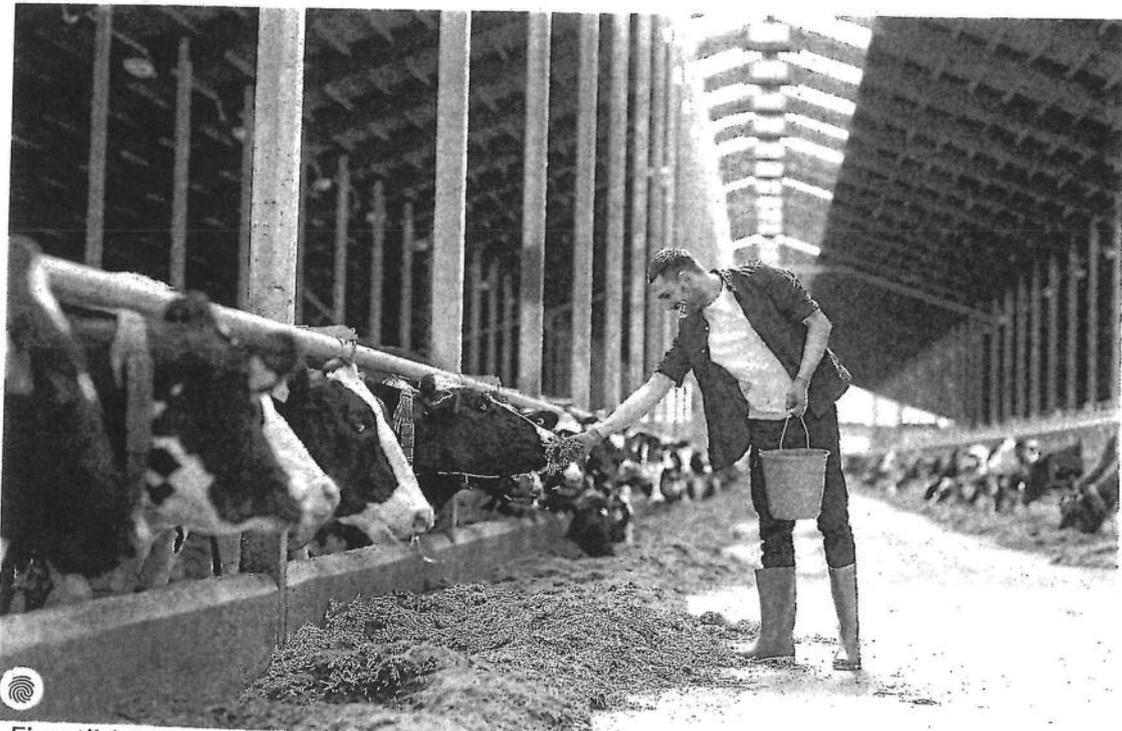
Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. bietet dieses Projekt als pädagogi-
sches Begleitprogramm innerhalb des EU-Schulprogramms in NRW für Obst, Gemüse
und Milch den Schulen an. Gefördert wird die Aktion durch das Ministerium für Umwelt,
Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen.

Aufpreis allein reicht nicht

Verbraucherzentrale NRW testet sechs Angebote für faire Milch

Münster - Die Verbraucherzentrale NRW hat sechs Anbieter von „fairer Milch“ untersucht und verglichen, was hinter den verbreitetsten Angeboten steckt. -me/pd-

Donnerstag, 10.02.2022, 10:25 Uhr



Eigentlich ist es nur fair, dass der Landwirt für die Milch seiner Kühe kostendeckend bezahlt wird. Doch die Rechnung geht leider nicht immer auf. Foto: Lev Dolgachov

Eigentlich wird ja alles teurer – nur die Milch nicht. Seit Jahren sinken in Supermärkten und Discountern die Preise. „Der Einstiegspreis für einen Liter Milch in den Discountern liegt derzeit bei 75 Cent“, weiß Frank Maurer, Pressesprecher der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW. Kein Wunder, dass die Erzeuger kaum ihre Kosten decken können.

Vielen Verbrauchern ist das bewusst, und sie möchten mit einer bewussten Kaufentscheidung dafür sorgen, dass der Landwirt fair bezahlt wird. Die Verbraucherzentrale NRW hat sechs Angebote von „fairer Milch“ untersucht, die mit einem zusätzlichen Aufpreis werben. Dieser Aufpreis soll dem Landwirt zugute kommen.

Sternenfair: Die konventionelle H-Milch sowie die Milchprodukte von „sternenfair“, der Marke der MVS Milchvermarktungs-GmbH, werden in Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und NRW angeboten. Die Milcherzeuger erhalten 40,15 bis 44,15 Cent pro Kilogramm Milch. Angesichts steigender Milchpreise plant die MVS für die „Sternenfair“-Produkte eine Erhöhung der Auszahlungspreise im Februar 2022. Hinter der MVS steht ein Verein mit 110 angeschlossenen Landwirten.

Die Faire Milch: Das Projekt des Bundesverbandes deutscher Milchviehhalter schreibt pro Liter konventionelle Milch einen Grundpreis von 45 Cent fest. Laut Stiftung Warentest ist die Auszahlung jedoch nur lückenhaft rückverfolgbar. Hofbetreiber werden nicht nach verkaufter Menge bezahlt, sondern erhalten eine Gewinnausschüttung auf ihre Genossenschaftsanteile.

Berchtesgadener Land: Von rund 1800 Milchviehhaltern aus Südbayern stammt die Milch des Molkereiunternehmens „Berchtesgadener Land“. Sie erhalten einen höheren Preis für die Milch als üblich: 41,34 Cent pro Kilogramm für die Bergbauern-Milch, 40,33 Cent pro Kilogramm für konventionelle Milch, 49,82 Cent pro Kilogramm für Bio-Naturland-Milch und 48,83 Cent pro Kilogramm für Bio-Demeter-Milch.

„Du bist hier der Chef“: Mehr als 9300 Verbraucher haben im Rahmen der Initiative „Du bist hier der Chef“ über die Vergütung für die Milchbauernbetriebe abgestimmt. Die Landwirte erhalten 58 Cent pro Kilogramm Bio-Milch. Falls nötig, stimmen die mehr als 1000 Vereinsmitglieder über eine Erhöhung der Auszahlungspreise ab. Die unverbindliche Preisempfehlung von 1,45 Euro ist auf der Verpackung aufgedruckt, damit der Handel den Preis nicht ändern kann.

Schwarzwaldmilch: Die Molkerei Schwarzwaldmilch geht mit ihren Auszahlungspreisen transparent um und informiert dazu auf ihrer Homepage. So erhielten Erzeuger 2021 durchschnittlich für konventionelle Milch 40,32 Cent pro Kilogramm und für Bio-Milch 56,03 Cent pro Kilogramm.

Milch-Marker-Index

Der Milch-Marker-Index stellt die durchschnittlichen Milcherzeugungskosten in der konventionellen und ökologischen Milcherzeugung dar. Im Oktober 2021 lagen die Milcherzeugungskosten für Bio-Milch bei 64,39 Cent pro Kilogramm Milch, für konventionelle Milch bei 46,13 Cent. Die Milchauszahlungspreise der Molkereien lagen für

Ein Herz für Erzeuger: Einen anderen Ansatz verfolgt Netto mit seiner Marke „Ein Herz für Erzeuger“. Seit 2008 werden unter anderem konventionelle Milch sowie Emmentaler Käse und Mozzarella mit einem Preisaufschlag von zehn Cent pro Packung angeboten. Die Werbung suggeriert, dass die Milcherzeuger einen Aufschlag von zehn Cent bekommen. Die Höhe des Aufschlags richtet sich jedoch nach dem Umsatzanteil der Milch „Ein Herz für Erzeuger“ am gesamten Milchumsatz von Netto. Beträgt er zehn Prozent, erhalten die Milchbetriebe von der Molkerei etwa einen Cent zusätzlich. Nur wenn die gesamte Milch bei Netto als „Ein Herz für Erzeuger“-Milch verkauft werden würde, erhielte jeder Milchbetrieb zehn Cent pro Liter.

Fazit von Verbraucherschützer Frank Waskow: „Das sind gute Ansätze, aber sie sind noch nicht richtig wirksam.“ Es komme eben immer noch nicht genug für eine Kostendeckung beim Landwirt an. Hier hat Frank Maurer von der Milchwirtschaft NRW für Verbraucher den bekannten Tipp: regional kaufen.

Chancen überwiegen die Risiken

➤ Nordwestdeutscher Milchtreff befasste sich mit den Zukunftschancen der Milch.

Das Image der Milch ist gut, muss aber besser kommuniziert werden. Dann wird die Milch auch in Zukunft eine wichtige Rolle in der Ernährung hierzulande einnehmen. Das ist die Quintessenz des diesjährigen Nordwestdeutschen Milchtreffs, der erstmals digital als Hybridveranstaltung vor Ort und digital durchgeführt wurde. Erneut organisiert von den Landesvereinigungen der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein diskutierten Prof. Gunther Hirschfelder und die drei Milchkuhhalter Katharina Leyschulte, Klaus-Peter Lucht und Helmut Evers über das Thema „Zwischen Superfood und No-Go: Die Geschichte der Milch und ihre Chancen“.

Der beliebte Nordwestdeutsche Milchtreff ist seit langem als Branchentreff ein wesentlicher Bestandteil der Aktivitäten der Milchwirtschaft während der Internationalen Grünen Woche in Berlin. Er schließt üblicherweise an den „Milch-Montag“ der Fachmesse an. Organisiert von den Landesvereinigungen der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein werden bei dieser Gelegenheit jedes Jahr vor Ort spannende Themen rund um

die Milch aufgegriffen und diskutiert. Aber seit zwei Jahren ist in Deutschland nichts mehr, wie es zuvor war. Aufgrund der aktuellen Corona-Lage fand der beliebte Branchentreff in diesem Jahr erstmals vor Ort und digital statt.

Rund 200 Zuschauer verfolgten am Abend des 25. Januar den Live-Stream der Veranstaltung auf dem Youtube-Kanal der Branchenkommunikation DIALOG MILCH. Moderiert von Tomma Hangen, Kommunikationstrainerin

aus Oldenburg, diskutierten die vier Podiumsgäste Prof. Dr. Gunther Hirschfelder und die drei Milchviehhalter Klaus-Peter Lucht, Katharina Leyschulte und Helmut Evers unter dem Motto „Zwischen Superfood und No-Go: Die Geschichte der Milch und ihre Chancen“ über das Image der Milch und die Aussichten des beliebten Lebensmittels für die Zukunft.

Einleitend gab Prof. Dr. Gunther Hirschfelder, Universität Regensburg, einen kurzen Impuls



Die Organisatoren und Protagonisten des diesjährigen Nordwestdeutschen Milchtreffs im Überblick.

zur Kulturgeschichte der Milch, aber auch zur Entwicklung ihrer Rolle für die Ernährung in den vergangenen Jahrzehnten. Milch sei ein Superfood, werde aber nicht als solches wahrgenommen. Das müsse über die Social Media-Kanäle deutlich besser kommuniziert werden, brauche aber auch sichtbare Marken. Denn Verbraucher denken laut Prof. Hirschfelder in Marken, da sie glauben beim Verzehr die positiven Eigenschaften derselben zu erhalten. Einige gute Beispiele aus der Milchindustrie in dieser Hinsicht seien in den Regalen auch bereits zu finden. Das müsse aber weiter ausgebaut werden. Ebenso wichtig sei der Blick auf das Essverhalten der Menschen, die zunehmend Snacks statt großer Mahlzeiten zu sich nehmen. „Dafür eignen sich Milch und Milchprodukte sehr gut. Allerdings müssten dann auch Verpackungsgrößen angepasst werden.“ Auch der immer stärkere Trend zur Regionalität spiele der Milch ebenso in die Karten wie die wachsenden Produktkategorien Medical und Health Food.

Milch ist kein No-Go

Nach den einführenden Worten von Prof. Hirschfelder begann Tomma Hangen die Diskussion mit der Frage nach der Milch als No-Go. Das verneinten alle Teilnehmer. Es gebe keinen wissenschaftlichen Beleg für eine krankmachende Wirkung der Milch, betonte Klaus-Peter Lucht, Milchkuhhalter aus Mörel und Vorsitzender der MEV Schleswig-Holstein. „Wir haben den Fehler gemacht nicht mehr selbst über uns zu sprechen, sondern dass der Werbung zu überlassen“. Das führte zu der negativen Berichterstattung. Um fachlich und wissenschaftlich dagegen halten zu können, sei nun die neue Branchenkommunikation des Deutschen Bauernverbandes aufgebaut worden. Auch Helmut Evers sah die pauschale Aussage „Milch macht krank“ sehr kritisch. Er mache sich viele Gedanken darüber woher diese negative Berichterstattung kommt und versuche dann mit Kritikern Kontakt aufzunehmen und sie auf seinen Hof einzuladen. Im Falle einer Journalistin sei dies auch schon einmal sehr positiv verlaufen. Katharina Leyschulte, Milchkuhhalterin aus Westerkappeln, monierte vor allem die Folgen der negativen Berichterstattung. „Mir geht das sehr nahe und es nimmt mich persönlich mit. Solche Reportagen sollten sehr sensibel und gut recherchiert sein, da sich die falschen Aussagen einprägen.“



Die Zukunft der Milch diskutierte (v. l.) Moderatorin Tomma Hangen mit Klaus-Peter Lucht, Prof. Dr. Gunther Hirschfelder, Katharina Leyschulte und Helmut Evers. (Fotos: Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V.)

Prof. Gunther Hirschfelder sieht die Kritik als Ausdruck einer generellen Kritik an der modernen Landwirtschaft, bei der die Milch nur stellvertretend benannt werde. Das sei eine Metapher für eine Gesellschaft, die sich übernommen habe. Junge Menschen haben Angst vor einer Welt, in der sie nicht mehr leben können. „Um das zu ändern, brauchen wir eine faktenbasierte Kommunikation.“ Aber man müsse auch klar sagen, dass „wir es einer Hardcore-Fraktion unter den Kritikern niemals recht machen werden“, betonte Prof. Hirschfelder. Die Gründe für die Kritik reichten aber tiefer. Einer davon sei die Theorie, „dass wir als Branche einfach zu nett sind“. „Das ist sicherlich ein Faktor, aber auch der Glaube, dass man, wenn man auf dem Hof von Helmut Evers die Kühe rettet, damit die ganze Welt rettet, spielt eine wichtige Rolle. Das Ganze ist eine Form von Komplexitätsreduzierung“, so der Wissenschaftler. Es sei ein Unding zu glauben, man könne die ganze Welt ernähren, ohne natur- und menschengerechten Fortschritt zu verwenden.

Milch ist ein wichtiger Pfeiler der Landwirtschaft

Daran anschließend besprachen die Teilnehmer die Rolle der Milch als Superfood und ihre Zukunftsaussichten. Katharina Leyschulte betonte den Wert der Kühe für den Erhalt der Landschaft. Als Landwirt sei sie automatisch auch Landschaftsgestalterin. Nicht alles Grünland könne zu Äckern gemacht werden und nur Kühe könnten den Erhalt des Grünlands gewährleisten. Das müsse aber auch kommuniziert werden. Sie betrachtete, dass Schulmilchprogramm dabei als gute Chance, um an Schüler und Lehrkräfte heranzutreten. „Wir müssen den Menschen immer und immer wieder erklären, wie wir arbeiten.“ Als wichtigen Kommunikationskanal zum Erklären ihrer Arbeit sieht sie hier auch die sozialen Medien und appelliert an andere Landwirte, diese ebenfalls zu nutzen. Das sah Helmut Evers ähnlich. Auch er sieht eine wichtige Arbeit in der Kommunikation der Branche und jedes einzelnen Landwirts.

„Wir müssen Geschichten erzählen von unseren Höfen und Dinge so erklären, dass die Leute sie verstehen.“ Sein Hof sei im Heimatdorf Museum, Zirkus und Zoo in einem. Die Bewirtschaftung des Grünlandes sei zudem auch sehr wichtig für die Reduzierung der CO₂-Emissionen. Man liege inzwischen bei Werten von 600 bis 800 g CO₂ /l. Das seien weltweit führende Emissionswerte, die die erfolgreichen Bemühungen der Landwirte bestätigen.

Klaus-Peter Lucht ging in der Diskussion auf einen anderen wichtigen Aspekt ein, die Notlage vieler Landwirte. Der Strukturwandel schreite weiter voran. Dabei gehe es um mehr als die betroffenen landwirtschaftlichen Flächen. „Es gibt bereits Dörfer, in denen es keinen Landwirt mehr gibt. Da geht für die Gesellschaft etwas verloren, da Landwirtschaft auch für das Sozialleben im Ort wichtig ist.“ Um den Kontakt zwischen Landwirten und Verbrauchern wieder zu verbessern, sieht er eine Chance in der Bildung und im Besuch von Schulklassen auf Höfen. Auch die sozialen Medien müssten bespielt werden, um Erfolg zu haben. Daher stehe das auch im Fokus der Branchenkommunikation

Initiative Milch. Aber auch die Gesellschaft müsse in die Pflicht genommen werden Lösungen zu finden, wie zum Beispiel beim Thema Nahrungsmittelverschwendung.

Das unterstützte Katharina Leyschulte. „Wir müssen eigene Kanäle aufbauen, dabei abstrakt sein und unsere Geschichten erzählen.“ Dem stimmte Prof. Hirschfelder nur bedingt zu. Er habe Zweifel an der Wirksamkeit von Verbandsaktionen auf Social-Media-Kanälen, da diese eigenen Gesetzen unterlägen. „Wir können nicht die besseren Youtuber werden.“ Man müsse stattdessen den wissenschaftlichen Stand, dass Milch bspw. eben nicht karzinogen ist, verbreiten. Generell sei es ohnehin Zeit die Milch offensiver und als Luxusfood zu kommunizieren. Andere Branchen wiesen mehr Skandale auf. Prof. Hirschfelder mahnte die Branche sich zu wehren und auch einmal „zurückzukeilen“, wenn sie angegriffen werde.

Branche muss politischer werden

Klaus-Peter Lucht erinnerte daran, dass die Reaktionen in Social-Media-Kanälen heftig ausfallen könnten. Entscheidend sei es politisch aktiv zu sein. Der DBV habe mit dem

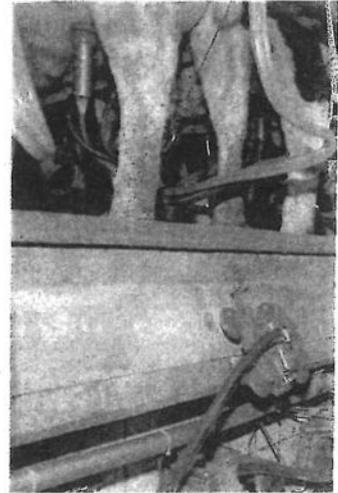
Borchert-Konzept die Parteien vor der Wahl überzeugt. Aber die Politik habe nun nicht mehr den Mut den Bürgern zu sagen, dass die Lebensmittel teurer werden müssen. Das ändere aber nichts daran, dass die Landwirte eine Finanzierung brauchen. Außerdem müsse die Ernährung bildungstechnisch besser aufgearbeitet werden. Das Thema werde stark vernachlässigt. Das sei schon daran zu erkennen, dass ein Drittel der Schulkinder immer noch Schokolade als Pausenbrot erhalten.

Dem stimmte Prof. Hirschfelder zu. Es brauche klare Vorgaben für die Politik und den Schulabschluss von Landwirten und der Wissenschaft. Wie alle anderen Teilnehmer zeigte auch er sich überzeugt, dass die Milch trotz all der vorhandenen Probleme auch in Zukunft eine wichtige Rolle in der Ernährung hierzulande spielen wird. Eine Ansicht, die sicherlich ihre Berechtigung hat, aber auch in Zukunft zu inhaltlichen Auseinandersetzungen mit Kritikern aller Couleur führen dürfte.

Wer sich noch genauer mit der Diskussion beschäftigen möchte, wird online fündig. Die Aufzeichnung der gesamten Diskussion im Rahmen des Nordwestdeutschen-Milchtreffs ist dauerhaft online unter: www.youtube.com/watch?v=raS0TAdTUX0 zu finden. ▲

Preise wachsen nicht in den Himmel

Die Richtung stimmt. Die Milchpreise sind in den vergangenen Monaten spürbar gestiegen und befinden sich weiter im Aufwind. Allerdings fressen die hohen Produktionskosten die guten Erlöse regelrecht auf. Wie sieht es aus am Milchmarkt, wohnin steuern die Preise und was erwartet die Branche vom Lebensmitteleinzelhandel (LEH)? Die LZ Rheinland sprach hierüber mit Hans Stöcker aus Engelskirchen, rheinischer Vorsitzender der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW.



LZ | Rheinland: Herr Stöcker, wie kommt es zum Anstieg der Milchpreise?

H. Stöcker: Wir beobachten bereits seit mehreren Jahren, dass die Nachfrage nach Milch und Milchprodukten stärker ansteigt als das Angebot. Durch die Corona-Krise hat sich diese Situation noch einmal verstärkt. Hier wurden Lieferketten unterbrochen und dadurch ist es schlagartig dazu gekommen, dass die starke Nachfrage schlechter ge-

Auf der einen Seite haben wir einen starken Anstieg der Nachfrage, aber auf der anderen Seite haben wir auch in den vergangenen Jahren einen deutlichen Rückgang beim Angebot. Die drei Dürrejahre in Folge haben dazu geführt, dass der Milchkuhbestand in Mitteleuropa deutlich zurückgegangen ist. Vor allen Dingen aber ist der Färsenbestand abgestockt worden. Es ist daher davon auszugehen, dass dieses geringe Angebot auch noch weiter anhält.

LZ | Rheinland: Es gibt aber deutschlandweit große regionale Unterschiede bei den Milchpreisen. Wie sind diese zu erklären?

H. Stöcker: Auch dies ist durch die aktuellen Marktgegebenheiten zu erklären. Im Norden Deutschlands werden traditionell große Mengen Basisprodukte hergestellt wie Butter und Magermilchpulver, deren Preise stark angestiegen sind. Und die Molkereien dort können daher im Moment 50 Cent/kg Milch ausbezahlen. Hier im Nordwesten sind dagegen die Molkereien eher marktorientiert und vermarkten frische Produkte. Diese gehen hauptsächlich in den LEH und der hebt Preise nur an, wenn er muss. Das gilt auch für den Süden Deutschlands, wo traditionell mehr Markenmolkereien ihren Sitz haben. Sowohl hier im Nordwesten als auch im Süden werden daher die Preiserhöhungen erst zeitversetzt erfolgen.

