

Teures Futter:
Nicht nur der Preis
für Strom und
Diesel, sondern
auch für Kraft-
futter ist ge-
stiegen.



FOTOS: THOMAS FEDRA

Ortstermin: Landwirte Harald und Monika Göbel (r.) mit Verbrauchern und Audit-Team.



Ade Sonnenschein: Kaum fängt es an zu regnen, suchen die Tiere Schutz im Stall.



Krümelsucherin: Tilda mag ihr Kraftfutter – und Besuch.

Mehr Wert

Die Milch der Verbraucherinitiative „Du bist hier der Chef“ steht für Tierwohl, Mitbestimmung und Preistransparenz. Doch die aktuelle Preissensitivität der Verbraucher stellt solche Konzepte auf die Probe. Ein Audit im Kuhstall. | Elisabeth Morgen

Tilda geht gemächlich zum Melkroboter. Aber nicht etwa, um sich melken zu lassen. Die Milchkuh auf dem Biohof der Familie Göbel in Nordhessen will noch ein paar restliche Krümel des Kraftfutters abgreifen, das der Roboter ihrer Vorgängerin beim Melken zugeteilt hat. „Das macht sie bis zu vierzig Mal am Tag“, berichtet Landwirtin Monika Göbel schmunzelnd.

Das Kraftfutter, das Tilda so liebt, bereitet Monika Göbel, ihrem Mann Hartmut und ihrem Sohn Harald Sorgen. Sie bewirtschaften einen Bioland-Betrieb mit 60 Milchkuh, vier Generationen leben auf dem Hof. Er gehört zur Initiative „Du bist hier der Chef“, bei der Landwirte ihre Produkte an die Verbraucherwünsche anpassen. Durch die aktuelle Marktlage hat sich der Preis für das Kraftfutter fast verdoppelt, auf 650 Euro pro Tonne. „Auch Diesel und der Strom für den Melkroboter sowie die Kühlung der Milch sind stark im Preis gestiegen“, berichtet Harald Göbel an diesem herbstlichen Samstagvormittag der Besuchergruppe in seinem Kuhstall.

Drei Mitarbeiter von „Du bist hier der Chef“, eine Verbraucherin und ein Verbraucher sind in den kleinen Ortsteil Deisfeld von Diemelsee gekommen, um sich ein genaues Bild vom Ablauf der Milcherzeugung auf seinem Hof zu machen. Es ist für ihn das erste Audit seit dem Start der so-

nannten Verbraucher-Milch vor zwei Jahren. Über die Kriterien für die Arbeit mit den Tieren haben 9000 Verbraucher in einem Online-Fragebogen entschieden: Biohaltung, Weidegang, Tierwohl, eine faire Vergütung für die Landwirte.

All das ist ein Mehraufwand, der sich in den Preisen niederschlägt. Und beim Preis reagieren die Verbraucher aufgrund der hohen Energiepreise und der Inflation sehr sensibel – auch bei Milch. Vielen Verbrauchern ist der Preis jetzt wichtiger als die Bio-Qualität oder Nachhaltigkeit. Marktdaten zeigen, dass die Menschen in Deutschland weniger Milch einkaufen und wenn, dann verstärkt die günstigeren Handelsmarken.

Noch dazu ist Milch deutlich teurer geworden. Aldi hatte den Preis für eine Tüte Biomilch um ganze 50 Cent erhöht – ein Schritt, der dazu führte, dass sie in den Kühlregalen stehen blieb. Der Discounter nahm schließlich im September rund die Hälfte der Preiserhöhung wieder zurück und verlangt jetzt 1,45 Euro pro Liter frische Biovollmilch. Sogenannte „Mehrwertmilch“ wie Heu-, Weide- und Bergbauernmilch wurde ebenfalls wieder im Preis reduziert, um die Abstände zu justieren.

Auch die Initiative „Du bist hier der Chef“ musste die Preise erhöhen. In einem Treffen mit Verbrauchern,

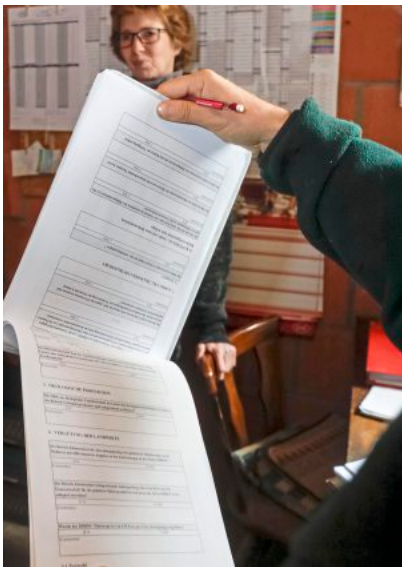
Fortsetzung auf Seite 26



Zeitgewinn: Das Melken übernimmt auf dem Hof ein Roboter.