LZ | Rheinland: Die Milcherzeuger können sich also auf weiter steigende Milchpreise einstellen.

H. Stöcker: Ja, das können sie. Im Moment ist die Nachfrage nach Milch und Milchprodukten weiterhin groß und eine Angebotssteigerung ist ebenfalls

nicht zu sehen. Wir gehen als Landesvereinigung daher von weiter steigenden Notierungen und Preisen aus. Ich denke aber nicht, dass die Preise ins Unendliche gehen. Die Milchpreise werden nicht in den Himmel wachsen, denn wenn beispielsweise Milchfett zu teuer wird, reagiert der Markt hier mit entsprechenden Gegenmaßnahmen. Dann wird Milchfett in den industriellen Produktionen durch pflanzliches Fett ersetzt und wenn Milchprodukte zu teuer sind, dann werden Ersatzprodukte gekauft.

LZ | Rheinland: Welche Milchpreise sind denn zu erwarten? Wagen Sie da eine Prognose?

H. Stöcker: Hier muss man wieder unterscheiden zwischen den Produktionsrichtungen der Molkereien. Die Unternehmen, die Basisprodukte erzeugen, dürften auch in den nächsten Monaten einen höheren Milchbasispreis auszahlen können von 45 Cent/kg und mehr. Für die anderen Molkereien geht die Landesvereinigung davon aus, dass hier ebenfalls höhere Milchpreise möglich sind, und zwar im Bereich von 43 bis 45 Cent/kg Milch in den nächsten Monaten.

LZ | Rheinland: Bereits jetzt ist im Bundesmittel wieder die 40-Cent-Marke bei der Milch erreicht. Reicht dieser Preis angesichts der explodierenden Kosten in den Betrieben aus?

H. Stöcker: Ab wann der Milchpreis die Kosten deckt, ist je nach Betrieb sehr unterschiedlich. Fakt ist, dass wir es in der Tat mit explodierenden Preisen bei Futtermitteln und Energiekosten sowie



Mit der Kennzeichnung der Haltungformstufen lassen sich Anstrengungen der Milcherzeuger für mehr Tierwohl gut sichtbar machen. Transparenz ist generell gut und hilft auch der Milchwirtschaft.

Hans Stöcker

deckt wurde. Und dadurch ist auch die Nachfrage bei den größten Milchimporteuren, also Asien und da vorneweg China, nach Basismilchprodukten wie Magermilchpulver und Butter eben sehr stark angestiegen. Das hat zu den enormen Steigerungen der internationalen Notierungen geführt. Durch das Abfließen von Basisprodukten in die anderen Länder kommt es hier in Europa zu einer Verknappung des Angebots und letztendlich zu höheren Milchpreisen. Corona hat somit zu einer zeitlichen Verschiebung dieser Entwicklung geführt.



Die Milcherzeuger können sich auf weiter steigende Milchpreise freuen, aber sie sind auch nach wie vor mit enorm hohen Kosten konfrontiert. Foto: agrar-press

verschiedene Labels, die den einzelnen Haltungsebenen zugeordnet werden können. Grundsätzlich steht die Milchwirtschaft hinter solchen eindeutigen Kennzeichnungen. Der Verbraucher wünscht sich eben eine einfache Kennzeichnung. Mit der vierstufigen Kennzeichnung der Haltungsebenen lassen sich Anstrengungen der Milcherzeuger für mehr Tierwohl gut sichtbar machen. Transparenz ist generell gut und hilft auch der Milchwirtschaft.

LZ | Rheinland: Ab 1. April geht QM+ an den Start. Milch, die die QM+-Anforderungen erfüllt, kann dann in der Haltungsebene 2 des LEH vermarktet werden. Ist der ausgehandelte Zuschlag von 1,2 Cent/kg Milch hierfür ausreichend?

H. Stöcker: Landwirtschaft, Molkereiwirtschaft und LEH haben gemeinsam das Tierwohlprogramm QM+ entwickelt. Hieran sind bestimmte Auflagen gebunden. QM+ steht unter anderem für komfortablere Ställe mit weichen Liegeflächen, zusätzlichem Beschäfti-

gungsmaterial sowie mehr Bewegungsfreiheit für die Tiere. Laut Branchenvereinbarung sollen die Milcherzeuger für QM+ einen zusätzlichen Aufschlag von 1,2 Cent/kg Milch erhalten. Allerdings müssen wir klar feststellen, dass es nur eine kleine Menge ist, die überhaupt über QM+ vermarktet werden soll. Der Zuschlag vom Handel wird nur für die abverkaufte Ware bezahlt, und zwar als Tierwohlbetrag an die Molkerei. Und letztendlich führt dies dazu, dass die Erwartungen der Milcherzeuger, diese 1,2 Cent Zuschlag auf jeden von ihrer Milch gelieferten Liter zu erhalten, nicht erfüllt werden können. Insgesamt muss sich zeigen, wie viel Milch wirklich in der Handelsformstufe 2 oder demnächst auch Stufe 3 verkauft werden kann. Hierzu sind bilaterale Verhandlungen zwischen Handel und Molkerei erforderlich und die werden dann im Endeffekt zeigen, was bei den Landwirten der jeweiligen Molkerei an Zuschlag ankommt.

Was die Höhe des Zuschlags anbelangt, so ist er für einen mittleren Betrieb mit einem gut ausgestatteten Boxenlaufstall wahrscheinlich ausreichend. Aber auf die meisten Betriebe trifft dies nicht zu. Sie müssen für mehr Tierwohl Geld in die Hand nehmen und investieren. Und dafür reicht der Zuschlag für QM+ nicht aus. el

bei Dünger zu tun haben. Hinzu kommt, dass die Milcherzeuger in den vergangenen Jahren wenig Geld verdient haben. Diese Defizite müssen noch ausgeglichen werden. Ich glaube, dass auch bei steigenden Milchpreisen viele Betriebe nicht in der Lage sind, kostendeckend ihre Milch zu erzeugen, und der Strukturwandel weitergeht.

LZ | Rheinland: Die Kontraktverhandlungen zwischen den Molkereien und dem LEH sind enttäuschend für die Milcherzeuger verlaufen. Aldi hat den Preis für Trinkmilch nur um 3 Cent erhöht.

H. Stöcker: 3 Cent pro Liter Milch sind natürlich zu wenig. Aus Sicht der Milcherzeuger passt das nicht. Es passt nicht in die Wertschöpfung. Aldi gibt hier die steigenden Kosten für die Milchherstellung nicht weiter an die Kunden. Allerdings muss man auch sehen, dass diese Preiserhöhung von Aldi nichts aussagt über die verhandelten Kontrakte zwischen den Molkereien und dem Handel. Diese dürften höher ausgefallen sein. Das sieht man auch daran, dass Aldi nachträglich den Preis für Frischmilch um 5 Cent erhöht hat.

LZ | Rheinland: Wie beim Fleisch wartet der Handel auch bei der Milch jetzt mit der Kennzeichnung der vier Haltungsebenen auf. Was sagt die Milchwirtschaft zu der neuen Kennzeichnung?

H. Stöcker: Der Handel ist bereits seit mehreren Jahren auf diesem Weg und will dem Verbraucher deutlicher machen, wo tierische Produkte erzeugt werden und wie sie erzeugt werden. Dafür hat der Handel die vier Haltungsebenen entwickelt oder eben

Regionale Initiative trotz globalen Herausforderungen

Um der im vergangenen Jahr gestarteten Initiative #AusGutemGrundAusNRW wieder Schwung zu verleihen, präsentierten sich die Projektpartner Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V., mein-ei.nrw.e.v. und der Westfälisch-Lippische Landwirtschaftsverband e.V. Anfang April auf dem Hof Sonneborn, dem Milchkuhbetrieb der Familie Stöcker im Oberbergischen Kreis, der Presse. Es war zugleich einer der letzten offiziellen Auftritte von NRW-Landwirtschaftsministerin Ursula Heinen-Esser, die wenige Tage nach der Veranstaltung von ihrem Amt zurücktrat.



Lokaltermin zur Initiative #AusGutemGrundAusNRW: Ursula Heinen-Esser und Hans Stöcker begrüßen auf dem Hof Sonneborn Pressevertreter.

Mit dem Krieg in der Ukraine steht die Landwirtschaft, und insbesondere die Milchwirtschaft, vor ganz neuen Herausforderungen, erklärte Ursula Heinen-Esser. Die steigenden Energiepreise wirkten sich in der Branche und dabei in der gesamten Kette enorm aus. „Wir haben alle gelesen, dass ein Discounter wieder eine massive Preiserhöhung vornimmt. Das alles sind Themen, die Hersteller und Verbraucher betreffen. Die Verbraucher werden dabei mit

hohen Energiepreisen und hohen Lebensmittelpreisen doppelt belastet. Dies müssen wir sehr genau im Blick halten“, sagte sie. Offensichtlich würde in der Ukraine keine Aussaat erfolgen, da die russischen Soldaten nicht nur systematisch Felder, sondern auch Landmaschinen zerstörten. „Die Russen haben offensichtlich vor, den Ukrainern den landwirtschaftlichen Nährboden zu entziehen. Und es ist umso dramatischer, weil es hier um die Welternährung geht.“

Die Ukraine zählt zu den weltweit größten Exporteuren von Weizen, Gerste, Mais in die Länder des Nahen Ostens und Afrikas. Ein Ernteaussfall in diesem Land führt dementsprechend zu großen Problemen bei der Ernährung der Weltbevölkerung. Und was Europa betrifft: „Wir haben einen hohen Selbstversorgungsgrad bei Milch und bei Weizen. Jedoch liegen wir bei Weizen bei Weitem nicht über 100 Prozent“, so Heinen-Esser. Die Preissteigerungen an der Pariser

Getreidebörse würden verdeutlichen, wie sich die Situation entwickelt. Das Landwirtschaftsministerium würde die Entwicklungen mit großer Sorge beobachten: „Wie schaffen wir es nach den Dürrejahren in Afrika, die Bevölkerung dort zu ernähren, wenn gleichzeitig der große Lieferant für Getreide ausfällt? Das sind die Herausforderungen, vor denen wir stehen.“

Die aktuelle globale Situation schlägt einen guten Bogen zum Thema Regionalisierung.

„Regionalisierung und Verbünde, wie Sie sie hier schaffen, sorgen für eine Stärkung der heimischen Landwirtschaft. Und sie sorgen aber auch dafür, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher mit exzellenten Produkten, ortsnah gut versorgt werden. Und immer mehr Verbraucher schätzen diese Produkte. Sie wollen wissen, woher ihre Nahrungsmittel kommen und wie sie erzeugt werden“, betonte die (Ex-)Ministerin. „Wir wollen Regionalität stärken. Wir haben den Verein „Ernährung NRW“, der darauf ausgerichtet ist, die Wertschöpfungsketten im Land zu halten. Die Idee der Kreislaufwirtschaft sei mit der Initiative #AusGutemGrundAusNRW ganz hervorragend gelungen. „Vielfalt und Qualität regionaler Lebensmittel seien gute Gründe für landwirtschaftliche Erzeugnisse aus Nordrhein-Westfalen, sagte Heinen-Esser. So stünden heimische Produkte für hohe Qualität, nachvollziehbare Produktionsbedingungen und kurze Wege auch für einen nachhaltigeren Konsum. Deshalb unterstütze die Landesregierung die regionale Vermarktung bereits seit mehr als 20 Jahren, denn die Bedeutung der regionalen Wertschöpfungsketten und die Notwendigkeit der regionalen Vermarktung seien unbestritten.“

Der regionale Kreislauf der Initiative

Hans Stöcker, geschäftsführender Vorstand der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen und Betriebsleiter auf dem Hof Sonnborn, erklärte die Vorzüge der Initiative: „Das Grünland im Oberbergischen wird nicht nur als Futter für unsere Kühe verwendet, sondern ist die Grundlage für sauberes Wasser.“ So hätten die örtlichen Talsperren vergleichsweise sehr niedrige Nitratwerte. Beispielsweise sei auch, dass sich das Wasser für die Forellenzucht im Nachbartal, dem Sitz der



Regionalität gewinnt immer mehr an Bedeutung bei der Produktvermarktung. (Fotos: Wartenberg)

Lambachtaler Forellenzucht, eigne. Neben dem Grünland wird die Ackerfläche zum Futtermittelanbau genutzt. Weiterhin werden Nebenprodukte der Meckenheimer Krautfabrik verfüttert, die ebenfalls Teil des Verbundes ist. Ein Milchkuhbetrieb steht stellvertretend für viele landwirtschaftliche Betriebe in NRW. Jedes Unternehmen steht dabei vor der Aufgabe, notwendige Maßnahmen, unter anderem in den Bereichen klimafreundliche Produktion, Biodiversität, Insektenschutz und Tierwohl umzusetzen und die Produktionsweisen seiner Lebensmittel dem Verbraucher transparent darzustellen. „Wir alle stehen vor den wichtigen Zukunftsthemen wie Klimaschutz, Tierwohl und Wertschätzung von Lebensmitteln und müssen diese kommunizieren und Kräfte bündeln. Zudem wollen wir auch proaktiv auf Kritiker zugehen“, so Stöcker.

Die Initiative

Die Initiative #AusGutemGrundAus NRW hat sich aus dem Kreis der NRW-Aussteller

der Internationalen Grünen Woche entwickelt. Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V., der mein-ei.nrw.e.V. und der Westfälisch-Lippische Landwirtschaftsverband e.V. stehen für die ursprünglich regionalen Lebensmittel Ei, Fleisch, Getreide und Milch.

Zu Beginn der Initiative, die im letzten Jahr gestartet ist, hat die Gemeinschaft aus eigener Kraft heraus einen Film zur Verbraucherinformation über drei landwirtschaftliche Betriebe und deren Produktionsweisen erstellt. Tenor: Viele Lebensmittel, die wir täglich in unseren Küchen verarbeiten, stammen aus NRW. Danach konnten mit Fördermitteln des Landes NRW drei weitere Videos zur Verbraucheraufklärung produziert werden.

Für die kommende IGW 2023 sind weitere Formate für die Öffentlichkeitsarbeit geplant. Die bisher erstellten Formate sind auch auf der IGW-App des Landes NRW zu finden und auf der Webseite der Kooperationsgemeinschaft: www.ausgutemgrundausnrw.de

Für Produkte aus der Region: Ministerin war zu Besuch in Engelskirchen



Zu Besuch auf dem Hof Sonnenborn war am Montag NRW-Landwirtschaftsministerin Ursula Heinen-Esser (2.v.r.).

Foto: Dennis Börsch

Von Torsten Sülzer 04.04.22, 16:55 Uhr

Dörrenberg - Dieses Jahr, letztes Jahr – gleich zwei Auflagen der Internationalen Grünen Woche in Berlin sind pandemiebedingt ausgefallen. Dann eben im Oberbergischen: Zumindest ein Hauch der internationalen Messe für Ernährungs- und Landwirtschaft wehte am Montag durch Engelskirchen-Dörrenberg. Im Milchkuhbetrieb Hof Sonnenborn der Familie Stöcker stellte sich die Initiative „Aus gutem Grund aus NRW“ vor. Deren Mitglieder hatten sich auf der Messe in Berlin zur Zusammenarbeit zusammengefunden.

Regionale Landwirtschaft mit hoher Qualität

Hans Stöcker begrüßte aus diesem Anlass unter anderem NRW-Landwirtschaftsministerin Ursula Heinen-Esser und Bernhard Conzen als Präsidenten des Rheinischen Landwirtschafts-Verbandes.

Die Bedeutung regionaler landwirtschaftlicher Produkte ist groß, ihre Qualität hoch – auf diese Botschaft konnten sich alle einigen. Diese Botschaft konnte man sich sogar schmecken lassen, denn Koch Dennis Gasper, der sonst auch auf der Grünen Woche Schmackhaftes zubereitet, zauberte diesmal im Schatten der Rinder frische Speckpfannkuchen – „mit Milch, Eiern, Mehl und Speck aus NRW“, wie er betonte.

Nachhaltige Milchwirtschaft mit natürlichem Grünland

Zu der genannten Initiative gehört neben dem Westfälisch-Lippischen Landwirtschaftsverband und dem „meinei.nrw e.V.“ auch die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW. Deren geschäftsführender Vorstand ist Hans Stöcker.

„Wir nutzen unser natürliches Grünland für die Fütterung unserer Milchkühe. Das ist die Grundlage für eine nachhaltige Milcherzeugung hier in Nordrhein-Westfalen“, betonte er. Die regionale Landwirtschaft nannte er ein „fundamentales Standbein für den Ernährungssektor in NRW“.

Heinen-Esser: Russische Truppen zerstören gezielt Landwirtschaft

Die Landesregierung, beteuerte Ministerin Heinen-Esser, arbeite intensiv am Thema Regionalisierung, die sie auch in einen Zusammenhang mit dem russischen Überfall auf die Ukraine stellte. Dort würden russische Truppen offenbar gezielt landwirtschaftlich genutzte Felder und Landmaschinen zerstören und mit der Ukraine einen der wichtigsten Exporteure etwa für Weizen und Gerste treffen.

Mehr Regionalität, mehr Transparenz, aber auch Klimaschutz, Tierwohl und Wertschätzung von Lebensmitteln –

all diesen Themen will die Initiative „Aus gutem Grund aus NRW“ Rechnung tragen, sagte Stöcker. Sein Sohn Andreas (30), der in der fünften Generation den Hof einmal übernehmen wird, bat zum Hofrundgang und erklärte, was in den letzten Jahren auf dem Hof hinsichtlich Nachhaltigkeit und verantwortungsvollem Umgang mit Ressourcen – Stichwort Energieeinsparung – bereits verändert worden sei.

Den Wert der Produkte vermitteln

Verein Ernährung-NRW veranstaltete dritte „Lange Nacht der Ernährung“

Die Bedeutung einer starken heimischen Land- und Ernährungswirtschaft ist in den letzten beiden Jahren noch sichtbarer geworden. Nordrhein-Westfalen zählt zu den drei wichtigsten Agrarstandorten Deutschlands. Themen wie Nah- und Selbstversorgung, Regionalität und regionale Vermarktung, aber auch andere Zukunftsthemen sind von besonderer Bedeutung, mit denen sich der Verein Ernährung-NRW beschäftigt und Unternehmen eine effiziente Vermarktungs- und Absatzförderungsplattform bietet.

► Stresstest bestanden

„NRW hat eine bedeutende und zentrale Ernährungswirtschaft, die in den letzten beiden Jahren den Stresstest bestanden hat“, betonte Dr. Jan Dietzel, Abteilungsleiter Landwirtschaft, Gartenbau und ländliche Räume im Düsseldorfer Landwirtschaftsministerium, in seinem Grußwort bei der Eröffnung der dritten „Lange Nacht der Ernährung“ des Vereins Ernährung-

NRW am 4. Mai in Münster. Allerdings blieben die Herausforderungen durch die Ukraine-Krise bestehen, die die eingeschränkte Verfügbarkeit wichtiger Rohstoffe bedingt und zu Preiserhöhungen führte. Dennoch sei die Versorgung mit Mehl, Öl und anderen Lebensmitteln gesichert. Aktuelle Herausforderungen, denen sich die Ernährungswirtschaft auch mittel- und langfristig stellen muss, seien Tierschutz und Klimaschutz. „Daran führt kein Weg vorbei“, so Dietzel. Er unterstrich die besondere Rolle des Vereins Ernährung-NRW mit seiner Beratungs- und Vernetzungsfunktion und die enge Zusammenarbeit mit dem Landwirtschaftsministerium und dem Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen.

Wie die Zukunft der Ernährungswirtschaft gemeinschaftlich gestaltet werden kann, erklärte der Vorsitzende, Vereinsvorstand Andreas Heinz: „Die Butterpreise liegen bei über 3 €. Kosten für Energie, Dünger und Futter betreffen nicht nur die Milchindustrie.

Preise für Kartons, Weißblech, Glas und andere Rohstoffe steigen und führen dazu, dass auch die Handelsunternehmen auf Margen verzichten müssen, um leere Regale zu vermeiden.“ Jetzt sei es wichtig, dass Erzeuger, Hersteller und Handelsunternehmen kooperierten und den Kundinnen und Kunden den Wert ihrer Produkte vermittelten, so Heinz.

► Neues von der Lupine

Auf großes Interesse stieß der Vortrag von Burkhard Voss, Geschäftsführer von Eickenbecks Hofgenuss. Als Landwirt hat er sich auf Schweinezucht und Ackerbau konzentriert. Die gesellschaftliche Diskussion über die Tierhaltung hatte ihn 2018 zu einem Umdenken veranlasst und darauf gebracht, neue Kulturen wie die Lupine anzubauen und diese bis zur Marktreife zu entwickeln. Entstanden sind neue Produkte wie Lupinennudeln, Bratlinge, Lupinenhumus, die mithilfe von Partnern aus der Region hergestellt werden und unter der neu geschaffenen Marke von Burkhard Voss vermarktet werden. „Die größte Herausforderung ist es, Kunden zu gewinnen und sich im Markt zu etablieren“, so der Landwirt.

Wie das Unternehmen Tönnies sich den Herausforderungen von Nachhaltigkeit und Verbraucheransprüchen stellt, erläuterte Thomas Dosch, Leiter des



Der Vorstand vom Verein Ernährung-NRW (v.l.n.r.): Karl-Frieder Kottsieper, Norbert Baumeister, Franz-Josef Dickopp, Dr. Svea Pacyna-Schürbeck, Dr. Katrin Quinckhardt, Stephan Kisters und Andreas Heinz.

Foto: Jörg Meyer/Ernährung-NRW e. V.

Hauptstadtbüros der Unternehmensgruppe und Geschäftsführer von Tönnies Bio: „Alternativen zu Fleisch sind nötig, da wir sonst 1,5 bis 2 Erden bräuchten. Tönnies setzt sich schon länger mit den fleischlosen Alternativen aus Proteinquellen wie Insekten und Pflanzen auseinander“, so Dosch. Wichtig sei es, in Kreisläufen zu denken. Viele Produkte aus der Landwirtschaft seien nicht essbar. Am Beispiel der Hafermilch erklärte der Bio-Geschäftsführer, dass Teile des wertvollen Rohstoffs Hafer, der bei der Produktion als Abfallprodukt anfällt, für die Tierproduktion eingesetzt werden. Dosch stellte die Frage in den Raum, wie man auch Reste für die Futtermittelerzeugung nutzen könne. Nicht nur der Pflanzenanbau sei

wichtig für die Ernährungssicherung. Es müsse auch ein Bewusstsein geschaffen werden, wie die Tierhaltung nachhaltig in die Landwirtschaft integriert werden könne.

► Digitaler Milchmann

Unternehmen aus dem Sauerland, die ihre regionalen Produkte online anbieten möchten, finden beim Hofladen Sauerland eine geeignete Plattform. „Über 80 Lieferanten bieten hier online und in vier stationären Geschäften 1200 Artikel an“, erklärte der Gründer und Geschäftsführer Christian Schulte. Die Erzeuger und Produzenten konzentrieren sich dabei voll auf die Herstel-

lung. Schulte und sein 30-köpfiges Team kümmern sich um Logistik, Vertrieb, Marketing und IT. Das neueste Geschäftsfeld, das im Februar 2022 eingeführt wurde, ist der digitale Milchmann. Das Sortiment des rein digitalen Bestellsystems umfasst die 20 wichtigsten Grundnahrungsmittel des täglichen Bedarfs. Milch, Butter, Sahne, Joghurt und Quark, aber auch Eier, Obst und Gemüse sowie Kartoffeln können im Abo oder per Einzellieferung geordert werden.

Die Vorständin von Ernährung-NRW und Redakteurin des Wochenblatts für Landwirtschaft & Landleben, Dr. Katrin Quinckhardt, referierte abschließend über den Wasserfußabdruck und das Konzept des virtuellen Wassers. Die Hälfte unseres virtuell verbrauchten Wassers stammt aus Deutschland. Der Rest des virtuellen Wassers kommt aus den verschiedenen Ländern der Welt, allen voran Brasilien, der Elfenbeinküste sowie Frankreich. Generell gilt: Tierische Erzeugnisse verbrauchen wesentlich mehr Wasser als pflanzliche Lebensmittel. Deshalb kann als Fazit gelten, dass regionales und saisonales Obst und Gemüse Ressourcen schont und ebenso vielseitig ist wie jenes mit dem großen virtuellen Wasserfußabdruck. Beim Einkauf sollte also genau darauf geachtet werden, woher die Lebensmittel kommen.

Verein Ernährung-NRW



Die NRW-Milchwoche

Datum: 24.05.2022

Quelle: Landesvereinigung Milch NRW

Neue Wege in der Milchkommunikation versprochen (v.l.): Johannes Brünker, Dr. Bernadette Ditges, Hans Stöcker, Frank Maurer, Gastgeber Marcel Andree, Beate Löbach-Neff und Dietmar Tüschbönner.

Vom 29. Mai bis zum 3. Juni dreht sich im bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen alles um die Milch. Das ist dann die NRW-Milchwoche. Mit zahlreichen Veranstaltungen zu den Themen Milch und Milcherzeugung, u. a. auf Bauernhöfen, im Kindergarten, in der Schule, in einer Hofmolkerei und bei verschiedenen Direktvermarktern, wird Landwirtschaft erlebbar gemacht. Bewusst werden neue Wege eingeschlagen, um Milch dem Verbraucher näherzubringen und die gesellschaftliche Akzeptanz zu stärken, hieß es dazu auf einer zuvor stattgefundenen Pressekonferenz auf dem Milchhof von Marcel Andree in Neunkirchen-Seelscheid.

Am Sonntag, 29. Mai, wird die Milchwoche im Park von Schloss Drachenburg offiziell eröffnet. Fernsehkoch Björn Freitag wird zusammen mit Ehrengästen kulinarische Köstlichkeiten unter Verwendung von regionalen Produkten zubereiten. Dazu gehören auch die Milchspezialitäten, die direkt in der Region hergestellt werden.

Erfolgreich mit Zipfelmilch

Familie Schiffers setzt mit ihrem Milchviehbetrieb in Waldfeucht-Bocket auf mehrere Standbeine. Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Boerentour“ des Interreg-Projekts „Agropole“ luden Agrobusiness Niederrhein e. V. und die Wirtschaftsförderung des Kreises Viersen Ende April zu einem Rundgang auf den interessanten Betrieb ein.

Herbert, Hildegard und Matthias Schiffers sind die Gesichter hinter der Zipfelmilch.

Sohn Matthias Schiffers übernahm die Führung, und das nicht nur für die Exkursionsteilnehmer. Nach seinem Landwirtschaftsstudium in Soest möchte er im Herbst voll in den elterlichen Betrieb einsteigen und ihn später übernehmen: „Für Landwirtschaft muss man geboren sein. Das kann man nur, wenn man wirklich Spaß daran hat. Ich möchte unseren Betrieb weiterführen, weil ich denke, dass er durch die Zipfelmilch eine Zukunft hat.“

Als sich die Frage stellte, wie der Hof weitergeführt werden kann, gab es zwei Optionen, wie der junge Mann betont: wachsen oder sich von der Masse abheben. Den Impuls zur Entwicklungsrichtung brachte Matthias von einer Jungzücherveranstaltung mit, bei der ein Landwirt sein Konzept für die Direktvermarktung seiner Milch vorgestellt hatte. Familie Schiffers entschied sich, ihre Milch selbst zu verarbeiten und sich damit unabhängig zu machen. Dafür kreierte sie die Marke „Zipfelmilch“ – Milch vom westlichsten Zipfel Deutschlands.

Das Unternehmen umfasst 250 Milchkühe plus Nachzucht, rund 200 ha Ackerbau vor allem für das eigene Futter, die eigene Molkerei mit Selbstvermarktung, eine 250-kW-Biogasanlage für Gülle und Mais, 800 kW Photovoltaik auf Hallendächern sowie einen Handel mit Gummimatten. Vater Herbert und Mutter Hildegard Schiffers leiten den Betrieb mit der Unterstützung durch sechs Festarbeitskräfte plus fünf Teilzeitkräfte, darunter drei Fahrer. Tochter Christina macht zurzeit ihren Doktor in Tiermedi-

zin und hilft tatkräftig mit, wenn sie mal zu Hause ist. Die Betriebsübernahme wird sie ihrem Bruder voraussichtlich nicht streitig machen. Der verbringt voller Leidenschaft jede freie Minute, die ihm sein Studium lässt, auf dem Hof. Wenn er sich nicht gerade um das Milchvieh oder das Feld kümmert, widmet er sich seinem Hobby, dem Springreiten, sowie der Hobby-Pferdezucht.

► Milchvieh und Nachzucht

Im Kuhstall laufen hauptsächlich Schwarzbunte, es finden sich aber auch Rotbunte, einige Jerseys und Braunvieh. Die Jerseys hat Christina bei einem Auslandsaufenthalt in Neuseeland lieben gelernt. Die Zucht der Braunviehkühe begann vor fast 20 Jahren, als drei solcher Kühe für die Kinder aus dem Allgäu kamen. Ihre Milch habe hohe Inhaltsstoffe, dafür sei die Leistung etwas geringer als bei den Schwarzbunten. Alle Rassen werden rasserein angepaart; bis auf 25 %, die mit Blau-Weißen Belgiern besamt werden, um die Kälber besser vermarkten zu können. Für die ersten zwei Kalbungen wird weiblich gesextes Spermia genommen, um den Müttern die Geburt zu erleichtern.

Bullenkälber verlassen den Hof nach zwei Wochen Richtung Mast. Die weiblichen Tiere werden aufgezogen und was für die eigene Bestandserhaltung nicht notwendig ist, wird über die Rinder Union West (RUW) ab Hof vermarktet. In Zusammenarbeit mit der RUW werden alle Kälber typisiert, das heißt ihre Genetik abgelesen. Dies lässt eine Einschätzung zu, wie sich die Tiere selbst vom Typ her entwickeln werden und wie sie sich später hinsichtlich Milchleistung, Gesundheit, Exterieur, Euter und mit Blick auf weitere Merkmale vererben werden.

► Molkerei Schritt für Schritt erweitern

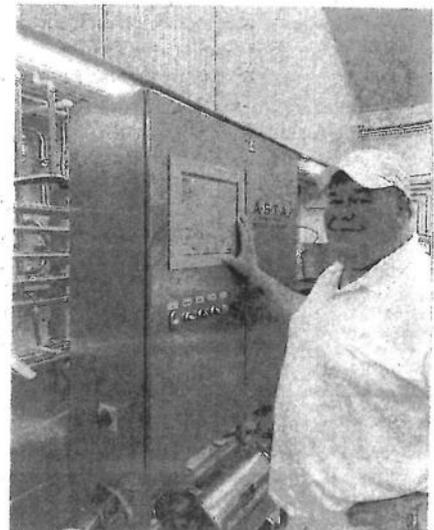
Gemolken wird zweimal am Tag drei Stunden lang im Doppel-Zehner-Fisch-



gräten-Melkstand. „Die Kapazität geht langsam an ihre Grenzen und er ist schon alt, da muss in Zukunft mal was Neues her“, sagt Matthias Schiffers. Wenn es um Investitionen geht, versucht die Familie stets, viel in Eigenleistung zu bauen und gebrauchtes Material einzusetzen. So dauert ein Stallbau, eine neue Maschinenhalle oder ein Fahrhilobau zwar schon mal etwas länger, aber dafür bleiben die Kosten überschaubar.

Nachdem der Markenname „Zipfelmilch“ für die hofeigene Milch gefunden war, wurden Logo, Homepage und Flaschendesign aufgebaut. Schiffers sind Gründungsmitglied der Regionalmarke „Heinsberger Land – das schmeckt man!“ von der Heinsberger Wirtschaftsförderungsgesellschaft und führen das Label auf all ihren Produkten.

Unter die Schwarzbunten haben sich damals der Kinder wegen auch ein paar Allgäuer gemischt, die einfach hübsch und entspannt sind.



Herbert Schiffers am Pasteur mit Fließschema.



Als das Marketing entwickelt war und mit potenziellen Großabnehmern Gespräche geführt worden waren, wurde der ehemalige Kälberstall des Hofes zur Molkerei umgebaut. Im Jahr 2017 konnte mit der Milchverarbeitung begonnen werden. Nach und nach wurde das Sortiment erweitert auf heute: Vollmilch 3,9 %, fettarme Milch 1,5 %, Schokomilch, Joghurt Natur sowie verschiedene Fruchtjoghurts, zum Teil auch saisonal wie etwa Apfel-Zimt im Winter. Anfragen gibt es auch für Käse oder Quark, aber die Familie möchte alles Schritt für Schritt machen.

► Wachsende Selbstvermarktung

Zurzeit werden 25 bis 30 % der eigenen Milch in der Hofmolkerei verarbeitet, Tendenz steigend, da immer wieder neue Kunden anfragen. „Wir wollen uns



Die Milch gibt es sogar in einer recycelbaren Verpackung, die Schoko-Milch wird noch in Kunststoffflaschen abgefüllt.

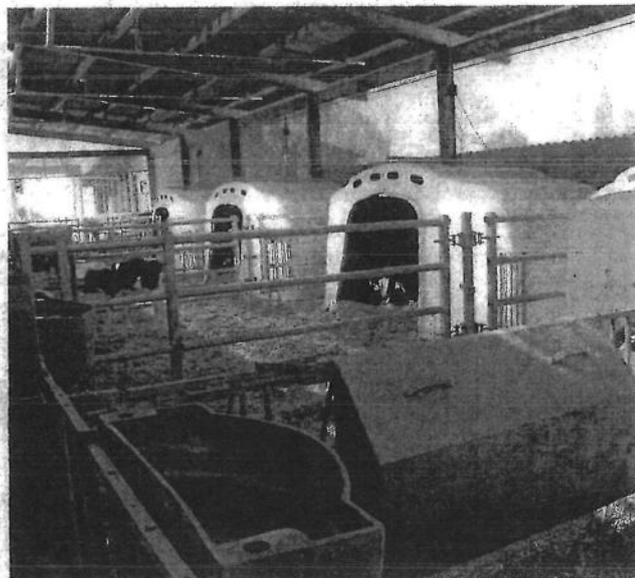
einen Namen machen über Qualität“, sagt Herbert Schiffers. Bisher sei die Familie mit der Entwicklung ganz zufrieden. Die Verarbeitung ist so ausgelegt, dass eines Tages die komplette Milch von 250 Kühen selbst zu Molke- und Milchprodukten verarbeitet werden kann. Die Milch wird zunächst im Pasteur auf 75 °C erhitzt und danach sofort auf 4 °C heruntergekühlt, sodass sie rund zehn Tage haltbar ist. Für die Produktion von fettarmer Milch gibt es einen Separator zum Fettabtrennen. Beide Milchsorten werden homogenisiert, das heißt, die Fettpartikel werden zerkleinert, damit die Milch nicht aufrahmt. Für PET-Flaschen und seit Neuestem recycelbare Milchkartons gibt es zwei Abfüllmaschinen. Außerdem wird Joghurt im Kessel hergestellt und in einer eigenen Maschine abgefüllt. Produziert wird zweimal pro Woche, feste Liefertage sind montags und freitags.

Vermarktet werden die hofeigenen Produkte an private Rewe- und Edeka-Läden, Eiscafés, Bäckereien, Altersheime, Kindergärten und Hofläden sowie Hofautomatenbetreiber. Ausgefahren werden die Produkte mit eigenen Lieferwagen. Und selbstverständlich gibt es auch auf dem Hof selbst einen Automaten, der rund um die Uhr nicht nur die ortsansässige Kundschaft versorgt. Die Preise für die Endkunden sind überall gleich, wobei sie für den Lebensmitteleinzelhandel nur eine Empfehlung sein können.

► Biogas, Photovoltaik und Gummimatten

Die hofeigene Biogasanlage wurde 2011 noch mit dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) von 2009 errichtet. Täglich gehen 20 bis 25 m³ Gülle aus dem Milchviehstall auf direktem Weg in die Biogasanlage. Die restliche Gülle wird auf den eigenen Äckern ausgebracht oder an Landwirte vergeben, die für Schiffers Mais anbauen. Neben der Gülle wandern täglich 7 bis 8 t Mais in die Biogasanlage. Die erzeugten 250 kW Strom werden direkt ins Netz eingespeist. Die Abwärme vom Motor geht als 85 °C warmes Wasser per Fernleitung an einen 800 m entfernten Gartenbaubetrieb mit Gurkenproduktion unter Glas. „So ist das Potenzial der Biogasanlage gut genutzt“, freut sich Matthias Schiffers.

Die Solarpaneele für die Photovoltaikanlage sind auf den Stalldächern montiert und sorgen im Sommer dafür, dass das Stallklima kühler bleibt. Der Strom wird ebenfalls



komplett ins Netz eingespeist. Den auf dem Hof benötigten Strom bezieht das Unternehmen selbst aus dem Netz.

Eine weitere Einkommensquelle auf dem Hof ist der Handel mit gebrauchten Förderbändern aus dem Braunkohletagebau. Diese Gummimatten werden per Tieflader als Rollen mit circa 200 m Länge angeliefert und konfektionierte. Die Matten eignen sich als Futtertische und Hallenböden sowie für Fahrhilfen – letztere Nutzung ist aber nur noch in Belgien und den Niederlanden erlaubt.

Die Halle für den Kälberstall wurde von Familie Schiffers aus Holzbindern des einstigen Dachs der Biogasanlage selbst gebaut.

Durch mehrere Standbeine des Unternehmens hofft Matthias Schiffers, auch in Zukunft das Risiko von geringen Milchpreisen zu mildern. as



Hier wird gerade Fruchtjoghurt abgefüllt.

Fotos: Sabine Aldenhoff (4), privat (2)

Regionale Spezialitäten:

„Käse trifft Wein“ am Drachenfels



Anlässlich des Internationalen Tags der Milch wurden am Fuße des Drachenfels regionale Käse- und Weinspezialitäten aus dem Rhein-Sieg-Kreis verkostet

Unter dem Motto „Käse trifft Wein“ kamen am Mittwoch, 01. Juni 2022 rund 20 geladene Gäste in der Vinothek & Hotel am Drachenfels der Familie Pieper zusammen. Im Fokus der Veranstaltung standen regionale Käse- und Weinspezialitäten. „Viele Verbraucher wissen gar nicht, welche große Bandbreite an tollen Produkten es direkt vor ihrer Haustür gibt“, erklärte Frank Maurer, Pressesprecher der Landesvereinigung der Milchwirtschaft in NRW (LV Milch NRW). „Mehr als 60 handwerklich arbeitende Betriebe in NRW zeigen den hohen Stellenwert des Käserhandwerks in NRW.“ Auch länderübergreifend schafft es das Team aus Käse und Wein zu beeindrucken. Denn, so nah an Rheinland-Pfalz, schauten selbst die Nachbarn der milag - Milchwirtschaftliche Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz-Saar e.V., Präsident Michael Horper und Geschäftsführer André Nolden vorbei, um das Dreamteam aus Käse und Wein aus NRW zu probieren und mit ihrem umfangreichen Fachwissen den Kreis zu bereichern.

Bei der Verkostung konnten die Gäste aus der Branche verschiedenste Käse- und Wein-Kombinationen probieren. Vom milden Ziegenkäse zu einem trockenen Weißwein der Rebsorte Sauvignon Blanc Fumé, über einen kräftigen Bauernkäse zum Spätburgunder bis hin zum fruchtigen Frischkäse mit Feige zum Wein Rhöndorfer Drachenfels. Der Weinkenner Uwe Mewes sowie der Käsevertreter Rainer Schmitz stellten die Vorzüge des Duos Käse und Wein vor. Beide berichteten Wissenswertes über die Besonderheiten und Hintergründe der verschiedenen Produkte. Das Fazit: Käse und Wein – das gehört einfach zusammen. Insbesondere dann, wenn die beiden Spezialitäten aus derselben Region kommen.

Käseland NRW

Nordrhein-Westfalen bietet eine, für viele unerwartete, Bandbreite an regionalen Käsespezialitäten. Spannende Informationen hierzu liefert die Webseite www.kaesekompass-nrw.de der LV Milch NRW. Hier werden kleine und größere Käsereien aus der Region vorgestellt, Wissenswertes zum Käse erklärt und außergewöhnliche Rezeptideen präsentiert.

Die Webseite und zugehörige Projekte werden vom Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW gefördert. Sie haben zum Ziel, Nordrhein-Westfalen als „Käseland“ bekannt zu machen. Schließlich kann die rheinische und westfälische Käsekultur auf über 200 Jahre Tradition zurückblicken.



Käsevielfalt aus dem Rhein-Sieg-Kreis

Deutschland ist schön – mit Milch noch schöner!

Der neue Milchclip der Gemeinschaft der Milchwirtschaftlichen Landesorganisationen (GML) steht in diesem Jahr unter dem Motto: „Deutschland ist schön – mit Milch noch schöner!“ Neun Bundesländer (Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Schleswig-Holstein, Thüringen) zeigen in ihren Videos anlässlich des Internationalen Tags der Milch am 1. Juni, dass jede Region in Deutschland ganz eigene, besondere Reize verspricht. Unterschiedliche Milchfans stellen im Clip von Bundesland zu Bundesland ihr schönes Deutschland mit

regionalen Milchprodukten vor. Denn diese sind, ebenso wie die jeweiligen Attraktionen, vielfältig und begeistern auf ihre ganz eigene Art und Weise.

Der Kurzfilm ist auf der Website www.milchwirtschaft.com und auf den Social-Media-Kanälen der beteiligten Organisationen veröffentlicht. Gekoppelt wird die Online-Aktion mit einem großen Gewinnspiel, bei dem „kuh-le Preise“ wie ein Urlaub auf dem Bauernhof, winken. Die Zuschauer werden dazu aufgefordert, sich für ihr Lieblings-Milchprodukt zu entscheiden. Einsendeschluss ist der 15. Juni.



Unterschiedliche Milchfans stellen im Clip der GML von Bundesland zu Bundesland ihr schönes Deutschland mit regionalen Milchprodukten vor.

Foto: GML

Eine Woche für die Milch

Ganz im Zeichen der Milch stand die vergangene Woche im Rhein-Sieg-Kreis. Grund: Hier fand die Milchwoche NRW 2022 statt. Mit zahlreichen Aktionen zum Thema Milch und Milcherzeugung warteten dabei die Veranstalter auf, unter anderem auf Milchviehbetrieben, in einer Hofmolkerei und bei Direktvermarktern, aber auch in Kitas und Schulen. Veranstalter der Themenwoche war die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW (LV Milch NRW) in Kooperation mit der Kreisbauernschaft Bonn/Rhein-Sieg und dem Kreisverband Rhein-Sieg des Rheinischen LandFrauenverbandes (RbLV). Die Veranstalter jedenfalls zeigten sich zufrieden mit der großen Aktion rund um die Milch. Eine Woche lang war die Milch im Rhein-Sieg-Kreis in aller Munde.



Der bekannte Fernsehkoch Björn Freitag sorgte am Sonntag, 29. Mai, für einen besonderen Start der NRW-Milchwoche im Rhein-Sieg-Kreis. Vor der imposanten Kulisse von Schloss Drachenburg und mit Blick auf das Rheintal wurde zusammen mit prominenten Gästen aus dem Kreis geschmeichelt, gebrutzelt und vor allem gekocht. Auf dem Speiseplan standen Gerichte wie Mini-Milch-Brotkrapfen in Salbeibutter, Zander mit Zartweizen-Milch-Risotto sowie als Dessert Vanille-Polenta-Pudding mit Erdbeeren aus der Region. Bei den beiden Kochshows des Chefs unterstützten ihn dann tatkräftig die geladenen Ehrengäste aus Politik und Landwirtschaft und kreierten gemeinsam die köstlichen Menüs für die zahlreichen Besucher. Mit dabei bei der Kochshow mit den Herren waren (v.l.n.r.): RLV-Präsident Bernhard Conzen, Fernsehkoch Björn Freitag, Sebastian Schuster, Landrat des Rhein-Sieg-Kreises, und Hans Stöcker, rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW.



Die Landwirtschaftsverbände präsentierten das neue Kampagnenmotto „Dafür machen wir uns stark“ vor Schloss Drachenburg.



Die Kochshow der Damen bestritten (v.l.n.r.): Sabine Schlecker, Vorsitzende der Landfrauen Rhein-Sieg, Bernadette Ditzes, Geschäftsführerin der Kreisbauernschaft Bonn/Rhein-Sieg, Brigitte Donie, Vizelandrätin des Rhein-Sieg-Kreises, und Björn Freitag.



Vorschulkinder aus der Kita Hüppekästchen in Alfter bereiteten am 2. Juni ihr Frühstück mit Milch und Milchprodukten zu. Vom Müsli mit Früchten über Frischkäse-Zebra-Brote bis hin zu Käse-Gemüse-Spießen wurden in kleinen Gruppen die Köstlichkeiten hergestellt und anschließend genüsslich verzehrt.