Landwirtin mit Audit-Gruppe: Monika Göbel erklärt den Melkroboter.



Abgehakt: die Checkliste fürs Audit.



Gewählt und kontrolliert: die Milch.

Fortsetzung von Seite 25

Landwirten und der Molkerei hat die Gemeinschaft beschlossen, insgesamt 14 Cent draufzuschlagen. Die Preisempfehlung liegt seit September bei 1,59 Euro. Harald Göbel bekommt 63 statt vorher 58 Cent pro Liter ausbezahlt.

Eine gute finanzielle Entlastung – wäre da nicht ein Haken: „Leider können wir nur sechs bis sieben Prozent unserer Milch über die Initiative vermarkten“, legt der Junglandwirt offen. Er liefert seine gesamte Milch an die Upländer Bauern-Molkerei, die beides separat abrechnet. „Der reguläre Biomilchpreis liegt leider momentan sogar unter dem für konventionelle Milch.“

14 Betriebe sind bei der Verbraucher-Milch in Nordhessen dabei, zwei weitere in Schleswig-Holstein. Zu viele für die begrenzte Nachfrage beziehungsweise Leistung der Milch. 35 000 bis 40 000 Liter verkauft „Du bist hier der Chef“ monatlich. Mit ihren 60 Milchkühen könnte Familie Göbel den gesamten Bedarf decken. Oder, anders gerechnet: Allein die Milch von Tilda und drei weiteren Kühen würde für den Anteil ausreichen, den die Göbels als Chef-Milch abrechnen können.

Schon vor der Verbraucherzurückhaltung war die Milch der Initiative im Handel nur spärlich gelistet. Edeka, Rewe, Hit und Citti sind die Handelspartner. Rewe bietet die Milch in 200 Märkten in Hessen an. „Sie hat sich bis dato eine recht treue Käuferzahl erarbeitet“, teilt das Unternehmen auf LZ-Anfrage mit. In den vergangenen Jahren seien nachhaltig erzeugte Lebensmittel, Transparenz und Fairness entlang der Wertschöpfungskette für viele Verbraucher wichtiger geworden. „Inwiefern sich dieser Trend fortsetzt ist aktuell Spekulation“, heißt es bei Rewe weiter. Die zunehmende Preissensibilität der Verbraucher sei „nicht förderlich für die Produkte“.

Bei Edeka ist die Chef-Milch vor allem im Rhein-Main-Gebiet gelistet. Fehlanzeige hingegen in Nordhessen, wo sie erzeugt wird. „Wegen der Vielzahl vergleichbarer Produkte können wir nicht alle listen“, sagt Edeka-Hessenring-Geschäftsführer Hans-Ri-

chard Schneeweiß. Die Milch aus Diemelsee ist trotzdem vertreten: In den Bio-Produkten der Upländer Bauern-Molkerei.

Diese kauft auch die Verbraucherin Dorothea Gutekunst und ist gern bereit, mehr für regionale Bio-Ware zu zahlen: „Wir unterstützen damit die lokale Landwirtschaft“, sagt sie. Sie sei aus „Neugierde“ beim Audit dabei und möchte wissen, „wo unsere Produkte herkommen und wie sie hergestellt werden“.

Im Audit geht es nicht vorrangig darum, den „Kontrollfragebogen“ rund um Weidegang, Fütterung und Tiergerechtigkeitsindex durchzuarbeiten. „Wir wollen mit den Betrieben in einen partnerschaftlichen Austausch treten und eine Brücke zwischen Landwirten und Verbrauchern bauen“, sagt Nicolas Barthelmé, Vorsitzender der Chef-Initiative. Schon am Vortag war eine Handvoll Verbraucher bei Audits in drei Betrieben der Region anwesend.

Die meisten Kriterien werden ohnehin durch die Bioland-Zertifizierung geprüft und sichergestellt. Zusätzliche Anforderungen der Verbraucher aus der Online-Abstimmung sind 400 Quadratmeter mehr Auslauf pro Kuh – und die Vorgabe, Kraftfutter ausschließlich in der Region zu kaufen. Deshalb hat Harald Göbel gerade kaum Möglichkeiten, preiswertere Alternativen zu finden.