Buntes Treiben auf dem Wiersberger Milchhof: Am Montag vergangener Woche öffnete der Wiersberger Milchhof in Hennef seine Tore. Auf zwei Termine verteilt empfingen die Betriebsleiter Nadine und Patrick Klein rund 150 große und kleine Gäste. Sie ermöglichten Einblicke in die Milcherzeugung, die Hofmolkerei und den Alltag eines Milchbetriebs. Dabei blieb keine Frage von „Wie schnell können Kühe rennen?“ bis „Wie lange bleiben die Kälber bei ihren Müttern?“ offen. Zum Abschluss durften alle Besucherinnen und Besucher neben Milch und Kakao den hofeigenen Joghurt und Quark kosten. Einen Hofladen betreibt die Familie nicht. Getreu dem Motto „miteinander und nicht gegeneinander“ liefern sie die eigenen Produkte und beispielsweise Käse, Eier und Kartoffeln ausgewählter, befreundeter und benachbarter Höfe mit ihrem Milchtaxi aus. Zudem vermarkten sie ihre Produkte über nahe gelegene Supermärkte.



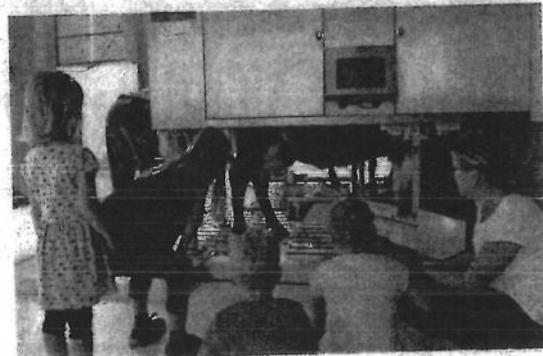
„Eisradeln“ entlang der Sieg: Perfektes Wetter zum Radeln herrschte am Dienstag vergangener Woche bei der Tour entlang der Sieg. Eingeladen hatten die Landfrauen des Rhein-Sieg-Kreises im Rahmen der Milchwoche. Unterwegs wurden Futterpflanzen für Kühe bestimmt, nach denen im begleitenden Quiz gefragt wurde. Am Ziel, dem Milchviehbetrieb Haus Attendorf, wartete eine Führung, die Gewinnverlosung und natürlich ein leckeres Eis auf die Teilnehmer.



Am 1. Juni wurde auch im Rhein-Sieg-Kreis der Internationale Tag der Milch gefeiert. Auf dem Gelände von Schneiders Marktscheune in Wachtberg-Berkum lud das NRW-Milchmaskottchen Kuh Lotte zur Erdbeer-Milchshake-Sause ein. Die Landfrauen aus der Region mixten im Akkord mehrere Hunderter Shakes mit frischen Erdbeeren aus der direkten Umgebung. Zur sportlichen Aktivität gab es das Kuhfladen-Wetthüpfen über die nahe gelegene Wiese und eine Riesen-Strohburg als Kletterarena.



Erste Sahne: Fleißig gerührt wurde am Donnerstag vergangener Woche beim Sahneschlag-Wettbewerb auf dem Bauerngut Schiefelbusch in Lohmar. Mit allererster Sahne konnte sich am Ende der Herr rechts im Bild gegen Milchmaskottchen Lotte und eine weitere Mitstreiterin durchsetzen.



Im Anschluss gab es noch eine Hofführung, bei der die Kinder ganz fasziniert dem Melkroboter bei der Arbeit zuguckten.



Den Abschluss der Milchwoche bildete am Freitag vergangener Woche eine Hof-Entdecker-Tour auf dem Milchziegenhof von Sabine und Stephan Minten in Rheinbach-Peppenhoven. Dabei waren nicht nur Ziegenstreicheln und -füttern für die kleinen Besucher angesagt. Es gab auch viele Informationen rund um den Ziegenhof. Die komplette Milch der rund 60 Milchziegen wird in der hofeigenen Käseerei von den Mintens zu Käse verarbeitet. Und dass dieser gut schmeckt, davon konnten sich die Besucher bei der Käseverkostung selbst überzeugen. Sabine Minten servierte Spezialitäten wie Bruschetta-Bällchen, Ziegen-Weichkäse in Öl und verschiedene Frischkäsezubereitungen sowie Bockshornklee-Schnittkäse.

Dietrich-Bonhoeffer-Gymnasium: Aktionen von Capoeira bis Stand- Up-Paddling

Von **Andre Volkmann** - 16. Juni 2022



Stand-Up-Paddling auf dem Grünen See war eine der Sportarten, die Interessierte ausprobieren konnten. Foto. Schule

Ratingen. Zum dritten Mal hat am Mittwoch der „Health Care“-Day am Dietrich-Bonhoeffer-Gymnasium in Ratingen stattgefunden.

Die Gruppe „DBGesunde Schule“, die aus Eltern sowie der Schüler- und Lehrerschaft besteht, hatte den Tag rund um Gesundheit ins Leben gerufen.

„Aber noch nie war das Angebot so vielfältig“, so Ellen Wolter, die den Tag mit großem Engagement organisiert hat. Die Schüler durften sich aus 50 Programmpunkten jeweils ihre drei Favoriten zusammenstellen. Von allem war etwas dabei.

Schon beim Betreten des Schulhofs konnte man die sportbegeisterten Schüler am Kletterturm, beim Handballspielen und als „Human-Kicker“ in den aufgebauten Feldern nicht übersehen. Neben den Tanzangeboten, vom Ballett bis hin zum Hip-Hop, gab es auch Capoeira sowie Taekwondo und viele weitere Workshops wie Inlineskaten, Hula-Hoop oder Lauf-Parcours. Und wen es bei diesem schönen Wetter ins bzw. aufs Wasser zog, kam beim Tauchen im Angerbad oder beim Stand-Up-Paddling auf dem Grünen See voll auf seine Kosten.

Gesundheit hat auch viel mit der richtigen Ernährung zu tun. Das weiß auch Ozan Berber, Betreiber der Cafeteria, der den Schülern zeigte, wie sie sich aus gesunden Lebensmitteln im Handumdrehen leckere Salate und köstliche Snacks zubereiten können. Direkt einen Stand weiter durften sich die Schülergruppen den Genüssen der spanischen Küche hingeben. Gemeinsam wurden hier unter anderem Tortillas zubereitet.

Gesunde Produkte aus Milch wurden unter der Anleitung der Landwirtin Hansmann-Machula hergestellt. Und wer für die heißen Tage noch ein passendes Erfrischungsgetränk braucht: „Das Aromawasser mit Minze, Himbeeren, Hagebuttentee und Limette von Alex ist unser Testsieger“, gab Lola aus der 9a bekannt.

Gesunde Kosmetik aus natürlichen Zutaten und ohne Konservierungsmittel wurden auch hergestellt. Des Weiteren durfte die Schule im „Mosaik-Workshop“ durch ein künstlerisches Makeup verschönert werden. Zudem ist das Thema Nachhaltigkeit ein Bestandteil der gesunden Schule. So ging es im „Upcycling-Kurs“ kreativ zu, wenn aus alten Kleidungsstücken neue entworfen wurden.

Und davon, dass dieser sonnige Tag geradezu zum Fröhlichsein einlud, konnte man sich in den Kursen „Singen macht glücklich“ und „Lachen ist gesund“ überzeugen.

„Insgesamt ist dies ein wunderbarer Tag, an dem die Schülerinnen und Schüler vor Ort und unter Aufsicht die vielfältigsten Angebote ausprobieren können“, resümierte Schulleiter Uwe Florin.





Trendwende

Datum: 21.06.2022

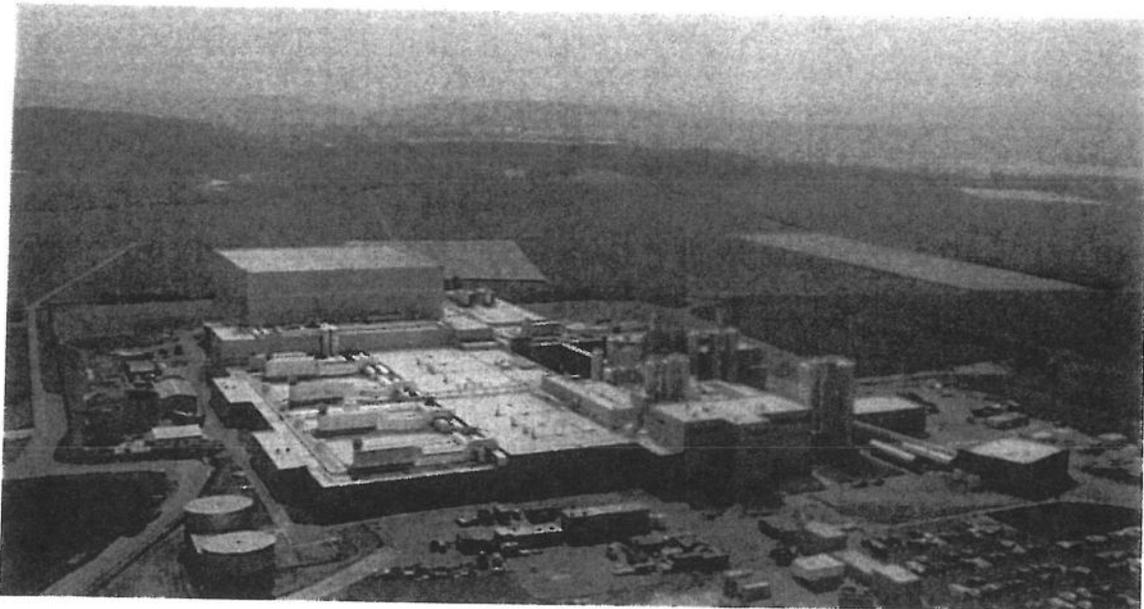
Quelle: Landesvereinigung NRW

Der Rückgang der Milchanlieferung in Deutschland hält weiter an. Mit 31 Mio. Tonnen Rohmilch lag die Produktion über zwei Prozent unter Vorjahr. Parallel dazu zogen die Preise für Milch und Milcherzeugnisse „sehr deutlich an“, wie es Dr. Rudolf Schmidt auf einer Pressekonferenz in Mechernich, am Standort der neuen Molkerei der Hochwald Milch eG, ausdrückte. An der Börse – so ergänzte der Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. – rangiere die Verwertung von Magermilchpulver und Käse so hoch wie nie zuvor. Und Butter werde aktuell auf höchstem Niveau notiert.

Das habe dann auch bei den Erzeugerpreisen teilweise zu historisch hohen Preisen geführt. Doch obwohl die Erzeugerpreise mit ca. 43 Cent/kg für konventionell erzeugter Milch rund ein Drittel über dem Vorjahr liegen, „fressen die extrem steigenden Produktionskosten für beispielsweise Dünger, Futtermittel oder Kraftstoffe den erzielten Mehrerlös bei den Milcherzeugern teilweise wieder auf“, erklärte Schmidt. Für die Biomilcherzeugung sei mit einem Auszahlungspreis von 51,3 Cent/kg die Situation mit 8,5 Prozent über dem Vorjahr deutlich geringer ausgefallen. Neben der Preisexplosion überschatteten auch die Spekulationen über die Verfügbarkeit von bestimmten Produkten wie Dünger oder GVO-freiem Futtermittel die derzeitige Marktlage.

Die Konsequenz sei die Zunahme des Exportes von Milch und Milcherzeugnissen im ersten Quartal sowohl aus Deutschland als auch aus der EU, bilanzierte Schmidt. Und dies besonders bei abgepackter Milch, Kondensmilch und Magermilchpulver. Gestörte Lieferketten, rückläufige Milchproduktion und dazu die hohen Preise werfen auch ihre Schatten auf die aktuelle Klima- und Tierwohldiskussion. Und auch die Bedeutung der Selbstversorgung rücke durch die jüngsten Ereignisse stärker in den Fokus, meinte Schmidt.

Ein Bericht über die in Mechernich angesiedelte „modernste Molkerei Europas“, mit einer Verarbeitungskapazität von rund 800 Mio. kg Rohmilch, folgt in Kürze hier auf moproweb.de



Molkerei der Zukunft in Betrieb

Datum: 26.06.2022

Quelle: Hochwald

Drei Jahre nach dem offiziellen Spatenstich hat Hochwald das neue Werk in Mechernich in Betrieb genommen. Am 25. Juni feierten zahlreiche Gäste die symbolische Schlüsselübergabe des Werkes. Hochwald investiert 200 Millionen Euro in den neuen Standort, an dem rund 250 Mitarbeiter 800 Millionen Kilogramm Milch im Jahr zu hochwertigen Milchprodukten wie H-Milch, H-Sahne, H-Milchmischprodukten und Kondensmilch verarbeiten. Bereits im Januar startete die kommerzielle Produktion am neuen Standort und Hochwald verlagerte schrittweise die Produktion aus dem Werk Erftstadt nach Mechernich. Das Werk setzt neue Standards in Sachen Automatisierung und Digitalisierung. Alle Prozesse sind optimal aufeinander abgestimmt und weitgehend automatisiert und digitalisiert. Damit ist das neue Hochwald-Werk die modernste Molkerei in Europa. „Unter dem Leitmotiv ‚Mit Mut nach vorne‘ haben wir vor fünf Jahren unsere strategische Ausrichtung an die heutigen und zukünftigen Anforderungen des Marktes ausgerichtet“, erklärt Detlef Latka, CEO von Hochwald. „Ein Kernelement war der Aufbau eines hocheffizienten und zukunftsweisenden Werkes, wie wir es heute einweihen. Ich bin stolz auf das gesamte Team, dass diese Leistung in den letzten Jahren ermöglicht hat. Mit Mechernich beginnt für Hochwald eine neue Entwicklungsphase.“



Rund 800 Millionen Kilogramm Milch wird Hochwald am neuen Standort im Jahr in insgesamt

17 Anlagen verarbeiten. Diese Kapazität kann in den nächsten Jahren durch zusätzliche Abfüllanlagen erweitert werden, sodass ein weiteres Wachstum bereits berücksichtigt ist und Hochwald weitere Optionen offenlässt.

„Das Werk Mechernich ist in vielerlei Hinsicht ein Vorzeigeprojekt“, betont Peter Manderfeld, Vorstandsvorsitzender der Genossenschaft Hochwald Milch eG. „Es zeigt die Entschlossenheit und Handlungsfähigkeit einer Genossenschaft. Für uns Milcherzeuger sichert es die Milchverarbeitung in der Region und trägt zu einem guten Milchpreis bei.“

Auf dem 21,5 Hektar großen Grundstück sind 60.000 Quadratmeter Geschossfläche entstanden; mit den 17 Abfüllanlagen können bis zu 1,4 Mrd. Packungen pro Jahr produziert werden. Zahlen, die die Dimension des Projektes veranschaulichen.

Hoher Grad an Automatisierung

Der Spatenstich fand im Mai 2019 statt, nur drei Jahre später steht auf der grünen Wiese eine moderne Molkerei. „Die Planung der Betriebsstätte als kompletter Neubau war dabei ein großer Vorteil und gleichzeitig eine der zentralen Herausforderungen“, schildert Thorsten Oberschmidt, COO von Hochwald, die ersten Schritte. „Vorteil in dem Sinne, dass wir die Wertstoffströme optimal in den neuen Gebäuden abbilden konnten, Herausforderung deshalb, da wir natürlich bei einer solchen Investition eine gewisse Flexibilität für zukünftige Marktentwicklungen behalten wollten.“ Das Ergebnis kann sich sehen lassen, wie die 200 Gäste der feierlichen Einweihung bestätigten. Beim Rundgang durch das Werk zeigten sich die Besucher beeindruckt von der Konzeption und der Organisation in der Produktion. Digital gesteuert wird die Milch von über 1.200 der insgesamt 2.300 genossenschaftlichen Milchlieferanten der Hochwald-Gruppe von der Anlieferung bis zum Versand in einem effizienten Prozess in der Molkerei verarbeitet.

Zahlen zum neuen Werk in Mechernich

Investitionssumme: 200 Mio. Euro

Verarbeitungskapazität: bis zu 800 Mio. kg Milch

Anzahl Mitarbeiter 250

Anzahl Milchlieferanten: 1.200, insgesamt 2.300

Gesamtgröße Gelände: 21,5 Hektar Abfüllanlagen: aktuell 17 mit Option zur Erweiterung Hochregallager: 50.000 Stellplätze

Eigenstrom mit BHKW: 3,4 MW (entspricht 40-50 % des Gesamtbedarfes)

Anzahl Tanks: 100

Keine normalen Zeiten

Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW lud zur Halbjahrespressekonferenz in Mechernich-Obergartzem ein

Standen auf der Halbjahrespressekonferenz der LV Milch NRW Rede und Antwort (v.l.n.r.): Peter Manderfeld, Benedikt Langemeyer, Hans Stöcker und Dr. Rudolf Schmidt.
Foto: Dr. Elisabeth Legge



Normal ist anders. Von Normalität kann jedenfalls in der Milchwirtschaft momentan keine Rede sein. Im Gegenteil: Selten zuvor hat die Branche in Deutschland so turbulente Zeiten erlebt wie derzeit. „Viele Themen bewegen die Branche“, betonte Dr. Rudolf Schmidt, Geschäftsführer der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen (LV Milch NRW) auf der Halbjahrespressekonferenz der Landesvereinigung am Dienstag vergangener Woche in Mechernich-Obergartzem. Die Branche sei nicht nur mit der Coronapandemie, Lieferkettenproblemen, einem historischen Preis- und Kostenanstieg, Nachhaltigkeitsforderungen, sondern nun auch mit einem drohenden Gasstopp infolge des Ukrainekriegs konfrontiert.

► Preise deutlich angezogen

Positiv für die Milcherzeuger sei, dass die Milchpreise in den vergangenen Monaten deutlich angezogen seien, so Schmidt. In den ersten vier Monaten 2022 seien die Milchpreise in Nordrhein-Westfalen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 33 % auf das historisch hohe Niveau von gut 43 Cent/kg Milch angestiegen. „Und die Preise werden wohl noch weiter zulegen“, sagte der Geschäftsführer. Jedoch würden die guten Milchpreise von den ebenfalls rasant gestiegenen Produktionskosten größtenteils „wieder aufgefressen“. Grund für den Preisanstieg sei insbesondere die Rohstoffverknappung. Die

Milchanlieferung in NRW sei im Zeitraum Januar bis April im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 % leicht zurückgegangen. Im gleichen Zeitraum sei die Menge auch bundesweit zurückgegangen, und zwar um 2,2 % im Vergleich zum Vorjahr, in der EU-27 um 0,2 %. Damit dürfte sich der Trend der letzten Jahre weiter fortsetzen, betonte der Geschäftsführer.

„Wir haben in Deutschland eine sehr hohe Inflation, die wir so nicht mehr kannten“, stellte Schmidt fest. Dadurch gerieten höherpreisige Produkte unter Druck. „Wir müssen feststellen, die Deutschen fahren lieber in den Urlaub als sich um die Herkunft ihrer Lebensmittel Gedanken zu machen.“ Insbesondere der Biomilchbereich bekäme das veränderte Verbraucherverhalten zu spüren. Der Unterschied zwischen den Biomilchpreisen und den konventionellen Milchpreisen sei sowohl im Kühlregal als auch auf der Milchgeldabrechnung kleiner geworden, so Schmidt.

► Große Unsicherheit bei den Milcherzeugern

Die Unsicherheit auf den Milcherzeugerbetrieben ist derzeit groß. Darauf wies Hans Stöcker, rheinischer Vorsitzender der LV Milch NRW, hin. Sorgen bereiteten den Betrieben nicht nur die explodierenden Preise, sondern auch Spekulationen über die zukünftige Verfügbarkeit von Produkten wie Dünger,

Gas oder gentechnikfreie Futtermittel. Hinzu komme, dass die Klima- und Tierwohldiskussion weitere Fragen in puncto Wettbewerbsfähigkeit aufwerfe. „Die Politik muss auf das Wesentliche und die Realität zurückkommen“, forderte Stöcker. Dazu gehörten die Sicherung der Nahrungsmittelproduktion und Lieferketten und weniger das Vorschreiben von Haltungsformen. „Eine Abwanderung der Produktion ist jedoch die am wenigsten nachhaltige Konsequenz für die Milchbranche und die Gesellschaft“, betonte Stöcker.

Benedikt Langemeyer, westfälischer Vorsitzender der LV Milch NRW, wies darauf hin, dass die Milcherzeugung am Grundstandort in Deutschland im internationalen Vergleich effizient und klimaschonend erfolge. „Sie darf deshalb nicht zurückgedrängt und ins Ausland verlagert werden, sondern muss vielmehr als Vorbild zum Nachmachen dienen“, so Langemeyer. Ebenfalls mit einem Wunsch an die Politik wartete Peter Manderfeld, Vorstandsvorsitzender der Hochwald Milch eG, auf. „Wir haben in der Milchwirtschaft und Rinderhaltung viel getan für mehr Tierwohl und unter anderem Kriterien erarbeitet für Haltungsform 2. Ich vermissen, dass die Politik mal bei uns nachschaut, ob sie mit uns und mit dem, was wir schon haben, zusammenarbeiten kann.“

► Die Branche braucht Gas

Breiten Raum bei der Halbjahrespressekonferenz nahm das Thema Gasknappheit ein. Wie Schmidt berichtete, seien rund 80 % der deutschen Molkeereien abhängig vom Gas. Alternativen wie Blockheizkraftwerke, Biogas oder fossile Brennstoffe würden geprüft. Da sei ein Umstieg auf andere Energieträger oft nicht möglich. Laut Langemeyer, der auch Mitglied des Aufsichtsrats bei der DMK ist, sind die Alternativen jedoch begrenzt. „Wir brauchen als systemrelevante Branche Gas, sonst ist die Produktion nicht leistbar“, betonte der Milcherzeuger. Auch Stöcker als Vorstandsmitglied bei FrieslandCampina stellte klar, dass sich viele Werke nicht umstellen ließen. Manderfeld wies darauf hin, dass auch die Vorlieferanten der Molkeereien beim Gas als systemrelevant eingestuft werden müssten. „Denn ohne deren Produkte, wie beispielsweise Verpackungen, können auch die Molkeereien nicht arbeiten. Von daher muss die Versorgungssicherheit in der gesamten Lieferkette erhalten bleiben.“ et



Schon im Herbst 2021 erfolgte die erste Milchlieferung im neuen Werk in Obergartzem. Die Produktion wurde dann im Januar 2022 aufgenommen.

Milch modern verarbeiten in Mechernich

Hochwald nimmt Molkerei in Obergartzem in Betrieb

„Unsere Bauern haben damals viel Mut nach vorne bewiesen“, blickte Detlef Latka, Sprecher der Geschäftsführung von Hochwald Foods, auf den Entschluss zurück, eine moderne Molkerei zu errichten. Fünf Jahre sind seitdem vergangen, seit drei Jahren wurde in Mechernich-Obergartzem gebaut und am vergangenen Samstag fand die Schlüsselübergabe für eines der modernsten Milchwerke in Europa statt. Dass ihr Mut, die 200 Mio. € teure Investition mitzutragen, auch belohnt wird, diese Erwartung der genossenschaftlichen Milchlieferanten unterstrich Peter Manderfeld, Vorstandsvorsitzender der Genossenschaft Hochwald Milch. Manderfeld zeigte sich allerdings zuversichtlich, dass die Investition für die Milcherzeuger die Milchverarbeitung in der Region sichere und „zu einem guten Milchpreis“ beitragen werde. Dem Festakt wohnten über 200 Gäste aus Politik, Kommunen, Projektpartnern und Zulieferern sowie der Milcherzeuger bei.

► Wenn es beiden gut geht

Als „Projekt mit Vorbildcharakter für den Ernährungsbereich“ lobte Dr. Heinrich Bottermann, Staatssekretär im Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) in NRW, den Neubau. Solche Einrichtungen bräuchte man, um wettbewerbsfähig zu sein. Im Hinblick auf die angespannte Lage bei der Gasversorgung mahnte er aber eine Priorisierung zugunsten der Ernährungswirtschaft an. Andy Becht, Staatssekretär im Wirtschaftsministerium in Rheinland-Pfalz,

stellte in seinem Grußwort dann die Bedeutung der genossenschaftlichen Idee heraus. Die Mitglieder der Genossenschaft seien bereit gewesen, ins Risiko zu gehen; sie hätten ihr Schicksal in die Hand genommen, nun sollte man ihnen die Freiheit geben, am Markt zu agieren. Auch Becht zeigte sich optimistisch, dass das Kalkül aufgeht. Wörtlich sagte er: „Wenn es Hochwald gut geht, geht es den Bauern gut.“

► Seriöse Finanzierung

Manderfeld blickte noch weiter in die Vergangenheit zurück. Schon 2013 seien erste Gedanken an ein hochmodernes Werk aufgekommen. Damals habe man einen großen Modernisierungsbedarf festgestellt. Wichtige Weichen zur Realisierung eines solchen Vorhabens wurden dann in den darauffolgenden Jahren gestellt. Detlef Latka habe es „mit seinem Team geschafft, eine seriöse Finanzierung auf die Beine zu stellen“, lobte Manderfeld. Laut Manderfeld sei Hochwald heute mit haltbaren Milchprodukten „auf Millionen chinesischen Frühstückstischen“ vertreten. Unternehmensangaben zufolge hat Hochwald derzeit Abnehmer in 20 Ländern; bis Ende 2022 wolle man sogar Produkte in 30 Länder weltweit verkaufen; perspektivisch würden 40 Länder angepeilt. Dieser Marktpräsenz dürfe Manderfelds Überzeugung geschuldet sein, dass die Investition zur Einkommenssicherung von 1 200 Milcherzeugern in der Region beiträgt.

Auf eine Verarbeitungskapazität von 800 Mio. kg Milch jährlich ist das Werk

in Obergartzem ausgelegt. Diese Menge wurde bislang zum Teil im Werk Erftstadt verarbeitet, das in diesen Tagen die Produktion einstellt. Hinzu kommen weitere Teilmengen, die vorübergehend bei benachbarten Unternehmen untergebracht wurden. Im Vollbetrieb werden auf 17 Linien ausschließlich haltbare Milchprodukte wie H-Milch, Kaffeesahne, Kondensmilch oder Milchlischgetränke abgefüllt. Die Prozesse im neuen Werk seien weitgehend automatisiert und digitalisiert; es sei damit „die modernste Molkerei in Europa“. Derzeit können jährlich 1,4 Mrd. Packungen produziert werden. Die Kapazität könne in den nächsten Jahren mit zusätzlichen Anlagen erweitert werden, was Hochwald weitere Optionen offenlasse.

ds



Ist stolz auf das neue Werk, erwartet aber auch, dass etwas für die Milcherzeuger rüberkommt: Genossenschaftsvorstand Peter Manderfeld.



„Ich würde es genauso wieder machen“, bekräftigte Detlef Latka, Vorsitzender der Hochwald-Geschäftsführung.



Das neue Werk hat für alle 2 300 Milcherzeuger, die an Hochwald liefern, eine große Bedeutung. Das brachte auch die Teilnahme von Vertretern aus wichtigen Erzeugerregionen zum Ausdruck (v.l.n.r.): Michael Horper, Präsident des Bauern- und Winzerverbandes Rheinland-Nassau, Bernhard Conzen, Präsident des Rheinischen Landwirtschafts-Verbandes (RLV), Hans Stöcker, Geschäftsführender Vorsitzender der Landesvereinigung Milch NRW, sowie Karsten Schmal, Präsident des Hessischen Bauernverbandes.

Fotos: Detlef Steinert (3), Hochwald (2)

Garantiepreis nicht erwirtschaftet

Der angekündigte Megadeal zwischen FrieslandCampina und der Unternehmensgruppe Theo Müller hat für viel Überraschung und Aufregung in der Milchbranche gesorgt. Der holländische Molkereikonzerne will unter anderem Marken wie Landliebe und Tuffi und die Produktionsstätte in Köln an die Müller-Gruppe verkaufen. Über die Beweggründe und möglichen Konsequenzen für die Mitglieder von FrieslandCampina sprach die LZ mit Hans Stöcker, Aufsichtsratsmitglied von FrieslandCampina.

LZ | Rheinland: Herr Stöcker, warum will sich FrieslandCampina von Teilen seines Deutschlandgeschäfts trennen? Warum hat man sich zum Verkauf entschlossen?

H. Stöcker: FrieslandCampina zahlt seinen Mitgliedern einen Garantiepreis. Diesen Garantiepreis konnten wir zwar in den Niederlanden erwirtschaften, aber in Deutschland nicht, abgesehen von einigen Jahren. Und daran haben auch zahlreiche ergriffene Maßnahmen nichts geändert und letztendlich auch nicht unsere Topmarken Landliebe und Tuffi. In Deutschland musste FrieslandCampina immer aus anderen Märkten oder Portfolios des Unternehmens quersubventionieren. Und das hätte sich auch auf absehbare Zeit nicht geändert. Daher hat sich FrieslandCampina zum Verkauf entschlossen.

LZ | Rheinland: Wie ist denn zu erklären, dass FrieslandCampina in Deutsch-

land kein Geld verdient hat. Waren dafür Managementfehler verantwortlich?

H. Stöcker: Also ich will nicht sagen, dass das Management absolut fehlerfrei war. In den letzten 20 Jahren sind wahrscheinlich Fehler gemacht worden oder Entscheidungen in falsche Richtungen getroffen worden. Ein Grund für den nicht erwirtschafteten Garantiepreis liegt aber sicherlich in dem stark konzentrierten deutschen Lebensmitteleinzelhandel begründet. Dieser stellt seine Handelsmarken nach vorne und macht damit das Markengeschäft extrem schwierig. Und das gilt auch für eine gut laufende und wachsende Marke wie unsere Landliebe. Momentan kommt noch hinzu, dass Handelsmarken teurer sind als Markenartikel. Außerdem macht unsere Fabrikstruktur in Deutschland das Geschäft schwierig. FrieslandCampina hat nur einen Standort in Köln und einen in Heilbronn. Die beiden liegen zudem weit auseinander.

Da ist ein kurzfristiges Umschichten auf eine andere Marktfrage nur schwer möglich. Das war eines unserer Hauptprobleme, das wir mit unserer Fabrikstruktur nicht lösen konnten.

LZ | Rheinland: Warum hat sich denn FrieslandCampina ausgerechnet für die Privatmolkerei Theo Müller als Käufer entschieden? Gab es keine Verhandlungen mit hiesigen Molkereien, speziell den Genossenschaftsmolkereien?

H. Stöcker: Wir haben im Vorfeld Gespräche mit vielen über mögliche Zusammenarbeiten geführt. Aber hier gingen die Interessen dann doch auseinander.

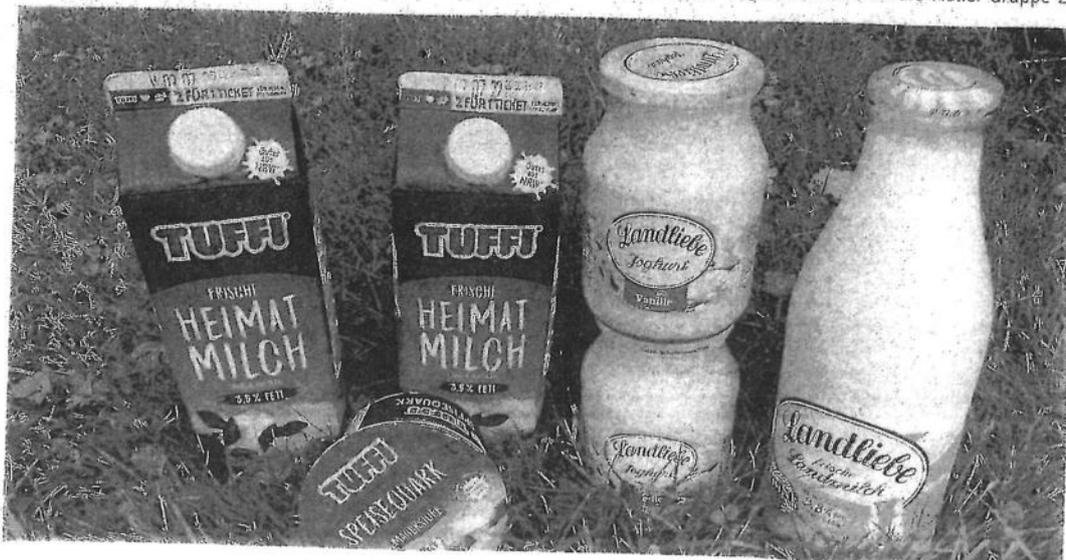
Unsere Mitglieder hier in Nordrhein-Westfalen werden gar nicht merken, dass sich etwas ändert.

Hans Stöcker



der und haben nicht zu dem gewünschten Erfolg geführt. Fakt ist, dass die Privatmolkerei Müller auf FrieslandCampina zugekommen ist. Hier muss man sehen, dass unser Molkereikonzerne ganz klar vom guten Ruf und Wachstumspotenzial seiner Marken profitiert. Nur deshalb ist Müller auch am Kauf interessiert. In der letzten Dekade war Landliebe die Marke, die in dem starken Wettbewerb noch gewachsen ist.

LZ | Rheinland: Haben Sie und die Mitglieder von FrieslandCampina denn ein gutes Gefühl, an die Müller-Gruppe zu



FrieslandCampina will sich von Teilen seines Deutschlandgeschäfts trennen. Dazu gehört auch der Verkauf der Marken Landliebe und Tuffi.

Foto:
Dr. Elisabeth Legge

verkaufen? Immerhin ist das eine Molkerei, die ja schon andere große Marken innehat. Was erhoffen Sie sich von dem Verkauf?

H. Stöcker: Ja, ich habe ein gutes Gefühl. Durch den Verkauf wird die Müller-Gruppe zum Marktführer von Molke- und Milchprodukten im verteilten deutschen Markt und bekommt damit eine große Verantwortung im Verhältnis zum Lebensmittel Einzelhandel. Für Friesland-

Campina-Lieferanten und vor allen Dingen die Mitglieder? Haben die beispielsweise ein Sonderkündigungsrecht?

H. Stöcker: In Heilbronn hat FrieslandCampina Vertragslandwirte und hier gehen die Lieferverträge auf die Müller-Gruppe über. Unsere Mitglieder hier in Nordrhein-Westfalen werden dagegen gar nicht merken, dass sich etwas ändert. Es gibt kein Sonderkün-

digungsrecht bis Ende 2023. Also noch einmal: Für die FrieslandCampina-Mitglieder bleibt alles so wie gehabt. Das Mitglied bleibt FrieslandCampina-Mitglied. Der Mitgliederrat von FrieslandCampina hat bereits dem Kauf zugestimmt und wir wollen sogar neue Mitglieder in Deutschland in unserem Erfassungsgebiet anwerben. Wenn das Bundeskartellamt zustimmt, soll der Verkauf am 1. Oktober abgeschlossen sein. Im Kaufvertrag ist vereinbart, dass FrieslandCampina noch bis Ende 2023 die Milch in die Werke Köln und Heilbronn liefert. Und danach werden wir sehen, wie es weitergeht, sprich ob die Milch weiter an die Müller-Gruppe geliefert wird oder in unsere eigenen Werke oder wir hier mit anderen Molkereien zusammenarbeiten.

LZ | Rheinland: Was ändert sich denn jetzt für Sie im Ehrenamt? Sie sind ja derzeit Aufsichtsratsmitglied vom Gesamtaufichtsrat FrieslandCampina und Aufsichtsratsvorsitzender der FrieslandCampina Germany GmbH.

H. Stöcker: Auch hier ändert sich überhaupt nichts, nur dass das deutsche Geschäft von FrieslandCampina kleiner wird. Die FrieslandCampina Germany GmbH gibt es weiterhin mit 40 Mitarbeitern im Verkauf und Sitz in Düsseldorf. Darüber hinaus gibt es die Genossenschaftsabteilung, die die deutschen Landwirte betreut. Sie ist derzeit noch in Köln angesiedelt, wird aber vermutlich bald auch in Düsseldorf ihren Sitz haben.



Trotz dem geplanten Verkauf an die Müller-Gruppe sucht FrieslandCampina in seinem Erfassungsgebiet in Deutschland weitere Mitglieder.

Foto:
FrieslandCampina

Campina hoffe ich, dass wir mit unseren verbleibenden internationalen Marken zukünftig den Garantiepreis in Deutschland erwirtschaften.

LZ | Rheinland: Welche Konsequenzen hat denn der Verkauf jetzt für die

Landwirte? Sind die Sonderkündigungsrechte und die mit der Mitgliedschaft verbundenen Rechte und Pflichten weiterhin gültig? Unsere Mitglieder haben auch weiterhin Anspruch auf den Garantiepreis, die Barnachzahlungen, die namentliche Rücklage und auch auf Zuschläge wie den Land-

Was sagen die Mitglieder?

Hoffentlich die richtige Entscheidung



„Ja, natürlich hat mich die Nachricht vom Verkauf von FrieslandCampina an die Müller-Gruppe überrascht. Und da stehe ich nicht alleine da. Auf der Infoveranstaltung von FrieslandCampina in Krefeld am Montag vergangener Woche kochten die Emotionen doch sehr hoch. Viele Mitglieder verstehen vor allem nicht, warum man sich von der Marke Landliebe, die ja die Milcherzeuger mit Herzblut aufgebaut haben, trennt. Ich verstehe diese Emotionen, aber ich denke, man sollte

auch die andere Seite, die Seite von FrieslandCampina, sehen. Wir haben jahrelang einen guten Milchpreis von FrieslandCampina erhalten, der aber in Deutschland wohl die meiste Zeit überhaupt nicht erwirtschaftet wurde. Wenn ein Geschäft defizitär ist, dann muss man üblicherweise andere Wege gehen. FrieslandCampina hat sich hierbei für den Verkauf an die Müller-Gruppe entschieden. Man erhofft sich davon, dass dadurch mehr Wertschöpfung für die FrieslandCampina-Mitglieder erreicht werden kann. Ich hoffe, dass der gewählte Weg richtig ist und wir von FrieslandCampina auch weiterhin einen guten Milchpreis für unsere Milch erhalten.“

*Martin Dahlmann,
Milcherzeuger aus Wuppertal*

Mit Marken identifiziert



„Ich denke, die Müller-Gruppe ist zuallererst interessiert an den Marken Landliebe und Tuffi und will somit nur Teile des Deutschlandgeschäfts von Friesland-

Campina übernehmen. Für mich und viele der anderen FrieslandCampina-Mitglieder ist es schade, dass wir jetzt diese Marken verlieren. Wir haben uns ja mit diesen Marken identifiziert und auch ei-

niges dafür getan, die Marke Landliebe, die recht erfolgreich am Markt ist, aufzubauen. Leider ist es FrieslandCampina nicht gelungen, Geld in Deutschland zu verdienen. Mit dem Verkauf an die Müller-Gruppe soll jetzt eine bessere Wertschöpfung für unseren Rohstoff Milch erzielt werden. Es wird uns zumindest versprochen. FrieslandCampina hat in der Vergangenheit immer wieder Versprechungen gemacht und diese auch weitestgehend eingehalten. Darauf vertraue ich auch weiterhin.“

*Udo Däinghaus,
Milcherzeuger aus Marienheide*

Unsicher, was kommt



„Für uns kam die Ankündigung, dass FrieslandCampina an die Müller-Gruppe verkauft, total überraschend. Damit hat keiner von uns gerechnet. Mein Vater

und mein Onkel sind bereits seit vielen Jahren FrieslandCampina-Mitglieder und mein Bruder ist Mitglied im Jugendrat. Natürlich war bekannt,

dass das Deutschlandgeschäft von FrieslandCampina keinen Gewinn bringt. Aber es ist schon sehr schade, dass die Marke Landliebe verkauft wird. Darüber sind wir doch sehr enttäuscht. Immerhin ist diese Marke über Jahre von den Mitgliedern aufgebaut worden und war ja auch Vorreiter bei „GVO-frei“. Außerdem stimmte der Milchpreis, FrieslandCampina hat den Mitgliedern einen guten Milchpreis ausgezahlt. Natürlich hoffen die Mitglieder, dass sie auch nach dem Verkauf an die Müller-Gruppe einen guten Milchpreis bekommen. Und wichtig ist zu wissen, wie es nach dem Jahr 2023

für die Mitglieder weitergeht. Das ist noch unsicher.

*Kevin Dominick,
landwirtschaftlicher Gehilfe, Kranenburg*

LESERBRIEF

FrieslandCampina – 25 Jahre Geschichte!

*Zum Artikel „Landliebe und Tuffi werden verkauft“
in LZ 25-2022, S. 13*

Nun ist offenbar eingetreten, was 1997/98 einige Organmitglieder der Milchwerke Köln-Wuppertal damals befürchteten, als sie sich gegen die Fusion mit der Campina entschieden. Man ließ sich blenden von den Versprechungen der Holländer zum Erhalt der Standorte, die zumindest teilweise, selbst für Laien erkennbar, marode und ineffizient waren. Nun, nach rund 25 Jahren der Offenbarungseid? Ja, das Versprechen war verlockend und der Milchpreis, den die Bauern in diesen 25 Jahren bekommen haben, war unzweifelhaft besser als der Auszahlungspreis mancher Nachbar-molkerei.

Aber war das nicht doch alles etwas kurzfristig? Verstehen kann ich schon, wenn ein Milchbauer, der 500 000 l Milch/Jahr und mehr produziert, bei 2 Pfennig und mehr (pro l) für die Milch, dann überlegt, ob er an diesen oder jenen Abnehmer liefern möchte. Wir reden dann mal über 10 000 DM/Jahr mehr oder weniger (in 1996/97). Und doch war, wie sich nun wohl herausstellt, die Entscheidung für die Campina etwas kurzfristig. Wie hat doch der frühere Geschäftsführer der Milchwerke Bergisch Land und Sauerland nach der Fusion mit der Milchversorgung Rheinland einmal zutreffend festgestellt: Den Milchauszahlungspreis für die Bauern bestimmen die genossenschaftlichen Molkereien, nicht die privaten – wie Müller und andere. Nun kann man ja auch erklären, FrieslandCampina ist doch eine genossenschaftliche Molkerei. Ja, das stimmt, aber sind auch die gleichen gesetzlichen Grundlagen vorhanden? Ich frage mich über all die Jahre (ab 1996/97), hätte man nicht auch (oder gar besser) eine deutsche Lösung finden können? Bei der man vielleicht nicht im „Abfalleimer“ landen würde? Was ist eigentlich mit dem Vermögen – Immobilien und Anlagen – der MKW passiert? Mit der Fusion nach Holland verschenkt? Wie lange läuft denn die Garantie dafür, dass die Mitglieder der FrieslandCampina (mit all den damit verbundenen Vorteilen) auch weiterhin ihre Milch an diese liefern können?

Übrigens, das ungeklärte Schicksal der milchliefernden Nichtmitglieder spielt bei meinen Gedanken nur eine untergeordnete Rolle, sie waren noch nie echte Genossenschaftler. Der Umgang des neuen Eigentümers mit den Bauern wird die Konsequenzen aus der Entscheidung unzweifelhaft zu Tage bringen, es ist nur eine Frage der Zeit. Es bleibt zu hoffen, dass das DMK als Genossenschaft aus dieser Situation gestärkt hervorgeht.

Karl-Heinz Hilger, Eitorf

LV der Milchwirtschaft NRW

Regionale Harmonie

Punktlandung: Am Tag der Milch, dem 1. Juni 2022, trafen sich Branchenvertreter zum Käse-Wein-Tasting. Die Landesvereinigung der Milchwirtschaft von NRW lud als Gastgeberin in die Vinothek am Drachenfels (bei Königswinter) der Familie Pieper. Es galt, regionale Käse- und Weinspezialitäten zu verkosten und zu entdecken. „Mehr als 60 handwerklich arbeitende Betriebe in NRW repräsentieren den Stellenwert des Käserhandwerks in NRW“, erklärte Frank Maurer, Pressesprecher der Landesvereinigung der Milchwirtschaft in NRW.

Bei der Verkostung konnten die Gäste aus der Branche verschiedenste Käse- und Wein-Kombinationen probieren: Vom milden Ziegenkäse zu einem trockenen Weißwein der Rebsorte Sauvignon Blanc Fumé, über einen kräftigen Bauernkäse zum Spätburgunder bis hin zum fruchtigen Frischkäse mit Feige zum Wein Rhöndorfer Drachenfels. Der Weinkenner Uwe Mewes sowie Käsefachmann Rainer Schmitz brachten die Vorzüge der Kombination von Käse und Wein den Gästen näher.



„Viele Verbraucher wissen gar nicht, welche große Bandbreite an Produkten es direkt vor ihrer Haustür gibt“, erklärte Frank Maurer, Pressesprecher der Landesvereinigung der Milchwirtschaft in NRW, seinen Gästen.

Wer passt zu wem?

Im Rahmen der Milchwoche, bei der die Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen verschiedene Events rund um den Internationalen Tag der Milch durchführte, waren Journalisten eingeladen, die passende Käse-Wein-Kombination zu erschmecken. Burkhard Endemann, Objektleiter **KÄSE-THEKE**, stellte sich der Aufgabe und probierte sich durch die Wein- und Käsesorten Nordrhein-Westfalens.