Immerhin kommt das Grundfutter vom Hof, sodass Familie Göbel hier unabhängig ist. Eigentlich müsste jetzt beim Zufüttern im Stall noch Frischgras angeboten werden. „Wir haben vorzeitig auf die Winterfütterung mit Grassilage umgestellt, da sich die Grünlandflächen nach der Trockenheit erst wieder erholen müssen“, so Göbel. Das ist in solchen Fällen erlaubt, aber Dirk Borchert von der Chef-Initiative notiert es im Fragebogen. Ebenso wie den Tierwohlinde, der sich aus verschiedenen Kriterien zusammensetzt und mit 40,5 weit über den geforderten 28 Punkten liegt.

Nach zwei Stunden im Stall und auf der Weide sind die Fragen beantwortet und die Formalien erledigt: Das Audit ist bestanden. Wo ist eigentlich Tilda? Schon wieder im Melkstand. Schon wieder nur wegen der Krümel. lz 42-22

»Leider können wir nur sechs bis sieben Prozent unserer Milch über die Initiative vermarkten«

Landwirt Harald Göbel

NACHGEFRAGT BEIM GRÜNDER

„Manche Händler stört die Transparenz“

Nicolas Barthelmé, Vorsitzender des Vereins „Du bist hier der Chef“, sieht in der Preistransparenz den Markenkern der Initiative – auch wenn sie nicht jedem Handelsunternehmen gefällt.

Herr Barthelmé, die Verbraucher orientieren sich mehr und mehr am Preis. Was bedeutet das für die Milch von „Du bist hier der Chef“? Problematisch sind für die Verbraucher vor allem nicht nachvollziehbare Preissprünge, wie die von Biomilch im Discount. Das erweckt den Eindruck der Willkür und führt zu Vertrauensverlust. Wenn man das Gefühl hat, über den Tisch gezogen zu werden, kauft man am Ende billig.

Sie haben auch den Preis erhöht. Wir machen transparent, wofür die Preiserhöhung erforderlich war und wie viel davon an die Landwirte geht. Außerdem haben wir moderat erhöht und sind mit Ausnahme der Handelsmarke aktuell die günstigste Biomilch im Handel. Im Sommer lag unser Preis sogar unter dem der Biomilch von Aldi. Das hat unseren Absatz befördert.

Allerdings nur auf geringem Niveau. Schon ein einzelner Betrieb könnte genug Milch für die gesamte Initiative liefern. Woran hakt es?

Unsere Herausforderung sind die Listungen und die Bereitschaft vom Handel, mit den eigenen Kundinnen und Kunden zusammenzuarbeiten und neue Wege bei der Vermarktung von Lebensmitteln zu gehen. Wir sind ein Leuchtturm im Markt, aber wir brauchen eine stärkere Präsenz in den Regalen. Manche Handelsunternehmen stört die Transparenz, da unverbindliche Preisempfehlung und Preistransparenz bereits auf der Verpackung stehen. Aber das ist unser Markenkern und eine großes Verlangen von Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Gerade mussten Sie die „Du bist hier der Chef“-Eier einstellen. Warum? Wir haben mit dem Einsatz von Zweitnutzungs-Rassen eine Qualität geboten, die aktuell am Markt noch unbekannt und auch schwer zu vermitteln ist. Entsprechend lief der Markt-Test in Hessen schleppend und mit der aktuellen Inflation war es nicht mehr tragbar, weil wir die Preise hätten weiter



Geduldig: Nicolas Barthelmé will den Markt sukzessive fairer machen.

erhöhen müssen. Möglicherweise werden wir den Fragebogen zur Definition der Erzeugungskriterien neu auflagen, damit wir doch einen sinnvollen Weg finden, Eier-Produzenten zu unterstützen.

In Frankreich, wo die Initiative zuerst gestartet ist, gibt es inzwischen über 30 Produkte, unter anderem die meistverkaufte Butter. Trauen Sie sich an weitere Sortimente?

Bei Kartoffeln stehen die Produktionskriterien schon fest und wir haben Höfe gefunden, die diese Qualität liefern können. Jetzt stehen die Gespräche mit dem Handel an. Bei Joghurt sind wir noch nicht so weit, weil unsere Partner die erforderliche Qualität noch nicht produzieren können. Butter und Mehl schauen wir uns gerade an. Auch Obst und Gemüse wären spannend. Aktuell sind leider alle Sortimente schwierig, da Marktpreise und Nachfrage sich ständig verändern. Aber wir haben keinen Zeitdruck und haben mit den bereits gewählten Produkten genug Chancen, den Markt fairer und transparenter zu machen und damit nach und nach zu verändern. emo/lz 42-22