Milchmarkt in NRW – Halbjahresbilanz:

Der NRW-Milchmarkt in der ersten Jahreshälfte 2022

Die Halbjahrespressekonferenz der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V. (Milch NRW) fand in Mechernich-Obergartzem anlässlich der Inbetriebnahme der neuen Molkerei der Hochwald Foods GmbH statt.

Der Geschäftsführer, Dr. Rudolf Schmidt, erläuterte die Lage auf dem NRW-Milchmarkt: Die Preise für Milch und Milchprodukte hätten in den vergangenen Monaten sehr deutlich angezogen. Ein Grund hierfür sei, neben den deutlich gestiegenen Produktionskosten bei der Milcherzeugung, die Rohstoffverknappung. Die Milch-anlieferung in NRW sei im Zeitraum Januar bis April im Vergleich zum Vorjahr um -1,3 Prozent leicht zurückgegangen. Auch in Deutschland (-2,2 Prozent) und der EU (-0,2 Prozent) sei im Vergleichszeitraum diese Entwicklung zu beobachten. Damit setzt sich der Trend der letzten Jahre fort.

Auch weltweit sei das Milchaufkommen der größten Exportländer im ersten Quartal kontinuierlich unter Vorjahresniveau, auf der Südhalbkugel sei dies sogar noch stärker ausgeprägt. Ergebnis ist eine Zunahme des Exportes im ersten Quartal aus Deutschland und der EU heraus, insbesondere bei abgepackter Milch, Kondensmilch und Magermilchpulver. An der Börse rangiere die Verwertung von Magermilchpulver und Käse so hoch wie nie zuvor. Butter wird auf höchstem Niveau notiert. Diese Entwicklung führt bei den Erzeugerpreisen teilweise zu historisch hohen Preisen. Doch obwohl die Erzeugerpreise mit ca. 43 Cent/kg konventionell erzeugter Milch (4 Prozent Fett, 3,4 Prozent Eiweiß) rund 33 Prozent über dem Vorjahr liegen, fressen die extrem steigenden Produktionskosten (Dünger, Futtermittel, Kraftstoffe etc.) – auch in Folge der Ukraine Krise –

den Mehrerlös bei den Milcherzeugern teilweise wieder auf. Für die Biomilcherzeugung ist mit einem Auszahlungspreis von 51,3 Cent/kg die Situation mit 8,5 Prozent über dem Vorjahr deutlich geringer ausgefallen. Neben der Preisexplosion überschatten auch die Spekulationen über die Verfügbarkeit von bestimmten Produkten wie Dünger oder GVO-freiem Futtermittel die derzeitige Marktlage.

Die Klima- und Tierwohldiskussion werfe weitere Fragen in Puncto Wettbewerbsfähigkeit für die regionale Produktion auf. Die Bedeutung der Selbstversorgung sei durch die jüngsten Ereignisse in den Fokus gerückt. Eine Abwanderung von Produktion, so Hans Stöcker, Vorsitzender der Landesvereinigung, sei jedoch die am wenigsten nachhaltige Konsequenz für Branche und Gesellschaft.

„Wer in die Zukunft schaut, der baut“, so Peter Manderfeld, Vorstandsvorsitzender der Hochwald Milch eG beim Baubeginn von Europas modernster Molkerei mit einer Verarbeitungskapazität von 800 Mio. kg Milch.

Der Vorstandsvorsitzende der Hochwald Milch eG - Peter Manderfeld - und die Vorsitzenden der LV Milch NRW - Hans Stöcker und Benedikt Langemeyer vor der neuen Molkerei





GML

Tag der Milch

Der neue Milchclip der Gemeinschaft der Milch-wirtschaftlichen Landesorganisationen (GML) steht in diesem Jahr unter dem Motto „Deutschland ist schön – mit Milch noch schöner!“ Neun Bundesländer (Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Schleswig-Holstein, Thüringen) zeigen in ihren Videos, die anlässlich des Internationalen Tags der Milch am 1. Juni 2022 gedreht wurden, dass jede Region in Deutschland ganz eigene, besondere Reize verspricht. Unterschiedliche Milchwirtschaftler stellen im Clip von Bundesland zu Bundesland ihr schönes Deutschland mit regionalen Milchprodukten vor. Denn diese sind, ebenso wie die jeweiligen Attraktionen, vielfältig und begeistern auf ihre ganz eigene Art und Weise. Der Kurzfilm wird auf der Website milchwirtschaft.com sowie auf den Social-Media-Kanälen der neun beteiligten Organisationen gezeigt. Bei einem großen Online-Gewinnspiel konnten Teilnehmer im Juni „kuh-le“ Preise wie einen Urlaub auf dem Bauernhof gewinnen. Neben der gemeinsamen, digitalen Aktion der GML planten viele milchwirtschaftliche Organisationen Vor-Ort-Veranstaltungen rund um den Internationalen Tag der Milch. So überraschte beispielsweise die Landesvereinigung der Milchwirtschaft Niedersachsen e.V. (LVN) Schulen und KiTas im Landkreis Wesermarsch mit einer „Rollenden Milchbar“. Rund 400 Kinder freuten sich mit ihren Erziehern und Lehrern über eine kühle Milch.

Milch NRW zieht durchwachsene Halbjahresbilanz für 2022



Hohen Milchpreisen stehen extreme Kosten gegenüber: Bei der Halbjahrespressekonferenz der Milch NRW zeigte sich eine durchwachsene Gemengelage. (Foto: Milch NRW)

Die Halbjahrespressekonferenz der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e. V. (Milch NRW) fand diesmal in Mechernich-Obergartzen anlässlich der Inbetriebnahme der neuen Molkerei der Hochwald Foods GmbH statt. Geschäftsführer Dr. Rudolf Schmidt erläuterte die Lage auf dem NRW-Milchmarkt: Die Preise für Milch und Milchprodukte hätten in den vergangenen Monaten sehr deutlich angezogen. Ein Grund hierfür sei, neben den deutlich gestiegenen Produktionskosten bei der Milcherzeugung, die Rohstoffverknappung. Die Milchanlieferung in NRW sei im Zeitraum Januar bis April im Vergleich zum Vorjahr um -1,3 % leicht zurückgegangen. Auch in Deutschland (-2,2 %) und der EU (-0,2 %) sei im Vergleichszeitraum diese Entwicklung zu beobachten, so Dr. Schmidt. Damit setzt sich der Trend der letzten Jahre fort. Auch weltweit sei das Milchaufkommen

der größten Exportländer im ersten Quartal kontinuierlich unter Vorjahresniveau, auf der Südhalbkugel sei dies sogar noch stärker ausgeprägt. Ergebnis ist eine Zunahme des Exportes im ersten Quartal aus Deutschland und der EU heraus, insbesondere bei abgepackter Milch, Kondensmilch und Magermilchpulver. An der Börse rangiere die Verwertung von Magermilchpulver und Käse so hoch wie nie zuvor. Butter wird auf höchstem Niveau notiert. Diese Entwicklung führt bei den Erzeugerpreisen teilweise zu historisch hohen Preisen.

Große Herausforderungen in allen Bereichen

Doch obwohl die Erzeugerpreise mit ca. 43 Cent/kg konventionell erzeugter Milch (4 % Fett, 3,4 % Eiweiß) rund 33 % über dem Vorjahr liegen, fressen die extrem steigenden

Produktionskosten (Dünger, Futtermittel, Kraftstoffe etc.) – auch in Folge der Ukraine Krise – den Mehrerlös bei den Milchproduzenten teilweise wieder auf. Für die Biomilcherzeugung ist mit einem Auszahlungspreis von 51,3 Cent/kg die Situation mit 8,5 % über dem Vorjahr deutlich geringer ausgefallen. Neben der Preisexplosion überschatten auch die Spekulationen über die Verfügbarkeit von bestimmten Produkten wie Dünger oder GVO-freiem Futtermittel die derzeitige Marktlage. Die Klima- und Tierwohldiskussion werfe weitere Fragen in puncto Wettbewerbsfähigkeit für die regionale Produktion auf. Die Bedeutung der Selbstversorgung sei durch die jüngsten Ereignisse in den Fokus gerückt. Eine Abwanderung von Produktion, so Hans Stöcker, Vorsitzender der Landesvereinigung, sei jedoch die am wenigsten nachhaltige Konsequenz für Branche und Gesellschaft.

Herbert Schiffers
„Zipfelmilch“ – Milchkuhhalter aus
Waldfeucht, NRW



„Viele Kunden sagen uns, unsere Milch schmecke natürlich, so wie früher. Frischer und regionaler geht es nicht.“

Hans Wortelkamp
Herausgeber und Chefredakteur
der Fachzeitschrift Milch-Marketing



„Milch: Der Trumpf „Regionalität“ sticht, braucht aber intensive Kommunikation!“

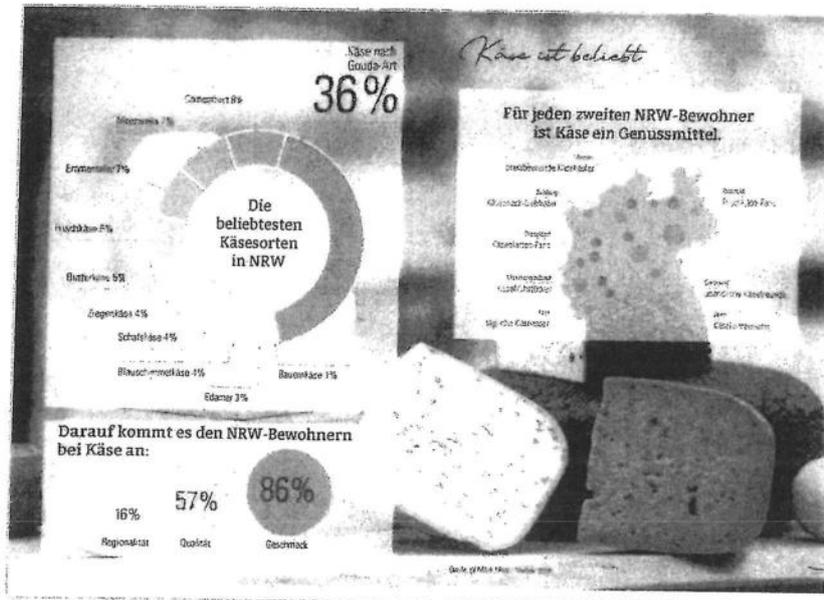
Dialog Milch

Mehrwert für Regionales

Wertschätzen Verbraucher die regionale Herkunft von Milchprodukten und honorieren sie den Mehrwert? Mit Christa Langen, Wolfgang Rommel sowie dem Milchlandwirt Herbert Schiffers diskutierten kürzlich drei Experten über Regionalität bei Milch und Milchprodukten beim Sonntags-Talk der Reihe „MILCH IM DIALOG“. Für Herbert Schiffers, Milchkuhhalter im westlichen Zipfel Deutschlands – daher rührt auch der Name „Zipfelmilch“ – ist es selbstverständlich, die Hoftore zu öffnen und interessierten Verbrauchern zu zeigen, wo und wie die Produkte erzeugt werden. Die erstmals seit Längerem zurückgehende Milchanlieferung schaffe Lücken für kleinere regionale Betriebe. „Hier funktionieren Verlässlichkeit, Nähe und kurze Lieferketten“, meinte der Journalist Wolfgang Rommel. Offene Hoftore und entsprechende Transparenz sind unverzichtbar,

um auf dem Betrieb zu zeigen, wo die Milch herkomme, argumentierte Foodexpertin Christa Langen von „Food-Respekt“ aus Eschweiler. Deshalb sei es wichtig, die Kooperation mit dem lokalen Handel zu suchen. Hans Wortelkamp, Moderator der Runde und Herausgeber der Fachzeitschrift **Milch-Marketing**, bilanzierte die kleine Diskussion mit den Worten: „Die Nische für kleinere, regionale Erzeuger ist da!“ Ein Engagement für die regionale Vermarktung mache Sinn und habe mehr denn je Zukunft, kann aber letztlich nur Nischen ausfüllen. Ein Mitschnitt der Livesendung ist auf [facebook.com/MilchDialog](https://www.facebook.com/MilchDialog) und im Youtube-Kanal von DIALOG MILCH aufrufbar.

12. Deutscher Käsemarkt in Nieheim Käse aus NRW zum Probieren



Gouda-Art und Bauernkäse bis zu zartschmelzenden Weich- oder Frischkäse. Bei immer neuen Geschmacksrichtungen wie Pfeffer, Chili, Kräuter, Piri-Piri, Trüffel und vielem mehr ist wirklich für jeden Käseliebhaber etwas dabei.

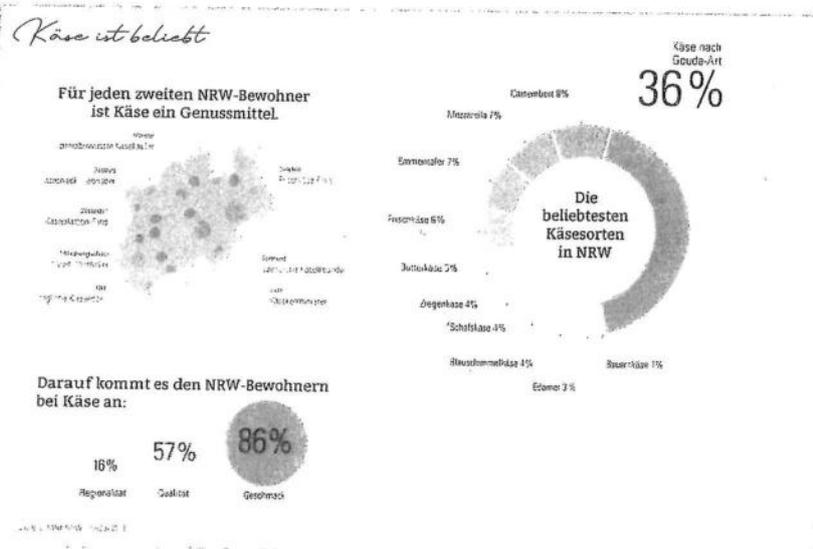
Käsekompass NRW in Nieheim

Der Käsekompass NRW reiht sich perfekt auf dem Deutschen Käsemarkt in

Über 500 Käsesorten und -variationen gab es von Freitag, 2., bis Sonntag, 4. September, im historischen Ortskern von Nieheim zu entdecken. Beim 12. Deutschen Käsemarkt stellen rund 60

treten. Neben Infos und Rezepten haben die Käseexperten so einige Leckereien zur Verkostung dabei.

NRW ist ein sehr käseriches Land mit



Produzenten aus Deutschland und dem europäischen Ausland die ganze Vielfalt der Käselandschaft vor. Auch der Käsekompass NRW ist bei diesem Event mit einem eigenen Stand ver-

vielen, kleinen regionalen Käereien. In handwerklicher Feinarbeit stellen sie eine große Bandbreite an Spezialitäten her. Die vielfältigen Produkte reichen von schnittfesten Sorten nach



Nieheim ein. Natürlich wird es eine Auswahl der zahlreichen Käsesorten direkt vor Ort zum Probieren geben, dazu viele Informationen und Inspirationen für die heimische Küche. Das Team beantwortet gerne sämtliche Fragen der Besucher. Kostenlos können Broschüren und Rezepte mit nach Hause genommen werden. Und das ist nicht alles: Am Stand wird zu verschiedenen Zeiten frisch gebacken! Auf dem Menü stehen leckere Kartoffelwaffeln mit Frischkäsedip sowie Käse-Bier-Muffins.

Alle Infos zum Käsemarkt

Neben den Käseereien werden auch zehn Winzer aus verschiedenen Anbaugebieten ihre Stände aufbauen. Dazu gab es Live-Musik, Walking-Acts, Kinderprogramm, regionale Spezialitäten und vieles mehr. Das macht den Käsemarkt zu einem spannenden Erlebnis für die ganze Familie.

Neben der Unterhaltung und den kulinarischen Genüssen schafft der Markt ein für die regional produzierten Milchprodukte jenseits der Supermarkttheken. Der Käsemarkt findet alle zwei Jahre am ersten Wochenende im September statt.



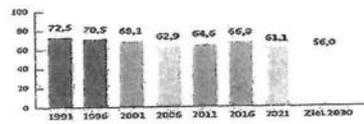
**Käsekompass
NRW**



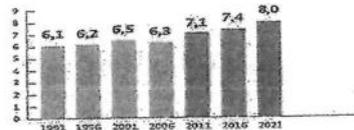
In der Atmosphäre:

CO₂-Konzentration klettert auf neuen Rekordwert

Treibhausgasemissionen der Landwirtschaft (in Millionen Tonnen CO₂-Äquivalenten)



Anteil der Landwirtschaft an den Treibhausgasemissionen (in Prozent)

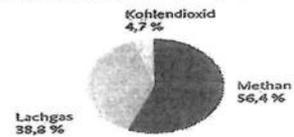


Bundesinformationszentrum Landwirtschaft

Die CO₂-Konzentration in der Atmosphäre hat den höchsten Wert seit mindestens einer Million Jahren erreicht. Das teilte die US-Behörde für Klima und Ozeanografie (NOAA) in Bezug auf Daten für das Jahr 2021 mit. Die CO₂-Konzentration stieg in den vergangenen Jahrzehnten kontinuierlich und hat nun den Wert von im Jahresschnitt 414,7 ppm (Teilchen pro Million Teilchen) erreicht. Das sind 2,3 ppm mehr als noch im Jahr zuvor.

Auch die Erderwärmung hält an, wie es in dem Bericht der Behörde hieß. Die Jahre

Anteile der Treibhausgase an den Emissionen der Landwirtschaft (2021, in CO₂-Äquivalenten)



Anteile der Sektoren an den Treibhausgasemissionen (2021)



Quelle: Umweltbundesamt © 2022 BLE

2015 bis 2021 seien global gesehen die sieben wärmsten seit Beginn der Datenaufzeichnung Ende des 19. Jahrhunderts gewesen. Die Meerestemperatur und der Meeresspiegel befänden sich ebenfalls auf Rekordhöhen, teilte die NOAA mit.

Der Anstieg der Methan-Konzentration in der Atmosphäre habe sich seit 2014 bedeutend beschleunigt, heißt es in dem Bericht weiter. 2021 sei der bisher größte Zuwachs seit Beginn der Messungen erreicht worden. Die drei Treibhausgase CO₂, Methan und Distickstoffmonoxid hätten im vergangenen Jahr Höchstwerte erreicht. Die hohe Konzentration an Treibhausgasen in der Atmosphäre sorgt dafür, dass weniger Wärmestrahlung in den Weltraum abgegeben wird.

Der Jahresbericht zum Weltklima unter Federführung der NOAA basiert auf Beiträgen von mehr als 530 Wissenschaftlern aus mehr als 60 Ländern. „Die in diesem Bericht präsentierten Daten sind eindeutig – wir sehen immer mehr überzeugende wissenschaftliche Beweise dafür, dass der Klimawandel globale Auswirkungen hat und keine Anzeichen für eine Verlangsamung zeigt“, sagte NOAA Chef Rick Spinrad. Dass viele Kommunen in diesem Jahr von Jahrtausend-Überschwemmungen, außergewöhnlichen Dürren und historischer Hitze betroffen waren, zeige, dass die Klimakrise schon jetzt eine Bedrohung sei.

MBI

Workshop "Mit der Kuh per Du"

Kuh im Fokus

Bei Familie Hielscher aus dem Bergischen Land stehen die Kühe im Mittelpunkt. Denn mit der Milch wird das Geld verdient. Isabelle Hielscher schaut sich das Einzeltier genau an.

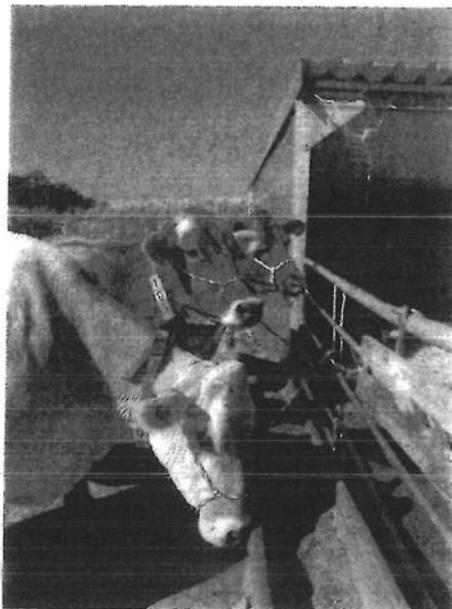
12.09.2022 15:21 von  Alina Schmidtman



Isabelle Hielscher und Thomas Berning informierten die Teilnehmern im Workshop "Mit der Kuh per Du" über Tierwohl und Tiergesundheit. (Bildquelle: Schmidtman)

Zum Hielscher-Hof in Leichlingen im Rheinland, gehören eine Molkerei, Käserei, Gastronomie und ein Hofladen. Im Mittelpunkt stehen aber die rund 220 Milchkühe. Familie Hielscher lebt den Slogan „Mit der Kuh per Du“. Tochter Isabelle Hielscher ist auf dem Betrieb für die Tiere zuständig. Ihre

Leidenschaft für Kühe war bei der Hofführung vergangene Woche im Rahmen eines gemeinsamen Workshops vom Landeskontrollverband (LKV) NRW und Milch NRW nicht zu übersehen.

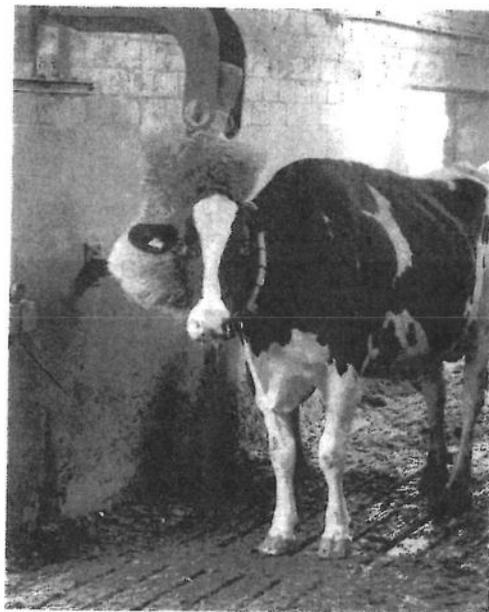


Bei Hielschers im Stall gibt es überwiegend Scharzbunte, aber auch Rotbunte, Fleckviehkreuzungen, Braunvieh und Jerseys. „Uns kommt es auf die Inhaltsstoffe in der Milch an“, betont die Isabelle Hielscher. (Bildquelle: Schmidtman)

Im Stall von Hielschers sind vor allem schwarzbunte Holstein Friesians (HF) zu sehen, aber auch rotbunte HF, Fleckviehkreuzungen, Braunvieh und Jerseys. Der Stall der Familie ist bereits etwas älter. „Die Laufgänge könnten natürlich breiter sein, genauso wie die Liegeboxen. Aber insgesamt funktioniert es auch so gut“, berichtet die junge Landwirtin. Die Kühe haben Weidegang. Die Hochboxen sind mit Gummimatten ausgelegt. „Wir streuen die Boxen morgens mit einem Kalk-Häckselstroh-Gemisch und abends nur mit Stroh“, erklärte Hielscher. Eine von vielen Besonderheiten: Die Zwischenkalbezeit der Kühe liegt im Schnitt bei etwa 428 Tagen.

Kuh im Mittelpunkt

„Für uns ist wichtig, dass die Kuh an sich im Fokus steht, denn sie gibt uns die Milch, die wir am Ende verkaufen“, erklärt Isabelle Hielscher. In ihren Augen müsse man die Welt ein bisschen mehr aus Kuh-Perspektive sehen.



„Für uns ist wichtig, dass die Kuh an sich im Fokus steht. Denn sie gibt uns die Milch, die wir am Ende verkaufen“, erklärte Isabelle Hielscher. Die beiden Kuhbürsten werden gerne von den Tieren angenommen. (Bildquelle: Schmidtman)

Forum Milch in Schwerte

Milch: Der Kampf um die Bilder

Etliche Konsumenten fordern Tierwohl und kaufen dann möglichst günstig ein. Sie verlangen etwas anderes als sie tun. Das ärgert Landwirte. Doch wie tickt eigentlich der Verbraucher?

16.09.2022 08:13 von



Alina Schmidtman



Rund um die Milch und den unbekanntem Verbraucher drehte sich alles beim Milchforum in Schwerte. (Bildquelle: Schmidtman)

Zwei Gruppen leben in Parallelwelten: Zum einen die Verbraucher und zum anderen die Landwirte. „Das ist der perfekte Nährboden für Vorurteile“, erklärte Psychologe Jens Lönneker, Geschäftsführer von rheingold salon in

Köln. So seien zum Beispiel große Traktoren aus Sicht der Landwirte toll, für den Verbraucher seien es Monster.

Konsumenten wollen keine vollen Geflügelställe sehen. Viele denken, dass Landwirte eigentlich Tierquäler seien, machte es Lönneker deutlich. „Allerdings sind Verbraucher seltsam schizophrene Wesen: Sie fordern etwas anderes als sie tun.“

So würden 52 % der Menschen, die im Discounter Fleisch kaufen, eigentlich gegen Massentierhaltung sein. „Der Verbraucher will gerne Tierwohl-Produkte kaufen, aber möglichst günstig. Und wenn das nicht klappt, dann sagt der Verbraucher: Ich wünsche es mir, aber kaufe es nicht“, erläuterte Lönneker.

Neue Bilder erzeugen

Ein Hauptproblem der Milchproduktion ist jedoch in den Augen des Psychologen, dass Milchprodukte die Verbraucher nicht neugierig machen. Pflanzendrinks im Gegenzug seien hip. „Das ist ein Kampf um die Bilder. Wir müssen den Verbraucher mitnehmen. Nach diesem richtet sich auch der Handel“, brachte er es auf den Punkt.

„Sie müssen neue Bilder schaffen und nicht Antworten auf Fragen geben, die keiner hören will. Denn Vorurteile bestehen und sind so nicht auszuräumen. Bieten Sie den Verbrauchern Zukunftsvisionen.“ Das riet Lönneker den anwesenden Milchviehhaltern beim Forum Milch in Schwerte. Das Motto am Mittwoch war: Der Verbraucher - Das unbekannte Wesen.

Wachsende Diskrepanz?

Um den Verbraucher zu verstehen, helfe vielleicht ein Blick in die Vergangenheit, sagte Wochenblatt-Chefredakteur Patrick Liste. Bernhard Burdick, Leiter im Bereich Ernährung und Umwelt der Verbraucherzentrale NRW, erklärte rückblickend: Verbraucher haben nach dem zweiten Weltkrieg vor allem viel gekauft. Milch hatte einen hohen Stellenwert. „Heute ist Milch nur noch ein ganz normales Getränk“, so Burdick. Deshalb sei auch der

Verbrauch rückläufig. Außerdem hätten Umwelt- und Klimaaspekte an Relevanz gewonnen.

Für Dr. Inken Christoph-Schulz vom Thünen-Institut in Braunschweig hat der Verbraucher grundsätzlich drei Bedürfnisse:

1. **Überleben:** Der Mensch braucht Essen und Trinken.
2. **Sicherheit:** „Wir leben momentan in Luxus.“
3. **Diskrepanz:** „Ich möchte aber auch, dass es den Tieren gut geht.“ Das denken die Verbraucher, sagte Christoph-Schulz. Ein Schockmoment sei für Konsumenten: Ein Bild mit einer Schwarzbunten mit dickem Euter. Nach so einem Bild ändert der Konsument eventuell sein Einkaufsverhalten. „Wir haben in Deutschland den Wohlstand, dass wir uns solche Veränderungen leisten können“, betonte die Wissenschaftlerin. In anderen Teilen der Erde sehe das komplett anders aus.

Bauer als Person positiv

Matthias Schulte-Althoff, bekannt als „Milchbauer Matthias“, ist Milchviehhalter in Haltern am See, in Nähe des Ruhrgebiets. Er betreibt Direktvermarktung. Sein Erfolgsmodell: „Wir geben der Milch mein Gesicht. Es ist überall mit drauf.“ Allerdings sagte er auch: „Corona war der Motor für die Direktvermarktung. Seit die ersten Flugzeuge wieder fliegen, wird es schwieriger für uns und für alle Direktvermarkter.“ Denn die Verbraucher geben ihr Geld wieder vermehrt für Reisen oder anderen Luxus aus.

Landwirt Schulte-Althoff berichtete aus seinen Erfahrungen, dass Verbraucher die Tiere häufig vermenschlichen. So sei ein riesen Thema die Mutter-Kalb-Trennung. „Dann erkläre ich den Verbrauchern, dass ihr Hund auch von der Mutter abgesetzt wurde. Von vielen ist dann die Antwort: Ja stimmt.“

Auch Christoph-Schulz betonte, dass die Verbraucher häufig in einer Wunschidylle leben. Etliche wissen beispielsweise nicht, woraus Silage besteht oder was eigentlich ein Fressgitter ist. Der einzelne Landwirt als Individuum habe aber auch in ihren Augen eine gute Chance auf Akzeptanz.

Denn die direkten Gespräche zwischen Verbrauchern und Landwirten verlaufen in der Regel immer positiv.



Die Plakate der Initiative Milch hängen beispielsweise in Hamburg. (Bildquelle: Schmidtman)

„Aber wenn ein Landwirt ‚gut‘ ist, ändert das nicht automatisch das Image der Landwirtschaft. Die Vorurteile bleiben trotzdem erhalten. Die Bilder müssen generell erneuert werden“, mahnte Lönneker. Das sei vor allem Aufgabe der Verbände. Auf einem guten Weg sieht er die Initiative Milch und Dialog Milch, auch wenn das Werbebudgets eher knapp sei.

Vorstellung neuer Unterrichtseinheit



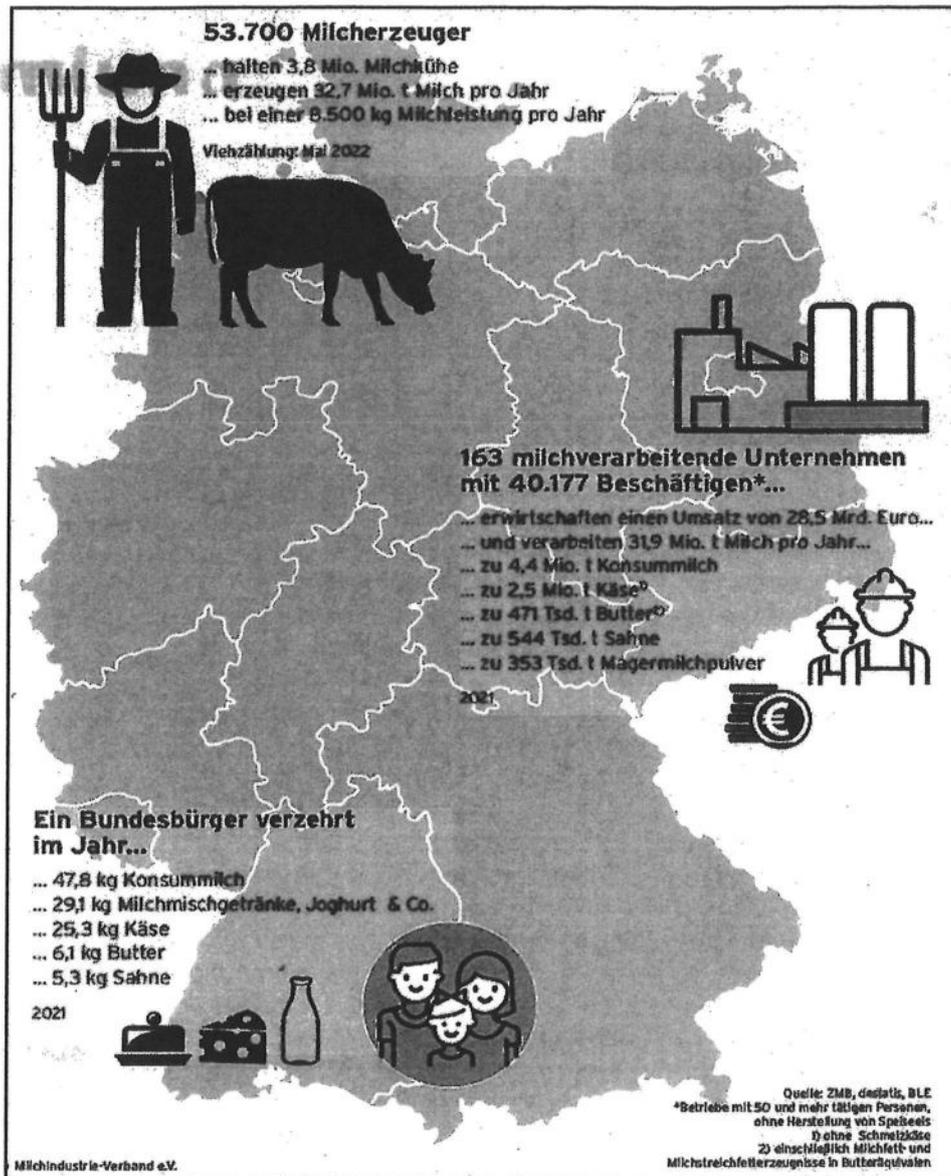
Landfrau Hildegard Hansmann-Machula war heute zum Weltschulmilchtag, der jedes Jahr am letzten Mittwoch im September stattfindet, mit dem „Fitmacher-Frühstück“ in der 3. Klasse der GGS Beckbusch-Schule zu Gast. 27 wissbegierige Kinder der Robbenklasse standen in den Startlöchern, um Obst und Gemüse zu schnibbeln und Joghurt und Milch zu verrühren. Sich gemeinsam ein leckeres, ausgewogenes Frühstück zuzubereiten und so ganz nebenbei der Frage „Was hat mein Essen eigentlich mit dem Klima zu tun?“ auf den Grund zu gehen, ist das Ziel der neuen Praxiseinheit der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V.

Im Fokus stehen aktuell neben einer ausgewogenen Ernährung immer häufiger Themen wie Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Zur pädagogischen Unterstützung des EU-Schulmilchprogramms NRW hat die Landesvereinigung diese Themenkomplexe aufgegriffen und eine neue Unterrichtseinheit inklusive neuer Lehrmedien entwickelt. Die Förderung von Ernährungskompetenzen im Zusammenhang mit einer vollwertigen Ernährung steht dabei ebenso im Vordergrund wie die Stärkung des Bewusstseins für die Zusammenhänge zwischen einer ausgewogenen Ernährung, Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Die Schülerinnen und Schüler sollen anhand ihrer Ernährungsgewohnheiten erkennen können, welche Verhaltensweisen zu einem gesunden und nachhaltigen Frühstück beitragen. In der Praxis bedeutet das in erster Linie, dass die Kinder lernen, aus welchen Lebensmitteln sich ein ausgewogenes Frühstück zusammensetzt und, dass Milch und Milchprodukte dazugehören. Die handwerklichen Fähigkeiten kommen bei der neuen Praxiseinheit nicht zu kurz. Schälen, schnibbeln, abmessen und rühren heißt es bei der Verarbeitung von frischem Obst, Gemüse, Milch, Joghurt und Quark. Landfrau Hildegard Hansmann-Machula half den Kindern bei der Verarbeitung der frischen Lebensmittel zu einem leckeren Müsli oder Pausensandwich. „Wichtig für mich ist eine kindgerechte Vermittlung auf Augenhöhe. Dabei helfen Vorbilder ungemein. Ich berichte den Kindern gerne aus meinem Alltag auf meinem Hof, dass ich am liebsten ein Vollkornbrot mit Frischkäse und Salat frühstücke und dass ich zum Einkaufen auf dem Wochenmarkt immer mit dem Fahrrad fahre“, so Hansmann-Machula.

Seit vielen Jahren werden durch die LV Milch NRW Projekte im Rahmen der EU-Schulmilchförderung NRW zur Verbesserung der Ernährungssituation an Schulen durchgeführt. Das Ziel hierbei ist es, Kindern und Jugendlichen Wissen zur gesunden Ernährung mit Milch, Obst und Gemüse zu vermitteln und dieses im Schulalltag umzusetzen. „Besorgniserregend ist derzeit der Rückgang der Schulen in NRW, die Schulmilch bekommen. Das hat dazu geführt, dass sich vermehrt die großen Molkereien aus dem Schulmilchprogramm zurückgezogen haben“, so Frank Maurer, stv. Geschäftsführer der LV Milch NRW. „Dafür gewinnt die Zielgruppe der Kindergärten und Kindertagesstätten im Rahmen der Schulmilchförderung an Bedeutung. Dort entwickelt sich die Anzahl der schulmilchbeziehenden Einrichtungen deutlich positiv. Umso wichtiger ist es, durch stetige Informationsarbeit aufzuklären und zu vermitteln, dass Milch und Milchprodukte zu einem gesunden Frühstück dazugehören, wie es die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt.“

Die Praxiseinheit „Mein Fitmacher-Frühstück“ wird als pädagogische Begleitmaßnahmen im Rahmen des EU-Schulprogramms NRW umgesetzt und vom Ministerium für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert.

Die Milch im Überblick: Die wichtigsten Daten und Fakten



Von Monika Wohlfarth Geschäftsführerin ZMB GmbH / MIV

Milch NRW würdigt Weltschulmilchtag mit Vorstellung neuer Unterrichtseinheit

„Was macht mich fit und ist gut für das Klima?“ heißt das Thema der neuen pädagogischen Begleitmaßnahme des EU-Schulmilchprogramms NRW.

Landfrau Hildegard Hansmann-Machula war am Weltschulmilchtag, der jedes Jahr am letzten Mittwoch im September stattfindet, mit dem „Fitmacher-Frühstück“ in der 3. Klasse der GGS Beckbusch-Schule zu Gast. 27 wissbegierige Kinder der Robbenklasse standen in den Startlöchern, um Obst und Gemüse zu schnibbeln und Joghurt und Milch zu verrühren. Sich gemeinsam ein leckeres, ausgewogenes Frühstück zuzubereiten und so ganz nebenbei der Frage „Was hat mein Essen eigentlich mit dem Klima zu tun?“ auf den Grund zu gehen, ist das Ziel der neuen Praxiseinheit der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V.

Im Fokus stehen aktuell neben einer ausgewogenen Ernährung immer häufiger Themen wie Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Zur pädagogischen Unterstützung des EU-Schulmilchprogramms NRW hat die Landesvereinigung diese Themenkomplexe aufgegriffen und eine neue Unterrichtseinheit inklusive neuer Lehrmedien entwickelt. Die Förderung von Ernährungskompetenzen im Zusammenhang mit einer vollwertigen Ernährung steht dabei ebenso im Vordergrund wie die Stärkung des Bewusstseins für die Zusammenhänge zwischen einer ausgewogenen Ernährung, Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Die Schülerinnen und Schüler sollen anhand ihrer Ernährungsgewohnheiten erkennen können, welche Verhaltensweisen zu einem gesunden und nachhaltigen Frühstück beitragen. In der Praxis bedeutet das in erster Linie, dass die Kinder lernen, aus welchen Lebensmitteln sich ein ausgewogenes Frühstück zusammensetzt und, dass Milch und

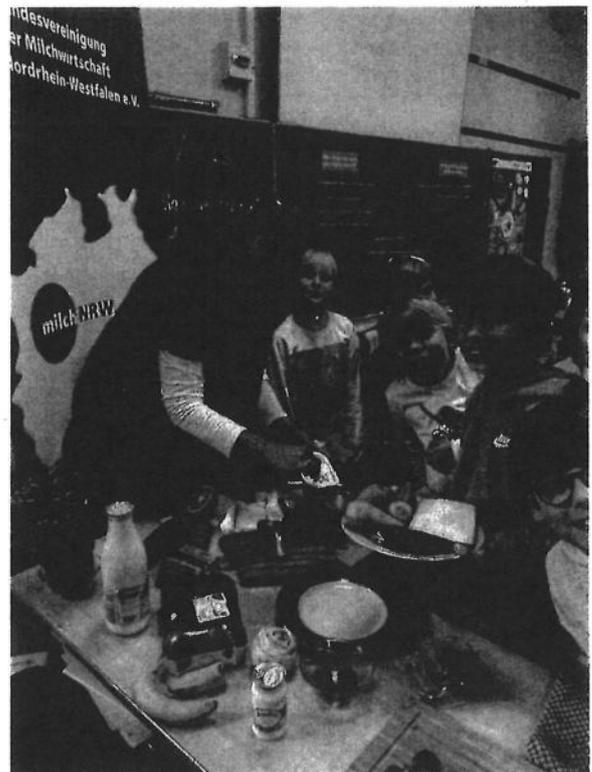
Milchprodukte dazugehören. Die handwerklichen Fähigkeiten kommen bei der neuen Praxiseinheit nicht zu kurz. Schälen, schnibbeln, abmessen und rühren heißt es bei der Verarbeitung von frischem Obst, Gemüse, Milch, Joghurt und Quark. Landfrau Hildegard Hansmann-Machula half den Kindern bei der Verarbeitung der frischen Lebensmittel zu einem leckeren Müsli oder Pausensandwich. „Wichtig für mich ist eine kindgerechte Vermittlung auf Augenhöhe. Dabei helfen Vorbilder ungemein. Ich berichte den Kindern gerne aus meinem Alltag auf meinem Hof, dass ich am liebsten ein Vollkornbrot mit Frischkäse und Salat frühstücke und dass ich zum Einkaufen auf dem Wochenmarkt immer mit dem Fahrrad fahre“, so Hansmann-Machula.

Seit vielen Jahren werden durch die LV Milch NRW Projekte im Rahmen der EU-Schulmilchförderung NRW zur Verbesserung der Ernährungssituation an Schulen durchgeführt. Das Ziel hierbei ist es, Kindern und Jugendlichen Wissen zur gesunden Ernährung mit Milch, Obst und Gemüse zu vermitteln und dieses im Schulalltag umzusetzen. „Besorgniserregend ist derzeit der Rückgang der Schulen in NRW, die Schulmilch bekommen.“ Das hat dazu geführt, dass sich vermehrt die großen Molkereien aus dem Schulmilchprogramm zurückge-

zogen haben“, so Frank Maurer, stv. Geschäftsführer der LV Milch NRW. „Dafür gewinnt die Zielgruppe der Kindergärten und Kindertagesstätten im Rahmen der Schulmilchförderung an Bedeutung.“

Dort entwickelt sich die Anzahl der schulmilchbeziehenden Einrichtungen deutlich positiv. Umso wichtiger ist es, durch stetige Informationsarbeit aufzuklären und zu vermitteln, dass Milch und Milchprodukte zu einem gesunden Frühstück dazugehören, wie es die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt.“

Die Praxiseinheit „Mein Fitmacher-Frühstück“ wird als pädagogische Begleitmaßnahmen im Rahmen des EU-Schulprogramms NRW umgesetzt und vom Ministerium für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert.



Hildegard Hansmann-Machula, Schulmilchteam LV Milch NRW, zeigt der Klasse 3a der GGS Beckbusch-Schule, Düsseldorf das Fitmacher-Frühstück

Welt der Milch

Milchwirtschaftliche Herbsttagung 2

Die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) prämierte 19 milchwirtschaftliche Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen am 1. Oktober 2022 in der Stadthalle in Mülheim an der Ruhr.

Die feierliche Auszeichnung von rund 180 Molkereifachleuten war der Höhepunkt der diesjährigen Milchwirtschaftlichen Herbsttagung des Fachverbandes Westdeutscher Milchwirtschaftler e. V. und des Fachverbandes der Milchwirtschaftler Westfalen-Lippe e. V.

Der Geschäftsführer des Zentralverbandes Deutscher Milchwirtschaftler e.V. und der beiden Fachverbände, Torsten Sach, gratulierte in seinen Ausführungen im Namen des Berufsstandes allen geehrten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie den prämierten Molkereien zu ihren Auszeichnungen.

Nach zwei Jahren ohne eine solche Festveranstaltung hob er die Wichtigkeit dieser Veranstaltung hervor, die zum dritten Mal als gemeinsame Herbstveranstaltung beider Fachverbände für ganz NRW ausgerichtet wurde. Darüber hinaus sei auch das Arla Foods Deutschland Team vom Werk Pronsfeld aus dem benachbarten Rheinland-Pfalz mit im Boot. Im Zeichen des europaweiten Fachkräftemangels hob er sowohl die Bedeutung der betrieblichen Ausbildung als auch der permanenten Weiterbildung von Mitarbeitern hervor.

Dabei betonte er, dass es natürlich für die deutschen Molkereien wichtig sei, sich als gut zahlende Arbeitgeber mit sicheren, weil systemrelevanten Arbeitsplätzen in Krisensituationen darzustellen. Darüber hinaus müsse sich die Branche aber darüber im Klaren sein, dass sich der Arbeitsmarkt zu einen Arbeitnehmermarkt gewandelt habe. Deshalb müsse der Focus nicht



nur auf die Gewinnung neuer junger Fachkräfte gerichtet sein. Um die derzeitigen Mitarbeitenden zu halten, sei es unumgänglich, diesen ihre verdiente Wertschätzung zu zeigen, was mit der persönlichen Auszeichnung von 59 Mitarbeitenden in dieser Veranstaltung vor einem großen Publikum öffentlichkeitswirksam erfolge.

Der DLG-Landesbevollmächtigte von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW, Markus Stamos, wies auf die Bedeutung der DLG-Auszeichnung im Rahmen der Wertschöpfungskette für Milch und Milchprodukte hin. In diesem Jahr hat die DLG die Qualität von 2.564 Molkereiprodukten bewertet. Insgesamt nahmen 209 Unternehmen aus ganz Deutsch-



22 in Mülheim/Ruhr



Alle ausgezeichneten Molkereimitarbeiter



land sowie aus 15 europäischen Nachbarländern an Europas führendem Qualitätswettbewerb teil. Aus Nordrhein-Westfalen beteiligten sich 22 Unternehmen mit ihren Produkten an den Prüfungen. Mit 150 DLG-Preisen in Gold, 46 Preisen in Silber und 2 Preisen in Bronze wurde eine Prämierungsquote von 89,59 Prozent erreicht. Das bedeutet, dass nahezu alle zur Prüfung vorgestellten Produkte die hohen Anforderungen des DLG-Tests erfüllt haben. milchNRW

Das ausgezeichnete Team von der Molkerei Naarmann

Milch NRW feiert Tag des Deutschen Butterbrotes



Anlässlich des Tages des Deutschen Butterbrotes waren heute 25 Schüler der St. Felicitas-Schule aus Vreden zu Gast im kult Westmünsterland. Zusammen mit Landfrau Maria Lösing von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. durften sie heute Butterbrote um die Wette zubereiten und mit Gemüse und Obst zu kreativen Brotgesichtern gestalten.

Mit Feuereifer wurde geschneidelt und belegt.

Die Ergebnisse konnten sich sehen lassen. Als besondere Belohnung wurden die phantasievollen bunt belegten Butterbrote fotografiert und werden demnächst als Poster die Klassenräume der St. Felicitas-Schule zieren. Wertvolle Tipps im Umgang mit dem Küchenmesser bekamen die Schüler von Landfrau Maria Lösing. „Wir sollten den Kindern im Umgang mit den Küchenwerkzeugen vertrauen, nur so vermittelt man Freude und Spaß bei der Zubereitung frischer Lebensmittel,“ so Maria Lösing. Mit Genuss wurde am Ende gemeinsam gefrühstückt und die selbst gestalteten Butterbrotgesichter verzehrt.

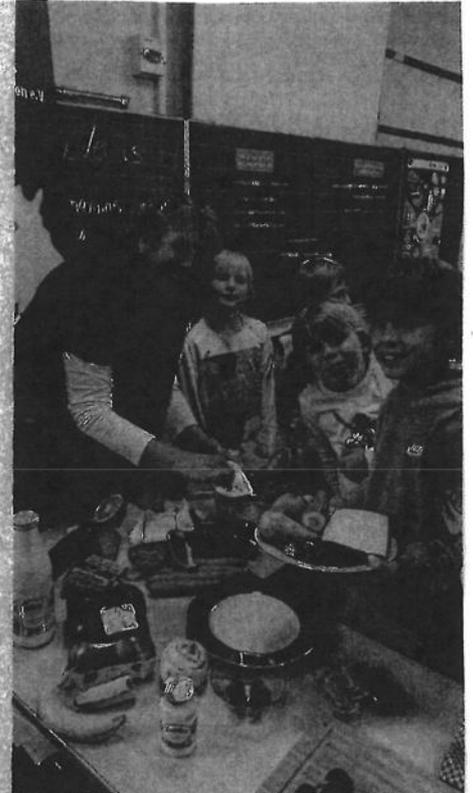
Seit 1999 begeht man bereits bundesweit immer am letzten Freitag im September den Tag des Deutschen Butterbrotes. Dass das Butterbrot mit einem eigenen Ehrentag gewürdigt wird, ist nicht verwunderlich. Es hat eine lange Tradition. Als Stulle, Knifte oder Schnitte löst es besonders im deutschsprachigen Raum bei einer breiten Masse Emotionen aus und begleitet uns als Pausenbrotklassiker seit der Schulzeit. Daher war es naheliegend, dass der Gastgeber dieser Aktion der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. das kult Westmünsterland in Vreden war. Dort findet noch bis zum 6. November 2022 die Sonderausstellung „Butter + Brot = Butterbrot“ statt. Im Mittelpunkt der Sonderausstellung steht die in Deutschland so beliebte Brotmahlzeit.

Zum Weltschulmilchtag in Düsseldorf

Landfrau Hildegard Hansmann-Machula war zum Weltschulmilchtag, der jedes Jahr am letzten Mittwoch im September stattfindet, mit dem „Fitmacher-Frühstück“ in der 3. Klasse der GGS Beckbusch-Schule zu Gast. 27 wissbegierige Kinder standen in den Startlöchern, um Obst und Gemüse zu schnibbeln und Joghurt und Milch zu verrühren. Sie gemeinsam ein leckeres, ausgewogenes Frühstück zuzubereiten und so ganz nebenbei der Frage „Was hat mein Essen eigentlich mit dem Klima zu tun?“ auf den Grund zu gehen, ist das Ziel der

neuen Praxiseinheit der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW.

Im Fokus stehen aktuell neben einer ausgewogenen Ernährung immer häufiger Themen wie Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Zur pädagogischen Unterstützung des EU-Schulmilchprogramms NRW hat die Landesvereinigung diese Themenkomplexe aufgegriffen und eine neue Unterrichtseinheit inklusive neuer Lehrmedien entwickelt. Landfrau Hildegard Hansmann-Machula half den Kindern bei der Verarbeitung der frischen



Hildegard Hansmann-Machula, Schulmilchteam LV Milch NRW, zeigt der Klasse 3a der GGS Beckbusch-Schule Düsseldorf das Fitmacher-Frühstück. In diesem Rahmen wurde auch die Unterrichtseinheit „Was macht mich fit und ist gut für das Klima?“ als neue pädagogische Begleitmaßnahme des EU-Schulmilchprogramms NRW vorgestellt.

Fotos: LV Milch NRW

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 werden, wie überprüft wird, wie die Milch-

viehhalter 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 Milchzeugnissen 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 einzustellen.

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 endlich wird es honoriert“, sagte sie.

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 Weternahrung 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*

Bundesweite Aktionswoche der Landwirtschaft #wirfürsklima im Oktober



schutz-Maßnahmen sie ergreift. Die Aktionswoche steht dabei unter dem Motto: #wirfürsklima.

Initiatoren der Aktion sind: Echt grün – Eure Landwirte, Forum Moderne Landwirtschaft, Heimische Landwirtschaft, Initiative Milch, LAND.SCHAFFT.WERTE, Mag doch jeder, Milchland Niedersachsen, Milch NRW, Unsere Bayerischen Bauern

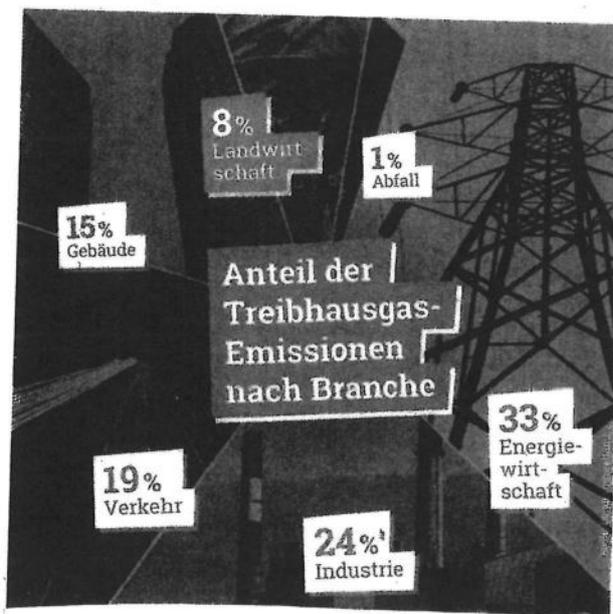
Weitere Informationen zur bundesweiten Aktionswoche und den geplanten Aktionen rund um das Motto #wirfürsklima finden Sie hier: www.wirfürsklima.info

„Uns als Branche ist es wichtig, auf das Thema ‚Klima‘ aufmerksam zu machen und unsere Beiträge und Lösungsansätze aufzuzeigen“, sagt Benedikt Langemeyer, Vorsitzender der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. „In der Milchwirtschaft gibt es zahlreiche Projekte und Ideen, die zu diesem Transformationsprozess beitragen können. Auch über das, was die Milchbauern schon in Sachen Klimaschutz leisten, möchten wir in dieser Aktionswoche informieren.“
milchNRW

Das Jahr, aber vor allem auch der Sommer 2022 hat wieder vielen klar gemacht, an welchen Stellen die Landwirtschaft bereits vom Klimawandel und damit einhergehenden Wetterextremen betroffen ist. Das nimmt die Branche zum Anlass, um mit der Aktionswoche #wirfürsklima auf den Klimawandel und ihre eigene Rolle beim Klimaschutz aufmerksam zu machen. Neben zahlreichen weiteren Verbänden beteiligt sich auch die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. mit Beiträgen an der Aktionswoche.

Lange Dürrephasen im Sommer wechseln sich mit Starkregen und zu warmen Wintertagen ab. Der Klimawandel geht uns alle an. Wodurch wird das Extremwetter verursacht und welche Rolle spielt die Landwirtschaft dabei? Mit einem Anteil von 8 Prozent rangierte die Landwirtschaft nach Schätzungen des Bundesinformationszentrums Landwirtschaft beim Ausstoß von Treibhausgasen auf Platz 5 der Hauptverursacher nach der Energiewirtschaft (32,5 Prozent), der Industrie (23,8 Prozent), dem Verkehr (19,4 Prozent) und der Gebäudewirtschaft (15,2 Prozent). Wie ist die Landwirtschaft also genau vom Klimaschutz betroffen? Was macht sie dagegen? Und welche Rolle muss sie künftig einnehmen, um zur Lösung beizutragen?

Weil das Klima alle etwas angeht, veranstalten neun Verbände und Initiativen der Landwirtschaft gemeinsam bundesweit vom 10. – 14. Oktober 2022 eine Aktionswoche dazu. Über digitale Medien und bei analogen Veranstaltungen informieren sie darüber, wie sich die Landwirtschaft auf den Klimawandel einstellt und welche Klima-



Forum Milch NRW 2022

JEDER KUNDE IST ANDERS

Der Verbraucher: Was will er? Wie tickt er? Gibt es Stereotype und lassen sich diese einfach in bestimmte Schubladen stecken? Oder sind sich Verbraucher und landwirtschaftliche Branche sogar fremd geworden? Fragen, auf die jüngst das „Forum Milch NRW“ der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e. V. Antworten suchte. Markt- und Meinungsforscher Jens Lönneker stellte gleich zu Beginn der Veranstaltung fest, dass Kuhmilch zunehmend in die Diskussion geraten ist. Aufbauend auf dieser These richtete er folgende Fragen an die Diskutanten auf dem Podium und an die Gäste: „Ist der Konsum von Kuhmilch natürlich oder eine kulturelle Fehlentwicklung mit schädigenden Folgen wie Allergien? Wie lässt sich der aktuellen Polarisierung in der gesellschaftlichen Diskussion begegnen?“

Für Dr. Inken Christoph-Schulz vom Thünen-Institut ist die Aussage, dass die derzeit boomenden pflanzlichen Alternativen zu Milchprodukten die tierischen Originale verdrängen, zu pauschal. Die Social-Lab-Forscherin aus dem Braunschweiger Bundesforschungsinstitut kam zu der Schlussfolgerung, dass pflanzliche Alternativen keine Trinkmilch ersetzen, sondern sie zusätzlich konsumiert werden, Bernhard Burdick, Leiter im Bereich Ernährung und Umwelt der Verbraucherzentrale NRW, sieht den Weg zu einem nachhaltigeren Ernährungssystem zwar grundsätzlich bei einer deutlich stärker pflanzenbasierten Ernährung, aber mit weniger stark verarbeiteten Produkten. Für tierische Lebensmittel bedeutet dies „weniger, aber nachhaltiger“, also mehr Wertschöpfung und Wertschätzung durch mehr Tierwohl und Tiergesundheit. Milchbauer Matthias Schulte-Althoff aus Haltern-Flaesheim vertrat die landwirtschaftliche Sicht auf das Thema: „Es gibt nicht den Verbraucher, jeder Kunde ist anders und hat andere Bedürfnisse. Ich als Milchbauer versuche diese Bedürfnisse in Sachen Milch zu bedienen.“



Vegan oder doch lieber das Original? Diskussionsthema auf dem jüngsten Forum Milch der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V.



NRW-Journalistentag 2022

Datum: 22.11.2022

Quelle: LV Milch NRW

Sehr viel Engagement aller Beteiligten und sehr viel Energie für eine bessere Welt zeichnete die Podiumsdiskussion „Nach Lebensmittelüberfluss jetzt die Krise – neue Herausforderungen an die Landwirtschaft“ aus. Heterogene Positionen und Strategien bei gemeinsamen Zielen, das war ein Ergebnis der Diskussion, die die Initiative DIALOG MILCH am 19. November 22 beim Journalistentag NRW in Dortmund veranstaltet hat.

Lebensmittel im Überfluss – das war gestern. Heute bestehen große Bedenken, wie die Versorgung mit Nahrungsmitteln weltweit, aber auch in Deutschland und ganz konkret in der unmittelbaren eigenen Nachbarschaft gewährleistet werden kann. Der Wandel in der Landwirtschaft müsse weitergehen, doch die politischen Entscheidungen seien dazu noch nicht hilfreich genug, war ein Fazit der Diskutanten beim Journalistentag. Wie der Wandel aussehen und erreicht werden könne, dazu waren sie sehr unterschiedlicher Meinung und zeigten verschiedene Strategien auf. Die landwirtschaftlichen Unternehmerinnen Bettina Hueske aus Südlohn und Katharina Leyschulte aus Westerkappeln sehen die Chancen zum Beispiel darin, regionales Denken und globales Wissen zu verknüpfen. Und „Es geht um höhere Wertschätzung für Lebensmittel“, wie Olga Witt, Expertin des Zero Waste Konzeptes und Pionierin der „Unverpackt“-Bewegung hervorhob. Damit sprach sie allen Diskutanten aus der Seele. Ihres Erachtens müsse die politische Intervention aber viel stärker die von Familienbetrieben getragene Landwirtschaft und kleine regionale Strukturen fördern. Dem gegenüber hob Bettina Hueske hervor, dass die Politik zur Ernährungssicherung mit der Flächenstilllegung einen falschen Weg gehe, weil die Erzeugung von Lebens- und Futtermitteln unterbunden werde, statt sie zu fördern. Dr. Dr. h.c. Harald von Witzke, Professor a.D. für internationalen Agrarhandel und Entwicklung, Humboldt-Universität zu Berlin, mahnte, dass im Zeitalter der Knappheit von Nahrungsmitteln, Boden, Wasser und Energie bei gleichzeitig wachsender Weltbevölkerung, Innovation und Produktivitätswachstum in der Landwirtschaft erforderlich seien. Dazu sollten wir noch stärker innovative Ideen mit bestehenden landwirtschaftlichen Konzepten verzahnen, so Frank Horlbeck, Pressesprecher Europäisches Institut für Innovation und Technologie (EIT), Freising.

Zu einer nachhaltigen Ernährungssicherung können Landwirtschaft und Gesellschaft gemeinsam beitragen, so das Fazit in der Diskussion. Innovative und effiziente Technologien in der Erzeugung einzusetzen, neue Wege zu gehen, regional zu denken und globales Wissen zu nutzen und nicht zuletzt Dialog und Information für ein neues gesellschaftliches Bewusstsein zum Wert unserer Lebensmittel seien zentrale Voraussetzungen für die nachhaltige Sicherung der Lebensmittelversorgung. Schirmherrin des Projektes DIALOG MILCH ist die Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V.

News

Milchwirtschaftliche Herbsttagung 2022 in Mülheim/Ruhr

30. November 2022

Die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) prämierte 19 milchwirtschaftliche Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen am 1. Oktober 2022 in der Stadthalle in Mülheim an der Ruhr. Die feierliche Auszeichnung von rund 180 Molkereifachleuten war der Höhepunkt der diesjährigen Milchwirtschaftlichen Herbsttagung des Fachverbandes Westdeutscher Milchwirtschaftler e. V. und des Fachverbandes der Milchwirtschaftler Westfalen-Lippe e. V.



Alle ausgezeichneten Molkereimitarbeiter. Foto: Milch NRW

Der Geschäftsführer des Zentralverbandes Deutscher Milchwirtschaftler e.V. und der beiden Fachverbände, Torsten Sach, gratulierte in seinen Ausführungen im Namen des Berufsstandes allen geehrten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie den prämierten Molkereien zu ihren Auszeichnungen. Nach zwei Jahren ohne eine solche Festveranstaltung hob er

die Wichtigkeit dieser Veranstaltung hervor, die zum dritten Mal als gemeinsame Herbstveranstaltung beider Fachverbände für ganz NRW ausgerichtet wurde. Darüber hinaus sei auch das Arla Foods Deutschland Team vom Werk Pronsfeld aus dem benachbarten Rheinland-Pfalz mit im Boot. Im Zeichen des europaweiten Fachkräftemangels hob er sowohl die Bedeutung der betrieblichen Ausbildung als auch der permanenten Weiterbildung von Mitarbeitern hervor. Dabei betonte er, dass es natürlich für die deutschen Molkereien wichtig sei, sich als gut zahlende Arbeitgeber mit sicheren, weil systemrelevanten Arbeitsplätzen in Krisensituationen darzustellen. Darüber hinaus müsse sich die Branche aber darüber im Klaren sein, dass sich der Arbeitsmarkt zu einem Arbeitnehmermarkt gewandelt habe. Deshalb müsse der Focus nicht nur auf die Gewinnung neuer junger Fachkräfte gerichtet sein. Um die derzeitigen Mitarbeitenden zu halten, sei es unumgänglich, diesen ihre verdiente Wertschätzung zu zeigen, was mit der persönlichen Auszeichnung von 59 Mitarbeitenden in dieser Veranstaltung vor einem großen Publikum öffentlichkeitswirksam erfolge.

Der DLG-Landesbevollmächtigte von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW, Markus Stamos, wies auf die Bedeutung der DLG-Auszeichnung im Rahmen der Wertschöpfungskette für Milch und Milchprodukte hin. In diesem Jahr hat die DLG die Qualität von 2.564 Molkereiprodukten bewertet. Insgesamt nahmen 209 Unternehmen aus ganz Deutschland sowie aus 15 europäischen Nachbarländern an Europas führendem Qualitätswettbewerb teil. Aus Nordrhein-Westfalen beteiligten sich 22 Unternehmen mit ihren Produkten an den Prüfungen. Mit 150 DLG-Preisen in Gold, 46 Preisen in Silber und 2 Preisen in Bronze wurde eine Prämierungsquote von 89,59 % erreicht. Das bedeutet, dass nahezu alle zur Prüfung vorgestellten Produkte die hohen Anforderungen des DLG-Tests erfüllt haben.



Die Organisatoren und Protagonisten des diesjährigen Nordwestdeutschen Milchtreffs im Überblick.

Der Nordwestdeutsche Milchtreff der Landesvereinigungen von NRW, Niedersachsen und Schleswig-Holstein wird als Hybridveranstaltung vor Ort in Berlin und online durchgeführt. Die Teilnehmer befassen sich mit der Geschichte und der Zukunftschancen der Milch. Rund 200 Interessierte verfolgen den Branchentreff im Web.

Das Jahr 2022: Weiter Milch-Wirtschaften im Krisenmodus



Der Strukturwandel in der NRW-Milchproduktion hat sich erneut fortgesetzt. Dies ist ein deutliches Warnzeichen, dass die zunehmenden Belastungen (Umwelt, Düngung, Baurecht, Tierwohlvorgaben, Pachtpreise etc.) durch die Milchkuhbetriebe so nicht mehr zu schultern sind. Als Folge wird eher über die Betriebsaufgabe als über deren Weiterentwicklung nachgedacht. Nachhaltigkeit geht anders. Die politisch Verantwortlichen sind aufgefordert, die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass auch zukünftig eine regionale Produktion in NRW und Deutschland möglich ist. Die Corona-Pandemie und der Ukrainekrieg haben die Abhängigkeit der deutschen Volkswirtschaft von internationalen Lieferketten gezeigt. Viel wurde von systemrelevanten Bereichen gesprochen. Die deutsche Land- und Milchwirtschaft als Erzeuger und Lieferant der täglich benötigten Lebensmittel ist systemrelevant. Das in diesen Krisenzeiten die Bevölkerung bislang immer ausreichend mit Nahrungsmitteln (Milch, Milchprodukte, Getreide, Mehl, Fleisch etc.) versorgt werden konnte, ist ein Verdienst der gesamten Ernährungswirtschaft. Viele Landwirte bemängeln dabei jedoch eine oftmals fehlende Wertschätzung für diese Leistung. Die Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen stellt sich dieser Herausforderung. Durch passgenaue und zielorientierte Maßnahmen soll die Wertschätzung für die Milchproduktion, für Milch und Milchprodukte nicht nur erhalten, sondern ausgebaut werden. Die wachsenden Marktanteile von Milchersatzprodukten (Haferdrinks etc.) gehen zu Lasten der Milchwirtschaft. Durch den Ausbau unserer Kooperation mit der milchwirtschaftlichen Landesvereinigung in Niedersachsen über unser gemeinsames Projekt „DIALOG MILCH“ sowie die Zusammenarbeit mit den milchwirtschaftlichen Organisationen in Rheinland-Pfalz-Saar, Hessen und Thüringen werden wir die Kräfte im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit für Milch und Milchprodukte weiter bündeln und vertiefen. In diesem Sinne beteiligen wir uns als Gemeinschaft der milchwirtschaftlichen Landesorganisationen (GML) auch an bundesweiten Projekten der FML und der Initiative Milch. Doch das, was das Jahr 2022 in besonderer Weise aufzeigt, ist die Wichtigkeit einer funktionierenden stabilen Energie-, Rohstoff- und Betriebsmittelversorgung. Der Krieg in der Ukraine und die Auswirkungen auf die Märkte bringen besonders in der zweiten Jahreshälfte Extreme zum Vorschein, die bislang dagewesene Herausforderungen noch deutlich übertreffen. Doch Milchwirtschaft lässt sich nicht beliebig an- und ausschalten. Mehr Planungssicherheit für alle Beteiligten im Sektor tut dringend Not. Schließlich geht es um die regionale Produktion von Basislebensmitteln und um die Versorgung einer der größten Metropolregionen Europas.

■ Hans Stöcker (links) und Benedikt Langemeyer (rechts),
Geschäftsführender Vorstand